



جامعة عبد الحميد بن باديس-مستغانم-
كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية
بالتنسيق مخبر استراتيجية التحول إلى الاقتصاد الأخضر



STRATEV



مخبر بحث
استراتيجية التحول إلى الاقتصاد الأخضر
STRATEV

ينظم الملتقى الوطني حضوري وبتقنية التحاضر عن بعد حول

أهمية سلوك المستهلك واختراق أسواق جديدة بالنسبة للمؤسسات الناشئة



يوم 17 أكتوبر 2024

تحت إشراف:

عميد كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير: د. بريايطي حسين

نائب العميد المكلف بما بعد التدرج والبحث العلمي: د. مادوري نور الدين

رئيس الملتقى: أ.د. بشني يوسف

نائبة رئيس الملتقى: د. قبايلي حاجة

رئيسة اللجنة العلمية: د. حجار آسية

رئيسة اللجنة التنظيمية: د.عتيق عائشة

نائبة رئيسة اللجنة العلمية : د.عتيق خديجة

نائبة رئيس اللجنة التنظيمية: د.ولد معمر نوال

المنسق العام للملتقى: د. مفراد عبد الله

المنسق التقني للملتقى: د.يخلف عبد الله

ديباجة الملتقى

إنّ للمستهلك دور مهم في نشاط المصانع التي تقوم بتقديم منتجاتها له، إذ لا يمكن لأي مصنع أن ينجح في تحقيق أهدافه، إلّا إذا قام بتحديد المستهلك لتلك المنتجات وإدراك الدور الذي يؤديه، وما يتطلب من دراسة سلوكه والتنبؤ به لمعرفة آرائه ومقترحاته بفرض تحديد احتياجاته. إذ لا يمكن إنتاج المنتج المناسب إلّا إذا تمّ تحديد لمن يوجّه هذا المنتج .

يعرّف المستهلك بأنّه ذلك التصرف الذي يبرزه المستهلك في البحث عن، وشراء أو استخدام السلع والخدمات، أو الأفكار أو الخبرات التي يتوقع أنّها ستشبع رغباته أو حاجاته، وحسب الإمكانيات الشرائية المتاحة. أو هو مجموعة التصرفات التي يبديها الأفراد، والموجهة نحو تأمين الحصول على السلع والخدمات، والمتضمنة لعملية اتخاذ القرار المحددة لتلك التصرفات.

إن المؤسسات الناشئة التي استحدثت بالجزائر تعد قيمة مضافة للاقتصاد الوطني من حيث توفيرها للثروة ومناصب الشغل كما أن هذه المشاريع المبتكرة لها صلة بعدد المجالات ومن شأنها أن تساهم في التنمية المحلية.

على أساس ما سبق ، تنشأ الإشكالية التالية:

كيف تساهم دراسة سلوك المستهلك في اكتساب أسواق جديدة بالنسبة للمؤسسات الناشئة؟

- ومن خلال هذا الملتقى سيتم التركيز على الأهداف التالية:
- تسليط الضوء على سبل واليات دراسة سلوك المستهلك للوصول الى مدى نجاعة التسويق المبني على دراسة المستهلك.
 - أهمية سلوك المستهلك بالنسبة للمؤسسات الناشئة.
 - اتجاهات السوق التي ينبغي ان تعرفها المؤسسات الناشئة .
 - مكانة المؤسسات الناشئة في تنويع الاقتصاد الوطني .

محاوّر الملتقى

المحور الأول: المقاربات النظرية حول سلوك المستهلك

المحور الثاني: أهمية المؤسسات الناشئة في استحداث أسواق جديدة

المحور الثالث: القوانين والتراخيص الممنوحة للمؤسسات الناشئة في الجزائر

المحور الرابع: تجارب المؤسسات الناشئة الجزائرية في مجال دراسة سلوك المستهلك .

المشاركون في الملتقى

- الأساتذة والباحثين،
- طلبة الدكتوراه.

شروط المشاركة

- تحرر الأوراق البحثية بصيغة Word بحجم ورقة 17سم / 24سم، خط SakkaMajalla بالنسبة للغة العربية، مقاس 14 للنص و 10 للهوامش، واستخدام المسافة "1" بين الأسطر. وخط Time New Romans مقاس 12 للنص و 09 للهوامش بالنسبة للغتين الفرنسية والإنجليزية مع استخدام مسافة "1" بين الأسطر، مع كتابة الهوامش بطريقة APA.

- ترسل الورقة البحثية في شكل ملف مرفق عن طريق البريد الإلكتروني التالي:

mostaseminaire@gmail.com

- يمكن كتابة الورقة البحثية باللغة: العربية، الفرنسية، الإنجليزية.
- لا تكون الورقة البحثية قد قدمت للمشاركة في نشاط علمي آخر أو تم نشرها سابقا
- لا يقل عدد صفحات الورقة البحثية المقدمة عن 10 صفحة ولا يزيد عن 25 صفحة بما في ذلك قائمة المراجع والملاحق إن وجدت.

تواريخ مهمة

آخر أجل لإرسال المداخلات كاملة من طرف المشاركين 2024/09/15

الرد على المداخلات المقبولة ابتداء 2024/09/30.

تاريخ انعقاد الملتقى : 2024/10/17.