

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

مبادرة صناعة الغد- جمعية الثقافة والمعرفة المستدامة-
خنشلة

بالشراكة والتعاون مع

مخبر الأرغونوميا والبحوث التطبيقية في علم النفس وعلوم
التربية- جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي

مخبر الاستجابات البيولوجية والنفسية للنشاط البدني
الرياضي- جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي-

مخبر المحاسبة، المالية، الجباية والتأمين -

جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي

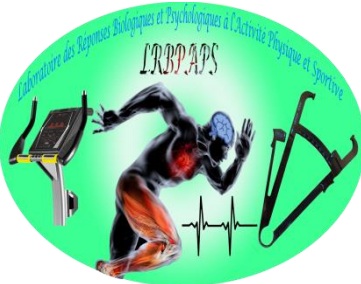
تحت شعار " في كل أزمة همة، ومنحة في كل محنة "

ينظم المؤتمر العلمي الدولي ذي الترتيم
المعياري الدولي -ISBN-

حول:

أرغونوميا الممارسات التسويقية بين فرص
التحول الرقمي والأزمات الوبائية

يومي: 03/04 /أفريل 2021
عبر تقنية التحاضر عن
بعد - Zoom -



يعيش العالم اليوم توقفاً وشللاً شبه كلي لمختلف القطاعات والأنشطة الاقتصادية، الاجتماعية، السياسية وغيرها من الأعمال، رغم اتخاذ التدابير الاحترازية لمنع انتشار فيروس كوفيد 19 والمحاولات العديدة من الدول على اختلاف درجات تقدمها لإيجاد الحلول والسعي للعودة إلى الحياة الطبيعية المألوفة. ومع التوقعات حول الموجة الوبائية الثانية وضرورة تعايش الأفراد والمنظمات والدول مع هذه الجائحة بإيجاد آليات مستحدثة للتكيف معها والخروج من الركود الاقتصادي بالتزامن مع التطورات الهامة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال والولوج في العالم الرقمي الذي يتميز بكميات هائلة من المعلومات والبيانات وسرعة فائقة في العمليات، ويمثل الطريقة الجديدة لممارسة الأعمال من خلال إدماج التكنولوجيا الرقمية.

واليوم وفي ظل هذه الأوضاع الاستثنائية وسعيًا للتكيف وتسريع وتيرة تحول المنظمات نحو تبني أساليب ابتكارية لتطوير النشاط التسويقي خاصة الأكثر تضرراً من تبعات هذه الأزمة، وما نتج عنها انخفاض محسوس في المبيعات والأرباح نظراً لتكدس المنتجات وعدم القدرة على تصريفها بسبب الحجر والغلق لتقليل الحركة والتجمعات وطوابير الانتظار، حيث لم يعد بإمكان أية منظمة ممارسة نشاطاتها بصورة اعتيادية بما في ذلك النشاط التسويقي المرتكز على الوسائط الرقمية ومحركات البحث واستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في كل النشاطات والممارسات وفق قواعد ارغونومية وهندسة بشرية بتطبيق هذا الكم من المعلومات عن القدرات البشرية ومعوقات حركته والصفات البشرية الأخرى المتعلقة بتصميم الأدوات والماكينات والنظم والمهام والوظائف والبيئات لاستخدام كفاء آمن ومريح.

وعليه تبلورت فكرة وإشكالية هذا المؤتمر العلمي على النحو التالي:

إشكالية الملتقى:

ما هي ملامح أرغونوميا الممارسات التسويقية المستمدة من فرص التحول الرقمي والأزمات الوبائية كوفيد 19؟

محاوّر المؤتمر:

المحور الأول: التحولات الرقمية والممارسات التسويقية:

- تكنولوجيا التحولات الرقمية- المفهوم والمراحل- أشكاله-
- الممارسات التسويقية بين التقليد والمعاصرة.
- تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتحول الرقمي في الممارسات التسويقية.
- معوقات وتحديات التحول الرقمي في الممارسات التسويقية لمنظمات الأعمال.

المحور الثاني: التأصيل التاريخي للأزمات الوبائية، تداعياتها وأثارها على التنمية.

