



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة تيسمسيلت
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير



بالتعاون مع مشروع البحث (PRFU)
رقم المشروع (F01L01UN380120230003)
تنظم



الملتقى الوطني الافتراضي حول

استراتيجية تسويق العلامة التجارية
للمقاصد السياحية في الجزائر



05 جوان 2024



إستراتيجية تسويق العلامة التجارية للمقامد السياحية في الجزائر

الملتقى الوطني
الإفتراضي حول

الهيئة المنظمة للملتقى

الرئيس الشرفي للملتقى الوطني:

أ.د. دهوم عبد المجيد

مدير جامعة تيسمسيلت

المشرف العام للملتقى:

أ.د. سحنون جمال الدين

عميد كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

المنسق العام للملتقى:

أ.د. زويبر محم

نائب العميد المكلف بما بعد التدرج والبحث العلمي

رئيس الملتقى:

د. زيان بروجعة علي

مسؤول شعبة العلوم التجارية

نائب رئيس الملتقى:

أ.د. لجلط إبراهيم

رئيس اللجنة الوطنية لميدان التكوين في العلوم الاقتصادية

رئيس اللجنة العلمية للملتقى:

د. زيان موسى مسعود

مسؤول شعبة علوم التسيير

نائب رئيس اللجنة العلمية:

أ.د. محمودي أحمد

رئيس اللجنة التنظيمية:

د. قيداون أبو بكر الصديق

نائب رئيس اللجنة التنظيمية:

د. حمو زروقي أمال

أمانة الملتقى:

أ.د. سوداني نادية



ديباجة الملتقى

يُعدّ قطاع السياحة أحد أهم القطاعات الاقتصادية الواعدة في الجزائر، نظراً لما تزخر به بلادنا من مقاصد سياحية ذات جاذبية تاريخية وثقافية وطبيعية. غير أنّ تطوير هذا القطاع ورفع تنافسيته يتطلب بناء علامات تجارية قوية ومميزة للوجهات السياحية الجزائرية، واعتماد استراتيجية فعّالة للترويج والتسويق الرقمي لها. وقد سعت الجزائر في بداية العقد الأول من القرن الواحد والعشرون في طرح استراتيجية وطنية للنهوض بالقطاع السياحي وتعزيز الطلب السياحي على المقاصد السياحية في الجزائر محلياً ودولياً تحت مستوى المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT2030) وبناء علامة سياحية متميزة تعزز من الصورة الذهنية المدركة للمقاصد السياحية الجزائرية.

وفي ظلّ ما شهده العالم من تطور تكنولوجي هائل وظهور منصات التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية، أصبح بالإمكان اليوم الوصول إلى شرائح أوسع من السياح بتكلفة أقل. وبالتالي، يأتي هذا الملتقى الوطني ليسلّط الضوء على أفضل الاستراتيجيات التسويقية لبناء وتعزيز العلامة التجارية للوجهات السياحية في الجزائر، وكيفية توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الترويج الفعّال لها، وتعزيز تنافسيتهما في ظلّ التحديات الاقتصادية والتكنولوجية والبيئية المعاصرة.

إشكالية الملتقى

تمثل القضية المركزية التي سيتم التركيز عليها ومناقشتها خلال الملتقى الوطني في:

"ماهي مختلف الآليات والمداخل الاستراتيجية لتسويق العلامة التجارية للمقاصد السياحية في الجزائر؟ وكيف يمكن أن تعزز من تنافسيتهما"

أهداف الملتقى

يسعى الملتقى إلى تحقيق الأهداف التالية:

- تحليل الطلب السياحي على المقاصد السياحية للجزائر وعلامتها الرئيسية والفرعية وتبيان تنافسيتهما وطنياً وعربياً ودولياً؛
- تبيان دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في استراتيجية تطوير وبناء علامة المقاصد السياحية في الجزائر؛
- إبراز أهمية التسويق الرقمي في خلق الصورة الذهنية المدركة لدى المستهلكين السياحيين؛
- دراسة تجارب دولية ناجحة في استراتيجية تطوير وبناء العلامة التجارية للمقاصد السياحية والاستفادة من تجاربها لتعزيز القدرة التنافسية للمقاصد السياحية في الجزائر.
- طرح مجموعة من التوصيات والاقتراحات موجهة للفاعلين في القطاع السياحي بالجزائر من أجل تعزيز المركز التنافسي للمقاصد السياحية الجزائرية وتطوير علامتها السياحية في الأسواق السياحية الدولية.



