

:

:

:

.
. .
. .
. .
. .

2010-2009

« »

»

إهداء

...

.....

...

.

.

...

:

.

...

...

.

.

:

.....



:

19		(1-1)
37		(1-2)
42		(2-2)
78	/	(1-3)
130		(1-4)
159		(2-4)
241		(1-6)
264		(2-6)
266	DAB	(3_6)
266	TPE	(4-6)
270	Cib	(5-6)
276		(6-6)
280		(7-6)
284	2009	(8-6)

:		
05		(1-1)
21		(2-1)
39		(1-2)
40		(2-2)
41		(3-2)
60		(4-2)
68		(1-3)
69	/	(2-3)
72	/	(3-3)
74	/	(4-3)
75		(5-3)
79		(6-3)
86		(7-3)
87		(8-3)
88		(9-3)
91		(10-3)
97		(11-3)
100		(12-3)
105		(13-3)
110		(14-3)
112		(15-3)
113		(16-3)
137		(1-4)
138	Porter	(2-4)
168		(1-5)
175		(2-5)
176		(3-5)

183	.	(4-5)
186		(5-5)
187		(6-5)
191		(7-5)
199		(8-5)
201		(9-5)
206		(10-5)
208		(11-5)
218	.	(12-5)
242		(1-6)
246	II	(2-6)
252	CPA	(3-6)
257	DMC	(4-6)

أ- ي	
33-2	:
2	
3	:
3	:
6	:
8	:
12	:
12	:
17	:
18	:
23	:
24	:
24	:
26	:
30	:

33	
65-35	:
35	
36	:
36	:
38	:
41	:
43	:
43	:
52	:
55	:
56	:
58	:
58	:
63	:
65	
122-67	:
67	
68	:
68	() :

82	:
90	:
98	:
103	:
105	:
105	:
110	:
111	:
115	:
115	:
118	:
119	() :
120	:
122	
160-124	:
124	
125	:
125	:
129	:

131	:
138	:
141	:
141	:
145	:
147	:
150	:
154	Les banques Universelles :
154	:
155	:
156	:
157	:
160	
227-162	:
162	
163	:
163	:
168	:
172	:

175		:
180		:
180		:
186		:
190		:
195		:
195		: :
211		:
219		:
227		
306-229		:
229		
230		:
230	10/90	:
237	10/90	:
243		:
249	CPA	:
249	CPA	:
251		:

253	DMC	:
258		:
258	CPA	:
261		:
275		:
286		:
286		:
287		:
299	check list	:
306		
308		
313		



.

.

.

.

.

.

.

.

5

5

.

.

.

.

.

.

5

.

.

5

.

.

.

.

.

.

.

.

.

5

.



-4

.

:

.

:

. 1

. 1

:

1

1

1

.

1

.1

.2

.3

.4

1

.5

1

.6

1

.7

1

1



:

.

.

.1

3

.2

3

.3

3

.4

3

.5

.

:

.

.

.

.

.

.

check list

·Conditions de banque

·Stratégica :

. IDS Consulting

:

.



.

.

.

.

.

.

.

:

.

.

- 1

:

" : (1991)¹

.1

."

.

.

.

.

.

.



" (1991)

1

."

.

.

.

" : (1996)¹ .2

" : ²(2001) .3

599

" : ³(2004) .4

(())
Porter

" : (1996) 1
2
-29 . 229 · 2001 30
3
" _



" : (2004)¹ .5
 ." _

- " : ²(2005) .6
 ." _

" : ³ (2005) .7
 ." _

- " : (2004) 1
 .2004 . " _
 ." : (2005) 2
 .2005 .
 : " : (2005) 3
 .2005 . ."



" : (2005) .8

" - -

- II

Trois défis pour la banque de " : ¹(1999) Michel Badoc .1

"demain

· Du Marketing mix au E-Marketing

E- Marketing Ô Ô Ô Ô Ô

¹ Michel Badoc, **Trois défis pour la banque de demain**" banque magazine, N° 605, juillet et août, 1999, pp 20-23.

· bancaire

satisfaction with bank services " : ¹ (2001) high student .2

"and development of bank- customers relationships

."

—

—

l'innovation marketing dans les " : ² (2007) .3

"services- cas des banques publiques algériennes-



•

•

•

•

•

•

•

•

•

•

•

•

•

•

•

•

•

•

•

•

•

•

•

•

•

•

•

•

•

•

•

•

•

•

•

•

•



.

.

5

.

.

.

.

.

.

.

.

.

.

.

.

5

.

.

.

.

.

.1

5

.2

.

.

.

.

.

.

:

%70

.

.

.

.

.

.

.

American Marketing Association (AMA)

"

1 "

"

Kotler

2"

² PH. Kotler et B. Dubois, **Marketing management**, 10^{ème} édition, Public-Union, Paris, 2000, p40.

"

1"

.

"

2"

.

.

"

Stanton

3"

D.Jobber

.

.4

:

-1

:

-2

-3

.10 1998

:

1

52 2000

2

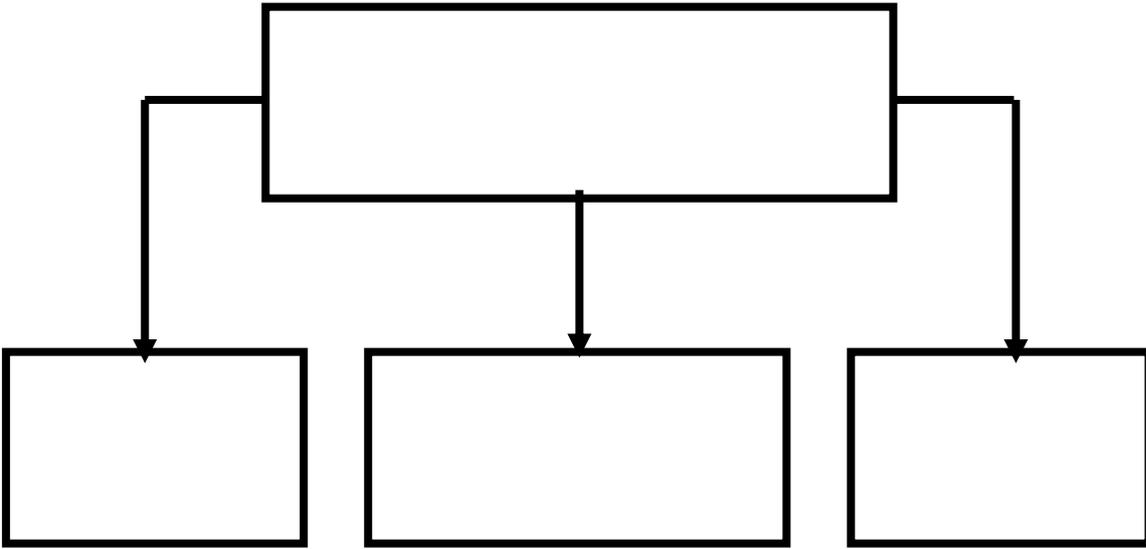
.13 2000

3

.15 2001

4

:(1-1)



.16

:

" :

1"

:

-1

-2

-3

-4

-5

-6

2

:

1911

.1955

1.
:

-
-
-
-
-
-
-
-
-

%50

2
...

.3
:

-1

-2

.18 2002

1

² Thomas C.Kinnear et K.L.Bernhardt, **principles of MKG**, Dallas, Texas, Scott, Foresman and company, 1983, p 25.

.15 2000-99

1

:

3

-3

)¹(() -4

2 : -5

3 : -6

...

3

-II

4

*

*

*

*

*

()

*

*

.22 99	:	1
21 2001	:	2
.16 2000	:	3
.58 2002	:	4

-1

1

2

.3

-
-
-

-2

4

	.24	2002/2001	1
	.16	1999	2
	.29	2002	3
.41 40		2004	4

ELGIN NANONAL

1864

-

-

1958

"

"

"

"

"

-3

(1945-1919)

2"

"

-

)

25000

-

. 3(

-4

.40 1996
 .24 23 1995
 .10 1993

1
 2
 3

()
(...)

...

. 1

: 2

.

-

-

.

-

. 3

-5

.

. 4

. 5

.42 2001

.40 2000

.19 2003

.11

.38 2002

21

:

1

:

2

3

3

4

5

.1

-6

.2

²S. Martin et J.P. Védrine, **Marketing: Les concepts-clés**, Les éditions d'organisation, paris, 1993, PP 13,14.

%70

%90

:

:|

Théodore levitt

.1

" "

...

" "

.(...

:

¹ Michel Langlois et Gérard Toquer, **Marketing des services: Le défi relationnel**, gaetan Morin éditeur, Paris, 1992, pp 21-22.

-

:

":

-1

1"

"

-2

2"

" Kotler

-3

3 "

:||

:

-1

4

.5

1

:

1

.37-36 1999

² Pierre Eiglier et Eric Langeard, Servuction: **Le MKG des services**, 7^{ème} tirage, Ed science internationale, 1999, P08.

³ P. Kotler et B. Dubois, **marketing management**, 11^{ème} édition, Pearson Education, paris, 2002, P 18

⁴ Beatrice Bréchnignac - Roubaud, **Marketing des services: Du projet au plan marketing**, 5^{ème} tirage, édition d'organisation, Paris 2001, P 71.



-

.

-

-

.

.

-

()

.

-2

.

.

.1

-

.

()

-

.

)

-

(

.



() -3

.¹Mc Donalds

:III

:

() -1

.²

.()

...

-2

...

-3

:

:

...

-4

:

:

-5

¹ Beatrice Bréchnignac - Roubaud, OP.CIT, P 72.

.

"

"

1
.....

-6

:

.

-

-

2
.



.1

:

:

:

:

:

-

-



:

P.Kotler

.

.

)

(

)

(

:

-1

-2

.1

.2

)

(...

:

.

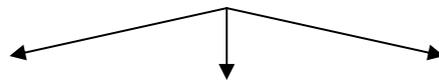
.95

1

.428

2

: (2-1)



Christopher Lovelock et Denis lapert, Marketing des services: :
 stratégie, outils et management, publi Union éditions, Paris, 1999, P 270.

-3

()

.1

-4

.2

-
-
-
-

-5

" " " " " "

.3

)

-

(

" Davidson

.96

1

² Christopher lovelock et Denis lapert, OP.CIT, P 289.

.97-96

3

"

-

-6

()
()
.1 ()

-7

.2

" : -
" " " -
" " " -

-I

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

:

1

-II

...

- -

" "

.

.

.(...)

(...)

.1

:

.

:

2.

:

-1

:

:

.

¹ Beatrice Bréchnignac-Raubaud, OP.CIT, P 105.

:

.

.

:

.

.

:

.

:

.

:

.

.

:

-2

:

-3

:

-4

:

:

.1

" :

1 "

:

.

.

.

.

" :

2 "

.

:

:

1

..13: 2002

2

.16 1999

1

" s.de coussergues

1"

" : tilleman hodyes

2"

¹ Sylvie de coussergues, **gestion de la banque**, édition Dunod, 2^{ème} édition, paris, 1996, p219.

² Hodyes, tilleman, **bank marketing: text and cases**, addition Wesley publishing co , mente part, California, u.s.a, 1986, p15.

" :

wayer

1"

wayer

" :

2"

" :

3"

-2

.18 1994

:

.1989

.19

1

2

3

1 :

.

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

:

.

.

2 :

-1

Theodore levitt

1960

49

:

.49

1

2



1.

-2

-3

-4

"

" :

¹ THEODORE LEVITT, **marketing myopia**, Harvard business review, 1960,pp 45-46.

1 : "Managing Financial Services Marketing" Marsh
(04)

.

.

.

.

.



:

.

.

.

.

.

.

:

:

)

Schiffman and Kanun

.¹(

)

².(

¹ Schiffman, L.G .and Kanun, L.L. consumer Behavior , Engele- wood cliffs .N.J :prentice .Hall .INC, 1992
² Engle, J.F, and Blackwell , R.D. consumer Behavior , (4th ed) Chicago , the Dryelen press ,1982,p52

1.
:

:(1-2)

96

:

:

1.

:

:

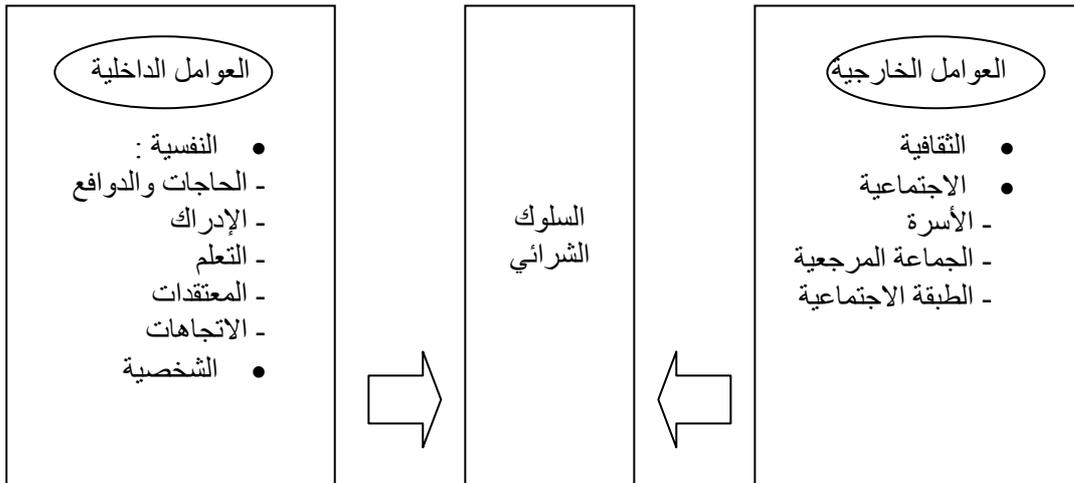
-1

-

.....

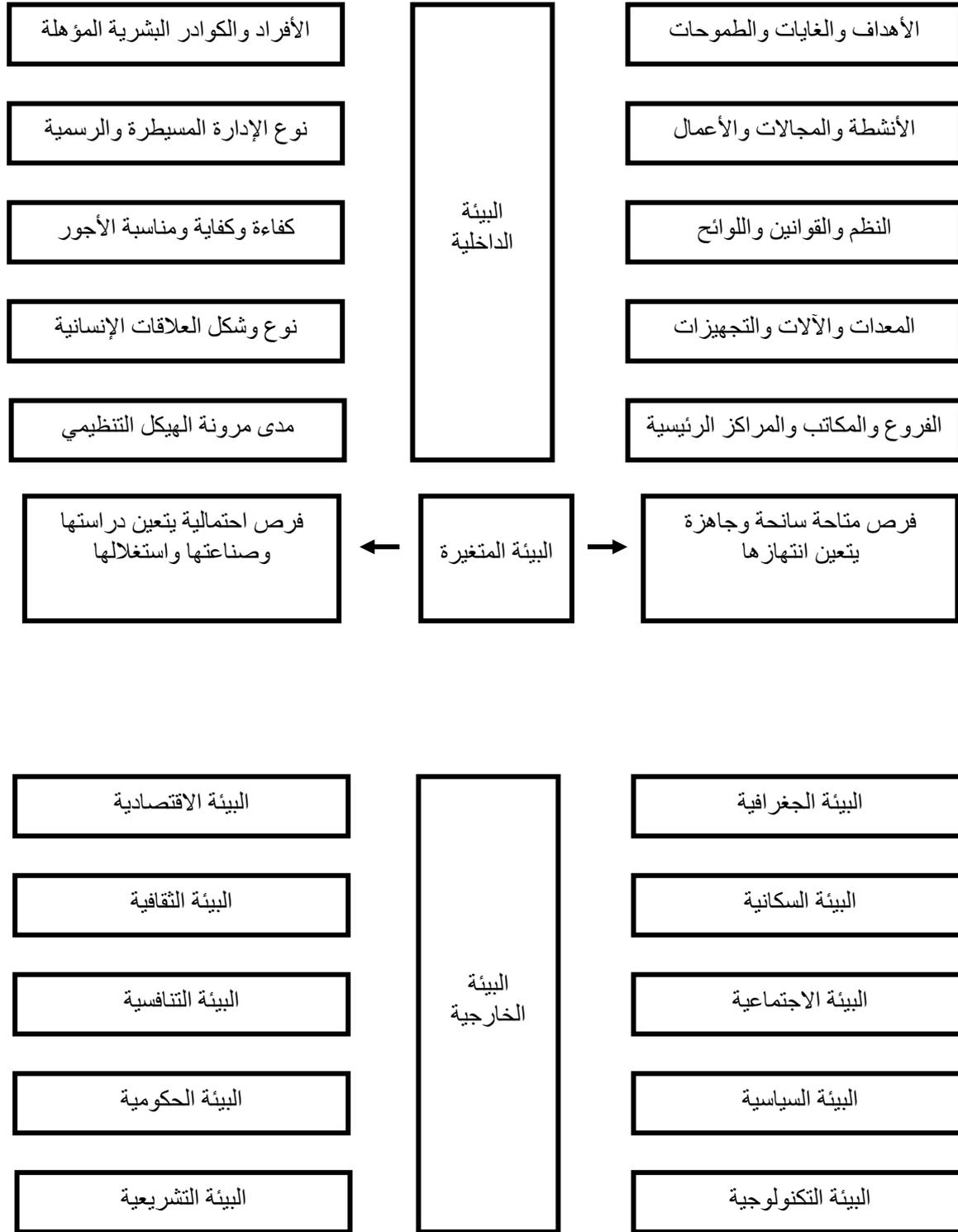
-2

: (1-2)



