



جامعة جيلالي ليايس
سيدي بلعباس



كلية الحقوق و العلوم السياسية 19 مارس 1962-سيدي بلعباس-

مخبر البحث "قانون المؤسسة"
ينظم
ملتقى وطني حول :



التسويق التجاري من خلال المؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي

الاثنين 19 ديسمبر 2022

قاعة المحاضرات (بالجنح البيداغوجي)

الإشكالية

تعد مواقع التواصل الاجتماعي من بين أهم تقنيات الاتصال التي غيرت العالم حيث تعتبر اليوم من المتطلبات الضرورية في حياتنا اليومية , و يعتبر المجال الاقتصادي أحد القطاعات التي نالت حصة وفيرة من هذه الأخيرة , فالتسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي فتح الباب أمام العديد من المسوقين باختلاف نشاطاتهم لنشر منتجاتهم و خدماتهم و الترويج لها , من خلال استعمال التطبيقات المختلفة التي تتيحها هذه المواقع من بينها الفاييسوك و اليوتيوب و الانستغرام .

و مع بروز شبكات التواصل الاجتماعي , ولدت ظاهرة جديدة الا و هي ظاهرة " المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي **INFLUENCERS** " الذين نما عددهم بشكل كبير لا سيما في العامين الماضيين خاصة بعد انتشار وباء كوفيد 19 و ما ترتب عليه من انعكاسات سلبية على مختلف المجالات , فكان هناك تحول كبير في قاعدة المستهلكين نحو منصات وسائل التواصل الاجتماعي , ليس فقط عدد المستخدمين فحسب , وانما أيضا الوقت الذي يقضونه على هذه المنصات .

و في مواجهة المستهلكين اللذين يزداد انزعاجهم من الإعلانات العادية , تعتمد العلامات التجارية على قادة الرأي الذين خلقوا موجة تسويقية جديدة معروفة بالتسويق المؤثر أو التأثير في التسويق الذي يتم من خلال المؤثرين , فالمؤثر هو شخص له بحكم وضعه الاجتماعي و سمعته و / أو تعرضه الإعلامي , تأثير كبير على الرأي العام , حتى على صنع القرار بحيث يكون قادر على التأثير على ممارسات الاستهلاك لمستخدمي الانترنت من خلال الأفكار التي ينشرها على المدونة , بحيث تستعين بهم الشركات لتسويق منتجاتهم مقابل مدفوعات او هدايا تقدم لهم , و هذا النوع من التسويق مختلف تماما عن الإعلان المباشر و الاعلام , فالمؤثرين هم التغيير الكبير في طبيعة سوق الدعاية و الإعلان و التسويق .

فيمكن تصنيف المؤثرين على أنهم رواد الرأي في مواقع التواصل الاجتماعي , فمن خلال تدوينة أو منشور أو صورة يمكنهم التأثير في سلوكيات شراء أو تواصل أو حتى طريقة لباس متابعيهم , هذا ما جعل المؤسسات و الماركات التجارية تبني استراتيجيتها التسويقية على هؤلاء المؤثرين الذين يتمتعون بالابتكار و يرسمون خطوط توجهات الانترنت .

و من بين أهم الأساليب التي ينتهجها المؤثرون عبر مواقع التواصل الاجتماعي في التسويق للمنتجات و الخدمات نجد الاعتماد على صفحات , سواء في موقع الانستغرام او اليوتيوب او الفاييسوك حيث ينشؤون صفحاتهم الخاصة و يقومون بمختلف أنشطتهم التسويقية فيها بطريقة مباشرة او غير مباشرة , و قد عرفت الجزائر خلال السنوات الأخيرة روجا هؤلأ مع دخول مفهوم التجارة الالكترونية حيز التطبيق بناء على القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 مايو لسنة 2018 .

