



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
مخبر الشراكة والاستثمار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الفضاء الأورو-مغاربي
في إطار مشروع بحث PRFU حول: آليات ادماج تقنيات التسويق الإلكتروني
لترقية القطاع السياحي بالجزائر في ظل التوجه نحو السوق

بالتعاون مع

مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية سطيف
بمناسبة اليوم العالمي للسياحة

تنظم

ملتقى وطني

حول

التسويق الإلكتروني في القطاع
الفندقي والسياحي بالجزائر

يوم 27 سبتمبر 2022

الرئيس الشرفي (مدير الجامعة) أ.د. لطرش محمد الهادي
المشرف العام (عميد الكلية) د. بورقة شوقي
المنسق العام (مدير المخبر) أ.د. سكاك مراد

رئيس الملتقى: د. ناصر بوشارب
رئيس اللجنة العلمية: أ.د. بن يعقوب الطاهر
رئيس اللجنة التنظيمية: د. شرشافة إلياس

آخر أجل لارسال المداخلات كاملة: يوم 07 سبتمبر 2022

Online Travel Agency
SOCIAL MEDIA
Digital
ADSENSE
HOTELS
Trip
Tourism
Marketing
SEO ANALYTICS
ADVERTISEMENT
GDS
Metasearch

al Media
Twitter
Yahoo
ebook
SEO
Marketing
Google

إشكالية الملتقى الوطني

تلعب الوكالات السياحية دورا بارزا في عمليات الحجز على المستويين الداخلي والخارجي، حيث تساهم بعض الوكالات السياحية الإلكترونية في زيادة عدد الحجوزات بنسبة معتبرة، وتعتبر القناة الرئيسية لعمليات الحجز الخاصة بسلاسل الفنادق الفخمة باعتبارها تغطي أكثر من 60% من حجوزاتها، وذلك راجع إلى التقنيات التسويقية المستخدمة من طرف هذه الوكالات، والتي تسهم بدورها في ظهور ووصول المرافق الأكبر شريحة ممكنة، وبوجه خاص السياح الأجانب. وهذا ما مكن السائح من القيام بالتخطيط والتنظيم لرحلاته السياحية عن طريق عمليات الحجز الإلكتروني خاصة في ظل التطور التكنولوجي والرقمي الكبير، من شراء للتذاكر، حجوزات فندقية وغيرها من الخدمات السياحية. كل هذا أدى إلى تطوير السياحة بصفة عامة وما يعرف بصناعة السياحة الإلكترونية بصفة خاصة.

تمثل ميزانية التسويق حوالي 45% من ميزانية بعض المؤسسات السياحية حاليا، أين يأخذ الترويج أكبر نسبة منها، بحيث تحول التسويق في هذه المؤسسات من الشكل التقليدي إلى شكل إلكتروني بحت، رغم ذلك يبقى استغلال التسويق الإلكتروني في القطاع السياحي الجزائري جد محتشم، والدليل على ذلك عدد المؤسسات السياحية أو الفندقية المدرجة ضمن مختلف الوكالات السياحية الإلكترونية العالمية، بحيث أن عددها لا يتجاوز 500 مؤسسة في بعض الأحيان، في حين أن عدد هذه المؤسسات في دول الجوار قد يتجاوز 5000 مؤسسة سياحية وفندقية.

من خلال ما سبق يهدف هذا الملتقى إلى تحديد الآليات التسويقية الإلكترونية الممكن تطبيقها على السوق الجزائري بما يتلاءم وثقافته، منشأته وإمكانياته، بهدف ترقية السياحة الجزائرية الداخلية والخارجية، واستقطاب أكبر عدد من السياح الأجانب.

الإشكالية

مما سبق تظهر ملامح إشكالية هذا الملتقى فيما يلي:

كيف يمكن امتثال تقنيات التمويق الإلكتروني لترقية السياحة الجزائرية؟

أهداف الملتقى

- تبادل المعارف والأفكار والخبرات في مجال التسويق الإلكتروني؛
- استشراف الدور الريادي للتسويق الإلكتروني في المؤسسات الفندقية والسياحية؛
- عرض تجارب ناجحة للمؤسسات الفندقية والسياحية في مجال التسويق الإلكتروني.

محاور الملتقى

- المحور الأول: التوجهات الحديثة في التسويق الإلكتروني والصناعة السياحية؛
- المحور الثاني: التسويق الإلكتروني في المؤسسات الفندقية والسياحية؛
- المحور الثالث: عرض أهم التجارب الناجحة في اعتماد التسويق الإلكتروني من طرف المؤسسات الفندقية والسياحية؛
- المحور الرابع: معوقات وآفاق تبني التسويق الإلكتروني في المؤسسات الفندقية والسياحية في الجزائر.

الأطراف المستهدفة من الملتقى

- الاساتذة والباحثون ذوي الاختصاص من مختلف الجامعات ومراكز البحث؛
- اطارات المؤسسات الفندقية والسياحية والهيئات ذات الصلة؛
- الطلبة في مختلف الأطوار.

شروط المشاركة في الملتقى

- أن يتسم البحث بالأصالة والحدثة، وألا يكون مستلماً من مداخلة أو بحث أو مؤلف سابق؛
- أن يتم تهيميش وذكر المصادر ومختلف المراجع؛
- تقبل مختلف المداخلات باللغة العربية، الفرنسية والانجليزية؛
- تحرر المداخلات وفقاً للقالب: <https://cutt.ly/WLVkLFo>
- أن يتم إرفاق البحث المداخلة بملخص باللغة العربية ولغة أجنبية؛

تنشر أحسن البحوث في المجلة الدولية للدراسات التسويقية.

تواريخ مهمة

- آخر أجل لإرسال المداخلات كاملة يوم: 2022/09/07
- الرد على المداخلة المقبولة يوم: 2022/09/20
- تاريخ الملتقى: 2022/09/27

المراسلات:

ترسل المداخلة وفقاً للقالب على عنوان البريد الإلكتروني للملتقى الوطني:

Digitalmarketing.setif@gmail.com

أشغال الملتقى الوطني عبر منصة Zoom