جـــامعة طاهري محمد - بشـــار

مجلة الدراسات التسويقية وإدارة الأعمال

JMSM

المجلد 3 - العدد 1 - سنة 2019

مجلة دولية محكمة متخصصة في الدراسات التسويقية و ادارة الأعمال

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

Revue des études Marketing et Management

Journal of Marketing Studies and Management

NDL Janvier 2019

ISSN:2588-1655

الافتتاحية

تأتي منشورات وأعداد مجلة الدراسات التسويقية و إدارةالإعمال في وقت أصبح فيه البحث العلمي من العوامل الرئيسية لتطور و تقدم المجتمعات بشكل عام و المؤسسة الجامعية بشكل خاص.وهو ما يعكس حجم الجهود المبذولة من قبل الجامعة وحرصها على الإنتاج العلمي الذي أضحى من المعايير الأساسية لترتيب و تصنيف الجامعات على المستوى الوطني، الإقليمي و العالمي. بالإضافة إلى اهتمامات الكلية وفريق المجلة والأساتذة الباحثين بمختلف القضايا التي تخص الجانب الاقتصادي وإدارة الأعمال.

تعتبر مجلة الدراسات التسويقية و إدارة الإعمال منبر للنشر العلمي المتخصص في مجال إدارة الأعمال و الدراسات التسويقية. حيث تخضع المقالات المقدمة إلى التقييم العلمي من قبل النظراء، في إطار احترام قواعد النشر المعمول بها.كماتهدف المجلة إلى الارتقاء بالبحوث العلمية من خلال نشر البحوث المبتكرة والتي تتسم بالأصالة العلمية والجدية ومتابعة المستجدات والتطورات الحديثة والمعاصرة في ميدان التسويقي و إدارة الأعمال.

تحتوي أعدد من مجلة "الدراسات التسويقية و إدارة الأعمال" على عدة مقالات باللغة العربية و الفرنسية و اللغة الانجليزية. حيث تعد المجلة وسيلة إعلامية وفضاء علميا يتيح فرص المساهمة لكل الباحثين في نشر أعمالهم وخبراتهم حول المشكلات الإدارية و الاقتصادية الراهنة.

أملنا أن تكون المجلة في مستوى التطلّعات و المساهمة البحثية المعرفية والمنهجية و وسيلة للمساهمة والاتصال والرقي بالمستوى العلمي بين المهتمين بالعلوم الإدارية و التسويقية داخل وخارج الوطن. كما ندعو الإخوة الأساتذة و الباحثين بالإسهام في استمرار المجلة بتقديم انتاجهم العلمي للنشر بالمجلة.

رئيس التحرير

مجلة الدراسات التسويقية و إدارة الأعمال
JMSM . Journal of Marketing Studies & Management
المجلد الثالث: العدد 01

محتويات العدد 01: المجلد الثالث
جانفي 2019

عنوان المقال	الصفحة
*د.السبتي وسيلة ، ط.د. صحراوي محمد تاج الدين ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، استشراف مكانة الجزائر السياحية كأحد مرتكزات النموذج الاقتصادي الجديد	18-01
ط.د.حمامة مسعودة ، أ.د ابن عون الطيب ، جامعة عمار ثليجي بالاغواط ، الالتزام بأخلاقيات العمل الإداري لدى مديري الإدارة الوسطى من وجهة نظر الموظفين دراسة ميدانية بالمدرسة العليا للأساتذة الأغـــواط	38-18
ط.دسهام خوجة ، جامعة قسنطينة -2-، مسارات تقاطع التسويق العقاري و التنمية المستدامة	59-39
ط.دعزوني مريم، جامعة طاهري محمد بشار،عناقيد المقاولات الزراعية الصغيرة والمتوسطة في المنطقة العربية	75-60
ط.د حديد ليلى ، د.بودي عبد الصمد، جامعة طاهري محمد بشار ، التسويق عبر مواقع التواصل الإجتماعي كإستراتيجية لتفعيل ادارة العلاقة مع المستهلك	97-76
غزال نسرين . طارق حمول. التوجهات الحديثة لتأمينات المسؤولية المدنية في الجزائر	106-98
Youcef Matika Driss Reguig Issad Réflexion sur l'engagement stratégique de la PME algérienne sur son secteur d'activité	124-107
Abdellah Benhammou Yacine Benzidane Hadj Benzidane City Marketing of Dubaï, characteristics and underlying factors	137-125