ورشات الملتقى



- الورشة الأولى: الإطار النظري حول تسويق العلامة التجارية للمقاصد السياحية.
- الورشة الثانية: التحليل الاستراتيجي للمقاصد السياحية في الجزائر.
- الورشة الثالثة: التسويق الرقمي للعلامة التجارية للمقاصد السياحية في الجزائر.
- الورشة الرابعة: الصورة الذهنية للعلامة التجارية للمقاصد السياحية في الجزائر.
- الورشة الخامسة: نماذج وتجارب عربية ودولية ناجحة في تسويق العلامة التجارية للمقاصد السياحية.

المستهدفون

- ↔ **الخبراء والأكاديميون:**
ويشمل ذلك الباحثين والأساتذة الجامعيين المتخصصين في مجال التسويق السياحي وإدارة العلامات التجارية.
- ↔ **القطاع الحكومي والهيئات العامة:**
ممثلي الوزارات والمنظمات المعنية بتطوير القطاع السياحي على المستوى الوطني.
- ↔ **محترفو صناعة السياحة والسفر:**
العاملون في مجال خدمات السياحة والضيافة من القطاع الخاص كالفنادق ووكالات السفر.
- ↔ **رواد المشاريع الناشئة في المجال السياحي والتسويق الرقمي:**
مطوري التطبيقات والمنصات التكنولوجية الحديثة الداعمة للقطاع السياحي.
- ↔ **الطلبة والشباب المهتمون بمجالات السياحة والترويج السياحي:**
للاستفادة من الملتقى في توسيع مداركهم وفرصهم المستقبلية.





شروط المشاركة

1. أن تكون المداخلة تدرج في إطار أحد ورشات الملتقى؛
2. يجب أن تعد المداخلة في إطار منهجية البحث العلمي المتعارف عليها؛
3. يجب أن لا تكون المداخلة قد سبق نشرها أو تقديمها في ملتقيات أو مؤتمرات سابقة؛
4. ألا تزيد عدد صفحات البحث عن 20 صفحة (A4) بما في ذلك الملاحق والمراجع والتهميش؛
5. أن تشمل المداخلة على ملخص بالعربية ولغة أخرى (إنجليزية أو فرنسية)، كما يحتوي على الكلمات المفتاحية؛
6. توضع التعليقات في أسفل صفحة المتن، والهوامش في آخر البحث؛
7. يتعين على المداخلة باللغة العربية أن تكون مكتوبة بالخط من نوع (TRADITIONAL ARABIC) بمقياس 16 لمتن البحث، وتكون الهوامش بمقياس 10، وبالنسبة للمداخلة باللغة الأجنبية أن تكون بالخط (Time new Roman)، وحدود الصفحة 2 سم من كل جانب؛
8. تعطى الأولوية للمداخلات التطبيقية والميدانية؛
9. يجب ألا تتعدى متدخلين في كل مداخلة؛
10. أي مداخلة تخالف هذه الشروط ترفض.

تواريخ مهمة

1. ترسل المداخلة كاملة مع سيرة ذاتية مختصرة للمشاركين في موعد أقصاه **2024/04/30**.
2. تخضع المداخلة للتحكيم العلمي من قبل اللجنة العلمية، ويتم إبلاغ الباحثين بنتيجة التحكيم القبول أو الرفض في موعد أقصاه **2024/05/20**.
3. ترسل جميع المداخلات عبر البريد الإلكتروني التالي:

mark.tissemsilt@gmail.com

للاتصال والاستفسار نضع الرقم التالي:

(07.74.80.50.98)



إستراتيجية تسويق العلامة التجارية للمقاصد السياحية في الجزائر

الملتقى الوطني
الإفتراضي حول



إستمارة المشاركة

الاسم الكامل:

الرتبة العلمية:

التخصص:

الوظيفة:

المؤسسة:

العنوان

الهاتف: النقال

الفاكس:

البريد الإلكتروني:

ورشة المشاركة:

عنوان المداخلة:





الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة تيسمسيلت

كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

بال تعاون مع مشروع البحث PRFU رقم F01L01UN380120230003

ينظمان:

الملتقى الوطني الافتراضي حول:
استراتيجية تسويق العلامة التجارية للمقاصد السياحية في الجزائر

