الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

كلية الشريعة والاقتصاد ومخبر الدراسات الاقتصادية والمالية الإسلامية ينظمان الملتقى الوطني الأول الهجين بعنوان:

تبني التسويق الإسلامي في المؤسسات الجزائرية

تحديات الواقع والمتطلبات الشرعية والتنظيمية

28 شوال 1445 هـ/ 07 ماي 2024 م

الرئيس الشرفي للملتقى: أ.د. السعيد دراجي مدير جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الاسلامية

المشرف العام للملتقى: أ.د. كمال لدرع عميد كلية الشريعة والاقتصاد

المنسق العام للملتقى: أ.د. موسى كاسحي مدير مخبر الدراسات الاقتصادية والمالية الاسلامية

رئيس الملتقى: د. أسماء فرادي

رئيس اللجنة العلمية: د. ابتسام منزري

رئيس اللجنة التنظيمية: د. مريم شطيبي محمود

الديباجة:

في ظل بيئة الأعمال الحديثة والتي تتسم بشدة المنافسة، والتطور التكنولوجي المتسارع، والتغيرات غير المتوقعة في سلوك الأفراد والمجتمعات، أصبح استخدام التسويق بأساليبه وأدواته المختلفة ضرورة لجميع المؤسسات الاقتصادية ذات الطابع الربحي لما يحققه لها من فوائد ويسهم في تحقيق أهدافها. وبالمقابل نجد أيضًا توجهًا للمؤسسات حتى غير الربحية في إشراك أفراد المجتمع بمختلف مستوياتهم في أعمالها والتأثير عليهم أثناء تقديم خدماتها أو منتجاتها لهم وباتت هناك حتمية لتوظيف هذا النوع من المؤسسات للتسويق في إيصال أفكارها وقضاياها والتعريف برسالتها.

وعرف العالم في الآونة الأخيرة أهمية تطبيق ما يسمى بالمسؤولية الاجتماعية والمجتمعية والتي تتبنى في جوهرها أفكاراً أخلاقية، ومع بروز مؤسسات ربحية وغير ربحية ذات طابع إسلامي تستخدم أساليب تسويقية تكون موافقة لأحكام الشريعة الإسلامية وتطابقها مع القيم الأخلاقية، فقد سجّلت هذه المؤسسات أرقامًا لا بأس بها في النمو والتطور، ما لفت الأنظار نحو محاولة معرفة طبيعة هذه المؤسسات ودراستها لزيادة الوعي بقيمها ومبادئها، وأخذ العديد من آليات عملها وتطبيقها حتى في المؤسسات التي لم تؤسس على أسس إسلامية، وذلك لما ظهر من دور إيجابي لها وجذب فئة أخرى من المتعاملين وهم الأخلاقيون في تعاملاتهم والذين ينتهجون منظومة من القيم والمبادئ والقواعد والآداب في تنظيم سلوكياتهم الحياتية، وسواء كانوا من غير المسلمين؛ أو من المسلمين الذين يشكلون ربع سكان العالم بعدد يقارب 1.8 مليار فرد، فما كان لهذه الفئة من المتعاملين إلا أن تبحث عن البديل الأنسب لها بما يتوافق مع معتقداتها الدينية. وكتجاوب طبيعي ظهر التسويق الإسلامي والذي بالإضافة إلى تحقيق الأهداف الاقتصادية و/أو الاجتماعية المتوخاة منه، يسعى إلى تحقيق الامتثال لأحكام الشريعة الإسلامية في كل الممارسات التسويقية.

ونظرًا للطابع الثقافي والديني البارز في المجتمع الجزائري، وكون أن سكان الجزائر مسلمون، يمكن أن يكون لتبني المؤسسات فيه للتسويق الإسلامي أهمية خاصة، لما يسمح للمؤسسات بالالتزام بالقيم والأخلاقيات الإسلامية في أعمالها، ويشجع على جذب الجمهور المهتم بالمنتجات والخدمات التي تتماشى مع مبادئ وضوابط الشريعة.

