

[اضغط هنا لتقديم بحثك](#)



الهيئة العالمية للتسويق الإسلامي
International Islamic Marketing Association

بسم الله الرحمن الرحيم

المؤتمر العالمي الرابع للتسويق الإسلامي

اسطنبول 29 - 30 مايو \ أيار 2013

<http://www.globalimc.org/>

يسر الهيئة العالمية للتسويق الإسلامي أن تدعوكم للحضور أو لتقديم أوراق بحثية للمشاركة بفعاليات المؤتمر العالمي الثالث للتسويق الإسلامي والذي سيعقد بمشيئة الله في مدينة اسطنبول بتاريخ 29 - 30 مايو | أيار 2013. ويأتي هذا المؤتمر استمرارا للنجاح الكبير للمؤتمر الأول الذي عقد في دبي في شهر مارس عام 2011 والثاني الذي عقد في أبو ظبي في شهر يناير عام 2012 والثالث الذي عقد في القاهرة في شهر كانون أول | ديسمبر 2012. لمزيد من المعلومات يرجى زيارة باقي صفحات المؤتمر هنا أو التواصل معنا على:

هاتف - الإمارات: 00971508322019

أيميل: welcome@iimassociation.com

الفوائد

المجلة العالمية للتسويق الإسلامي (العدد الخامس من المجلة)

سيتم نشر أفضل 15 بحثا عربيا مقدما في المؤتمر في المجلة العالمية للتسويق الإسلامي وهي مجلة علمية دورية محكمة تصدر من الهيئة العالمية للتسويق الإسلامي وهي أول مجلة في العالم في هذا المجال وتحمل الرقم الدولي: **ISSN2225-5850**

الجائزة العالمية للتسويق الإسلامي

سيتم منح الجائزة العالمية للتميز في التسويق الإسلامي لأفضل خمسة أبحاث مشاركة وذلك كما يلي:

المركز الأول: 4000 (أربعة آلاف دولار أمريكي)

المركز الثاني: 3000 (ثلاثة آلاف دولار أمريكي)

المركز الثالث: 1000 (ألف دولار أمريكي)

المركز الأول - طلاب: 1000 (ألف دولار أمريكي)

المركز الثاني - طلاب: 500 (خمسمائة دولار أمريكي)

محاوير المؤتمر

الإبداع الاجتماعي في المجتمعات الإسلامية	أسواق الحلال	المزيج التسويقي الإسلامي
القانون الإسلامي والممارسات التسويقية	الضيافة الإسلامية	أخلاقيات الأعمال في الإسلام
البيع والشراء من الأسواق الإسلامية	قنوات الدعم والإمداد الإسلامية	التسويق الإسلامي
التمويل والمحاسبة الإسلامية	السوق الإلكتروني الإسلامي	الماركات التجارية الإسلامية
نظم الأعمال في الإسلام	أسواق الملابس والموضة الإسلامية	المستهلك المسلم
إدارة شؤون الأفراد الإسلامية	الأدوية ومستحضرات التجميل والعناية الإسلامية	التاجر المسلم
الإدارة الإسلامية	تجارة التجزئة الإسلامية	استغلال الإسلام تجارياً
الاقتصاد الإسلامي	الريادة الاجتماعية في المجتمعات الإسلامية	تسويق التمويل الإسلامي
التعليم الإسلامي	المسلمون في الغرب	الترفيه و السياحة الإسلامية

رسوم المشاركة (تدفع الرسوم حسب الفئة)

فئة الأساتذة والموظفين في المؤسسات الأكاديمية : 650 دولار أمريكي
الطلاب (بشرط إحضار هوية طالب): 400 دولار أمريكي
ممثلو الشركات: 1200 دولار أمريكي

للتسجيل يرجى زيارة موقع المؤتمر \ صفحة التسجيل و دفع الرسوم المستحقة حسب الفئة وإرسال نسخة عن التحويل إلى أيميل أو فاكس المؤتمر حيث سيصار إلى تأكيد تسجيلكم وإبلاغكم بذلك. علماً أن المشارك يتحمل تغطية نفقاته الشخصية من سفر وسكن.