يوم 24 جوان 2024

الهيئة المشرفة على الملتقى	
أ.د. دهوم عبد المجيد مدير جامعة تيسمسيلت	الرئيس الشرفي للملتقى الوطني
أ.د. سحنون جمال الدين عميد الكلية	المشرف العام للملتقى
أ.د. زوير محمد نائب العميد المكلف بما بعد التدرج والبحث العلمي	المنسق العام للملتقى
د. زيان بروجعة علي مسؤول شعبة العلوم التجارية	رئيس الملتقى
أ.د. لجلط ابراهيم رئيس اللجنة الوطنية لميدان التكوين في العلوم الاقتصادية	نائب رئيس الملتقى
د. زيان موسى مسعود مسؤول شعبة علوم التسيير	رئيس اللجنة العلمية
أ.د. محمودي أحمد	نائب رئيس اللجنة العلمية
د. قيداون أبوبكر الصديق	رئيس اللجنة التنظيمية
د. حموزروقي أمال	نائب رئيس اللجنة التنظيمية
أ.د. سوداني نادية	أمانة الملتقى

مراسيم الافتتاح الرسمي للملتقى

رابط الجلسة الافتتاحية:

<https://meet.google.com/tez-dmdq-wbn>

رئيس الجلسة الافتتاحية: أ. د لجلط إبراهيم

رئيس اللجنة الوطنية لميدان التكوين في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية

توقيت مراسيم الافتتاح الرسمي: 9:00 – 10:00.

آيات من الذكر الحكيم

النشيد الوطني

كلمة السيد رئيس الملتقى الوطني

د. زيان بروجعة علي

كلمة السيد عميد كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة تيسمسيلت

أ.د سحنون جمال الدين

كلمة السيد مدير جامعة تيسمسيلت وإعلان الافتتاح الرسمي للملتقى

أ.د دهوم عبد المجيد

الهداظة الافتتاحية الأولى:

التحليل الاستراتيجي للمقاصد السياحية في الجزائر

د. دهيمي محمد الطيب – جامعة الجزائر-1-

أ.د أسماء مولاي – جامعة الجزائر-1-

مديرة التعاون والاتصال سابقا بوزارة السياحة والصناعة التقليدية الجزائرية

الهداظة الافتتاحية الثانية:

دور التسويق الرقمي في إبراز الوجهة السياحية للجزائر

د. ماضوي عبد العزيز

مديرة التكوين وتثمين الموارد البشرية بوزارة السياحة والصناعة التقليدية الجزائرية

الورشة الأولى



رابط الورشة الأولى:

<https://meet.google.com/tjr-dwfq-xur>

توقيت الورشة الأولى : 10:00 – 12:30.

رئيس الورشة الأولى : أ.د زبير محمد

التوقيت	عنوان الهداثة	المتدخل	الرقم
10:10-10:00	La marque territoriale à travers un évènement : Le cas de la ville d'Oran et des Jeux méditerranéens 2022	Doctorante. Yasmine Ait Challal Ecole des Hautes Etudes Commerciales, P.U Koléa, Tipaza	01
10:20 – 10:10	Le Métier de Community management pour les organismes De tourisme en Algérie	Pr. Berkani samir université de Boumerdes Dr. Hadebi Sofia université de Boumerdes	02
10:30 – 10:20	Analyse des comportements touristiques durables	DOCTORANT : FATHI BENFATTOUM Université de Laghouat	03
10:40 – 10:30	Nation Branding as a Promotional Strategy – the Case of Peru	د.قليلية رضوان جامعة تيسمسيلت ط.د. بوزيان محمد جامعة تيسمسيلت	04
10:50 – 10:40	أثر الإعلان السياحي في إنجاح الترويج للعلامة التجارية لأنشطة السياحة والفندقية في المؤسسات السياحية بولاية غرداية - دراسة عينة لمجموعة من السياح بمدينة غرداية-	أ.د. معراج هواري جامعة غرداية د. طاهر جمعيات جامعة الأغواط	05
11:00 – 10:50	Unveiling the success: A case study of New Zealand's Tourism destination branding	Dr. Bentoumi imene Bordj bou arreridj university	06
11:20 – 11:10	Brand dimensions in the quality of business tourism	Dr. Heddachi Hakim University of Tiaret	07