اعتبارا لما تقدم يمكن تحديد الإشكالية التي يسعى الملتقى لدراستها والجواب عنها كالآتي:

فيما تتمثل متطلبات تبني المؤسسات الجزائرية، الربحية وغير الربحية، للتسويق الإسلامي كآلية عمل في ظل التحديات الشرعية، والقانونية، والتنظيمية لبيئة عملها؟

الأهداف:

- ✓ توضيح المفاهيم الخاصة بالتسويق الإسلامي والتسويق الأخلاقي.
- ✓ ابراز أهمية الالتزام بضوابط الشريعة الإسلامية لممارسة الأعمال التسويقية.
- ✓ ابراز دور التسويق الاسلامي في تحقيق أهداف منظمات الأعمال في مختلف الميادين.
- ✓ التعرف على التجربة الجزائرية في تبني التسويق وإمكانية الاعتماد على التسويق الإسلامي.
- ✓ التعرف على التجارب الدولية الرائدة في تبني التسويق الإسلامي للاستفادة منها.
- ✓ الخروج بتوصيات تخدم المؤسسات ومنظمات الأعمال الجزائرية.

المحاور:

1. مدخل نظري للتسويق الإسلامي

تطور التسويق في الفكر الإسلامي، بيئة أعمال المؤسسات الجزائرية، الأسواق الإسلامية الناشئة، دراسة السوق الإسلامي وسلوك المستهلك المسلم، المزيج التسويقي الإسلامي، شروط تبني التسويق الإسلامي، إدارة التسويق الإسلامي، التسويق الإسلامي الرقمي.

2. تسويق الصناعة الحلال

في مجال الأغذية، المواد الصيدلانية والتجميل، الملابس والنسيج، خدمات النقل والسياحة، الإعلام ووسائل الترفيه، التمويل والتأمينات، في المجال الاجتماعي.

3. التأصيل الفقهي للتسويق الإسلامي

التسويق من منظور إسلامي، التكييف الفقهي للممارسات التسويقية، المنهج الإسلامي في أخلقة الممارسات التسويقية، الممارسات التسويقية بين القضايا الأخلاقية والضوابط الفقهية.

4. التسويق الإسلامي من منظور قانوني

التنظيم القانوني للممارسات التسويقية حسب القانون الجزائري، التنظيم القانوني للممارسات التسويقية حسب التشريعات الدولية، القوانين المتعلقة بالتسويق الاجتماعي والخيري، اللوائح التشريعية لضمان احترام وحماية حقوق المستهلك، وحماية حقوق المنتج والملكية الفكرية، التوازن بين الأبعاد القانونية والأبعاد الأخلاقية في التسويق الإسلامي.

5. تجارب وطنية ودولية رائدة

الفئات المستهدفة:

1. الأساتذة الباحثين الجامعيين، والباحثين المنتسبين إلى الجامعات ومراكز البحث المتخصصة.
2. طلبة الدكتوراه.
3. الخبراء في مجال التسويق.

شروط المشاركة:

1. أن يكون البحث في أحد محاور الملتقى.
2. أن يتصف البحث بالدقة العلمية والحداثة ولا تقبل بحوث سبق مناقشتها أو نشرها.
3. تقدم البحوث باللغة العربية، أو الفرنسية، أو الإنجليزية مع تقديم ملخص بلغة مغايرة.
4. لا يتجاوز عدد المشاركين اثنين في البحث.
5. يعتمد منهجيا في إعداد المداخلة على طريقة APA.
6. تقدم استمارة المشاركة والورقة البحثية بخط 14 ونوع Sakkal Majalla للمداخلات باللغة العربية وتكون بحجم خط 12 ونوع Times New Roman للمداخلات باللغة الأجنبية.
7. لا يقل عدد صفحات الورقة العلمية عن 15 صفحة ولا يزيد عن 20 صفحة.