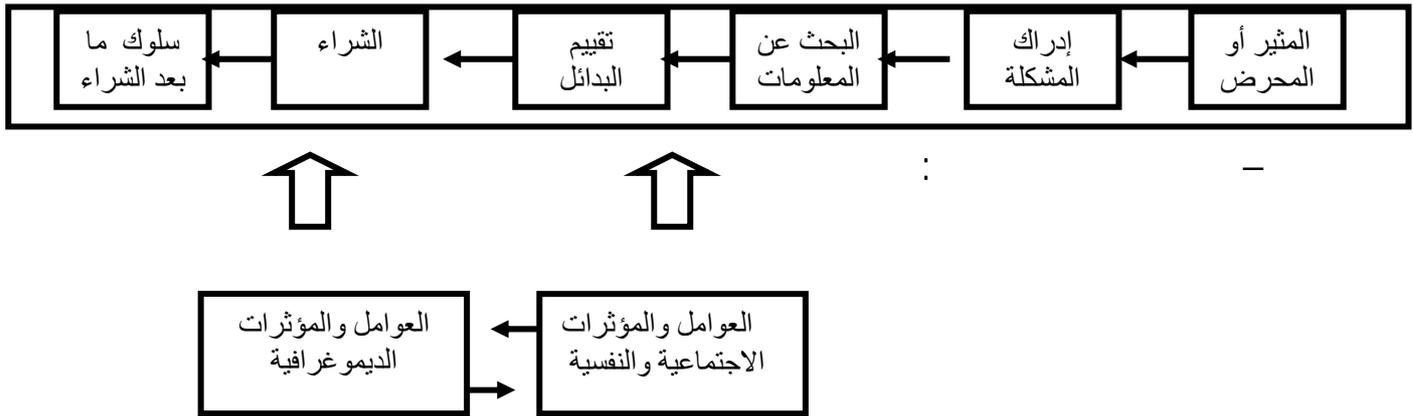
:

(2-2) :



1.

(3-2) :



.111

2.

:(2-2)

"	"
79	
76	
70	
50	
50	
36	
29	
20	
21	
19	
17	
116	:

:

:

:

-I

-1

. / / /
(.../ / / / /)

1:

:

":

.(19:)

:

.

:

1.

:

.

:

.

/ /)

()

(.../

:

:

-

2"

":

" :

3"

:4

AMA

.()

¹ M.k.killani , **introduction au marketing**, édition c.l.e, Tunis,1998, p27.

.120 2003

.91 1992

.55 2002

2
3
4

()

.

-2

1.

:

.

:

.

)

(

(

)

:

.

2.

.

² J.Landrevie, J.Lévy et D.lindon, **Mercator**, édition Dalloz, paris,2000,p39.

:

.

:

.

1.

-II**-1**

".

2"

:

3.

".

4"

(2005-2000)

1

.06 2006

² Report of the definition committee, **the American journal of marketing**, American marketing association, chocaco,vol , N 02, p210

³ Marc vandercammen et autres, **Marketing : l'essentiel pour comprendre, décider, agir**, 2^{ème} édition, Edition de bæck, 2006, p187.

ط، [1، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2007، ص 42.

⁴ يحة عيسى وآخرون

1"

-2

2

()

:

:

...

:

•

•

...

:

•

•

•

:

.

.

()

:

:

.

...

:

.

...

:

:

.

)

(...)

)

.(...

.

-3

1.

.

()

/

.

.

.

()
()

.

)

(...

1

()

.

.

.

.

.

.

-4

)

².(...

)

(...

/

:

(

)

...

)

¹ Denis Lindon et J.Jacque Lendrevi, **Mercator**, 4^{eme} édition, édition Dalloz, paris,1996, p42.

1 ...
) /
 ...
 ()
 12 8 : .

-5

Kotler et Dubois

2.

"

¹ Jean- François dhénin et Brigitte fournier, **50 thèmes d'initiation à l'économie d'entreprise**, Bréal édition, paris,1998, p49.

² PH. Kotler et B.Dubois, **Marketing Mangement**, 11^{eme} édition, Paris,2003, P142

"

Einstein and Menfeld

1.

:

2.

:

3.

:

.49-48

1

.220 2002

2

.50-49

3

1.

-
-
-
-
-

:

:

-1

"

2"

3.

•

•

2001

2000

.51-50

:

1
2
3

-
-

1.

-

-

-

-

-

-2

2.

60

.90

"

1"

80

2

3

¹ Walker.O.C, Haer.W.B, John mand larreche.J.C, **marketing strategy** ; A decision focused approach, 4th edition, Mc Craw Hill,2003,p:151

:

-1

:

-1

.....

:

-2

:

-3

1.

- II

:

-1

-2

-3

-4

-5

-6

-7

-8

-9

-10

-11

:

1

2.

()

-1

-2

-3

-4

-5

:

:

:

Kotler

-1

-2

-3

Skimer

(Rome Aker)

:

-1

: ()

-2

1

.....

:

:

.l

-1

1.

2.

-2

()

.....

1.

:(4-2)

	65	65 - 40	39
↑	\$ 16000		
	\$16000		
	\$44000		
↓	\$44000		
	181:	:	:

2.

.1964

1975



" "

1993

•

:

"

•

"

•

-3

.1

:

◆

:

◆

:

◆

:

◆

1.

.II

2.

:

-1

.

.

3.

-2

4.

.

183

135

184 183

.78

1
2
3
4

-3

1.

2.

.....

:

:

:

-1

3.

:

-2

4.

:

-3

5.

185

136

1

2

176

3

143

4

84

5

: -4

1.
:
-5

2.
:
-6

3.

.

.

.

.

:

:

:

-

-

/

:

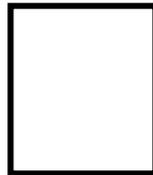
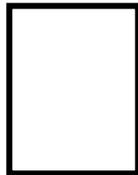
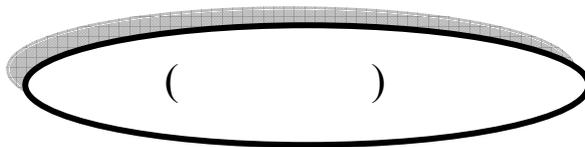
/

1

/

2

:(1-3)



164

:

:

1

2

-1

/

/

-

/

:(2 -3)

170

:

:

•

1



.

. ...

.
1.



2.

3.



.171

1

.173

2

.172

3

Private Banking

1

2

/

* BCG

BCG

3

()

173

173

1

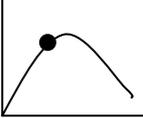
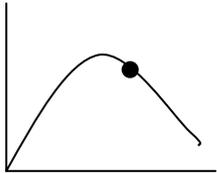
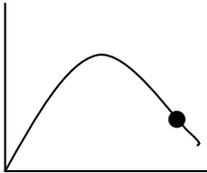
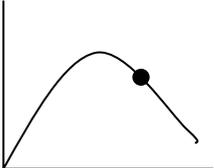
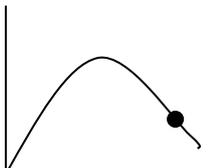
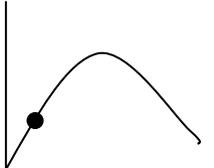
2

* BCG: BOSTON CONSULTING GROUP

³ Strategor : politique générale de l'entreprise, 3^{ème} édition, dunod ; paris ;1997 ;p105.

/

:(3-3)

 	<p>()</p>  
 <p>.</p>	 <p>.</p> 

Mc Kinsey

:

/

-

:

-

1.

:

-

BCG

/()

2.

3.

•

•

¹ Gérard Garibaldi, **l'analyse stratégique : comment concevoir les choix stratégique en situation concurrentielle**, 3^{ème} édition, édition d'organisation, paris, 2001, p 293.

³ Strategor, op.cit ;pp 109, 110

/ : (4-3)

: -1	-3 : (2)	-4 : .
: -2	: -5) (: -7 .
-6 : .	-8 : .	: -9 : .

))

-2

"

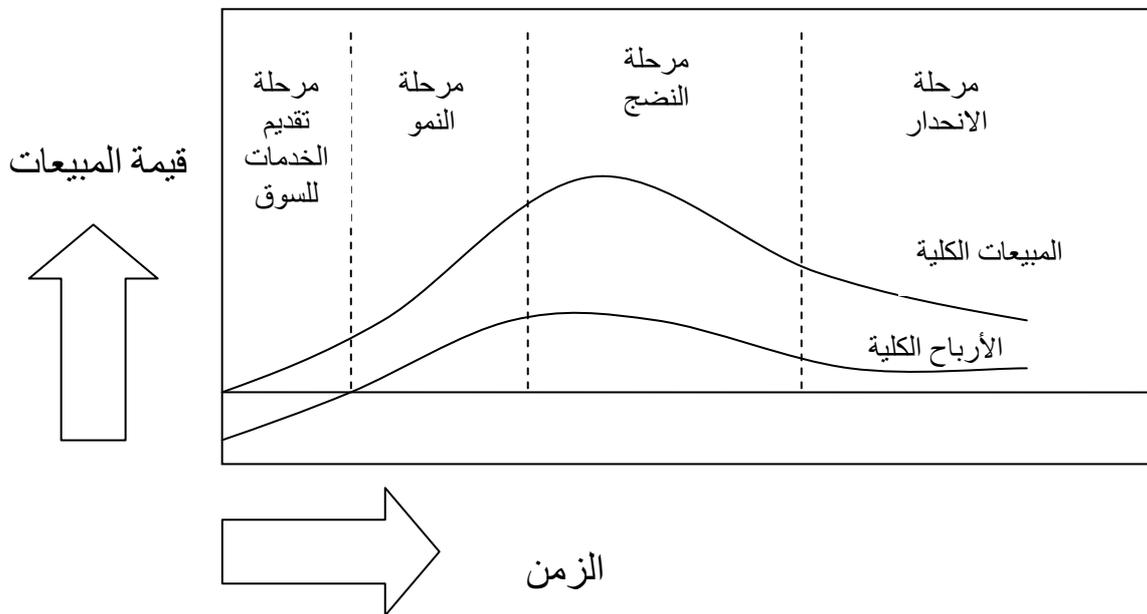
1"

()

/

:

: (5-3)



174

:

-

2

179

1

246

:

2

1.

—

2.

●

●

●

●

—

3.

4.

●

●

●

179

1

175

2

187

3

176

4

.

1.

2.

3.

4.

309 2000

246 82

177

1
2
3
4

/

:(1-3)

				:
				:
				:
) (
			+	

--	--	--	--	--

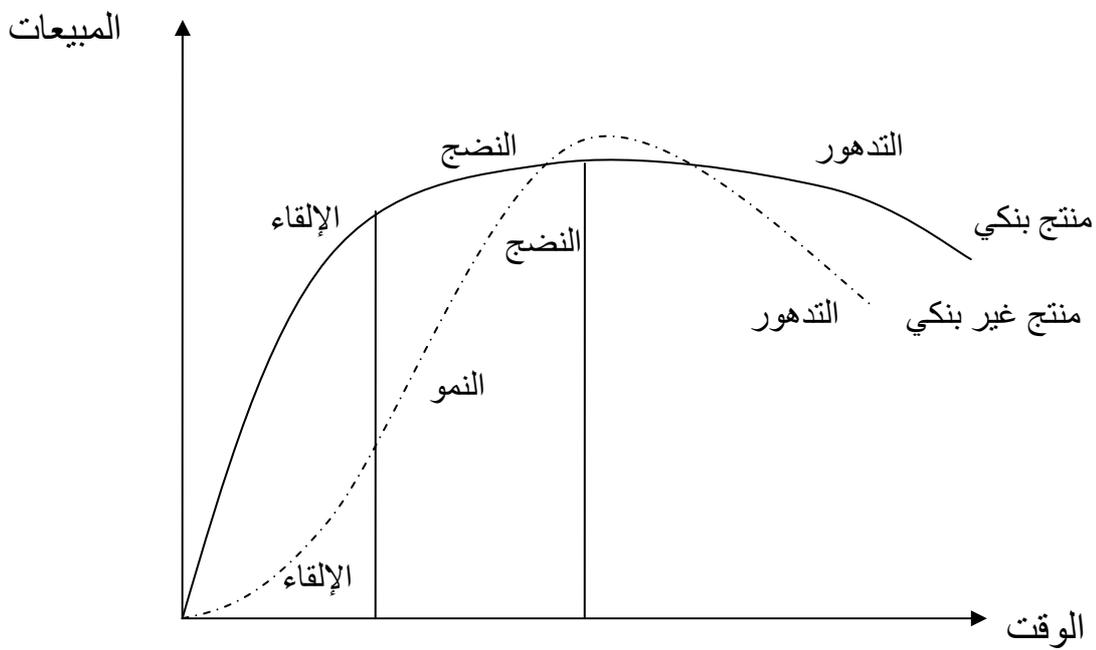
178

:

:

1.

:(6-3)



Source: Sylvie de coussergues, OP CIT, p237

-3

¹ Sylvie de Coussergues, **gestion de la banque**, édition Dunod, 2^{ème} édition, Paris, 1996, p237

"

1"

2

3

:

*

*

.....

4

5.

249

:

179

1

2

3

4

250

157 2002

5

63 1995

-
-
-
-
-
-
-

:

*

1.

—

Hill

—

2.

:

*

3.

:

*

4.

239		1
159		2
	159	3
240		4

:

:

*

1.

.

:

*

2.

.

●

●

●

●

:

3

....

160

1

184

2

669 2003

3

-1

1.

2
....

3.

4.

5.

:

-

:

-

:

-

1994

153

1

281

2

281

3

206

4

5

-2

:

-

:



1.



2.



3.

