



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة باجي مختار - عنابة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم المالية

مخبر الابتكار والتحليل الاقتصادي والمالي

LARIEF

ينظم

الملتقى الوطني حول

التوجهات التسويقية المعاصرة في مواجهة تحديات الأمن الغذائي

نوفمبر 04
2026



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة باجي مختار - عنابة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم المالية

مخبر الابتكار والتحليل الاقتصادي والمالي (LARIEF)



اللجنة المشرفة على الملتقى

الرئيس الشرفي للملتقى:

أ.د محمد مانع

مدير جامعة باجي مختار عنابة

الإشراف العام:

أ.د بوعلام عمار شبيبة

عميد كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

رئيس المخبر:

د. لمياء أوضافية

رئيس الملتقى:

د. إيمان بن عيدة

رئيس اللجنة العلمية:

أ.د شافية شاوي

رئيس اللجنة التنظيمية:

د. رندة بولقرون

اللجنة العلمية للملتقى

أ.د شافية شاوي

رئيس اللجنة العلمية

الإسم واللقب	الجامعة	الإسم واللقب	الجامعة
أ.د رضا جاجودو	جامعة باجي مختار عنابة	أ.د منير خروف	جامعة 8 ماي 1945 قالمة
أ.د عبد اللطيف بلقرسة	جامعة باجي مختار عنابة	أ.د ناصر بوعزيز	جامعة 8 ماي 1945 قالمة
أ.د الهادي بوقلقول	جامعة باجي مختار عنابة	أ.د ليندة قريشة	جامعة 8 ماي 1945 قالمة
أ.د محمد حولي	جامعة باجي مختار عنابة	أ.د سعاد شعاعينة	جامعة 8 ماي 1945 قالمة
أ.د محمد بلعيد	جامعة باجي مختار عنابة	أ.د أسيا جوجات	جامعة الجزائر 3
أ.د لمياء أوضافية	جامعة باجي مختار عنابة	أ.د منصف بن خديجة	جامعة محمد الشرف ساعدة سوق أهراس
أ.د فاطمة الزهراء عنان	جامعة باجي مختار عنابة	أ.د زويير عياش	جامعة أم البواقي
أ.د محمد بزيه كحول	جامعة باجي مختار عنابة	أ.د عمر جنبنة	جامعة العربي تيسي تيسة
أ.د زهرة زويد	جامعة باجي مختار عنابة	أ.د نوفل سمالي	جامعة العربي تيسي تيسة
أ.د وردة جفال	جامعة باجي مختار عنابة	أ.د فضيلة بوطورة	جامعة العربي تيسي تيسة
أ.د نهاد حمدان	جامعة باجي مختار عنابة	د. خثير شين	المركز الجامعي البزي

اللجنة التنظيمية للملتقى

الدور	الإسم واللقب	الانتماء
رئيس	د. رندة بولقرون	جامعة باجي مختار عنابة
عضو	د. سعيدة ضواوية	جامعة باجي مختار عنابة
عضو	د. هاجر برحابل	جامعة باجي مختار عنابة
عضو	أ. صبرينة بويوب	جامعة باجي مختار عنابة
عضو	د. دارين بوزيدي	جامعة باجي مختار عنابة
عضو	د. عفاف بلهرج	جامعة باجي مختار عنابة
عضو	د. أحلام ناني	جامعة باجي مختار عنابة
عضو	د. إيمان خلافيقة	جامعة باجي مختار عنابة
عضو	د. شهر الدين شحماط	جامعة باجي مختار عنابة
عضو	د. محمد عامر طواف	جامعة باجي مختار عنابة
عضو	د. أسماء قريشة	جامعة باجي مختار عنابة
عضو	د. حياة بورتاز	جامعة باجي مختار عنابة
عضو	د. مريم فوري	جامعة باجي مختار عنابة
عضو	د. مريم منصري	جامعة باجي مختار عنابة
عضو	د. فاطمة الزهراء عياشي	جامعة باجي مختار عنابة
عضو	د. رانيا رابحي	جامعة باجي مختار عنابة
عضو	د. هدي زقاي	جامعة باجي مختار عنابة
عضو	د. لبنة علالة	جامعة باجي مختار عنابة
عضو	د. سمية علاوي	جامعة باجي مختار عنابة
عضو	د. زينب مزود	جامعة باجي مختار عنابة
عضو	د. إيمان درناتي	جامعة باجي مختار عنابة