تواريخ مهمة:

آخر أجل لإرسال المداخلة كاملة: **18 أفريل 2024**

الرد على القبول النهائي للمداخلات: **28 أفريل 2024**

تاريخ انعقاد الملتقى الوطني: **07 مايو 2024 م**

أعضاء اللجنة العلمية	
أ.د. **كمال لدرع** جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الاسلامية	أ.د. **علي ميهوبي** جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الاسلامية
د. **مريم شطيبي محمود** جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الاسلامية	أ.د. **سعاد رباح** جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الاسلامية
د. **سارة علالي** جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الاسلامية	أ.د. **عبد الرحمن خلفة** جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الاسلامية
أ.د. **موسى كاسحي** جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الاسلامية	د. **حميد عماري** جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الاسلامية
د. **جابر سطحي** جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الاسلامية	أ.د. **سعيدة بوفاغس** جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الاسلامية
د. **حليمة بزاز** جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الاسلامية	د. **منى يحي الشريف** المدرسة العليا للمحاسبة والمالية قسنطينة
د. **سارة دريدي** جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الاسلامية	د. **لبنى بوالطمين** المدرسة العليا للمحاسبة والمالية قسنطينة
د. **شعيب يونس** جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الاسلامية	د. **نسيم زغبيد** المدرسة العليا للمحاسبة والمالية قسنطينة
أ.د. **حسيبة سميرة** جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الاسلامية	د. **خليل طيار** جامعة قسنطينة 2
د. **فوزية العايب** جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الاسلامية	د. **طلال عباسي** جامعة قسنطينة 2
د. **كنزة ثنيو** جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الاسلامية	د. **أحلام بوقفة** جامعة قسنطينة 2
د. **فضيلة بارش** جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الاسلامية	د. **ليلية غضابنة** جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي
د. **عبد الوهاب شلي** جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الاسلامية	أ.د. **أمال بوسمينة** جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي
أ.د. **عبد الناصر براني** جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الاسلامية	أ.د. **محمد دمان دبيح** جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي
أ.د. **عقبة سحنون** جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الاسلامية	د. **فاطمة الزهراء بن صغير** جامعة العربي التبسي تبسة
د. **مريم قشي** جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الاسلامية	د. **أحميدة مالكية** جامعة العربي التبسي تبسة
د. **سناء العايب** جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الاسلامية	د.**وفاء معاوة** جامعة العربي التبسي تبسة
د. **مريم قايد** جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الاسلامية	د. **صونيا زحاف** جامعة العربي التبسي تبسة
د. **دليلة شايب** جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الاسلامية	د. **هدى بوجنيك** جامعة العربي التبسي تبسة
أ.د. **أبو بكر بعداش** جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الاسلامية	د. **توفيق حناشي** جامعة العربي التبسي تبسة
د. **سعاد قصعة** جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الاسلامية	د. **دنيا زاد نصراوي** جامعة عباس لغرور خنشلة
د. **خديجة بركاني** جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الاسلامية	د. **نسيمة سابق** جامعة باتنة 1
د. **يمينة بوسعادي** جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الاسلامية	د. **إبراهيم طاوسي** المدرسة الوطنية العليا للتجارة
أ. د. **نادية رازي** جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الاسلامية	د. **رضا حمزة بوجانة** مركز البحث CREAD
د. **ليندة بومحراث** جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الاسلامية	د. **زين الدين طالم** جامعة الجزائر 3

أعضاء اللجنة التنظيمية	
د. ابتسام منزري	ط.د. أميرة حشيش
د. كموش إيمان	ط.د. سماح بو البازين
د. عبد الحفيظ حسام الدين	ط.د. بثينة بجاوي
د. لطفي ايكن	ط.د. لينة كروميش

ملاحظة:

✓ يتم ارسال البحوث واستمارات المشاركة عبر الرابط:

https://docs.google.com/forms/d/1-lgPGz2hDF34uOhxNV4-_iFSJkak3UJoEvPnEsEn64M/edit

أو عبر رمز QR التالي:

✓ لأي استفسار الاتصال بالبريد الالكتروني للملتقى:

islamic.marketing2024@gmail.com

أو الاتصال بـ: د. أسماء فرادي على البريد الإلكتروني:

asmaa.fradi@gmail.com