		Dr.Rebouh Saloua University of Tiaret	
11:30 – 11:40	Stratégie de marque territoriale : défis et implications pour le tourisme en Algérie"	Doctorante DINAR Amel Université d'Oran 2	08
11:40 – 11:30	تحسين الصور الذهنية للعلامة التجارية للمقصد السياحي الجزائري حسب المخطط التوجيهي للسياحة 2030	ط.د. عبد القادر بن صحيح جامعة الشلف أ.د. فاتح مجاهدي جامعة الشلف	09
11:50 – 11:40	استراتيجيات تسويق العلامات التجارية للمقاصد السياحية	د. شنيي رشيد جامعة أدرار	10
12:00 – 11:50	العلامة التجارية وأهميتها في بناء الصورة السياحية للمقاصد. - مصر أنموذجا-	د. زقير نصيرة جامعة تيارت د. خليفة فاطيمة الزهرة جامعة معسكر	11
12:30- 12:00 فتح المجال للمناقشة			



الورشة الثانية



رابط الورشة الثانية:

<https://meet.google.com/kne-aavx-pwo>

توقيت الورشة الثانية : 10:00 – 12:30.

رئيس الورشة الثانية : د. زيان موسى مسعود

التوقيت	عنوان الهداية	المتدخل	الرقم
10:10-10:00	التحليل الاستراتيجي للسوق السياحي الجزائري وفقا لنموذج SWOT	ط.د. بسمة بركان جامعة خنشلة ط.د. بسمة بعلوج جامعة خنشلة	01
10:20 – 10:10	التسويق الرقمي للعلامة التجارية للمقاصد السياحية العربية: موقع "البترا" الأثري في الأردن أنموذجا	أ.د. منير طي جامعة تبسة	02
10:30 – 10:20	التسويق الرقمي للعلامة التجارية للمقاصد السياحية في الجزائر دراسة حالة السياحة الساحلية بولاية الشلف	د. دحماني علي جامعة الشلف ط.د. مجامعية محمد جامعة الشلف	03
10:40 – 10:30	التسويق بالمحتوى الرقمي كاستراتيجية لتعزيز الوعي بالعلامة التجارية للمقصد السياحي	د. بوداود بومدين جامعة غرداية ط.د. زيادي أمينة جامعة غرداية	04
10:50 – 10:40	الحمامات المعدنية كألية للتسويق للمقاصد السياحية في الجزائر	د. قريشان فؤاد جامعة الشلف ط.د. زيان بروجة فاطمة زهرة جامعة تلمسان	05
11:00 – 10:50	نظام الهوية البصرية كألية تسويقية للوجهات السياحية الجزائرية	ط.د. بوسعدية زهية جامعة تيسمسيلت د. شداد ناصر جامعة تيسمسيلت	06
11:20 – 11:10	دراسة تحليلية لفعالية استراتيجية العلامة التجارية في تسويق الهند كوجبة سياحية من خلال حملة "الهند المدهشة"	د. حساني عبد الكريم جامعة أم البواقي ط.د. واضح سلمى جامعة أم البواقي	07



11:30 – 11:20	الترويج السياحي الرقمي ودوره في تحسين صورة المقصد السياحي - تقييم جهود مديرية السياحة لولاية الشلف-	ط.د. أحمد بوحايك جامعة الشلف أ.د. نور الدين شارف جامعة الشلف	08
11:40 – 11:30	دور مواقع التواصل الاجتماعي في ترويج للعلامة التجارية للمؤسسات السياحية : دراسة لصفحة magic (land annaba) اعبر موقع الفيسبوك	ط.د. بونور نرجس جامعة قلمة د. بنية محمد جامعة قلمة	09
11:50 – 11:40	نموذج المقصد السياحي المستحدث لتسويق العلامات التجارية في الجزائر. (نموذج المدينة السياحية البيئية تافيلالت).	ط.د. قافي زين الدين جامعة غرداية أ.د. أولاد حيمودة عبد اللطيف جامعة غرداية	10
12:00 - 11:50	المسؤولية الاجتماعية للشركات السياحية كآلية لتعزيز الثقافة السياحية - دراسة نماذج عالمية-	د. قيداون أوبكر الصديق جامعة تيسمسيلت د. زيان موسى مسعود جامعة تيسمسيلت د. سحوان علي جامعة تيسمسيلت	11
12:10 - 12:00	نماذج بناء الصورة الذهنية للعلامة التجارية للمقاصد السياحية	د. بومرحب لخضر جامعة تيسمسيلت د. باني فتحي جامعة تيسمسيلت	12
12:30 – 12:10 فتح المجال للمناقشة			

الورشة الثالثة



رابط الورشة الثالثة:

<https://meet.google.com/tcy-jpcd-uox>

توقيت الورشة الثالثة : 10:00 – 12:30.

