



مجلة الدراسات التسويقية وإدارة الأعمال

العدد 2 - العدد 2 - سنة 2018

مجلة دولية محكمة متخصصة في الدراسات
التسويقية و إدارة الأعمال

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير



Revue des études
Marketing et Management

Journal of Marketing
Studies and Management

محتويات العدد 02: المجلد الثاني

الصفحة	عنوان المقال
27-01	أ.د: رقيق اسعد إدريس / أ/بخلفه عفران التجديد التسويقي وجودة الخدمة التأمينية " دراسة ميدانية لوكالة سلامة للتأمينات الجزائر
43-28	د.رماس محمد أمين/ د.وزاني محمد /تأثير عناصر المزيج الترويجي على سلوك المستهلك "دراسة حالة
59-44	د. مير أحمد / د.عريوة محاذ / د.طلال زغبة/ دراسة مدى تأثير برنامج إدارة علاقات الزبائن (CRM) على ولاء الزبائن المحتملين -دراسة ميدانية لعينة من زبائن محتملين لوكالة موبيليس -المسيلة-
75-60	أ/ مهدي لطيفة /أهمية توظيف الذكاء العاطفي في تفعيل التعليم الإلكتروني على مستوى جامعة التكوين المتواصل بشار
104-76	أ. بن حمين بوجمعة / أ.د بن عبو الجيلالي /إدارة رأس المال الفكري وأثرها على الفعالية التنظيمية للمؤسسة الجزائرية - دراسة تطبيقية على عينة من المؤسسات الجزائرية
122-105	أ.عتروس سهيلة / د.عتروس صبرينة /التسويق العكسي - Demarketing - كأداة فعالة في ترشيد استهلاك الطاقة الكهربائية
137-123	أ.ميرزة هاجر / التسويق الإلكتروني عبر الفيسبوك للبرامج التنموية الأمريكية بالجزائر: ما بين الاتصال من أجل التنمية والدبلوماسية العامة
163-138	د. بن عرامة عبلة / أ.عبدالحميد بليرك /إستراتيجية تطبيق المسؤولية الاجتماعية اتجاه أصحاب المصالح في المستشفيات الجزائرية،(نموذج مقترح)
176-164	أ.قرة عائشة /التسويق الفيروسي ودوره في ترسيخ العلامة التجارية لمنتجات مواد التجميل- دراسة ميدانية لعينة من مستخدمات مواقع التواصل الاجتماعي -
198-177	د.خالصة زواوي / د.عجاتي أحلام /تأثير الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية على تطوير رأس المال البشريدراسة حالة مؤسسة أوراسكوم تيليكوم الجزائر - الجزائر العاصمة-
216-199	د. عبلة بزقاري / د. دليلة بركان / من التحالفات التسويقية إلى العلامات المشتركة (co-branding): دراسة حالة تجربة تحالف علامتي موبيليس و بريد الجزائر
245-217	Dr.Khettab Fazia / Dr.Benali Amina/ La contribution de l'Intelligence

محتويات العدد 02: المجلد الثاني

	économique « veille technologique et concurrentielle » à la protection de l'avantage concurrentiel de l'entreprise face à son dépassement et imitation par les concurrents Cas ATM Mobilis
258-246	Dr.Boudi Abdessamad / Mrezegue Imane/ Social entrepreneurship is the booster to achieving sustainable development.
270-259	Dr. Tarik Hamoul / Dr. Wafia Zair / The reinsurance services in Algeria " challenges and opportunity"
284-271	Dr.DJELLAL AMEUR Nezha /LES RELATIONS ENTRE LES ELEMENTS QUI INFLUENCENT LE MARCHE AUTOMOBILE NATIONAL (ETUDE ECONOMETRIQUE)