كيفية تقديم طلبات المشاركة

على الراغبين بتقديم أوراق بحثية أو أوراق عمل تقديم ملخص من 500-750 كلمة أو البحث كاملاً لمن أراد المشاركة في الجائزة إلى رئيس المؤتمر الدكتور بكر احمد السرحان أو إلى سفراء المؤتمر في بلدانهم حسب المبين أدناه:
الدكتور بكر احمد السرحان

هاتف: 00971508322019

بريد الكتروني: baker.alserhan@uaeu.ac.ae

سفراء المؤتمر

اندونيسيا	د. تونو ساكسونو	tsaksono@uthm.edu.my	جامعة تون حسين اون - ماليزيا
ماليزيا بروناي			
تركيا	د. اوزليم سانديكي د. مؤمن دايان	sandikci@gmail.com mdayan@uaeu.ac.ae	جامعة بلكنت - تركيا جامعة الامارات - الامارات
مصر	د. داليا فراج د. حامد شما	dfarrag@gmail.com shamma@aucegypt.edu	الأكاديمية العربية للعلوم - الاسكندرية الجامعة الامريكية - القاهرة

	mbonca@1to1.com	د. ماتيوز بونكا	بولندا
جامعة بهاء الدين زكريا - الباكستان	khurambukhari@bzu.edu.pk	خورام بخاري	باكستان

ملاحظات

- * هناك خصم بمقدار 30% لمن حضروا مؤتمرات التسويق الاسلامي السابقة
- * هناك خصم بمقدار 20% للجهات التي توفد مجموعات
- * آخر موعد لاستلام المشاركات هو 1 نيسان | ابريل 2013
- * يتولى المشاركون تنظيم كافة أمور إقامتهم وسفرهم ويعتذر المؤتمر عن عدم توفر أي دعم مالي للمشاركين

قواعد تسليم البحوث

(الأبحاث العربية تتبع قواعد المجلة العربية للعلوم الإدارية)

- 1 - الرجاء من الباحثين الكرام عدم استخدام الهوامش السفلية وذلك لصعوبة طبعها لاحقاً
- 2 - يقوم الباحث بتسجيل وارقاق بحثه من خلال موقع المؤتمر الالكتروني ولا يقبل اي بحث يرسل عن طريق الايميل . [إرفاق البحث اضغط هنا](#)
- 3 - على الباحث الالتزام بمسافتين بما في ذلك الهوامش والمراجع والمقتطفات والجداول والملاحق وبهوامش (2.5 سم) أعلى الصفحة وأسفلها وجانبيها.
- 4 - ينبغي أن تحتوي الصفحة الأولى من البحث على عنوان البحث، واسم الباحث أو الباحثين، وجهة العمل، والعنوان، ورقم الهاتف، ورقم الفاكس (إن وجد). ويمكن ذكر أية عبارات شكر يرغب الباحث في توجيهها إلى من أسهموا في تطوير البحث وغيرهم.
- 5 - يراعى أن تتم كتابة البحث بلغة عربية سليمة واضحة ومركزة، وبأسلوب علمي حيادي. وينبغي ألا يزيد حجم البحث على عشرين صفحة، بما في ذلك المراجع والهوامش والجداول والأشكال والملاحق.
- 6 - إذا استخدم الباحث قائمة استبيانية أو غيرها من أدوات جمع البيانات، فعلى الباحث أن يقدم نسخة كاملة من تلك الأداة إذا لم تكن قد وردت في صلب البحث أو ملاحقه.

ترقيم البحوث:

تعطى الصفحات كلها أرقاماً متسلسلة بما في ذلك الصفحات التي تحتوي على الجداول والأشكال والملاحق والمراجع. ولا ينبغي ترقيم أجزاء البحث أو عناوينه الفرعية. ويعرض الجزء الأول من البحث تحت عنوان مقدمة او المقدمة او مقدمة البحث حسبما يراه الباحث.