رئيس الورشة الثالثة : أ.د محمودي أحمد

الرقم	المتدخل	عنوان المداخلة	التوقيت
01	ط.د حمزة قسمية جامعة البليدة 2 ط.د بتومي بن عيسى جامعة البليدة 2 ط.د محمد بوشنافة جامعة البليدة 2	دور السياحة الإلكترونية في الترويج للوجهة السياحية -موقع Booking.com كنموذج-	10:10-10:00
02	ط.د حدوش إسماعيل جامعة غليزان	دور السياحة كخيار استراتيجي للنهوض بالاقتصاد الجزائري	10:20 – 10:10
03	ط.د. كمال العايب جامعة تيسمسيلت د. زهرة مصطفى جامعة تيسمسيلت	دور صناعات المحتوى السياحي في الترويج الرقمي للجزائر كمقصد سياحي عالمي	10:30 – 10:20
04	ط.د سارة تازير جامعة قالمة أ.د. وهاب نعمون جامعة قالمة	دور مواقع التواصل الاجتماعي كآلية لتسويق العلامة التجارية للمقاصد السياحية -تجربة جمهورية مصر العربية نموذجا-	10:40 – 10:30
05	ط.د. قحاجة جهينة جامعة سكيكدة أ.د. نظور بلال جامعة سكيكدة	تعزيز ولاء الزبون للعلامة التجارية للمقاصد السياحية	10:50 – 10:40
06	د. عيشوش أعمر المركز الجامعي تيبازة أ.د. عثمان علام جامعة البويرة	علامة المدينة كمحرك لترقية الوجهة السياحية	11:00 – 10:50
07	أ.د. إسماعين جوامع جامعة بسكرة د. صليحة جعفر جامعة بسكرة	متطلبات العلامة التجارية لتسويق المنتجات السياحية الجزائرية	11:20 – 11:10

11:30 – 11:20	دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية السياحة بالجزائر	د. ناجمي جمعة جامعة أدرار	08
11:40 – 11:30	واقع الترويج السياحي ودوره في ترسيخ العلامة التجارية للمقاصد السياحية -حاضرة طاسيلي نازجر-	د. شين خثير المركز الجامعي إليزي د. عيشة أودان المركز الجامعي إليزي	09
11:50 – 11:40	استراتيجية بناء العلامة التجارية للوجهة السياحية	ط.د. حياة حلايمية جامعة قالمة	10
12:00 – 11:50	التسويق الرقمي للعلامة التجارية للمقاصد السياحية في الجزائر ولاية تيسمسيلت نموذجا	ط.د. معموري حليلة عزيزة جامعة تيسمسيلت	11
12:10-12:00	العلامة التجارية للوجهة السياحية	أ.د. محمودي أحمد جامعة تيسمسيلت د. الورعادي الهادي جامعة تيسمسيلت د. عوان علي جامعة تيسمسيلت	12
<p>12:30 – 12:10</p> <p>فتح المجال للمناقشة</p>			



الورشة الرابعة



رابط الورشة الرابعة:

<https://meet.google.com/ckj-tuhh-xgs>

توقيت الورشة الرابعة : 10:00 – 12:30.

