République **A**lgérienne **D**émocratique et **P**opulaire

Ministère de l'**E**nseignement **S**upérieur et de la **R**echerche **S**cientifique

Université **M**'hamed **B**ougara – **B**oumerdès

- خلية الإتصال للجامعة -

العرض الصحفي ليوم

-الإثنين 23 نوفمبر 2026 -



Université de Boumerdès, Avenue de l'Indépendance, 35000 Boumerdès – Algérie
Tel/Fax: 024 79 51 88 | **Courriel:** communication@univ-boumerdes.dz
Site web: www.univ-boumerdes.dz

الحوار
EL HIWAR يومية وطنية شاملة

جامعة أمحمد بوقرة بومرداس

ملتقى وطني حول "الخداع الإعلاني والتسويقي"

نظمت جامعة أمحمد بوقرة -بومرداس - من خلال كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير بالتعاون مع مخبر البحث أداء المؤسسات الاقتصادية الجزائرية في ظل الحركية الاقتصادية الدولية للجامعة، ومديرية التجارة لولاية بومرداس الملتقى الوطني حول "الخداع الإعلاني والتسويقي، في ظل هيمنة منصات التواصل الاجتماعي وأساليب التسويق الحديثة واقع وتحديات".

نور الدين.ع



وفي كلمتها الافتتاحية، أبرزت رئيسة الملتقى، الأستاذة إيمان نصاح، أن الإعلان والتسويق أضحى من أبرز الوسائل المؤثرة في توجيه اختيارات الأفراد وقراراتهم الاستهلاكية، غير أن التطور المتسارع لأساليب التسويق، والانتشار الواسع لمنصات التواصل الاجتماعي، أفرز ممارسات سلبية أصبح الخداع الإعلاني والتسويقي من أبرز مظاهرها، فلم يعد الخداع يقتصر على تقديم معلومات غير صحيحة أو مضللة حول المنتجات والخدمات، بل امتد ليشمل الأسعار والعروض الترويجية والجودة وشروط الضمان وخدمات ما بعد البيع، معتبرا أن خطورة هذه الممارسات تكمن في آثارها المتعددة، فهي تمس ثقة المستهلك وتؤثر في وعيه وقراراته، كما تضر بالمنافسة الشريفة والقدرة الشرائية ومصداقية المؤسسات الاقتصادية. وتزداد هذه الإشكالية تعقيدًا-يقول- مع تنامي التجارة الإلكترونية واتساع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وما يرافق ذلك من تحديات تتعلق بالرقابة وحماية المستهلك.

ومن هذا المنطلق- -قالت الأستاذة إيمان نصاح- جاء اختيار موضوع ملتقانا اليوم، بهدف تعميق الفهم العلمي لظاهرة الخداع الإعلاني والتسويقي، وتشخيص مظاهرها وآثارها النفسية والاقتصادية، إلى جانب مناقشة الإطار القانوني لحماية المستهلك، وإبراز دور الأجهزة الرقابية والأمنية والإعلام والحركة الجمعوية في التصدي لهذه الممارسات. وقد تمحورت أشغال هذا الملتقى-تضيف- حول عشرة محاور علمية تتناول الجوانب المفاهيمية والأخلاقية للخداع الإعلاني والتسويقي، وأساليبه ومظاهره، وآثاره النفسية والاقتصادية، ومدى تأثيره على الفئات الهشة، فضلًا عن تحديات التجارة الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي، وآليات الحماية القانونية والرقابية، ودور الإعلام في ترسيخ الوعي الاستهلاكي. في السياق، أوضحت رئيس الملتقى الأستاذة إيمان نصاح أن أشغاله تمحورت حول عشرة محاور علمية تتناول الجوانب المفاهيمية والأخلاقية للخداع الإعلاني والتسويقي، وأساليبه ومظاهره، وآثاره النفسية والاقتصادية، ومدى تأثيره على الفئات الهشة، فضلًا عن تحديات التجارة الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي، وآليات الحماية القانونية والرقابية، ودور الإعلام في ترسيخ الوعي الاستهلاكي.