الملتقى الوطني حول

التوجهات التسويقية المعاصرة في مواجهة تحديات الأمن الغذائي

ضوابط وشروط المشاركة

- ✓ أن يكون البحث ضمن محاور الملتقى المذكورة:
- ✓ أن يكون البحث أصيلاً لم يسبق نشره أو المشاركة به في أي تظاهرة علمية أخرى:
- ✓ تحرر البحوث باللغات بالفرنسية، الإنجليزية والفرنسية:
- ✓ يجب أن تحتوي المناقشة على ملخص باللغة الإنجليزية بالنسبة للبحوث بالكتابة بالفرنسية العربية أو الفرنسية:
- ✓ ألا يتجاوز عدد المشاركين باحثين اثنين، تمنح الأولوية للبحوث المبدئية:
- ✓ ألا يتجاوز البحث 20 صفحة (بما فيها المراجع والملاحق)، إتباعا للمعايير الموضحة في قالب المداخلات الخاص بالملتقى:
- ✓ تخضع البحوث المرشحة للتحكيم العلمي من قبل أعضاء اللجنة العلمية للملتقى:

ترسل البحوث في نسخة واحدة PDF إلى البريد الإلكتروني:

imene.benaïda8@gmail.com

جدول الملتقى

- 20 أكتوبر 2026 آخر أجل لإستقبال المداخلات:
- 25 أكتوبر 2026 الرد على المداخلات المقبولة:
- 04 نوفمبر 2026 تاريخ انعقاد الملتقى: حضوري

Inquiries

للمزيد من المعلومات بإمكانكم الاتصال على الرقم الهاتفي الآتي:

0664.70.57.80

الملتقى الوطني حول

التوجهات التسويقية المعاصرة في مواجهة تحديات الأمن الغذائي

محاور الملتقى

- 01 المحور الأول: المقاربات النظرية للتسويق المعاصر والأمن الغذائي.
- 02 المحور الثاني: التسويق الرقمي والذكاء الاصطناعي في تحسين سلاسل التوريد الغذائية.
- 03 المحور الثالث: التوجهات التسويقية المعاصرة ودورها في التأثير على المستهلك وتعزيز الثقافة الغذائية.
- 04 المحور الرابع: استراتيجيات التسويق الأخضر لتعزيز السلوك الإستهلاكي، المستدام.
- 05 المحور الخامس: التحديات الأخلاقية والتنظيمية للتسويق الرقمي في القطاع الغذائي.
- 06 المحور السادس: الأثرولوجية الرقمية لدراسة السلوك الغذائي للمستهلك الجزائري داخل الفضاء الرقمي.
- 07 المحور السابع: دور المؤسسات الناشئة في تعزيز الابتكار داخل قطاع الصناعات الغذائية.
- 08 المحور الثامن: تجارب رائدة في صناعة الأمن الغذائي في ظل التوجهات المعاصرة للتسويق.

الفئة المستهدفة

- الوزارات والهيئات المهمة
- خبراء التسويق والتكنولوجيا الحديثة
- المهنيين في الصناعة الغذائية والتسويق
- جمعيات المجتمع المدني
- الشركاء الإقتصاديين المهنيين بقطاع الصناعات الغذائية وقطاع التسويق
- الأساتذة الباحثين في الجامعات ومراكز البحث، طلبة الدكتوراه

الملتقى الوطني حول

التوجهات التسويقية المعاصرة في مواجهة تحديات الأمن الغذائي

أهداف الملتقى

يهدف هذا الملتقى إلى:

كشف دور التسويق الرقمي في تعزيز الاستدامة الغذائية:

تحليل كيفية استخدام الذكاء الاصطناعي والتحليلات الكبيرة للبيانات لإعادة تشكيل سلوكيات المستهلكين الجزائريين وتحسين جودة المنتجات المحلية، مع التصور تسعير ديناميكي يتناسب مع توافر المواد الخام، وتحسين كفاءة سلاسل التوريد الزراعية في مواجهة التحديات المناخية مثل الجفاف الجنوبي.

تعزيز الابتكار التسويقي لدعم السيادة الغذائية الوطنية:

مناقشة استراتيجيات رقمية مثل التجارة الإلكترونية والتطبيقات المتقدمة لربط المنتجين المحليين بالأسواق العالمية، بهدف تقليل الاعتماد على الواردات الغذائية وتعزيز التصدير الزراعي للمنتجات الجزائرية الرئيسية كالسوس، مع التركيز على تنويع الاقتصاد الغذائي عبر الترويج للسياحة الزراعية والمنتجات التقليدية في المناطق في المناطق الريفية.

بناء ثقافة استهلاك مسؤول ومستدام:

دراسة تأثير التسويق الأخضر والمسؤول اجتماعيا في زيادة الوعي البيئي لدى المستهلكين، لدفعهم نحو ممارسات تتوافق مع أهداف التنمية المستدامة، من خلال حملات رقمية تشكل القرارات الشرائية وتعزز القيم الغذائية المحلية في ظل التحولات الاقتصادية والاجتماعية المتسارعة.