رئيس الورشة الرابعة : أ.د بوساحة محمد لخضر

الرقم	المتحدث	عنوان الهداثة	التوقيت
01	د.فتحية شبوطي جامعة البليدة 2 د. حيزية حاج الله جامعة البليدة 2	أثر الرضا و القيمة المدركة للصورة الذهنية للعلامة التجارية على ولاء المستهلك السياحي "دراسة ميدانية لزبائن الوكالة السياحية دنيا السفر"	10:10-10:00
02	ط. د. فلياشي علاء الدين جامعة بسكرة د. براهيمى فاروق جامعة بسكرة	التسويق عبر المؤثرين كأحد آليات التسويق الرقمي للمقاصد السياحية في الجزائر، الإشارة إلى المؤثر السياحي "Khoubai"	10:20 – 10:10
03	أ.د. بونويرة موسى جامعة تيسمسيلت ط.د. مزين مسعود جامعة تيسمسيلت	التصنيف العالمي للمطابخ ومساهمته في تعزيز الصورة الذهنية لعلامات المدن المدن الجزائرية أنموذجا	10:30 – 10:20
04	د. مراحي مختار جامعة تبسة د.جمال شنوف جامعة الوادي	إصلاح وتهيئة القطاع السياحي للمقاصد السياحية في الجزائر لتعزيز التنوع الإقتصادي	10:40 – 10:30
05	ط.د. عادل قرين المركز الجامعي ميلة أ.د فارس طلوش جامعة أم البواقي	انعكاس الإعلام الرقمي على اتجاهات السياح التونسيين نحو المقاصد الجزائرية	10:50 – 10:40
06	ط. د. عايد عبد المجيد جامعة تيسمسيلت د.زيان بروجعة علي جامعة تيسمسيلت	ممارسات السياحة المستدامة كآلية لبناء صورة إيجابية للعلامة التجارية للمقصد السياحي (نماذج لشركات سياحية)	11:00 – 10:50
07	د.بومشعل يوسف جامعة أم البواقي	المنظومة الاتصالية كاستراتيجية فاعلة لترقية الصورة الذهنية للمقاصد السياحية الجزائرية.	11:20 – 11:10



11:30 – 11:20	أثر جودة الخدمات السياحية في تحسين الصورة الذهنية للوجهة السياحية دراسة حالة المقصد السياحي هضبة لالة ستي بتلمسان	د. مدروس نادية المدرسة العليا لإدارة الأعمال – تلمسان- د. معمر قوادي فضيلة، جامعة الشلف	08
11:40 – 11:30	تميز صورة الفنادق الجزائرية من خلال جودة خدماتها: مركز أساسي لتعزيز جاذبية صورة الجزائر كوجهة سياحية. دراسة تطبيقية على مجموعة من زبائن الفنادق بالجزائر.	د. زرواتي مواهب جامعة سطيف 1 ط.د. بوخاوة أسماء جامعة سطيف 1	09
11:50 – 11:40	مساهمة الاتصالات التسويقية الرقمية المتكاملة E-IMC في بناء الصورة الذهنية للمقصد السياحي	ط.د. نورالدين لعمرى جامعة علي لونيسى البليلة 2	10
12:00 – 11:50	دور الأحداث الرياضية في بناء العلامة التجارية للمقصد السياحي (فرصة ألعاب البحر الأبيض المتوسط وهران 2022)	د. عبد القادر بوشاقور جامعة تيسمسيلت د. عبد الحفيظي أحمد جامعة الجلفة	11
12:10 – 12:00	الأملك الوقفية كآلية للتسويق للمقاصد السياحية في الجزائر	أ.د. بوساحة محمد لخضر جامعة تيسمسيلت د. بن شيخ عبد الرحمان جامعة تيسمسيلت	12
12:30 – 12:10 فتح المجال للمناقشة			

الورشة الخامسة



رابط الورشة الخامسة:

<https://meet.google.com/spa-fibj-dap>

توقيت الورشة الخامسة : 10:00 – 12:30.

رئيس الورشة الخامسة : د. حذبي فيصل

الرقم	المتحدث	عنوان الهداخلة	التوقيت
01	د. رمزي بودرجة المركز الجامعي ميله د. لخشين عيبر جامعة سكيكدة	دور التسويق بالمؤثرين في تحسين الصورة الذهنية للمقصد السياحي بالإشارة إلى تجارب بعض المؤثرين الجزائريين	10:10-10:00
02	د. صحراوي مروان جامعة تيارت د.إجري خيرة جامعة تيارت	أثر الصورة الذهنية للوجهة السياحية على سلوكيات السائح	10:20 – 10:10
03	أ.د. بربري محمد أمين جامعة الشلف ط.د. نزهة بورادو جامعة الشلف	متطلبات تحويل الصورة الذهنية للوجهة السياحية الى علامة تجارية -مقاربة نظرية-	10:30 – 10:20
04	د.عبلة بزقراري جامعة بسكرة أ.د. فيروز قطاف جامعة بسكرة	دور العلامة التجارية لوكالات السفر في التسويق الرقمي للخدمات السياحية دراسة حالة العلامة التجارية بوكينغ (Booking.com)	10:40 – 10:30
05	د. إيمان عاشور جامعة البليدة 2 د. نسيمه بحوص جامعة تيسمسيلت	Revolutionizing Hospitality: Exploring the Role of AI in Elevating Hotel Brand Marketing Strategies- International Case Studies.	10:50 – 10:40
06	د. جلال عزازي جامعة الشلف د. رشيد بوحجر جامعة الشلف	التسويق الإلكتروني كمنهج حديث لتسويق الخدمات السياحية للمقاصد السياحية	11:00 – 10:50