البحث أو ملخص البحث:

على الباحثين الراغبين في اشتراك أبحاثهم لغايات الجائزة العالمية للتميز في التسويق الإسلامي أن يقدموا البحث مكتملاً أما الباحثين الراغبين فقط في شرح أبحاثهم في المؤتمر فيمكنهم تقديم ملخصات مطولة تتراوح بين 500 إلى 750 كلمة.

الجداول والأشكال:

ينبغي وضع الجداول والأشكال كل في صفحة منفصلة، وتطبع بمسافتين بين الأسطر. ويتم ترقيم كل جدول باستخدام الأرقام العربية، بالإضافة إلى ذكر عنوان الجدول يدل على فحواه، وينبغي الإشارة إلى كل جدول أو شكل، والمكان الذي يوضع به في متن البحث.

الاقتياسات والإشارة إلى المراجع:

لا تستخدم الهوامش لغرض الإشارة إلى المراجع التي يستشهد بها الباحث، وإنما يتعين الإشارة داخل البحث إلى أي مرجع يذكر اسم المؤلف وسنة النشر بين قوسين، على النحو الآتي:

- بالنسبة لمؤلف واحد أو اثنين: (عبدالوهاب، 1979)، (عسكر وزايد، 1994)

(Jensen, 1976), (Katz and Khan, 1982)

- وفي حال الإشارة المرجعية المحددة: (عمران، 1990: 153)، (Jensen, 1976: 115)

- وفي حال أكثر من اثنين من المؤلفين: (الإبراهيم وآخرون، 1981)، (1994, et al/Williams)

- وفي حال الإشارة إلى أكثر من مرجع للمؤلف نفسه: (جاء، 1982، 1984)

- وفي حال ذكر اسم المؤلف في صلب البحث يراعى عدم تكراره ثانية داخل القوسين: (McClelland 1961)

- وفي حال تعدد المؤلفين المشار إليهم: (القوتان، 1987؛ العتيبي، 1992).

- وفي حال تعدد الأعمال للمؤلف نفسه في العام نفسه، يتم إعطاء الحروف أ، ب وهكذا لتلك الأعمال: (موسى، 1990أ)، (Tversky, 1981a)

المراجع

توضع المراجع في صفحات مستقلة تحت عنوان المراجع في نهاية البحث، وتتضمن قائمة المراجع الأعمال التي أشير إليها في صلب البحث. وترتب المراجع العربية كلها في نهاية البحث طبقاً للترتيب الأبجدي، ويراعى ذكر الاسم الثلاثي للمؤلف والاسم الأول ثم الأوسط ثم الأخير، ويوضع تاريخ النشر بعد اسم المؤلف (المؤلفين) مباشرة، ثم عنوان المقال، فاسم الدورية، فرقم المجلد، والعدد، فأرقام صفحات المقال.

ويجب ألا تحتوي قائمة المراجع على أي مرجع لم تتم الإشارة إليه ضمن البحث. كما يجب ذكر أسماء الدوريات المشار إليها في البحث بالكامل من غير اختصار. وفي حال تعدد الأعمال المشار إليها للمؤلف نفسه يتم ترتيبها في قائمة المراجع طبقاً لتسلسل تواريخ نشرها. وترتب المعلومات المتعلقة بالمراجع كما في الأمثلة الآتية:

عادل محمود زايد، 1993، العلاقة التبادلية بين متغيرات التعلم الفردي والتعلم التنظيمي: دراسة تحليلية، *المجلة العربية للعلوم الإدارية*، المجلد الأول، العدد الأول: 61-88.

Sloan. Systems G.M., and Scott - Morton, M. S. 1989. A Framework for Management Information , *Gorr Management Review* 30 (3): 49-61.

الهوامش

يفضل الإقلال من استخدام الهوامش إذا كان بالإمكان تضمين محتوياتها في صلب البحث. وتطبع الهوامش بمسافتين بين الأسطر، مرقمة بالتسلسل حسب ورودها في البحث، وعلى أوراق منفصلة، وتوضع في نهاية البحث، قبل قائمة المراجع.