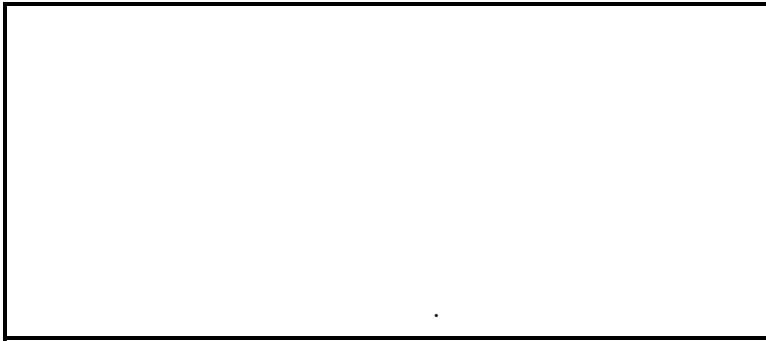


"

"

:

-



“ ”

：

“ ”

”

(1)

”

”

：

“ ”

(2)

.

:

.

(*)

"12/86"

"06/88"

"10/90"

(*)

:

:

;

(*)

/1

/2

(Promotion) (Prix) (Produit) (Placement)

[4P]

/3

:

:

-

-

-

-

∴
" "

∴ " "

-

-

-

∴

∴

∴

(3)

∴

∴ () /1

. :
(4) -
260 1992 -
-

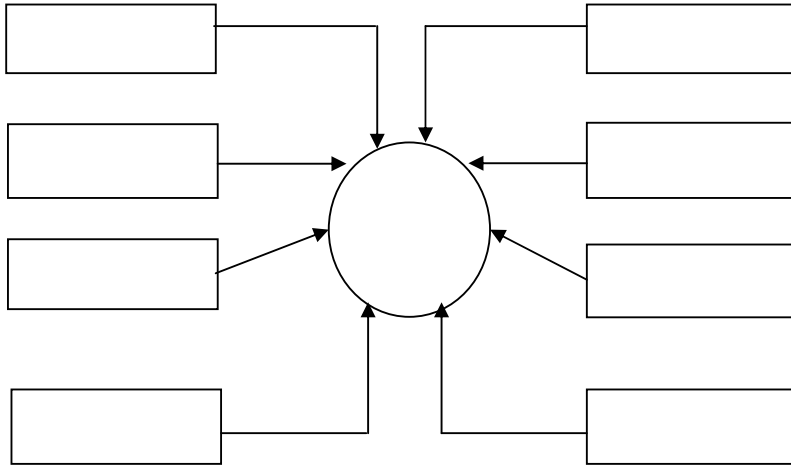
(5) :
-

: ()
:
-
-
-
-
:
()
:
-

-
-
-

:

:(1)



.168

(1999)

:

: 12

:

.

: 13

: (6)

: (

: (

.
: (

- -

_____ /4

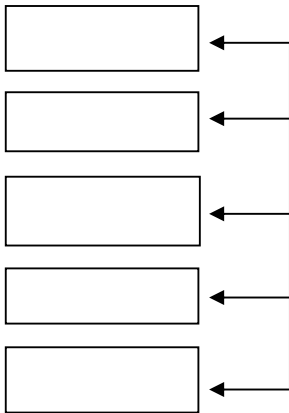
(7)

-
-
-
-
-
-

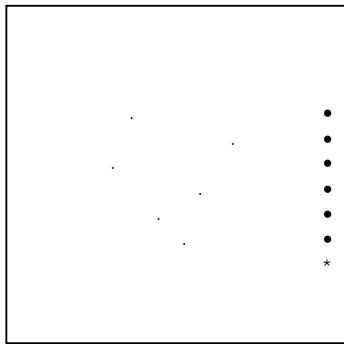
:

/5

:(2)



216 1999



:

/6

:

(

- - -

:

-

-

-

(8) ()

:

17

:

:

:

(

✓

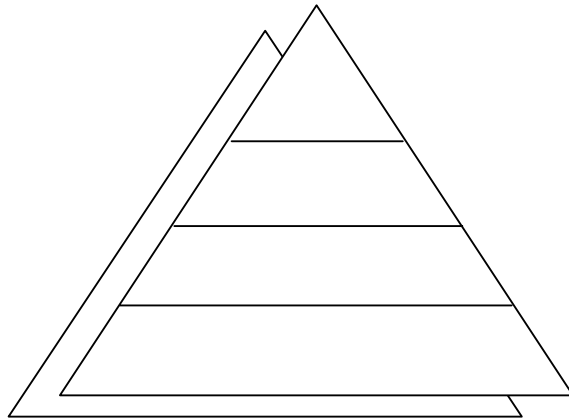
✓

✓

✓

:

:(3)



.309 2001

:

:(9)

(

:

/8

:

" "

(

-

-place

.(10)

.....

..... /9

..... (

..... (

..... :

: _____ **/10**

:

: (

: (

: (

.(11)

:

() -

-

-

-

-

-

: _____ **/11**

-

: **1/11**

()

(12)

/
/
() /
/
()

: /

() -

-

-

.(-)

-

-

-

()

:

/

(13)

()
(ABEF)

)

(

:

/

(14)

: /

.()

:

2/11

❖

(D.M.C)

()

:

.....