11:20 – 11:10	بناء العلامة التجارية للمقاصد السياحية الصحراوية	د. عمري سامي جامعة تبسة ط.د. كعبي رايح جامعة الجزائر 3	07
11:30 – 11:20	دور تسويق العلامة التجارية في تعزيز المقاصد السياحية	د.محمد تومي جامعة سعد دحلب البليدة	08
11:40 – 11:30	دور المورد البشري في تفعيل المؤسسات الثقافية السياحية بالجزائر	د. سعدي عائشة جامعة تيسمسيلت أ.د. نادية سوداني جامعة تيسمسيلت	09
11:50 – 11:40	تعزيز الصورة الذهنية للعلامة التجارية للمقاصد السياحية في الجزائر من خلال الأحداث الثقافية	ط.د. قرومي عبد القادر جامعة تيسمسيلت ط.د. تكفة اسماعيل جامعة تيسمسيلت	10
12:00 – 11:50	مساهمة التصميم الإعلاني في بناء العلامة التجارية والتأثير على اتجاهات السائح	د. عبد الحميد فضيلة جامعة تيسمسيلت د. ضبيان كريمة جامعة تيسمسيلت	11
<p>12:30 – 12:00</p> <p>فتح المجال للمناقشة</p>			



الورشة السادسة



رابط الورشة السادسة:

<https://meet.google.com/xcw-grpw-rr1>

توقيت الورشة السادسة : 10:00 – 12:30.

رئيس الورشة السادسة : د. قيداون أبوبكر الصديق

الرقم	المتحدث	عنوان الهمادة	التوقيت
01	Dr. Soumeia DERBAL Eloued University Dr. Sakina HAMLAOUI Eloued University	The Role of E-Tourism in Revitalizing the Tourism Sector in Algeria	10:10-10:00
02	د.بن عزة هشام المركز الجامعي النعامة د. بن سماعيل مراد جامعة سعيدة	العلامة التجارية "جودة السياحة الجزائر" وتأثيرها على الصورة السياحية للمقصد السياحي مخطط جودة السياحة الجزائري PQTA في تحسين الصورة الذهنية للسياحة كنموذج	10:20 – 10:10
03	د.وداد شعيب المركز الجامعي أفلو د.جيلاني جهيدة المركز الجامعي أفلو	التطبيقات الرقمية ودورها في تفعيل السياحة الالكترونية تطبيق سفر way أنموذجا	10:30 – 10:20
04	ط.د. بخوش بلال جامعة تبسة د.فارس طارق جامعة تبسة	" تحديات تسويق العلامة التجارية للمقصد السياحي المصري" -التجربة السياحية المصرية-	10:40 – 10:30
05	ط.د. زينب بوشلخة جامعة قالمة أ.د. سليمة طباطبية جامعة قالمة	أهمية التظاهرات السياحية الرياضية في تحسين الصورة الذهنية للعلامة التجارية للمقاصد السياحية الجزائرية.	10:50 – 10:40
06	أ.د. حكيم بن جروة جامعة ورقلة د. محمد بن حوجو جامعة المسيلة	أهمية التسويق بالمحتوى في تحسين الصورة الذهنية للمقصد السياحي -ولاية ورقلة أنموذجا -	11:00 – 10:50
07	د.نادي مفيدة جامعة غليزان ط.د. موسى حمزة جامعة غرداية	مفاهيم حول تسويق العالمة التجارية للمقاصد السياحية	11:20 – 11:10