-

:

4



5



- 3

265

:

266

1

2

283

3

158

4

288

5

1.
:

: -

: -

: -

2.
:

: -

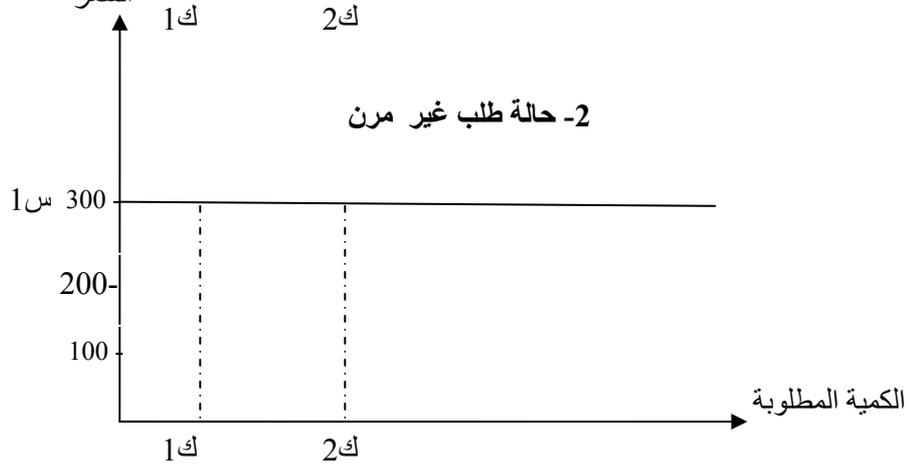
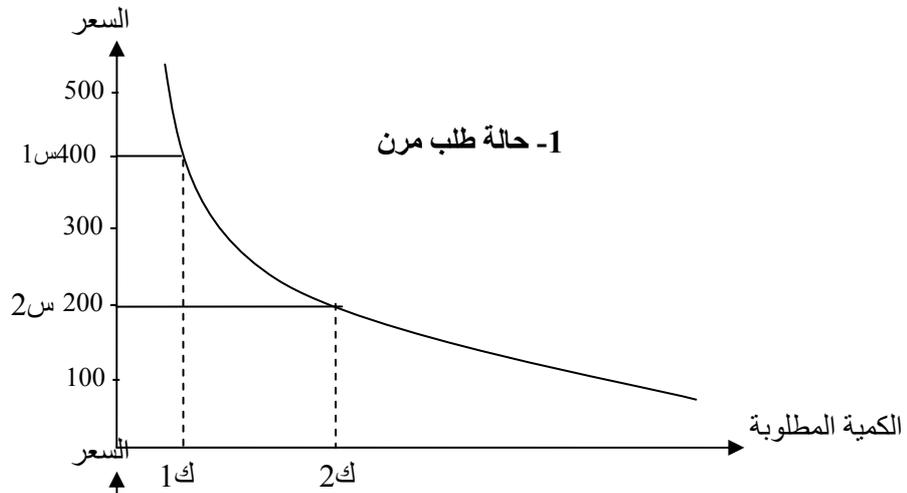
3.
:

:

4.
:

211:	1
291:	2
212:	3
.166	4

: (7-3)



167 :

:

:

-

1

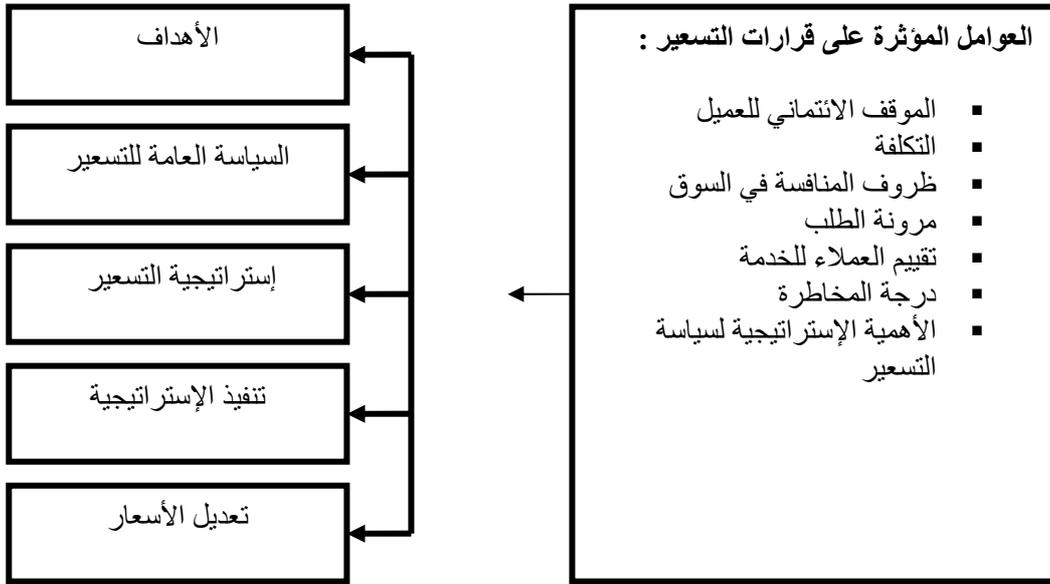
.

:

-

1.

:(8-3)



216:

:

-4

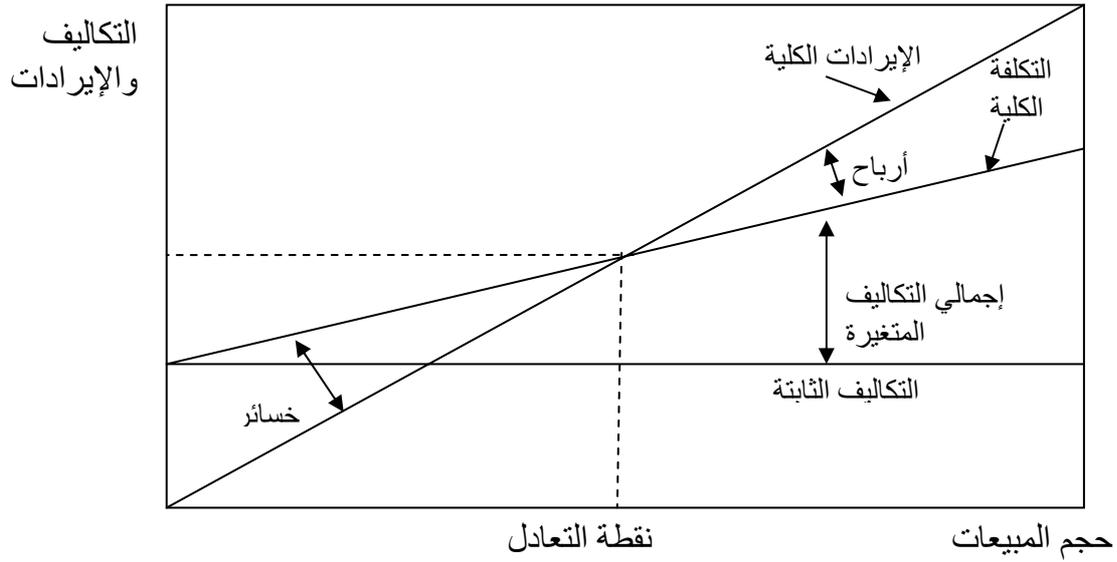
:

:

-

1.

: (9-3)



218:

:

2.

$$+ \left(\frac{\quad}{\quad} \right) = \left(\quad \right)$$

$$\frac{\quad}{\quad} =$$

3.

182

1

219

2

219 - 220

3

()

•

•

:

-

1:

.()
()

.()

.(

•

•

•

•

= (+ +) -

2:

()

•

•

•

•

•

•

:

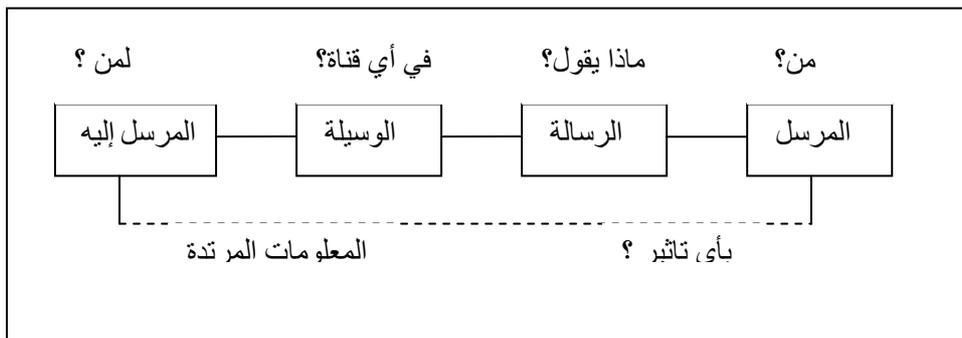
1.

-1

"

2"

: (10-3)



1994

:

.262

-2

:

:

-

1.

"

1"

2.

%60

:

:



:



()

3.

4.



133 1996

1

1

304

:

2

55 1996

3

1998

4

✓

✓

:

.....

1.

2.

:

●

:

●

:

●

3.

:

●

●

●

4.

●

○

389 1997

:

1

24

2

102 1994

:

3

174 169

1991

4



○

)

○

-

()

1.

2.

●

●

●



-

1.

2.

•

•

•

-

3

.....

:

379 1991
152 1989

28

2

1
2
3

-

1.

".

2"

3.

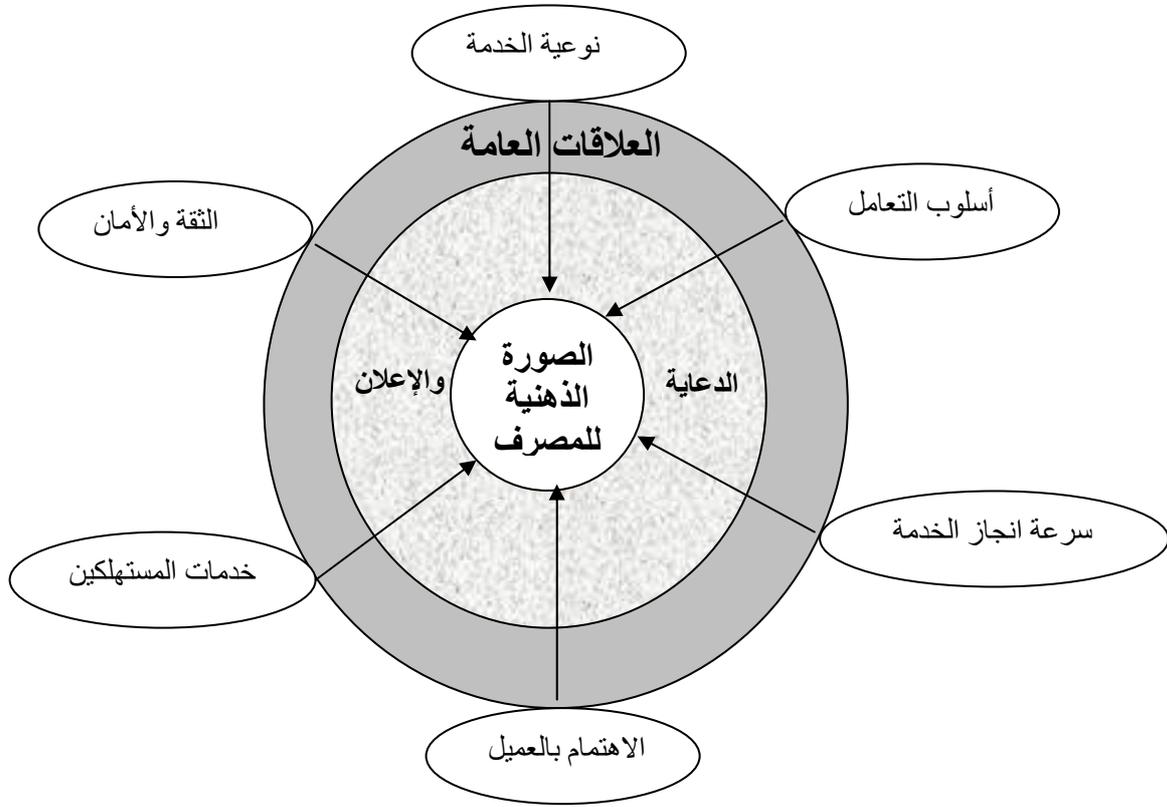
70 .1988

310

236:

1
2
3

: (11-3)



237

:

-3

1.

:

-

:

•

•

:

-

·
·
·

•

•

:

-1

1

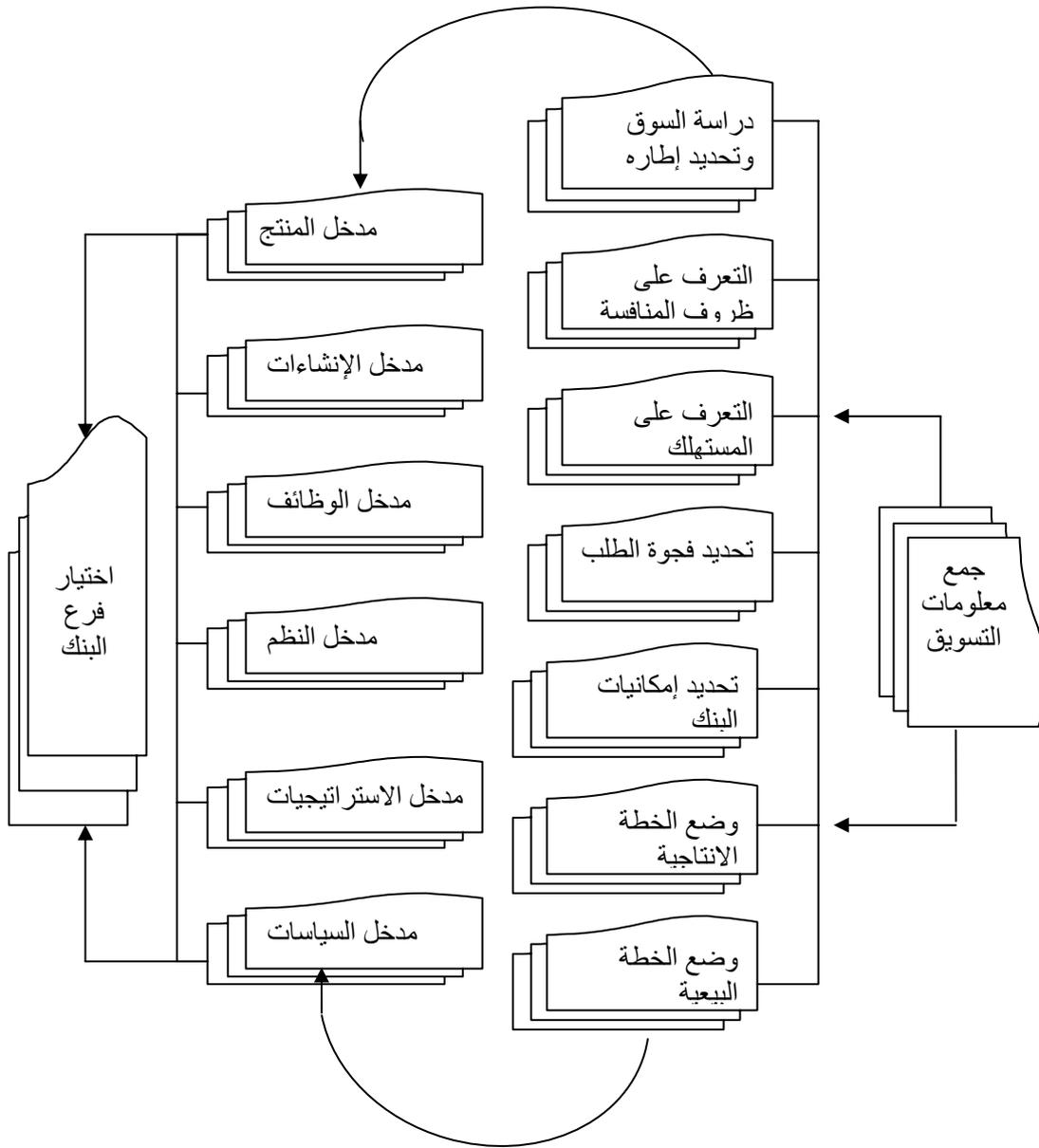
2

1.

-2

2.

:(12-3)



135

:

:

.....

1.

.....



-

.

:

:

●

1

.

:

●

2

.

:

●

:

.

:

○

3

.

○

-

4

.



138

1

2

94 1998

179

3

95

4

()

1.

2.

3.

4.

:

439 1991

203

180

-

-

-

-3

1

2

3

⁴ Monique Zollinger et Eric Lamarque ,**Marketing et stratégie de la banque** ,3^{eme} Edition, Edition Dunod, Paris, 1999, p 103

:

1971 24

: -

1.

: -

2.

: -

: -

3.

: -

4.

:

.

.

.

.

:

312

1

312

2

146

3

182 1990

4

()

1.

-1

/

-2

:() -3

2.

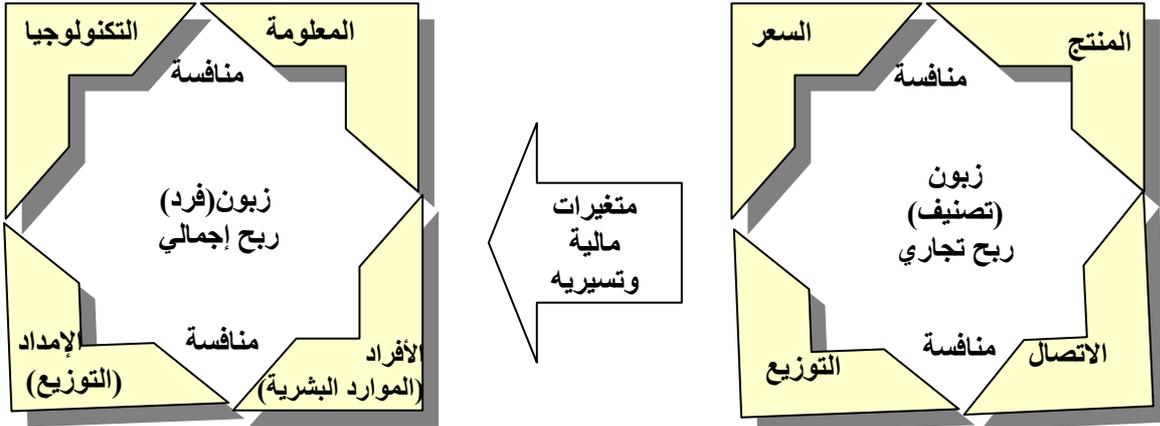
¹ M.Badoc et Autres, **E-Marketing de la banque et de l'assurance**, Edition d'organisation ,Paris,1999,p 81

² M.Badoc et Autres,OP.CIT, p :82

:(13-3)

المزيج التسويقي المطور

المزيج التسويقي التقليدي



Source : M.Badoc (Trois Défis Pour La Banque De Demain), Banque Magasine, N°605, Juillet - Août, 1999, P 22

¹ M.Badoc ,**Marketing Management Pour Les Sociétés Financières**, Edition D'organisation,Paris,1995,P :135

-1

" 60

(A..D CHANDLER)

1"

"

2"

"

3"

(HENRY MINTZBERG)

()

: (M.PORTER)

:

- ✓
- ✓
- ✓
- ✓
- ✓
- ✓

()

¹ R.Brennemann Et S.Sépari, Economie D'entreprise, Edition Dunod ,Paris,2001,P :131

³ Stratégor ,OP.CIT , p :09

1.