-

-

-

-

-

◆

◆

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

❖

❖

-

-



()

❖

: /12

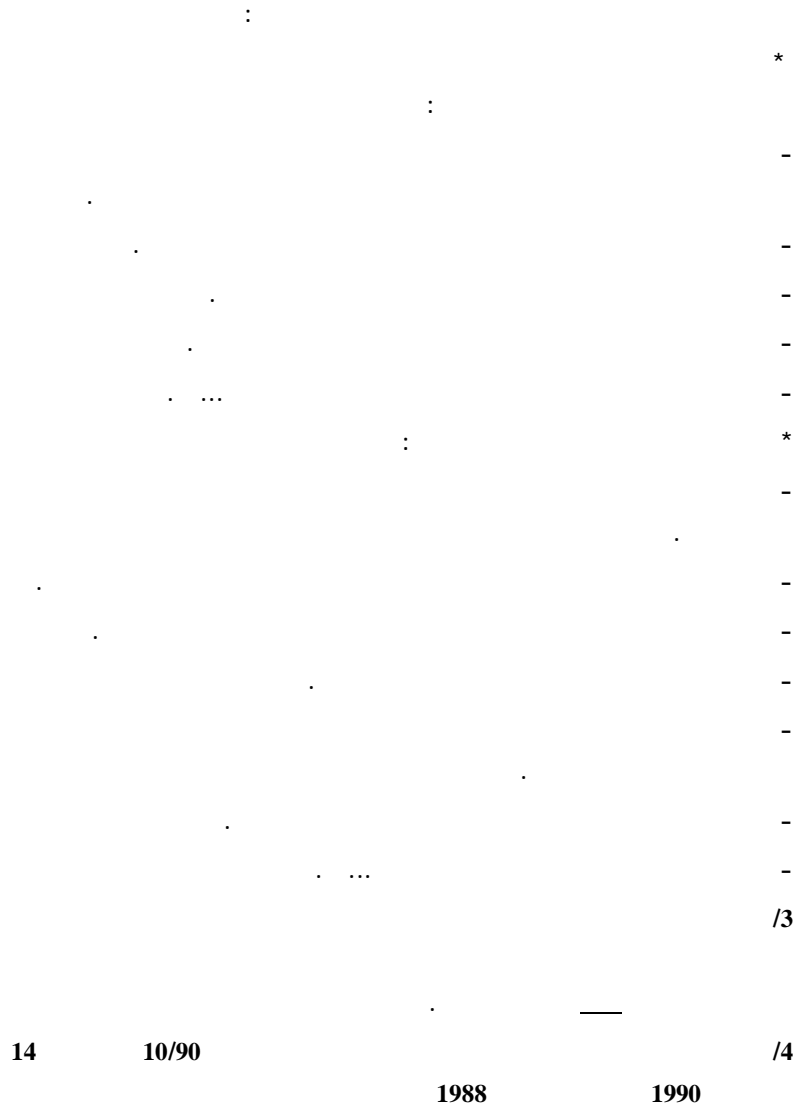
:

: (/1

/2

)

(





/5

/6

:

(4P)

Produit	.1
Prix	.2
Placement	.3
Promotion	.4

()

.(Personnel)

)

.(

" "

: (5P)

Produit	.1
Prix	.2
Placement	.3
Promotion	.4
Personnel	.5

(Public)

(5P)

" "

.(6P)

(5P)

()

Cinq pour) (1 5) (1P 5P) :

.(five for one) (un

: (

-

-

-

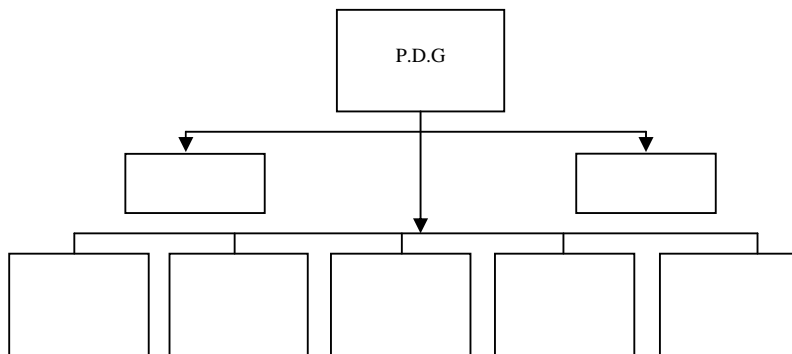
-

-

:

.(. .)

:(4)



:

- (-)
:
.
.
.
.
.
.
()

• •

.

.

.

:

.(15)

-

-

-

-

10/90

" " " " " "

-
- .05 : (1993) (1)
- : (2001) (2)
- .15
- : (1999) (3)
- .172
- .20 : (4)
- : (1999) (5)
- .169 -167
- .179 : (1999) (6)
- (7) LEVIT (T), le marketing en 18 textes choisis , par bursk E.C et chapman J.F, les éditions d'organisation , Paris , 1974.
- : (1999) (8)
- .78 77
- (9) Philip Kotler, quel marketing pour la banque de demain, la Revue banque, janvier 1977 N° 358 P15.
- (10) Yves chirouze, le marketing, tome 2, 2eme édition O.P.U, Alger, 1990 , P 22.
- - (11)
- .95- 93
- (12) Yves le Golvan, la planification marketing, Revue banque, Mai 1986, N° 461 , P 165.
- (13) Monique zollinger, le marketing bancaire vers une banque du troisieme type , Paris Bordas, 1985 , P 177.
- (14) Tourndis madine, le marketing bancaire face aux nouvelles technologies, Paris, Masson, 1989, P 65.
- (15) Mohamed seghir djelti, comprendre le marketing , édition OPU, Alger, 1990, P 35.