11:30 – 11:20	أهمية استخدام تقنيات التسويق الرقمي في تعزيز الطلب على السياحة البيئية في الجزائر: دراسة حالة مزرعة إبراهيم ولاية تيبازة	د. عبد الرزاق قاضي المركز الجامعي تيبازة	08
11:40 – 11:30	المقصد السياحي لمدينة تنس بين وجود المقومات وضعف الترويج	د. زقاوي حميد جامعة الشلف د. عيراش محمد الأمين جامعة الشلف	09
11:50 – 11:40	المؤسسات الناشئة (الرقمية) كداعم للتسويق الرقمي للعلامة التجارية المتعلقة بالمقاصد السياحية في الجزائر -دراسة حالة IZI Travel, Atlas go-	ط.د مصطفى يوسف جامعة الجزائر 3 د. عائشة سمسوم جامعة الجزائر 3	10
12:00 - 11:50	التسويق الرقمي للمنتج السياحي كألية تساهم في استثارة المقاصد السياحية بالجزائر	أ.د. زبير محمد جامعة تيسمسيلت د. فرحي محمد جامعة خميس مليانة د. منى الشهري جامعة الجزائر-3-	11
12:30 – 12:00 فتح المجال للمناقشة			



الورشة السابعة

رابط الورشة السابعة:

<https://meet.google.com/uwx-hoaa-bgo>

توقيت الورشة السابعة : 10:00 – 12:30.



رئيس الورشة السادسة : د. رملوي عبد القادر

الرقم	المتدخل	عنوان المحاضرة	التوقيت
01	د. بنين عبد الرحمن جامعة البليدة 2 د. سرير الحرتسي حياة جامعة البليدة 2	دور تسويق العلامة التجارية للمدن في بناء الصورة الذهنية للوجهة السياحية	10:10-10:00
02	ط.د. صولي يعقوب جامعة صفاقس تونس	مساهمة التسويق الرقمي للعلامة التجارية في تطوير المقاصد السياحية في الجزائر	10:20 – 10:10
03	ط.د. جلطي فتيحة جامعة تيسمسيلت د. حموز روقي أمال جامعة تيسمسيلت	واقع تطبيق التسويق الإلكتروني للعلامة التجارية للمقصد السياحي و سبل تفعيله في المؤسسات الخدمية	10:30 – 10:20
04	د. بدري عبد العزيز جامعة تيسمسيلت	العلامة التجارية ودورها في التسويق لصورة المقصد السياحي في الجزائر.	10:40 – 10:30
05	د. نبيل قبلي جامعة خميس مليانة د. وراة حسين جامعة خميس مليانة أ.د. صلاح محمد جامعة تيسمسيلت	إشكالية تنمية القطاع السياحي بالجزائر	10:50 – 10:40
06	Dr. HELLABI Zoubeyda Higher School of Management of Tlemcen (ESMT) Dr.AMMAR Asma Higher School of	Storytelling in tourism destination branding	11:00 – 10:50

		Management of Tlemcen (ESMT)	
11:20 – 11:10	التسويق الرقمي للفنادق دراسة حالة فندق نوفوتيل مركز التجارة العالمي - دبي -	د.نعيمي حكيم جامعة مستغانم	07
11:30 – 11:20	اهمية التسويق السياحي في تعزيز قطاع السياحة في الجزائر	ط.د فح ليليا جامعة الجلفة	08
11:40 – 11:30	تطبيق تسويق المدينة وأثره على تنمية مقاصد سياحية ناجحة مع الاشارة الى تجربة مدينة ليون الفرنسية و مدينة هونغ كونغ.	ط.د احمد مصطفى جامعة الشلف أ.د. حمزة مزيان جامعة الشلف	09
11:50 – 11:40	تسويق محتوى العلامة التجارية للمقصد السياحي في الجزائر. (محتوى "خبيب كواس" للمقصد السياحي)	أ.د. لحشم قسمية جامعة البليدة 02 ط.د. حميدة اسمهان جامعة البليدة 02	10
12:00 - 11:50	اثر أبعاد الإعلان على تحقيق الولاء للعلامة التجارية للمقاصد السياحية	أ.د. بوزكري الجبلاي جامعة تيسمسيلت	11
12:30 – 12:00 فتح المجال للمناقشة			

الجلسة الختامية للملتقى

رابط الجلسة الختامية:

توقيت الجلسة الختامية: 13:00 – 13:40.

قراءة توصيات الملتقى من طرف السيد رئيس الملتقى الوطني

كلمة السيد عميد كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة تيسمسيلت

كلمة السيد مدير جامعة تيسمسيلت و اعلان الاختتام الرسمي للملتقى