-2

2.

:

•

:

•

.

:

•

:

•

:

•

.

:

•

-3

(strategia)

50

373

1

374

2

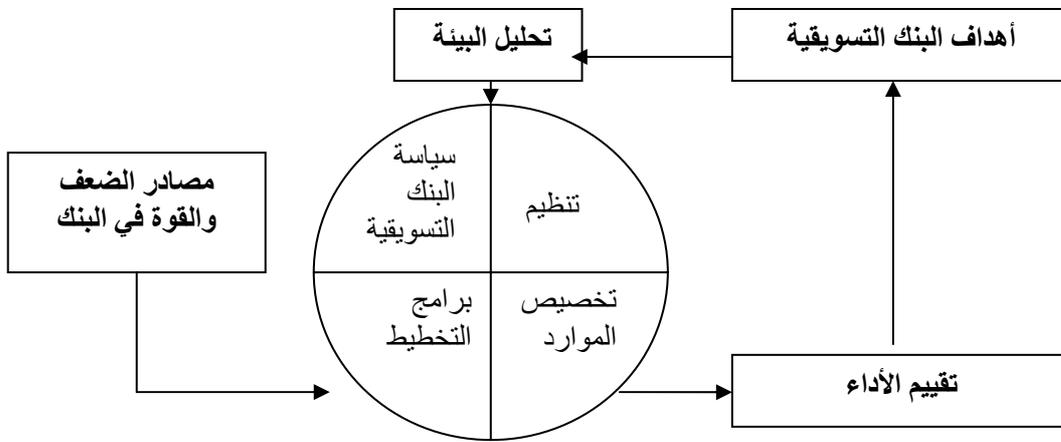
(Philip Kotler et Ravi Singh)

.¹(Spécialiste) (Suiveur) (Challenger) (Leader)
 :(Leader) -
 :(Challenger) -
 :(Suiveur) -
 :(Spécialiste) -
) (.....)
 (.....

¹ M.Badoc ,Marketing Management Pour Les Sociétés Financières,OP. CIT, P :136-140

1.

:(14-3)



.323

:

2.

:

—
—
—
—
—

1.

-1

-2

-3

)

.(

:

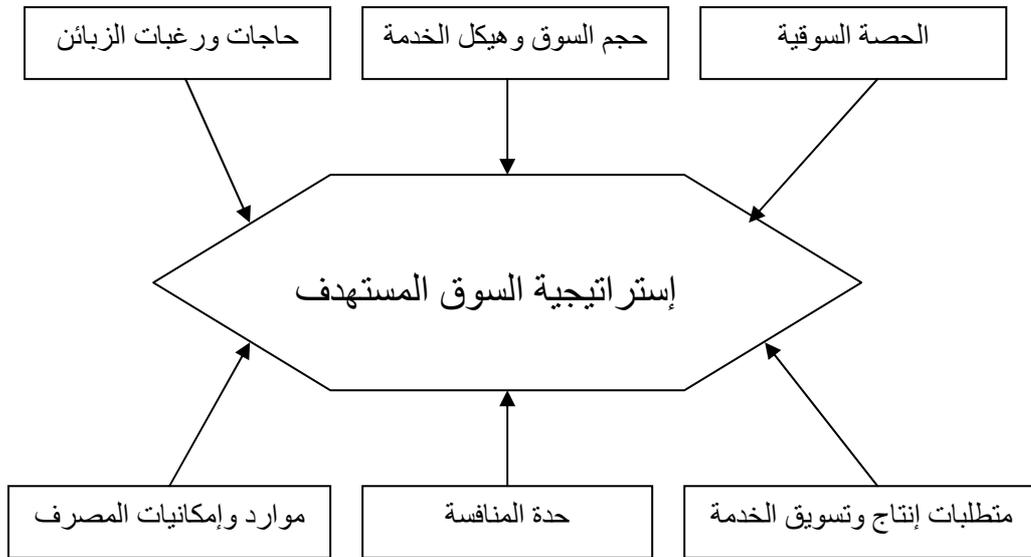
-1

2.

:

-

:(15-3)



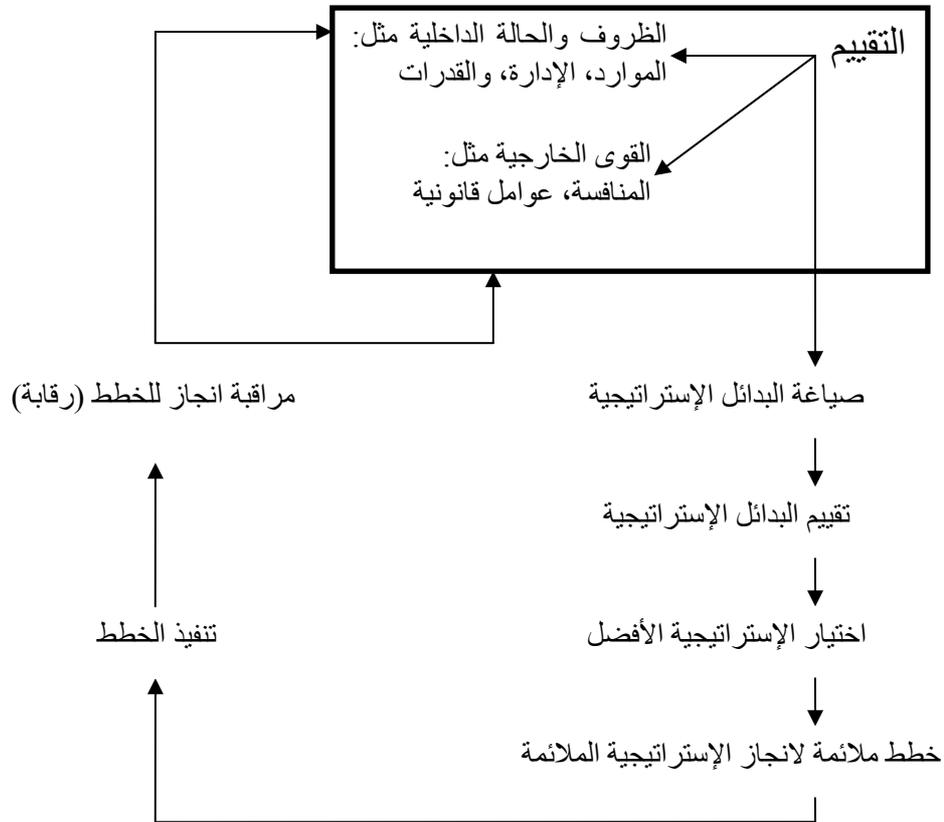
385:

1 :

() .

()

(3-16):



-2

:

:

—

.

:

—

.

:

—

.

:

—

.

:

—

.

:

:

:

.)

.

.

:

.

.

.

:

-1

1.
:

.

—

—

: -2

1. -3

2. -4

3

394	1
333	2
392	3

-5

1.

-6

2.

—

—

—

-7

3.

—

—

—

336-335

1

337 :

2

338: :

3

-8

...

1.

-9

:

.....

2.

:

.

:

-1

.

1.

:

.

.

—

—

-2

.

.

2.

.

()

:

:

-1

:

3.

.

.

—

395

341-340

342

1

2

3



-

-2

1

:

:

-1



1.

-2

"

"

()

2.

.

.

.

.

.



:

.

.

.

.

:

()

()

:

(70)

20

-1

-1

"

1"

"

:

: .26 .

.21 .

:

133.

() -2

(Robert)

1559

.1392

"

"

18

1.

(18)

(Physiocrate)

(19)

:

-

-

-

()

- 11

:

- 1

()

- 2

-3

()

-4

-5

1.

-

-

-

:

:

:

()

-I

:

-1

-2

-3

-4

-5

-6

.

-II

()

()

1.

-III

:

-1

-2

-3

-4

-5

-VI

:

1.

:(1-4)

.61

:

.2

/

-

-

.27 2004

.153 1999

1

2

-

.

:

- |

1 .

2 .

Landau

M.Porter

3 .

¹ WWW.COMPETITIVENESS.GOV.JO/ARABIC/IMPORTANCE-COMPETITIVENS.S.PHP تاريخ

الاطلاع: 2007/3/25

2003 24

" "

2

.03

06

3

-1

:

- " 1 " -

2.

: Ricardo Petrella

- -

3.

:

-

•

•

•

•

¹ Akki Alouani Aoumer, »Le système d'information comptable et la compétitivité de l'entreprise : le lieu entre deux concepts ». le séminaire international de la compétitivité des entreprises économiques et mutation de l'environnement, le 29-30 octobre Biskra,2002.

2000

:

²

.10

.04

³

()

1.

•

•

•

•

"

2003

2"

-2

3.

:

•

.

:

•

:

•

:

•

.28 2000

.325 2005 09 08

.07

1

2

3

2003

1.

- II

20

D.Ricardo

2.

-

-

-

-

Day

(3)

.08-07

1

2

16

.01 1996

.112

(3)

STRATEGOR

F.C.S

1.

.()

2.

-1

»

M.Porter

3.«...

» Igor Ansoff

4.«

/

»

5.«

¹ Strategor, op cit, p 52

.37 2004

2

³ Porter.M, **L'avantage concurrentiel des nations**, inter- éditions,1993,p 48

⁴ Ansoff. I, corporate strategy : An analytical approach to business policy for growth and expansion, Mc graw hill, 1965,p :59.

.37: 1998

5

-2

1.

-
-
-
-

2.

GARIBALDI

-
-
-

3.

-
-
-

-3

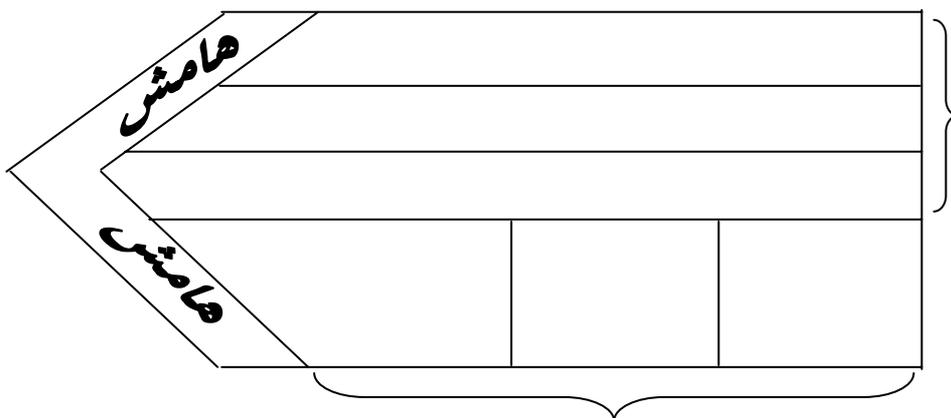
()

¹ <http://fr.wikipedia.org/wiki/avantagecomp> ,consulté le 03 mai2009

² - M.Porter, op cit, p : 14

³ - G.Garibaldi, **stratégie concurrentielle :choisir et gagner**, Edition d'org.,Paris, 1994, p 95.

:(1-4)



Source : Sylvie de cousergues, op.cit, p 274

:

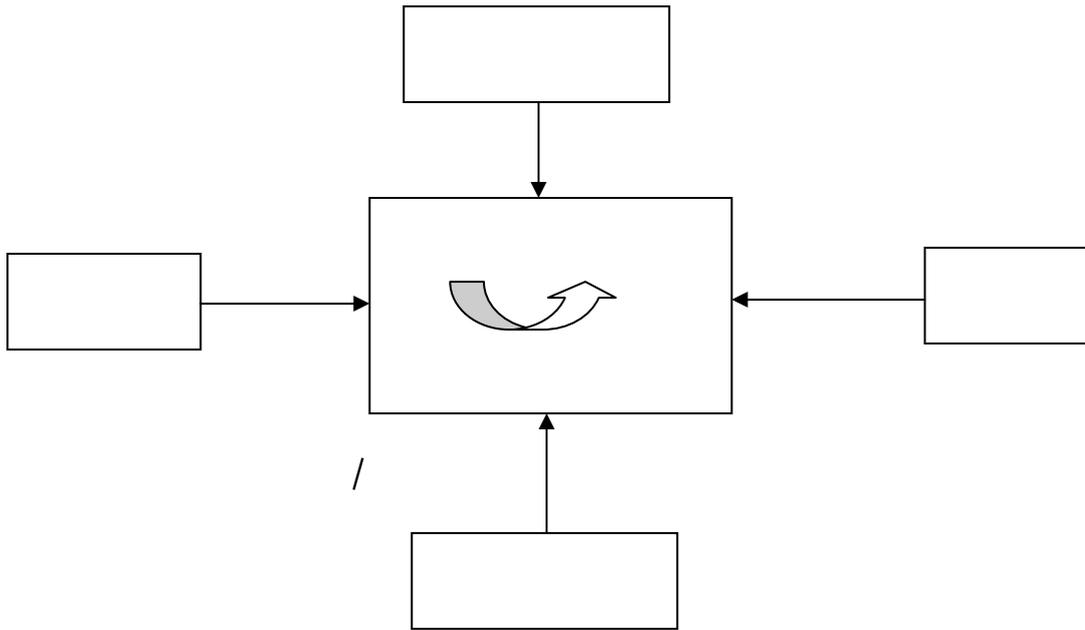
-
-

Porter

:

Porter

:(2-4)



Source : Dupuy .y et autres, les systèmes de gestion, librairie vuibert, paris, p 52

/

: Technofi

1

|

.2

¹ Kotler .p. et Dubois.b. **Marketing Management**, dixième édition, Edition publi-union, Paris, 2000, p 249

² Sylvie de coussergues , op.cit , p 270.

1

2

3

4

II

1

¹ Idem , p 272.

III

1.

-VI

-1

Banques de Proximité

2.

-2

-3

¹ Idem , P P 272 , 273.
² Idem , P P 272 , 273



:

.

.

.

.

.

.

.

:

.

1.

-1

-1

:

-

:

-

-

-

2.

-

:

-

:

:

-

:

-

:

1

4 2005



1.

: -

-2

2.

-

:

: -

.....

: -

: -

-

:

: -

: -

2005 02

.175

1

2

2003 10 8

()

:

-

-III

1.

-

2.

-

-

3.

-

-

-

-

-

.178 :

1

.12: 2002 39

2

.15: 2005 22

:

3



:

-1

1.

-1

-2

-3

2.

-4

-5

3.

.81: 2007
.87: 2007



.87:

1
2
3

-II

1.

.1

.2

.3

.4

2.

.5

.....

.6

%10

1

.9-8: 1999 28

.78: 2

:

- I

-1

-

() " " " " ()

" " " " " "

" " " " " "

() () :

1

:

2

•

1.

•

" "

" privatisation "

2"

•

()

3.

-2

4.

—

—

07 1998

.222 2000

.178 2003

.10 - 9 98/10/27

1

2

3

4

		1.		-
2.		.		-
		.		- II
		.		
		.		
		3.		-1
		.		
		.		
		4.		-2
		.		-
		.		-

.222 2005

.226 2003

219

.223

1
2
3
4

.1993 16 1983 25

-

-

-

-3

-4

-I

-1

-2

-3

-4

-5

1:

-6

1.

-7

2.