مواجهة التحديات الأخلاقية والتنظيمية في التسويق الرقمي:

تقييم قضايا مثل خصوصية البيانات والتلاعب بالبيانات، مناقشة دور الحكومات والمؤسسات في دعم الابتكار التسويقي لضمان أمن غذائي عادل يحمي الاستقرار المجتمعي والسيادة الوطنية، في الجزائر والمنطقة العربية.

تبادل الخبرات العملية والعلمية من خلال دراسات حالة:

جمع الباحثين والممارسين لاستعراض نماذج ناجحة من الجزائر والمنطقة العربية والعامية، بهدف صياغة توصيات عملية تحول الواسط الرقمية من أدوات ترويجية إلى منصات استراتيجية تحقق الاستدامة في سلاسل التوريد الغذائية رغم تأثيرات الأزمات.

الملتقى الوطني حول

التوجهات التسويقية المعاصرة في مواجهة تحديات الأمن الغذائي

تقديم الملتقى

في عصرنا الحالي، حيث تتسارع وتيرة التحولات الاقتصادية والتكنولوجية والمناخية، يبرز الأمن الغذائي كأحد أبرز التحديات الاستراتيجية التي تواجه المجتمعات على كافة المستويات الإقليمية. إذ يعرف الأمن الغذائي وفقا لمنظمة الأغذية والزراعة (FAO) بأنه توافر الغذاء وإتاقته والأمن والمغذي للجميع في جميع الأوقات، مما يضمن حياة صحية وكريمة. ومع ذلك، أدت جائحة كوفيد-19، والتغيرات المناخية المتسارعة وكذلك الأزمات إلى تفاقم هذه التحديات حيث يعاني أكثر من 828 مليون شخص من الجوع المزمن بحسب تقرير حالة الأمن الغذائي والتغذية لعام 2022. وواجه ملايين ملايين مخاطر نقص الإمدادات الغذائية.

في ظل التغيرات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية المتسارعة، أصبح الأمن الغذائي في العالم أحد أبرز التحديات الاستراتيجية لتوجه الجزائر بدورها في مواجهة التحديات المعاصرة لهذا المجال لما من أثر مباشر على الاستقرار المجتمعي وضمان السيادة الوطنية. وفي هذا الإطار، تكتسب التوجهات التسويقية المعاصرة دورا محوريا في مواجهة هذه التحديات، إذ أصبح التسويق ليس مجرد أداة للترويج والمبيعات، بل استراتيجية شاملة لتعزيز الاستدامة والإمكانيات في سلاسل التوريد الغذائية، فالسياسة الرقمية اليوم لم تعد مجرد أدوات للترويج بل أصبحت استراتيجيات للتأثير في السلوكيات، كفرصة للفرصات الفريدة اليوم الغذائية لدى المستهلك الجزائري. إذ يعتمد التسويق الرقمي، منذ عموما بالذكاء الاصطناعي والتطورات الشرائية لدى المستهلك الجزائري، في، إذ يعتمد المستهلك، نحو تعزيز الذكاء الاصطناعي ودعم تسويق الكبيرة للبيانات، إلى فهم وإعادة تشكيل لفضاء المستهلك، مثل المنتجات المصنوعة المحلية، وبسهم تخضع للبهادر الغذائي بنسبة تصل إلى 30% من خلايا من قبل النساء الديناميكي والترويج للشعبي، كما أن التسويق الأخضر والمسؤول اجتماعيا يحفز الوعي البيئي، مما يدفع الشركات نحو ممارسات مستدامة تتوافق مع أهداف التنمية المستدامة للأمم المتحدة، خاصة الهدف الثاني المتعلق "بالخضرة على الجوع".

بما أن الجزائر واحدة من أكبر منتجي الحبوب في إفريقيا، فهي تواجه تحدي كبير لضمان الأمن الغذائي، خاصة في ظل التحديات المناخية مثل الجفاف المتكرر في المناطق الجنوبية. هذا تبرز الحاجة إلى توجهات تسويقية مبتكرة تعتمد على الرقمنة لتعزيز المصدر المائي وتوليد سلاسل توريد ذكية تربط بين المنتجين المحليين والأسواق العالمية مع الاستفادة من الفعالية الإلكترونية والتطبيقات المتقدمة. كما يمكن للتسويق الرقمي أن يساهم في تنويع الاقتصادات القروية من خلال الترويج للسياحة الزراعية والمنتجات الفضاء على تعزيز الذات المستدامة في المناطق الريفية.

بناء على هذا الطرح

تتمحور إشكالية الملتقى في تساؤل رئيس:

إلى أي مدى يمكن للتوجهات التسويقية المعاصرة مواجهة تحديات الأمن الغذائي في العالم والجزائر؟