في السياق، أكد مدير الجامعة البروفيسور نورالدين عبد الباقي، في كلمته بالمناسبة: "إن اختيار هذا الموضوع يعكس وعيا بأهمية ما نعيشه اليوم من تحولات متسارعة في عالم التسويق والإعلان، فقد أصبحت الرسائل الإعلانية تصل إلى الأفراد في كل وقت، وبأساليب أكثر تأثيرا وانتشارا، ولا سيما عبر منصات التواصل الاجتماعي"، وهذا التطور-يقول رئيس الجامعة"- يفتح أمام المؤسسات فرصا واسعة للتعريف بمنتجاتها وخدماتها، لكنه يطرح، في الوقت نفسه، أسئلة جدية حول مصداقية ما يعرض، وحق المستهلك في الحصول على المعلومة الواضحة، وحدود المسؤولية عندما يتحول الإقناع إلى تضليل". فالمسألة لا تتعلق بإعلان عابر أو بقرار شراء فحسب، إذ يمكن للممارسات المضللة أن تهز ثقة المستهلك، وتؤثر في قدرته الشرائية، وتضر بالمنافسة النزيهة وبمصداقية المؤسسات والمنتج الوطني، كما أن امتداد هذه الممارسات إلى التجارة الإلكترونية، والاستعانة بالمؤثرين، وتنوع أساليب الترويج، يجعل التعامل معها أكثر تعقيدا ويستدعي تضافر الجهود العلمية والقانونية والرقابية والتوعوية- يشدد رئيس الجامعة الذي أبرز قيمة هذا الملتقى، بما يتيحه من حوار بين تخصصات وخبرات متعددة، فدراسة الظاهرة لا تكتمل من زاوية واحدة، بل تحتاج إلى فهم آثارها النفسية والاقتصادية، وتحليل أطرها القانونية، ومناقشة دور أجهزة الرقابة والإعلام والحركة الجمعوية، إلى جانب مسؤولية المؤسسات نفسها في اعتماد ممارسات تسويقية واضحة وأخلاقية.

أخبار اليوم
AKHBAR ELYOUM
www.akhbarelyoum.dz

مدير جامعة امحمد بوقرة ببومرداس:

الإعلان والتسويق أضحى من أبرز الوسائل المؤثرة

أكد مدير جامعة أمحمد بوقرة ببومرداس، البروفيسور نور الدين عبد الباقي، في كلمته الافتتاحية في أشغال الملتقى الوطني الذي

احتضنته كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بالجامعة، أن الإعلان والتسويق أضحى من أبرز الوسائل المؤثرة في توجيه اختيارات الأفراد وقراراتهم الاستهلاكية. غير أن التطور المتسارع لأساليب التسويق والانتشار الواسع لمنصات التواصل الاجتماعي أفرزا ممارسات سلبية، أصبح الخداع الإعلاني والتسويقي من أبرز مظاهرها، ولم يعد الخداع يقتصر على تقديم معلومات غير صحيحة أو مضللة حول المنتجات والخدمات، بل امتد ليشمل الأسعار والعروض الترويجية والجودة وشروط الضمان وخدمات ما بعد البيع.

وتكمن خطورة هذه الممارسات في آثارها المتعددة؛ فهي تمس ثقة المستهلك وتؤثر في وعيه وقراراته، كما تضر بالمنافسة الشريفة والقدرة الشرائية ومصداقية المؤسسات الاقتصادية. وتزداد هذه الإشكالية تعقيداً مع تنامي التجارة الإلكترونية واتساع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وما يرافق ذلك من تحديات تتعلق بالرقابة وحماية المستهلك.

ومن هذا المنطلق، جاء اختيار موضوع الملتقى بهدف تعميق الفهم العلمي لظاهرة الخداع الإعلاني والتسويقي، وتشخيص مظاهرها وآثارها النفسية والاقتصادية، إلى جانب مناقشة الإطار القانوني لحماية المستهلك، وإبراز دور الأجهزة الرقابية والأمنية والإعلام والحركة الجمعوية في التصدي لهذه الممارسات.

وقد تمحورت أشغال هذا الملتقى حول عشرة محاور علمية تتناول الجوانب المفاهيمية والأخلاقية للخداع الإعلاني والتسويقي، وأساليبه ومظاهره، وآثاره النفسية والاقتصادية، ومدى تأثيره على الفئات الهشة، فضلاً عن تحديات التجارة الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي، وآليات الحماية القانونية والرقابية، ودور الإعلام في ترسيخ الوعي الاستهلاكي.