-8

-9

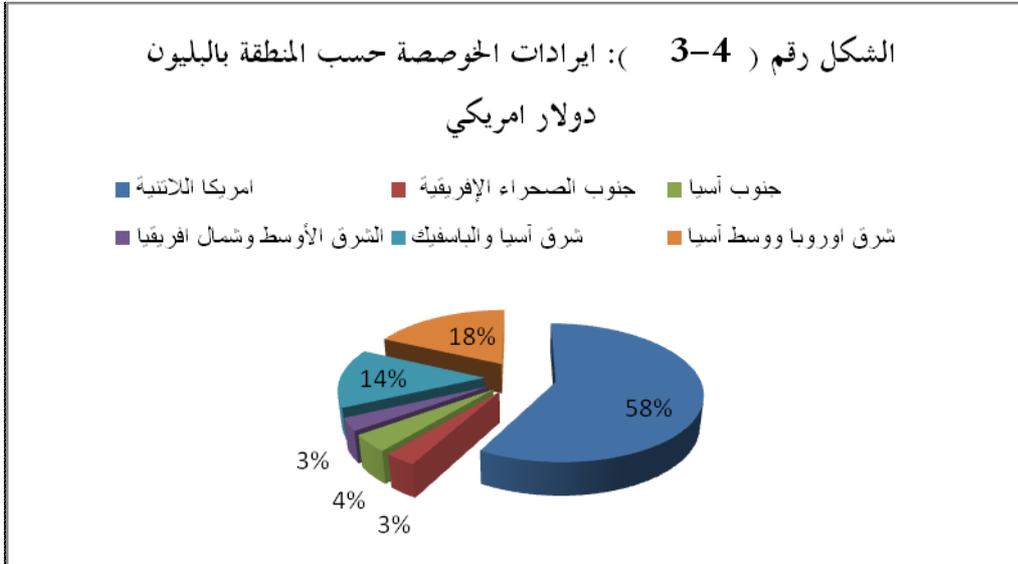
-II

17

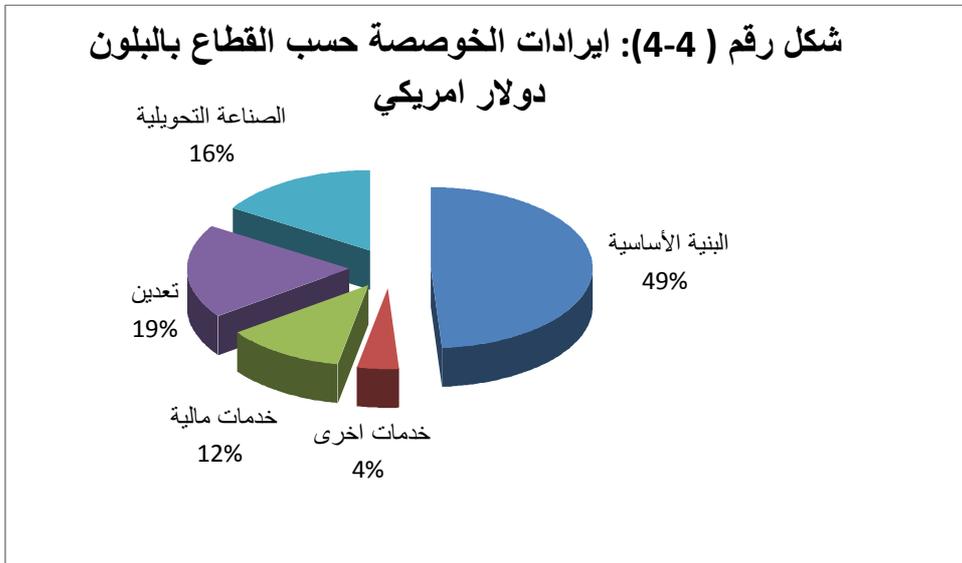
1

2

1997



World bank, 2001, globale development finance :



World bank, 2001, globale development finance :

%58

. %18



. % 3

% 98

%12

(

)

.

.

.

:

.

:

.

1

.

: **Les banques Universelles**

.

2

.

.100 2001

.102 2000

1

2

:

.1

-1

-2

()

-3

-4

-5

-6

-7

-8

.

:

:1

()

()

:

:

: .1

:

: .2

:

: .3

:

: .4



:

.

.

.

1

.

:

.

.2

(1



(2)

(3)

(4)

(5)

(6)

(7)

(8)

(9)

(10)

:

:(2-4)

-9	-6	-1
-	-	-
-	-	-
-10	-	-
-	-	-
-	-7	-2
-	-	-
-	-	-
-11	-	-
-	-	-
-	-	-3
-	-	-
-	-	-
-12	-	-
-	-8	-4
-	-	-
-	-	-
-	-	-
-	-	-5
-	-	-
-	-	-
-	-	-

:

.38 1998

.

.

:

.

.

.

-

.

-

.

.

.

:

-

.

-

.

:

.

-|

:

"

AMA

1"

"

2"

":

3"

4"

"

5"

¹ American Marketing Association, Marketing Research Defin, <http://www.wu-wieu.P1>

² Jean Jacques Lambin, **La recherche Marketing**, 3eme tirage, ED .ediscience

.12 1996

3

:

4

.51 1997

⁵ V. Kumar and others; **Essentials of Marketing Research** · New york, John wiley and sons, INC 1999, P01.

"

1"

-||

:

-1

.2

-

:

-

1

.54 2001/2000

2

.224 2004



. -

. -

. -

-2

.1
:

: -

.

-

.

-3

.1

-4

.2

-5

.3

—

—

.74

1

.225

2

.293

3

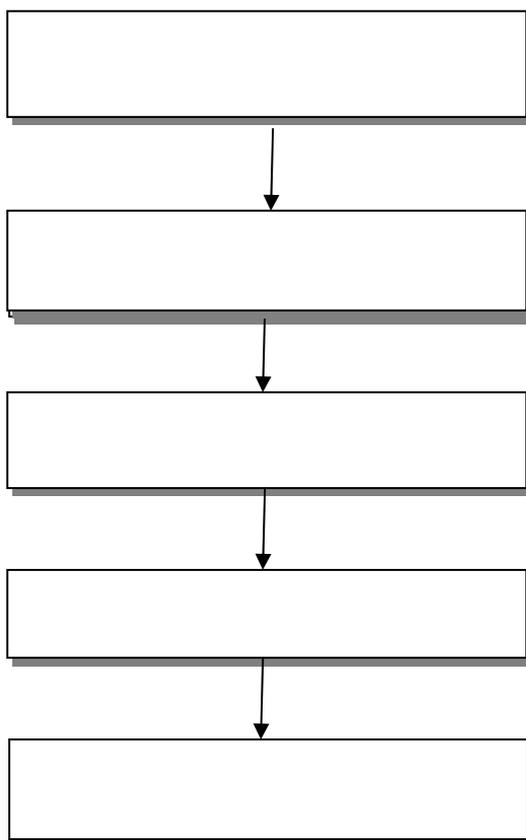
-6

1

:

:

:(1-5)



.392

:

¹ إبراهيم عبد الجواد جعفر، مرجع سبق ذكره، ص 225.

-I

"

1"

()

²()

.3

-II

:4

:

.403 2002

21

:

1

.392

2

.98

3

.218

4

: -1

...

:
: -2

-III

.1

.2

-1

-2

-3

-IV

1

-V

.2

-1

-2

-3

.()

-4

-5

-6

-7

.303

1

.303

2

1973

.1

-1

Marketing Research

Ronald & Alvin

.2

.99-98

.275

1

2

-1

-2

-3

... ..
-4

-5

-6

-7

-8

-9

-10

-II

Marketing Research

kress .G

.1

-1

-2

-3

-4

-5

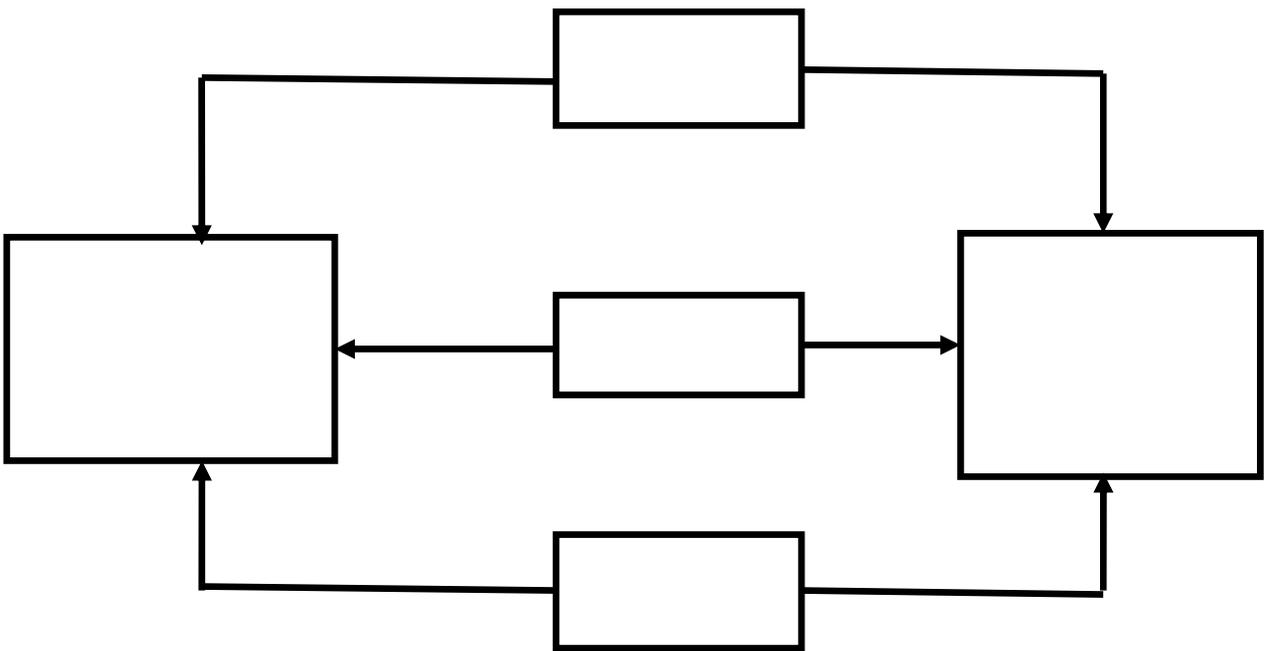
-6

-7

-8

(1)

:(2 -5)



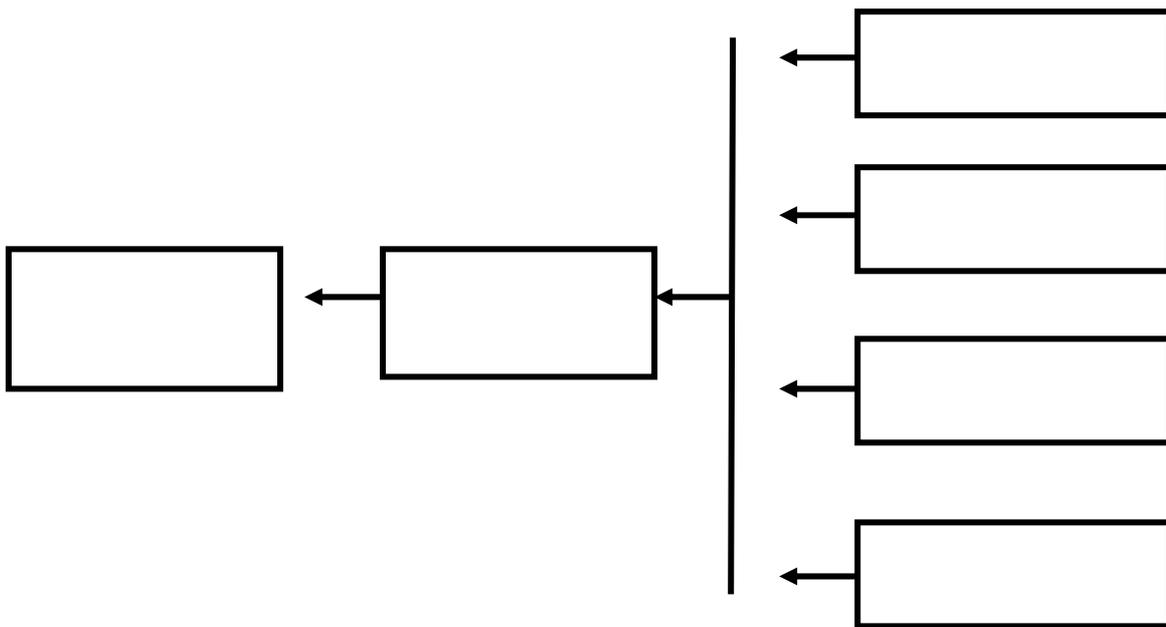
144

:

1

-|

:(3-5)



Source: David H. Friedman, Money & Banking, 4th ed, American Bankers Association, 1999, p175.

:

()

-III

.1

: : -1

:

. -
. -
-

: : 2

:



: -3

1
.

.

¹ David A. & A.aker ; **Marketing research**· John wiley & sons· 2001· P220-221.



:

.

.

.

.

.

:

.

-|

" Kotler

1

2"

"

"

3

"

¹ Kotler philip & Armstrong Garry, **Principles of Marketing**, Prentice hall, New Jersey, USA, 2003, P132.

² Lancaster Geoff & Reynolds paul, **Marketing**, Mc Millan press LTD, UK, 1998;P71.

³ Messaoudi naima, **Tentative d'elaboration d'un système d'information Marketing**, Thèse de magister en sciences de gestion, MKG, ESC, 93/94, P01.



1"

"

2"

:

-1

-2

-3

-4

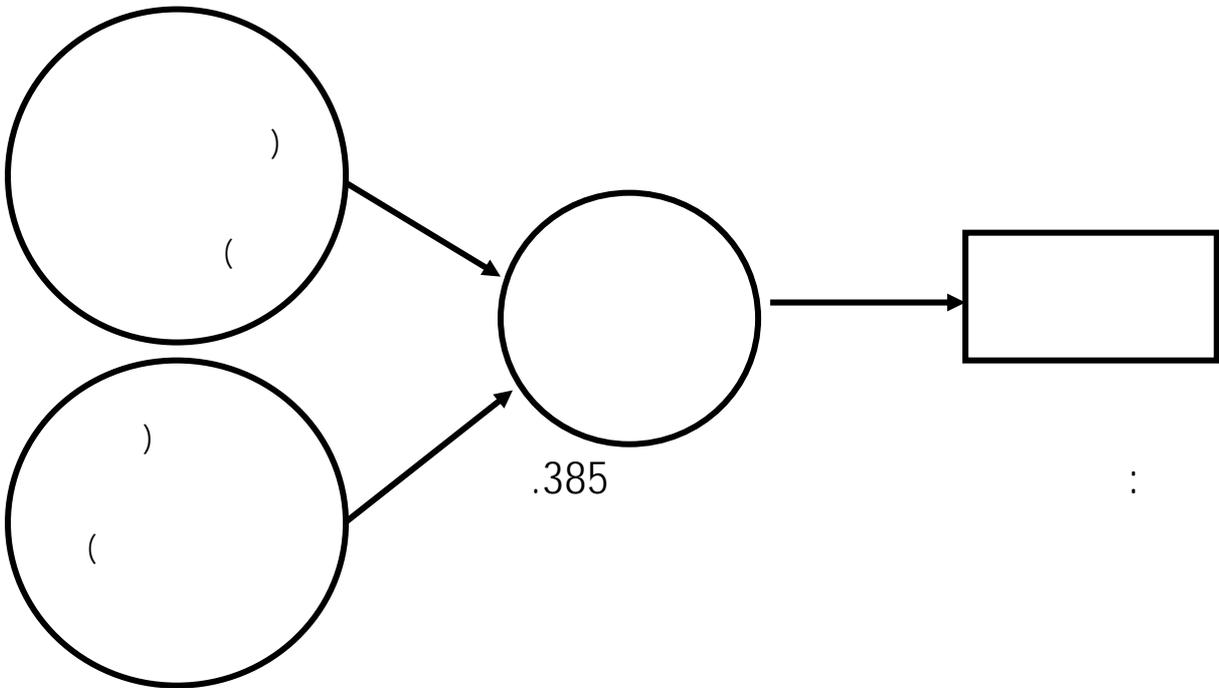
"

"

¹ Demory.G & Spizzichino.R. **Les système d'information en Marketing**. Ed. Dunod, 1969, P87.

1

:(4-5) :



¹ عوض بدیر الحداد، مرجع سبق ذکره، ص 385.

-II

.1

-1

.

-2

()

.

-3

:

-

.

-

.

-

.

-

.

-

.

-

.

-4

.

-5

-III

.1

-1

-2

...