فالشكال الذي يطرح هو : هل ظاهرة المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي تعد وسيلة تسويق ناجحة تحمّد الاقتصاد الوطني و تعود عليه بالنفع ام وسيلة خداع جديدة هدفها المستهلك ؟؟؟

فظاهرة المؤثرين الاجتماعيين على مواقع التواصل الاجتماعي ظهرت من المجهول و مصيرها مجهول , و نظرا لحدائة هذه الظاهرة , فإنها تحتاج الى المزيد من الرقابة و تطبيق التشريعات الهامة التي تضبط عمل هؤلاء المؤثرين. فظاهرة المؤثرين تنتظر التقنين ...

و لمعالجة الموضوع سوف يتم التطرق للمحاور التالية :

المحور الأول : الاشهار التجاري في عصر الرقمنة

- مدخل مفاهيمي للاشهار

- الاشهار التجاري و التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي

المحور الثاني : دور المؤثرين الاجتماعيين في مجال الاشهار التجاري

- المؤثرين الاجتماعيين ما بين صناعة المحتوى و الاشهار التجاري

- التنظيم القانوني لنشاط المؤثرين الاجتماعيين (القانون التجاري ,

القانون الضريبي , قانون العقوبات ...)

المحور الثالث : مسؤولية المؤثرين الاجتماعيين

- المسؤولية المدنية للمؤثرين الاجتماعيين

- المسؤولية الجزائية للمؤثرين الاجتماعيين

هيئة المنتقى الوطني :

الرئيس الشرفي للمنتقى الوطني :أ.د.ميموني عبد النبي، رئيس جامعة جيلالي ليايس.

الرئيس العلمي للمنتقى :أ.د.كراجي مصطفى، عميد كلية الحقوق والعلوم السياسية، 19 مارس 1962، جامعة جيلالي ليايس.

رئيسة المنتقى : أ.د. حلوش فاطمة أمال .

أعضاء اللجنة العلمية

- د.طلحة نورة، رئيسة اللجنة العلمية للمنتقى.
- أ.د.صمود سيد أحمد، مدير مخبر قانون المؤسسة.
- أ.د.شايب صورية ، مديرة مخبر المرافق العمومية و التنمية.
- أ.د.بردان رشيد، مدير مخبر النشاط العقاري.
- أ.د.طيب ابراهيم ويس، نائب العميد المكلف بما بعد التدرج والبحث العلمي.
- د.بولوم محمد الأمين :نائب العميد المكلف بالبيداغوجيا وشؤون الطلبة.
- أ.بوشويرف نوال، رئيسة قسم الحقوق.
- د.بلحسيني حمزة ،نائب رئيسة قسم الحقوق.
- د.تابري مختار، رئيس قسم العلوم السياسية.
- أ.د. بموسات عبد الوهاب، أستاذ التعليم العالي .
- أ.د.كريم كريمة ،أستاذة التعليم العالي
- أ.د.نزار كريمة ، أستاذة التعليم العالي
- أ.د. براسي محمد ، أستاذ التعليم العالي
- د. مسلم عبد الرحمان ، أستاذ محاضر أ
- د. عبار عمر، أستاذ محاضر أ
- د.بن دريس حليلة ، أستاذة التعليم العالي
- د.مقدم توفيق، أستاذ محاضر أ
- د.لوراد نعيمة، أستاذة محاضرة قسم أ
- د.منصور بختة، أستاذة محاضرة قسم أ
- د.زوقار عبد القادر، أستاذ محاضر قسم أ
- د.بوعناد فاطمة زهراء، أستاذة محاضرة ب
- د.وإي خديجة، أستاذة محاضرة أ
- أ.د.نقادي عبد الحفيظ، أستاذ التعليم العالي، جامعة سعيدة.

- أ.د.عثماني عبد الرحمن ، أستاذ التعليم العالي، جامعة سعيدة.
- أ.د.بقدار كمال، أستاذ التعليم العالي، جامعة معسكر.
- أ.د.بوسماحة الشيخ، أستاذ التعليم العالي، جامعة تيارت.
- د. منصور محمد لعروسي، أستاذ محاضر قسم ب ، جامعة الوادي.
- د. لعامري خالد، أستاذ محاضر قسم ب ، المركز الجامعي البزي.