كما شكلت المداخلات والنقاشات التي شهدتها أشغال هذا اللقاء فرصة لتبادل الخبرات والرؤى، والخروج بتوصيات علمية وعملية تسهم في ترسيخ أخلاقيات الإعلان والتسويق، وتعزيز حماية المستهلك، ودعم بناء سوق أكثر شفافية وعدالة.

• ي. تيشات

الحياة
جريدة إخبارية شاملة
www.elhayatonline.com

من الإعلان المضلل إلى الغش التسويقي

جامعة بومرداس تناقش تحديات السوق الرقمية

احتضنت مؤخرا جامعة "أمحمد بوقرة" في بومرداس، من خلال كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، وبالتعاون مع مخبر البحث، أداء المؤسسات الاقتصادية الجزائرية في ظل الحركية الاقتصادية الدولية ومديرية التجارة لولاية بومرداس، ملتقى وطنيا حول "الخداع الإعلاني والتسويقي في ظل هيمنة منصات التواصل الاجتماعي وأساليب التسويق الحديثة، واقع وتحديات"، بهدف تسليط الضوء على واحدة من الظواهر المتنامية في الأسواق الحديثة، وما تفرضه من تحديات على المستهلك والمؤسسات والهيئات الرقابية.

وسعى الملتقى إلى تعميق الفهم العلمي لمفهوم الخداع الإعلاني والتسويقي وتحديد أبعاده ومظاهره في الأسواق التقليدية والرقمية، إلى جانب تشخيص الممارسات التي تستهدف التأثير في قرارات المستهلك وتوجيه اختياراته بطرق مضللة، مع الوقوف عند آثارها النفسية وانعكاساتها على الوعي الاستهلاكي والثقة في السوق والمؤسسات الاقتصادية.

وتناول المشاركون، من خلال عشرة محاور، مختلف جوانب الظاهرة، بدءا بالإطار المفاهيمي والأخلاقي للإعلان والتسويق والتمييز بين الإعلان الكاذب والمضلل، وصولا إلى أساليب الخداع ومظاهره في الأسواق الحديثة وآثاره النفسية وأشكاله ضمن عناصر المزيج التسويقي.

كما شملت المحاور التشريعات المنظمة للإعلان والتسويق والمسؤولية المدنية والجزائية وآليات الردع ودور الهيئات الرقابية والأمنية في حماية المستهلك، إلى جانب التحديات التي تفرضها التجارة الإلكترونية ومنصات التواصل الاجتماعي ودور الإعلام والحركة الجمعوية في نشر الوعي الاستهلاكي.

وفي مداخلة بالمناسبة، أشارت رئيسة الملتقى، نصاح إيمان، إلى أن الإعلان والتسويق باتا من أبرز الوسائل المؤثرة في توجيه اختيارات الأفراد وقراراتهم الاستهلاكية، غير أن التطور المتسارع لأساليبهما واتساع انتشار منصات التواصل الاجتماعي، أفرزا ممارسات سلبية، يأتي الخداع الإعلاني والتسويقي في مقدمتها، بما يثير تساؤلات حول مصداقية المحتوى التجاري وحدود التأثير في المستهلك.

وأضاف أن خطورة هذه الممارسات، تتجاوز مجرد تضليل المستهلك، لتطال ثقته ووعيه وقراراته، وتمتد إلى الإضرار بالمنافسة الشريفة والقدرة الشرائية ومصداقية المؤسسات الاقتصادية، وهي تحديات تتفاقم في ظل توسع التجارة الإلكترونية وتزايد الاعتماد على المنصات الرقمية، الأمر الذي يفرض تعزيز الرقابة وتطوير آليات أكثر فعالية لحماية المستهلك. في الأخير، خرج الملتقى بجملة من التوصيات وحلولا، من شأنها أن تحمي المستهلك وترسخ الوعي، ودعم لسوق أكثر شفافية وعدالة.

سامية. ب

Cellule de Communication



“Le plus grand arbre est né d'une graine menue”

Pour plus d’information Veuillez nous Contacter à cette adresse électronique :
communication@univ-boumerdes.dz