-3

: 2

 1

.1

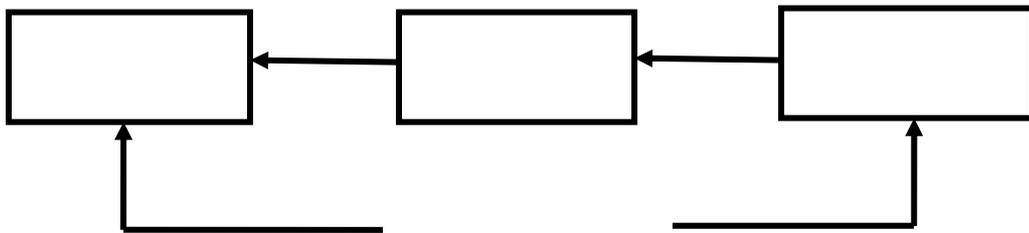
-4

-5

:

:

:(5-5)



.205

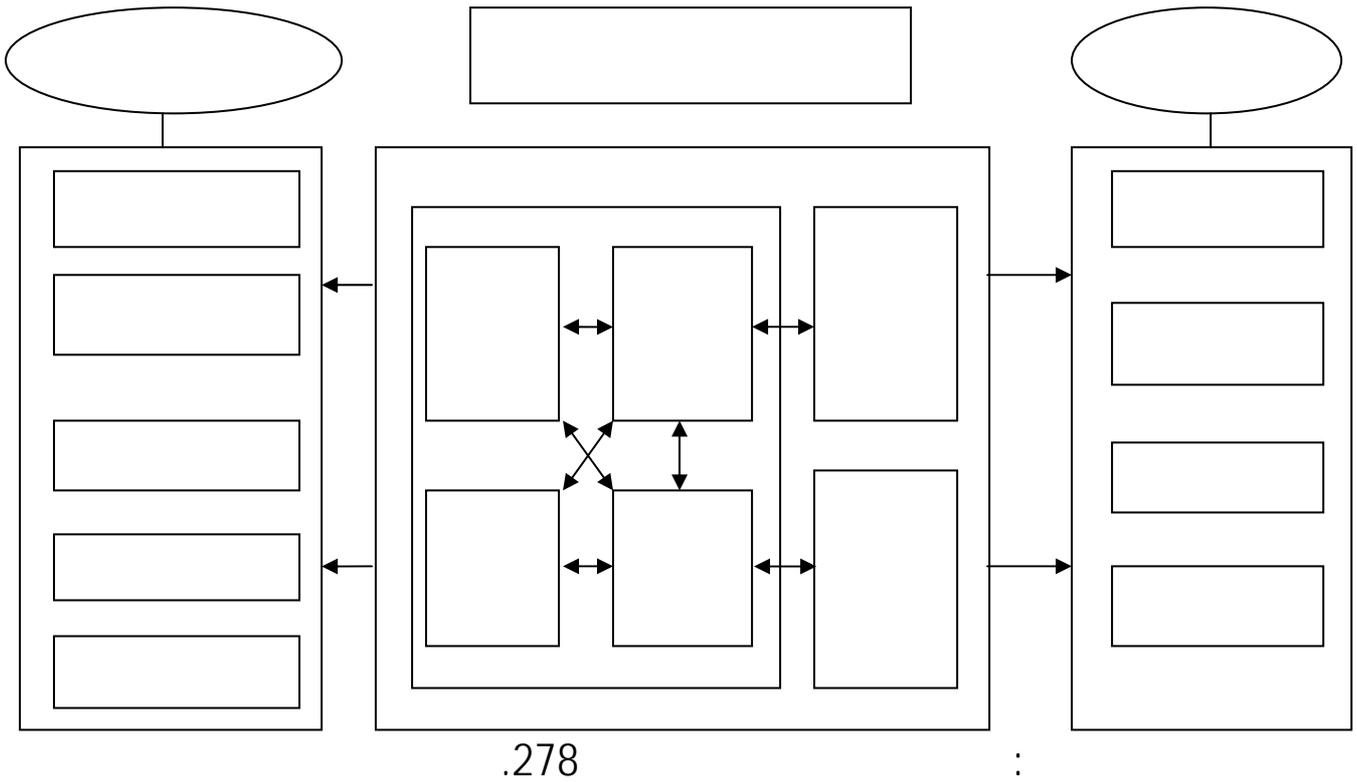
:

.265 2006

1

1

:(6-5)



.278

:

-1

1
-II

"

"

2

3()

4

-1
-2
-3

.279

1

.280

2

3

.234 2007

.282-280

4

-4

-5

-6

-III

" " 1

" "

2

² Kotler Philip, **Marketing insights from A TO Z: 80 concepts every manager needs to know**, John Willey & sons, INC, USA, 2003, P118.

Walter Wriston

CITIORP

"

"

Bernard ramanantsoa

%25

"la chemical bank" 1989

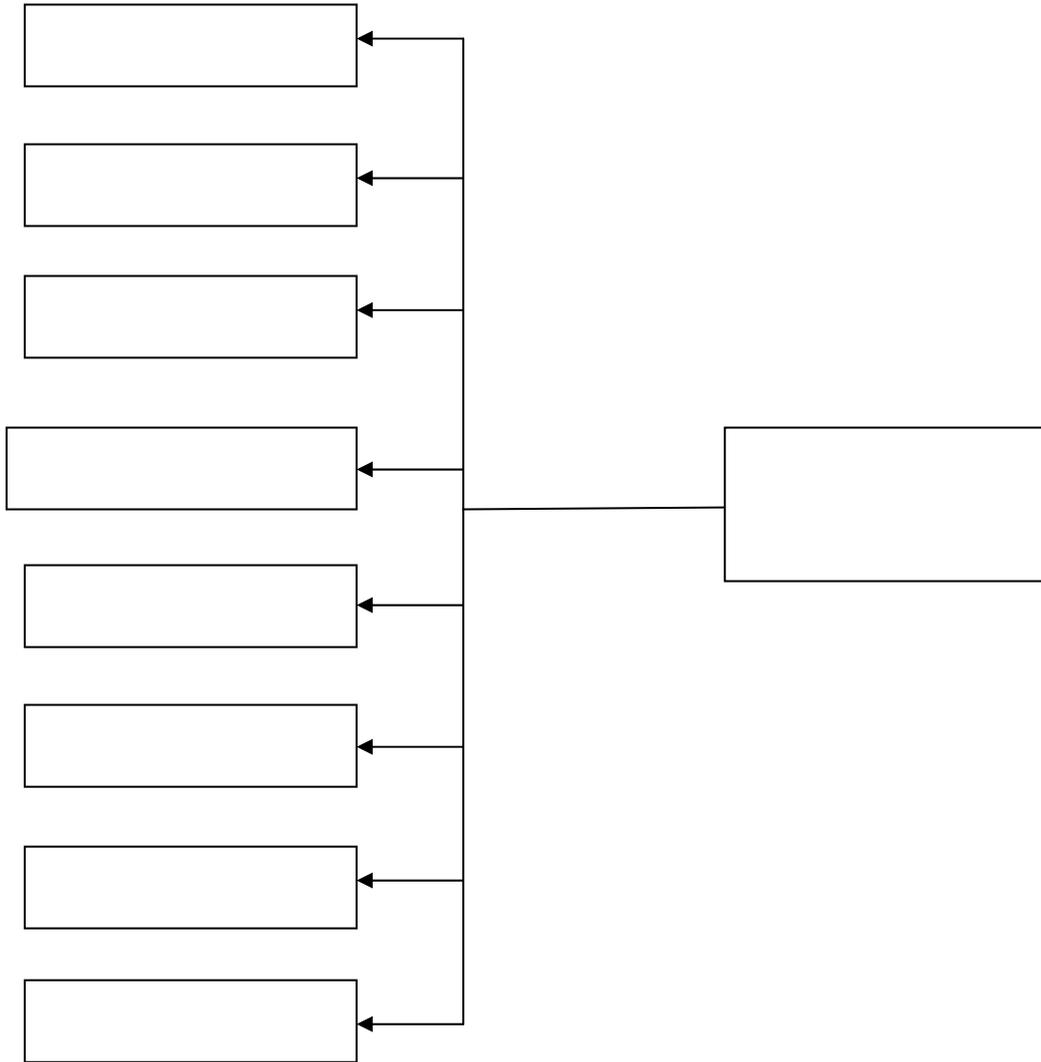
1

.

-|

¹ Michel Badoc, op.cit, P102.

:(7-5)



.387

:

.1

-1

-2

-3

-4

()

-5

-6

-7

-8

-11

.1

-1

-2

-3

-4

-5

.

:

.

.

.

.

:

:

.

.



.1

-1

-1

.2

.3

-

-

-

2005-2004

1

.210

² Michel Badoc: **Marketing Management pour les sociétés financières** op. cit. p107
.441-440

3

-

-2

:1

-

-

-

-

-

-

¹ Michel Badoc « op.cit » P108.



. 1

||

.

.

. 2

.441

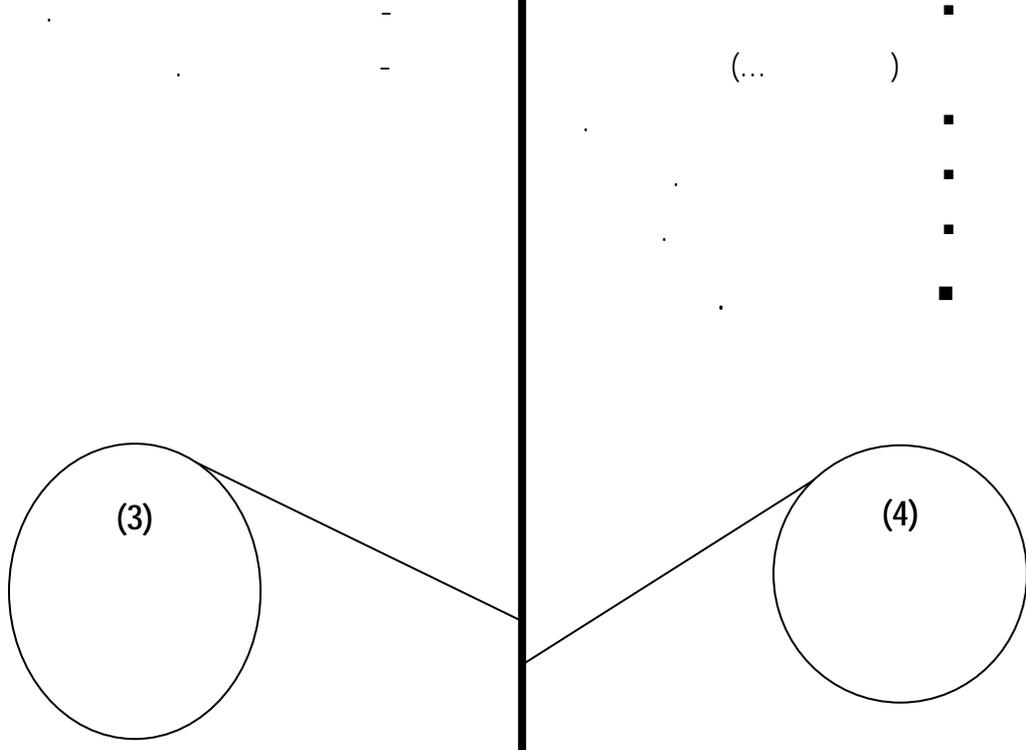
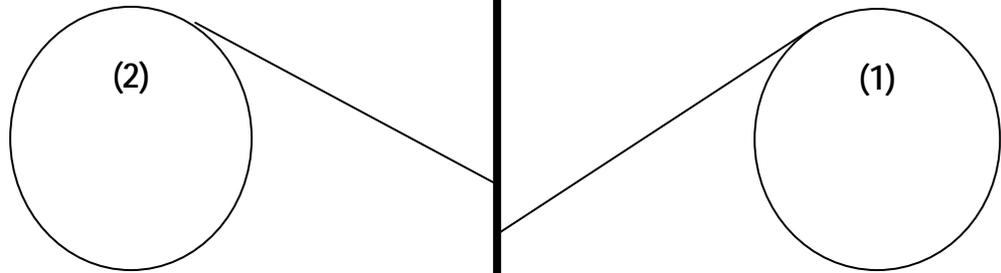
437

1

2



:(8-5)



M. BADO

.1
:

.

.

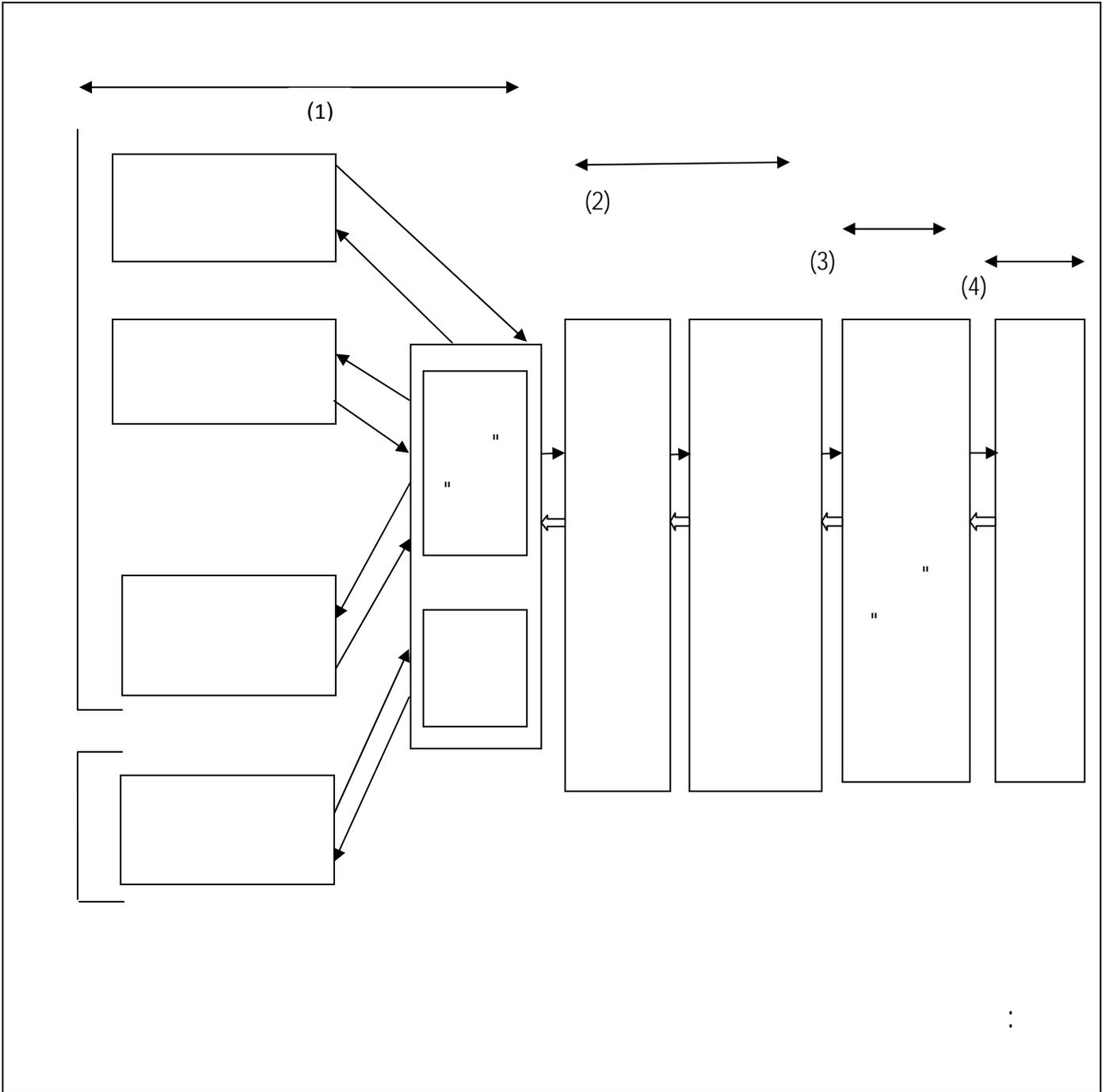
.

.

.

¹ Michel Badoc, op.cit. PP 117-120

:(9-5)



Source: M.Badoc, op.cit, P117

: -1

:

.

.

.

.

.

: -2

.....

:

"

" :

-

.