أعضاء اللجنة التنظيمية :

- أ.د.كريم كريمة، أستاذة التعليم العالي، رئيسة اللجنة التنظيمية.
- د. صحي محمد أمين ، أستاذ محاضر قسم أ
- د. مصايح فاطمة، أستاذة محاضرة قسم أ
- د. مال صورية، أستاذة محاضرة قسم أ
- د. شريف مريم، أستاذة محاضرة قسم أ
- د. غراف ياسين، أستاذ محاضر ب
- أ. مال سعاد، أستاذة مساعدة أ

إفتتاح المنتقى الوطني:

09 :00 تلاوة آيات من القرآن الكريم.

النشيد الوطني

09 :20 - 09 :35 كلمة السيد كراجي مصطفى، عميد كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة جيلالي ليايس - سيدي بلعباس.

09 :35 - 09 :50 محاضرة افتتاحية حول إشكالية المنتقى بعنوان:المؤثرين الاجتماعيون ثلاثية (التسويق الشهرة و الثروة)،أ.د.حلوش فاطمة أمال، رئيسة المنتقى - جامعة جيلالي ليايس - سيدي بلعباس.

الجلسة الأولى برئاسة: د.غراف ياسين.

09 :00 - 10 :00 د.عليش حمامة، جامعة سكيكدة ، "فاعلية المؤثرين الإشهارية للمؤسسات الناشئة عبر الأنستغرام.

10 :10 - 10 :10 السيد ابن عبد الله الحاج، ممثل مديرية التجارة وترقية الصادرات لولاية سيدي بلعباس، "رمز النشاط 617040 مؤثر على مواقع التواصل الإجتماعي ماهيته ولماذا تم حذفه من مدونة النشاطات ."

الجلسة الثانية برئاسة: أ.د.كريم كريمة

10 :10 - 10 :20 د. سي أحمد نذير، دكتور صيدلي خاص، سيدي بلعباس ، " رؤية ميدانية لتأثير وسائل التواصل الاجتماعي على السلوك الاستهلاكي للمواد الصيدلانية".

10 :20 - 10 :30 د.بجاوي أمال، طبيبة خاصة مختصة في الأمراض النفسية ، « Impact des réseaux sociaux sur la santé mentale : Il est temps d'en parler et d'agir ».

10 :30 - 10 :40 د.هوارى سعاد، جامعة جيلالي ليايس ، "الإشهار الدوائي عبر الأنترنت أية ضوابط و أية مشروعية ".

11:00 - 10 :40 مناقشة

11 :00 - 11 :20 استراحة

الجلسة الثالثة برئاسة: د. بن قراش كلثوم

11 :20 - 11 :30 د. جيلالي بن سعيد، جامعة عين تموشنت، د.بن زارة أمينة، جامعة 8 ماي 1945 قللة، "استخدام الأولياء المؤثرين لأطفالهم على وسائل التواصل الاجتماعي الأخطار و الضوابط القانونية".

11 :30 - 11 :40 د.ريغي أسماء ، جامعة جيلالي ليايس ، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في الإشهار الإلكتروني و التسويق".

11 :40 - 11 :50 الطالبة رحوي سمية، جامعة جيلالي ليايس ، "محتوى البث المباشر و دوره في زيادة التفاعل عبر وسائل التواصل الاجتماعي".

11 :50 - 12 :00 الطالبة الأحمر أميرة، جامعة جيلالي ليايس ، "التأثير القانوني للحملات الإشهارية عن طريق المؤثرين".

الجلسة الرابعة برئاسة: د. فرعون محمد

12 :00 - 12 :10 أ.د.كريم كريمة، جامعة سيدي بلعباس، "المؤثرين و القانون بين الخضوع للتشريعات النافذة و ضرورة وضع إطار قانوني".

12 :10 - 12 :20 د. طلحة نورة، جامعة جيلالي ليايس ، "حماية المعلومات الشخصية في إطار العملية التسويقية الإلكترونية".

12 :20 - 12 :30 الطالب مجدي ميلود، جامعة جيلالي ليايس ، "دور المؤثرين الاجتماعيين في الترويج للمكملات الغذائية في مجال رياضة كمال الأجسام ."

12 :30 - 12 :50 مناقشة و اختتام فعاليات المنتقى