- الأزمات الوبائية العالمية، أسبابها وتداعياتها.
- الأزمات الوبائية العالمية والتنمية الاقتصادية. الاجتماعية والسياسية.
- جائحة كورونا المستجد، أسبابها، تداعياتها وأثارها على الاقتصاد العالمي.
- جائحة كورونا المستجد وتراجع النشاط التسويقي لمنظمات الأعمال.
- جائحة كورونا المستجد والتحول نحو التسويق الرقمي لتحقيق التنمية الاقتصادية.

المحور الثالث: دور أرغونوميا التسويق في ظل الأزمات الوبائية

- التسويق الرقمي والمنتجات المحلية في ظل جائحة كورونا المستجد.
- التسويق الرقمي وتغير الأنماط الاستهلاكية للمجتمعات في ظل جائحة كورونا المستجد.
- التسويق الرقمي وترشيد الاستهلاك في ظل جائحة كورونا المستجد.
- التسويق الرقمي والمسؤولية الاجتماعية في ظل جائحة كورونا المستجد.
- التسويق الرقمي والمسؤولية البيئية للحد من انتشار فيروس كورونا المستجد.
- أخلاقيات التسويق الرقمي في ظل جائحة كورونا المستجد.

المحور الرابع: التسويق الرياضي وأهميته في ظل الأزمات الوبائية- وفيديو 19-

المحور الخامس: تجارب عربية وأجنبية رائدة في أرغونوميا التسويق في ظل

جائحة كورونا المستجد.

المحور السادس: قراءة استشرافية لأرغونوميا التسويق في الجزائر لما بعد الأزمة.

شروط المشاركة في المؤتمر:

- تخضع جميع أوراق المشاركة لمجموعة من القواعد وهي:
- يتم إعداد الأوراق البحثية وفق المناهج العلمية المتعارف عليها
- الأوراق البحثية يجب أن تكون غير منشورة أو قدمت من قبل للمشاركة بها في مؤتمرات علمية أو أرسلت لجهات أخرى.
- تتضمن الصفحة الأولى من الورقة البحثية المعلومات الشخصية الكاملة للمشارك والمعلومات الخاصة بالورقة البحثية.
- يمكن كتابة الأوراق البحثية باللغة العربية أو الانجليزية أو الفرنسية
- عدد صفحات الورقة البحثية يجب أن لا يتجاوز 15 صفحة (A4)، وأن لا يقل عن 08 صفحات (بما فيها الملخص وقائمة المراجع.
- الأوراق البحثية تكتب بصيغة (Word 2007)، حجم الخط 14 بالنسبة للغة العربية، و12 بالنسبة للغة الأجنبية.
- الأوراق البحثية المقبولة تنشر في كتاب المؤتمر ذو التقييم الدولي المعياري للكتاب -ISBN
- - آخر اجل لإرسال الورقة البحثية: يوم الجمعة الموافق لتاريخ: 01 مارس 2021..
- رسوم المشاركة 5000.00 (خمسة آلاف دينار جزائري)، تشمل: حقبة المؤتمر، نسخة ورقية واحدة فقط من كتاب المؤتمر، (والحصول على نسخة ثانية إضافية من الكتاب ينبغي تقديم طلب ممضي مع تسديد قيمة 2500.00 دج.
- - ترسل الأوراق البحثية للمشاركة في المؤتمر حصريا على البريد الالكتروني التالي:

ergomarketing20@gmail.com

هيئة المؤتمر:

الرئيس الشرفي للمؤتمر:

السيد: الأستاذ الدكتور ديبى زهير- مدير جامعة - العربي بن مهيدي -

أم البواقي-الجزائر .

مدير المؤتمر: د. هشام كربوش- مخبر الأرغونوميا والبحوث التطبيقية في علم النفس

وعلوم التربية- جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي- الجزائر

المشرف العام: أ.د. أحسين عثمانى - رئيس جمعية - الثقافة والمعرفة المستدامة- خنشلة.

رئيس المؤتمر: د. مانع سبرينة- جامعة عباس لغرور خنشلة-

نائب رئيس المؤتمر: د. بعلول نوفل

رئيس اللجنة العلمية: د. فارس طلوش

رئيس اللجنة التنظيمية: د. حركات سعيدة

نائب رئيس اللجنة التنظيمية: د. بن جمعة أمينة

رئيس اللجنة الإعلامية: د. صالح قليل

أمانة الملتقى: بنور نبيلة