



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
خبير الاقتصاد الأخضر والطاقات المتجددة
مخبر التنمية المستدامة، المؤسسات الناشئة والمالية

تنظم ندوة دكتورالية تكوينية حول

تسويق الخدمات في الجزائر في ظل التحول الرقمي

" التحولات المفاهيمية بين القيمة المدركة والثقة الرقمية "

بالقطب الجامعي (قاعة المناقشات)

يوم: 2026/04/14

الرئيس الشرفي للندوة التكوينية: ا.د. جباري عبد الجليل

المشرف العام للندوة التكوينية : ابو بكر نصري

رئيس الندوة التكوينية: د. برهوم علي

رئيس اللجنة التنظيمية: سكيو اماني

رئيس اللجنة العلمية: جباري لطيفة

المنسق العام للندوة: ا.د. خنافر علي

دباجة الندوة

يشهد قطاع الخدمات عالمياً تحولات هيكلية عميقة بفعل الثورة الرقمية وتسارع تطبيقات الذكاء الاصطناعي، الأمر الذي أدى إلى إعادة تشكيل مفاهيم القيمة، وجودة الخدمة، وتجربة العميل، بل وحتى إعادة تعريف طبيعة العلاقة بين المؤسسة والعميل. ولم يعد تسويق الخدمات يقتصر على إدارة التفاعل المباشر أو تحسين عناصر المزيج التسويقي التقليدي، بل أصبح يركز على هندسة التجربة الرقمية، وإدارة البيانات، وبناء الثقة الإلكترونية في بيئات عالية التعقيد.

وفي السياق الجزائري، تطرح هذه التحولات تحديات وإشكالات بحثية نوعية، تتعلق بمدى جاهزية المؤسسات الخدمية للتحول الرقمي، وبناء نماذج قيمة متجددة، وتعزيز الميزة التنافسية في ظل بيئة تتسم بخصوصيات تنظيمية وثقافية وسلوكية. كما يفرض هذا الواقع على الباحثين في تسويق الخدمات ضرورة إعادة تأطير النماذج النظرية التقليدية، وتطوير مقاربات تحليلية تستجيب لمتطلبات المرحلة.

انطلاقاً من ذلك، تأتي هذه الندوة الدكتورالية لتشكل فضاءً علمياً للنقاش المعمق حول التحولات المفاهيمية والمنهجية في تسويق الخدمات، واستشراف آفاق البحث في البيئة الجزائرية، بما يساهم في توجيه مشاريع الأطروحات نحو إشكالات معاصرة ذات قيمة علمية وتطبيقية

اهداف الندوة

- ✓ مناقشة التطورات النظرية الحديثة في تسويق الخدمات.
 - ✓ تحليل انعكاسات التحول الرقمي والذكاء الاصطناعي على تجربة العميل.
 - ✓ استكشاف خصوصية السياق الجزائري في بناء الثقة الرقمية وتعزيز الميزة التنافسية.
 - ✓ توجيه طلبة الدكتوراه نحو فجوات بحثية واعدة قابلة للنشر العلمي.
- تعد هذه الندوة فضاءً أكاديمياً للنقاش النقدي وتبادل الرؤى البحثية، وفرصة لتأطير مشاريع الأطروحات ضمن توجهات علمية حديثة.

المحور الأول: التسويق الرقمي الذكي – المفهوم والأدوات

المحور الثاني: الذكاء الاصطناعي ومستقبل الخدمة

المحور الثالث: تطبيقات عملية ودراسات حالة

المحور الرابع: التحديات والآفاق المستقبلية

محاور الندوة