": -

: (5 3) -

:" " -3

"

:" " -4

" "

-II

-1

"

1"

2"

3

.13 1999 6
 .46 2008
 .90 2004

1 : 1
 2
 3

analyse swot

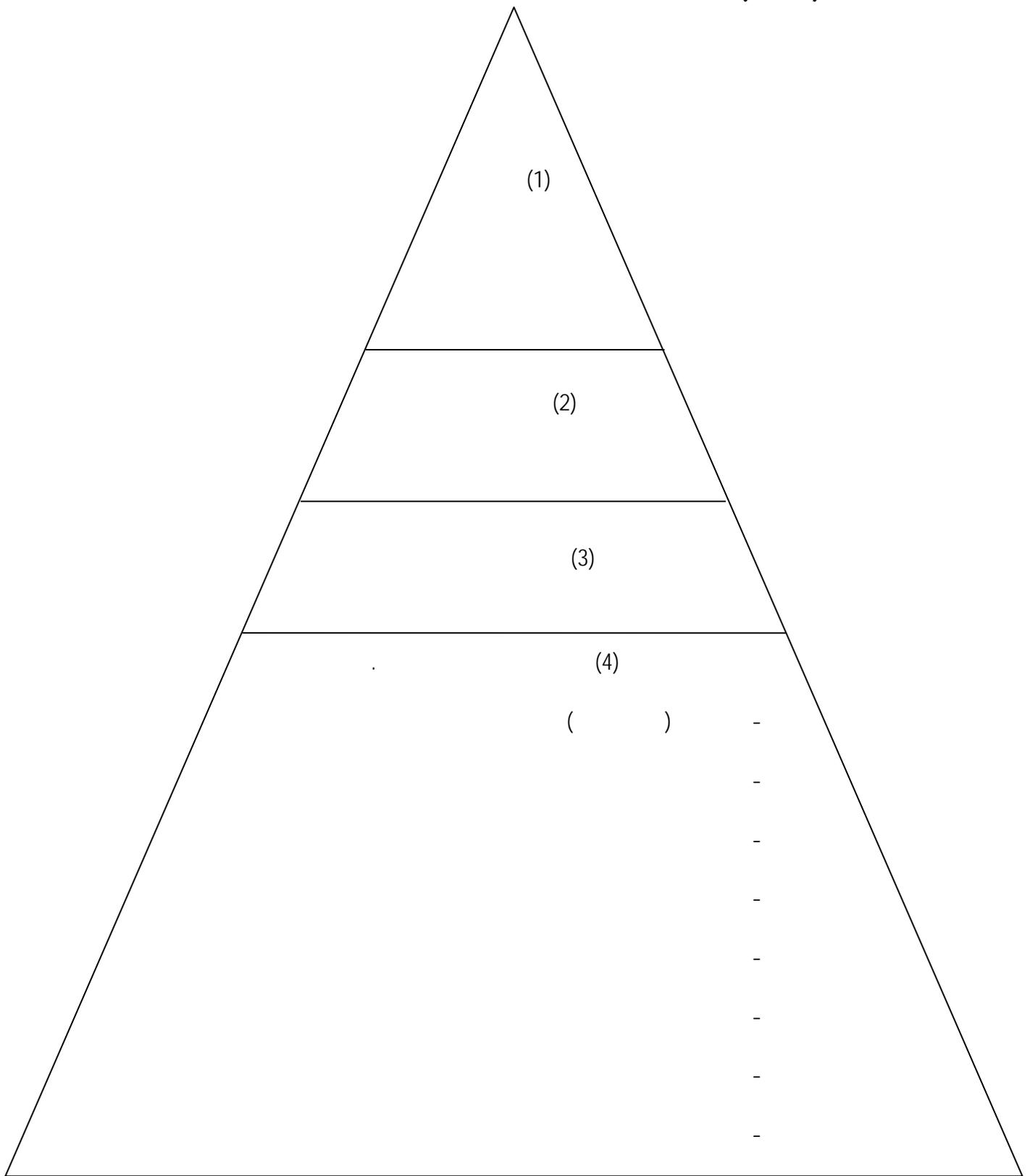
.

-2

.1

.

:(10-5)



.446

:

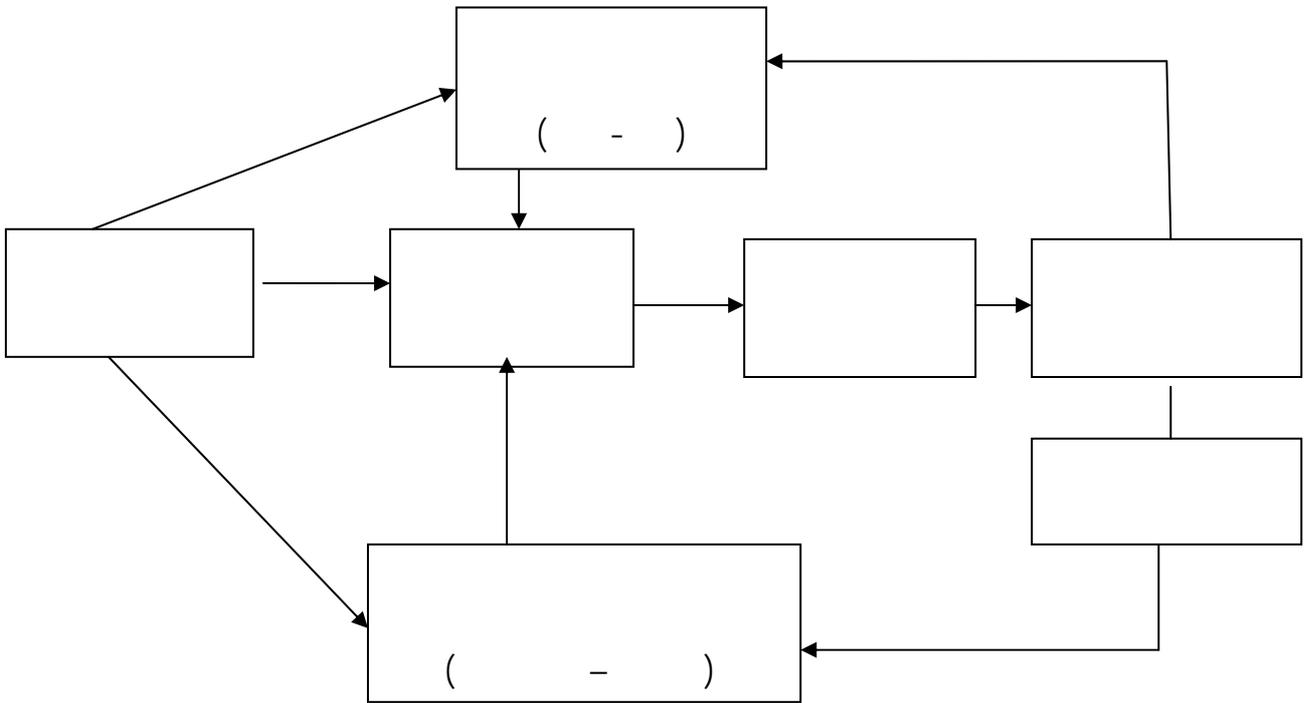
1

.2

.173 1997
.36 2000 /

1
2

:(11-5)



Source: Wag Bradd.k, Management for bankers, second edition, Buher Worths & co (publishers) LTD London, 1998, P154.

- IV

:

-1

.1

-2

.
.

-3

1

.

: : -

: : -

.

: : -

-4

2

.

.17-16

1

" " 2

.1996 18

"

-5

:

1

:

.

.

-

-

-|

.

.

.

.

.

.1

-||

:

.

.

.

.

.

.

.

.

-

-

-

-

-

-

-

-

.1	-
	-1

.2	-
	-

Crédit Lyonnais
cité bank

.3	-
	-
	-
	-
	-
	-

.187-184	1999	:	1
		.159	2
	.244 -243		3

:

—

.

.

:

—

.1

—

.2

:

.

.245

1

-228

2004

:

2

.229



.1

-

-2

.2

:

:

-

.3

.

.60-59 95

:

1

.218

2

3

.62 1999

: : -

.

.

Lloyds bank

.

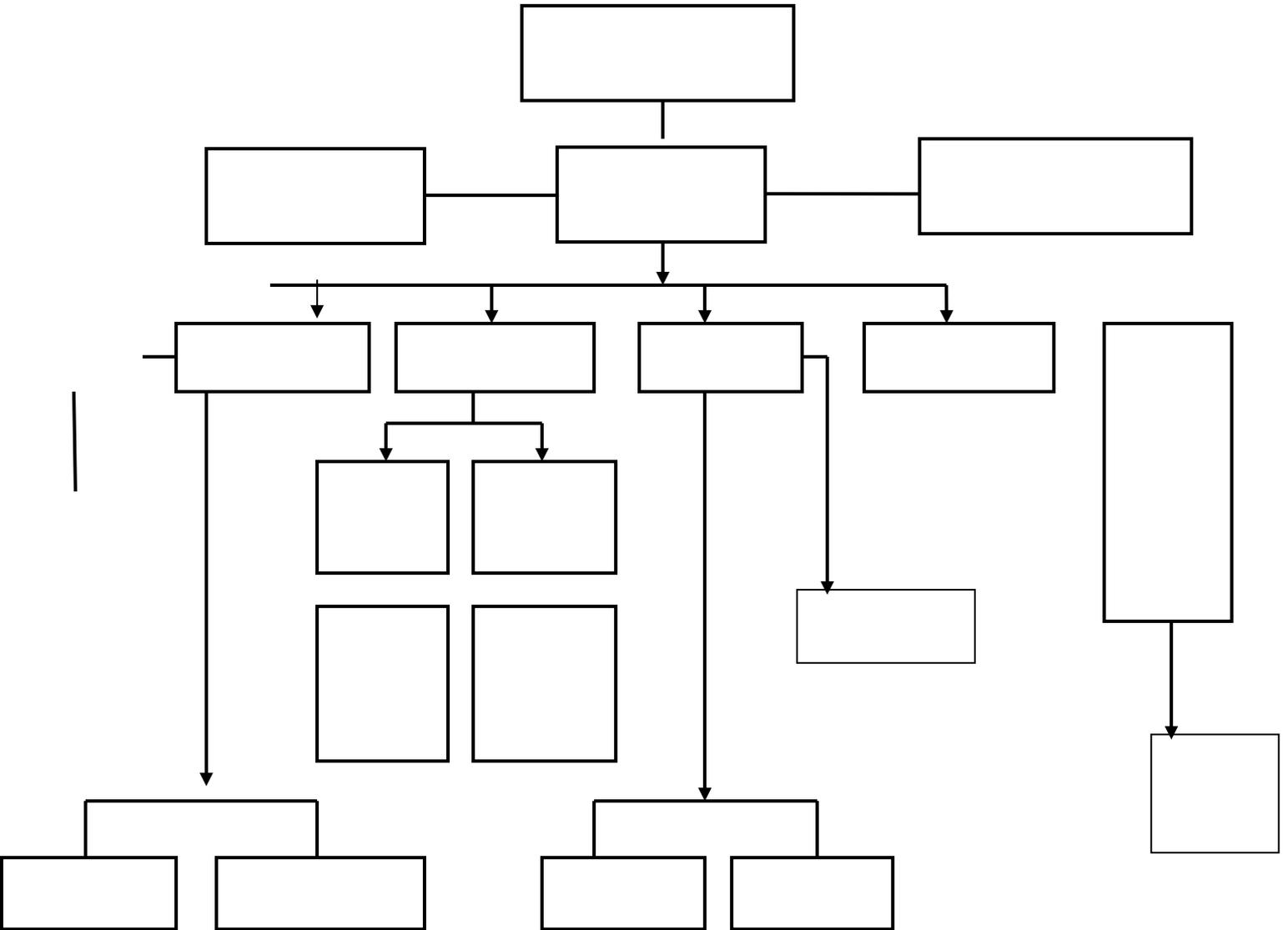
.

1
.

.

.

:(12-5)



. 1

. 2"

3

-1

-1

:

-

-

-

-

-

-

-

-

.501

1

.351-350

2

.502-501

3

-2

:

-

-

-||

.

.

.

:

.

-

.

-

.1
:

:

-1

.

:

.

-

-

.

-

.

.

:

-2

.

"

"

-III

:1

-1

:

-

-

-

-

-

- 2

:

3

.
- 4

.
:

-

.

-

.
-5

.

.

.

.

:

.

...

.

.

.

—
1990/04/14

—
10/90

:

:

1990

10/90

:

BAD

¹.1966

².1963

1971

-I

1971

3

1

.292,293

2004

15-14

2

.55 2005

3

.185,186

95/94

BAD

.()

1971

1.

2.

:

.3

-1

(01) 1971/06/30

-2

1971/06/30

74/71

12/86

-II

1986

19

12/86

4.

.266 2006

1

.182 2001

2

³ Ammour Benhalima, **Pratique des techniques bancaires**, Edition Dahleb, Alger, 1997, pp : 37,38.

4

.1

.2

.3

.4

.5

1971

12/86

1.

tableau de bord

06/88 -III

12/86

1988

12

06/88

1988

12

01/88

1988

2:

06/88

-1

1986

06/88

12/86

1.

10/90

-IV

:

.1

²1962/12/13

144/62

40

³.

:

1

.282 2003

2

(2000-1990)

.103 2002/2001

3

.187 1996

1.

.2

1962 08

2.

BAD

.3

165/63

1963

07

.BAD

1971

CAD

:

()

()

3.

CNEP

.4

1964/08/10

277/64

Casse de solidarité des départements et des communes

:

d'Algérie

4.

.264

.100 2005 5

.61

..

.106

1
2
3
4

		1971	
		1.	
		BNA	.5
	1966/06/13	178/66	
1968			
		2.	
		—	
		1982	
		—	
		CPA	.6
	³ 1966/12/29	366/66	
	4		

.188 1

.68 1993 .. 2

³ Amour benhalima , **Le Système Bancaire Algérien** , Edition dahlab, Algérie,1996,P 51.

.221 2005 .. 4

119

. 1287 4209

BEA .7

1967/10/01 204/67

:

.1

.

—

—

"

"

BADR .8

1982/03/13 206/82

:

—

—

—

BDL .9

1985/04/30 85/85

2

10/90 :
 1990/04/14 10/90

10/90 -I
 10/90 -1
 10/90

1988 1986

1.

.1

.2

.()

.3

2.

.4

"

3 "

4

.269

1

.59

2

10/90

12

3

.198

4

10/90 -2

10/90

1.

.1

.2

2

.3

.4

.5

.6

.7

.II

10/90

:

³10/90

01/01

-1

:

—

—

—

.26 2001

1

.1990/04/14

10/90

59 58 04

2

.2001/02/27

14

01/01

3

—

¹10/90

11/03

-2

2003/08/26

11/03

)
(BCIA

2.

11/03

3.

11/03

4.

-أ

—

—

—

-ب

—

—

—

-ج

.2003/08/27

52

11/03

¹

2003/08/26

11/03

137 131

²

.113 2008

2007

³

⁴ Abdelkrim Naas, **Le Système Bancaire Algérien De La Colonisation A L'économie De Marché**, Maison Nouvelle Et Rose, Paris, 2003, P 24.

—

—

—

- 3

(26)

2008

1.

(6)

—

—

(14)

(2)

(3)

—

(2)

—

1993/01/13

01/93

2.

—

—

—

:

.117 2009

2008

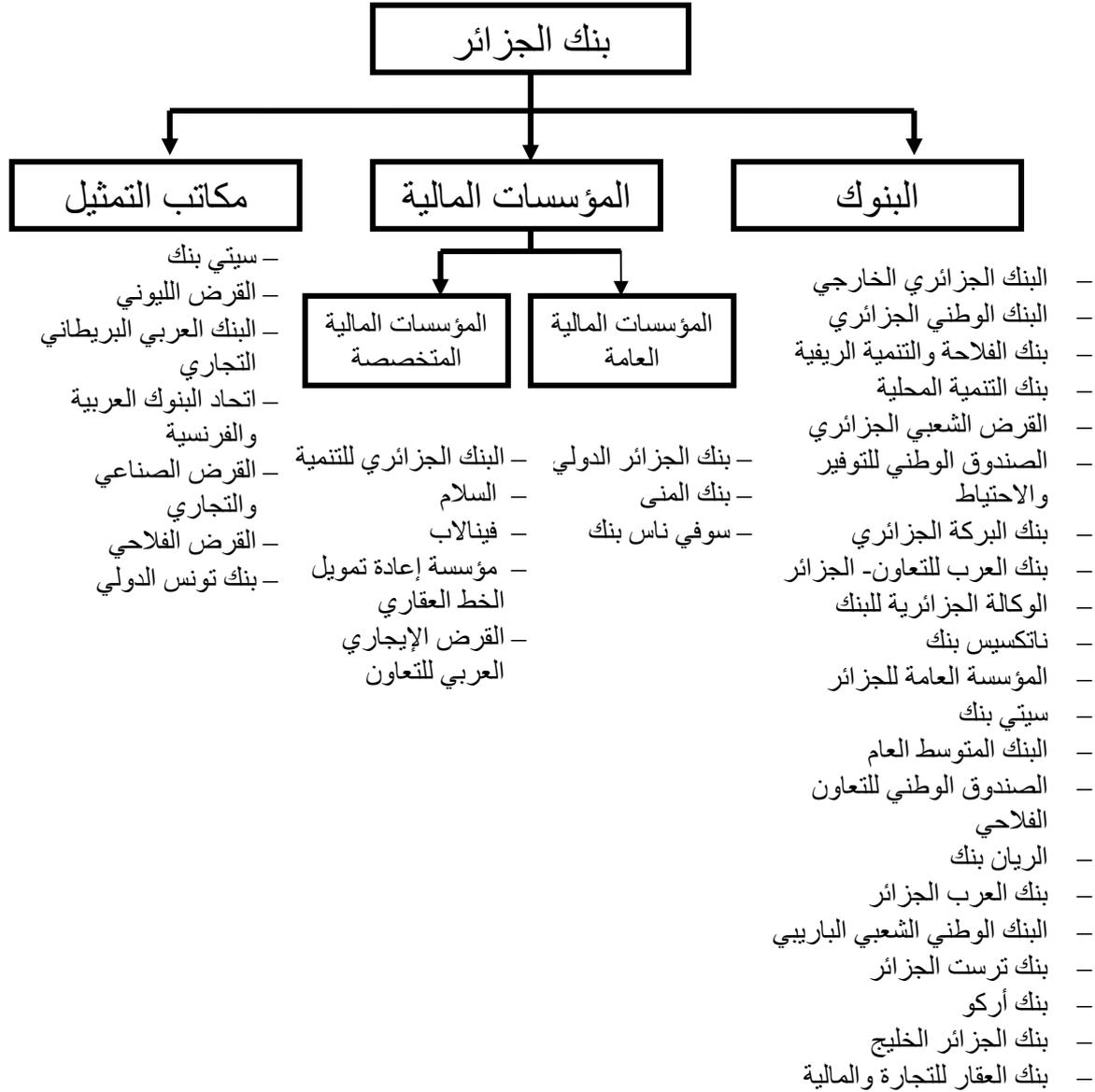
1

2

.128 2004

15-14

(1-6):



Source : banque d'Algérie : banques et établissement financiers à partir du site internet www.bank-of-algerie.dz, consulté le 15-09-2009

:

.1

1.

.1

.2

.3

Home Banking

.2006
.2006 ()
2008

195175

	16265		607138
			1. 50595
2006	()		
	()		
)	(
9.320		2008	
7188.25	2007	6.926	
%31.8 %34.6		2007	5452.18
			2.
IDS (Ingenico Data Systems)		*SATIM	
10000	500	(DAB)	
			(TPE)
Algeria E-		Digram E-Banking	EDI
			Banking Services
			3.

.II

153-151 2008 1

156-155 2

* Société D'automatisation Des Transactions Interbancaires Et De Monétique.

3

1988

¹.1992

%8

2.:

-

-

:

(OCDE)

:

-

-

3.

09/19

I

1991/08/14

. 1999

1994/11/29

94/74

I

4.:

-

1

.241 2004 15-14

2

.116 2006/2005

3

.239 2007

4

.120

1999

.II

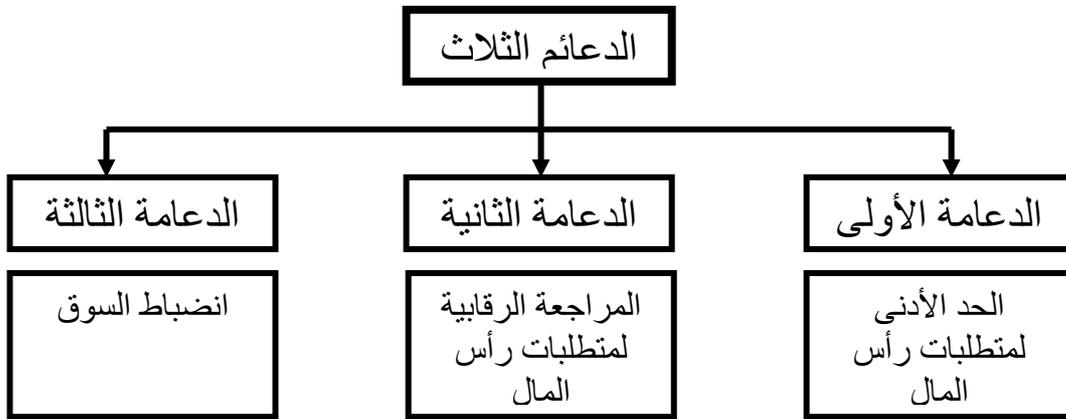
2004

II

:

II

:(2-6)



:

35 2007

02

()

1.

2002/11/14

03/02

II

II

.II

:

.III

GATs

(1994 -1986)

OMC

GATT

1.

.%70

2.

3.

.1

2

	1
	2002
.01	2
.447	01,2002
.248	3

.2

.3

.4

.5

.6

CPA

:

.DMC

CPA

CPA

:

CPA

.I

29

366-66

78-67 :

15

1966

1967

11

:

(BRCIA)

(BRCIO)

(BRCIC)

(BRCIAN)

(BMAM)

:

. ()

:

136

(2009-12-31)

29.300.000.000

.GROUPE D'EXPLOITATION

15

CPA

.II

CPA

.1

:

% 31 25 "

"

% 31 25 "

"

% 18 75 "

"

% 18 75 "

"

()

()

:

:

o

.

()

.(DOMICIALIATION D'IMPORTATION)

o

.2

:

-1

-2

-3

-4

-5

-6

:

:

.

PDG

.1

.2

:

:

-

-

-

-

:

:

-

-

-

-

-

:

-

.

:

-

:

-

:

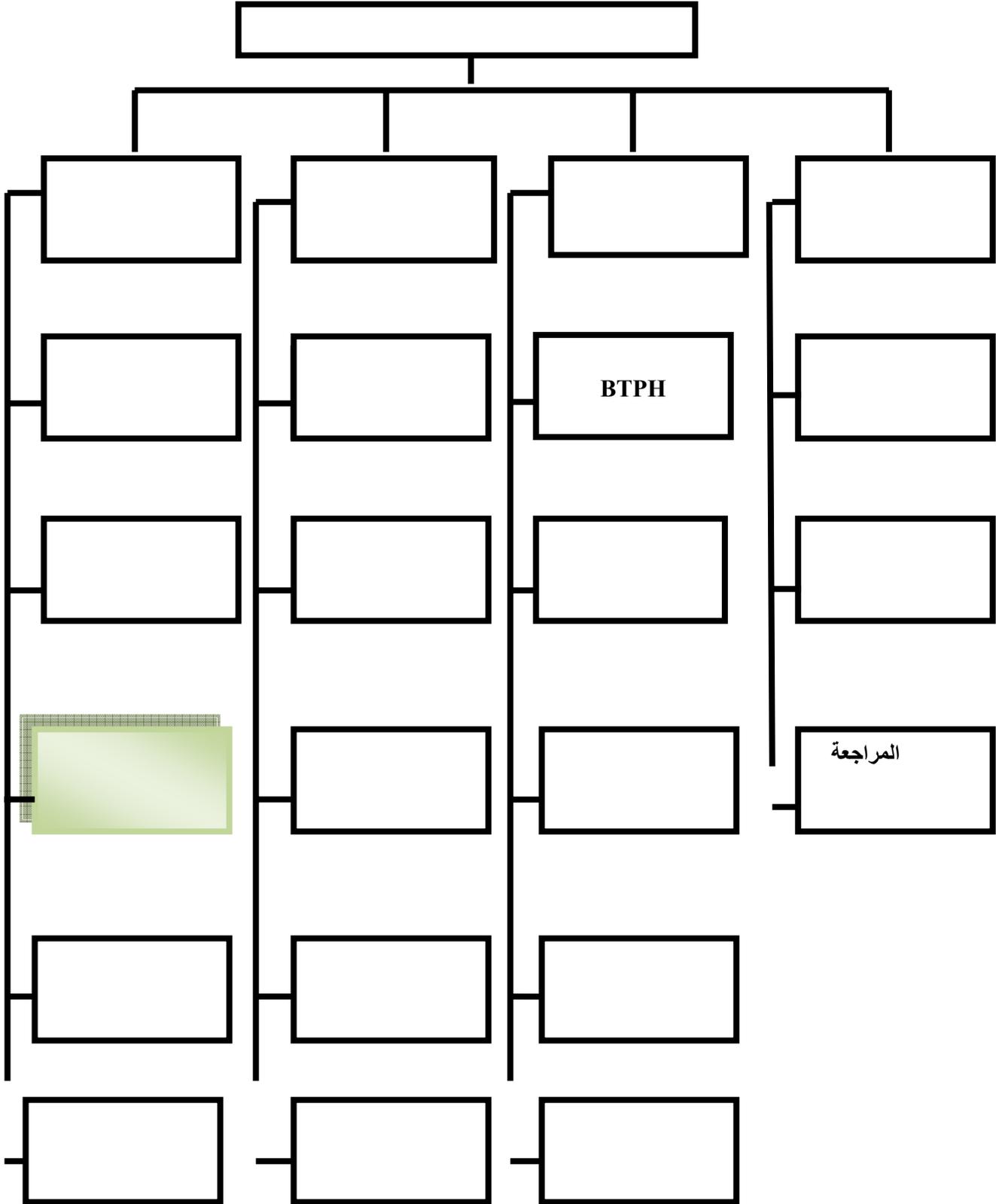
-

:

-

CPA

:(3-6)



DMC

:

DMC

.I

.II

.1

:

○

○

○

○

○

○

○

○

.2

-
-
-
-

.III

-

-
-
-
-
-

-

-
-
-
-
-

-

-

1993

:

-

-

-

-

-

()

.

:

/

-1

-2

.(...

)

)

-3

.(

Promed

:

...

1991

:

.

.

.

-

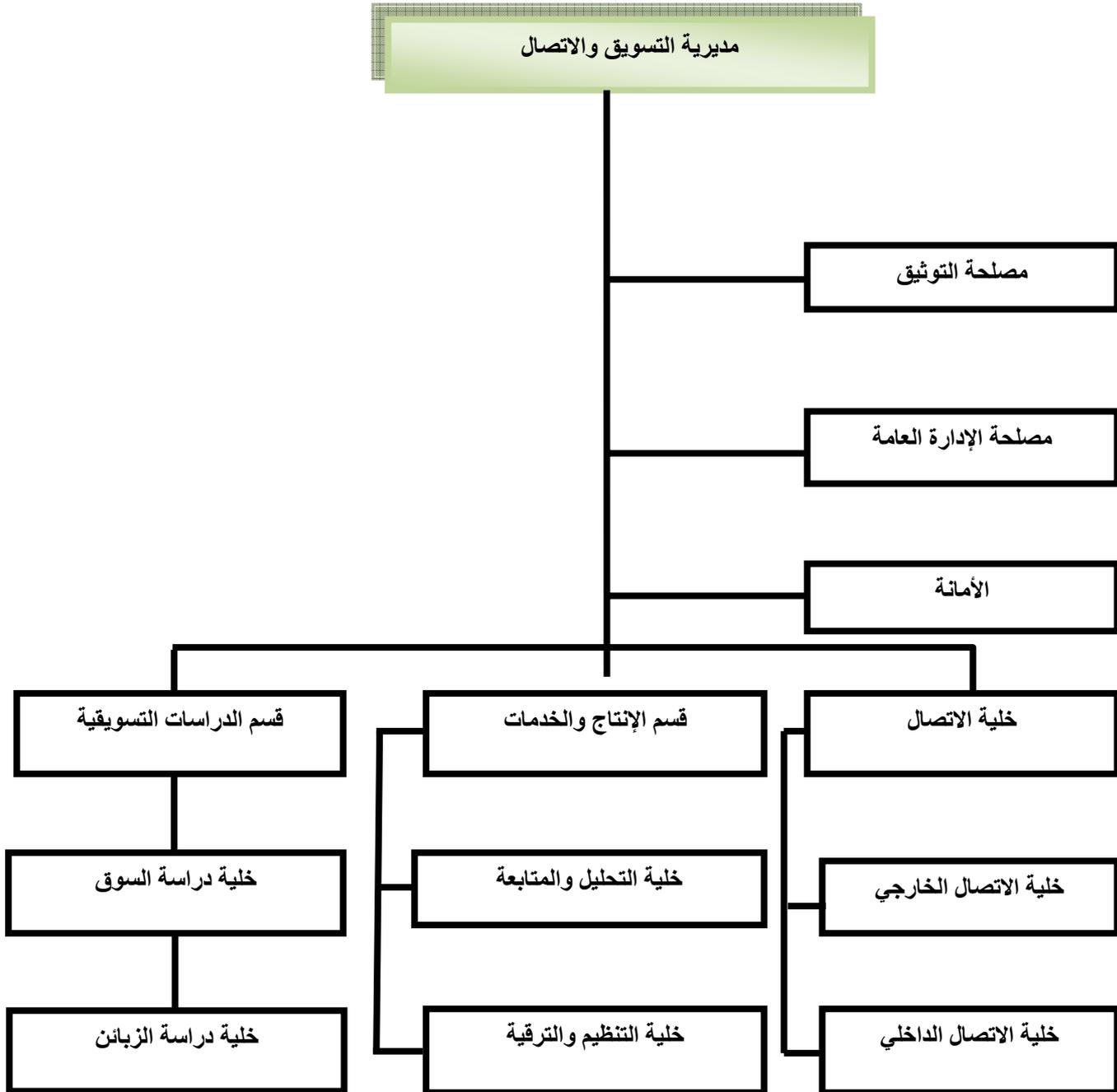
-

-

.

DMC

: (4-6)



:

:

:

CPA

:

.1

.1

-

1990

CPA/cash CPA/visa

3373 1999 28

.2009 5289

351 Visa-Master card.

CPA/cash

CPA/visa

2005

1202 CIB

.2009

:

-

2007

3712 2006 3865

%4

2007

2007

2007

12

2006

39.7

-

:

-

e.Banking

2008

(2010-2006)

-

2009

Call Center

.2

-أ-

-ب-

-ج-

-د-

-ه-

CRM

.II

.1

Chargés de Clientèle

-

-

.2009

25303 ANSEJ,CNAC,ANGEM

PROLIB

PROMED

(...

—
)
.2

:

-أ

-ب

-ج

-د

-هـ

-و

:

1.

¹ Bourguignon.A, **Performance Et Contrôle De Gestion, Encyclopédie De Comptabilité, Contrôle De Gestion Et Audit**, sous la direction de Bernard Colasse, ED economica, Janvier 2000,P 932.

/ _1

1.

_1

: Compte Courant bancaire

-

:Compte Cheque

-

: Dépôts a Terme

-

:

-

:

-

:

-

_2



:

-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-

: CIB

—

:

piste

:CPA/cash

—

CPA/CIB

—

. gold

:CPA/Visa

—

Visa international

Visa international

:

:(2-6)

2009	2008	2007	2006	2005	
133082	127410	82357	48106	14007	CPA/CIB
5289	5069	3518	2268	1637	CPA/Visa

:

CPA/CIB

.2009 133082 2005 14007
 .2009 5289 2005 1637 CPA/VISA

—

:Promed



Professions Médicales

Promed

(

) Medium

Promed

(2006-1995)

Medium

2006

.Medium

Promed

:

.

Prolib



Professions Libérales prolib

prolib

.

—

:

1. :

:



—

...

—

—

—

—

:



2. :

—

—

—

—

—

—

()

GAB⁴

DAB³

³ DAB : Distributeur Automatique De Billets

⁴ GAB : Guichet Automatique De Billets

.Système De Transmission

1

TPE²**DAB** : (3-6)

2009	2008	2007	2006	
95	97	72	26	DAB (Cib)
23	23	4	/	DAB (Visa)

:

95 2009

71 2008 2006

Visa

175 2009

2009

2009

2008 23 2007 4

31

TPE : (4-6)

2009	2008	2007	2006	
1202	1054	456	220	TPE (Cib)
351	348	287	234	TPE (Visa)

:

Cib**TPE****Visa**

982 2009 1202 2006 220

117 2009 351 2006 234

le phoning le mailing¹ Logiciels D'exploitation En Réseau² TPE : Terminal De Paiement Electronique

Call center

E.Banking

E-Banking



2008

E-Banking

Personnalisation

Proximité

:

—

7/7

24/ 24

—

—

Call Center



teleconseillers

"location de position staffé"

Call Center

:

—

—

—

—

Call Center

.021641515

16:30

08:30

Compensation électronique



2006

)

.(

)

(

. II

Cib

COMI¹

2.

³ RMI

.TPE

GAB DAB

-
-
-
-
-

¹ Convention Monétaire Interbancaire
² Document interne de la banque
³ Réseau Monétaire Interbancaire

■
■

Cib

_1

:

Cib/Classique

❖

/ 400

—

.

—

. 200

—

100

« mise en opposition »

—

.() 75

. 100

()

—

Cib/Gold

❖

/ 700

—

.

—

250

.

—

100

« Mise en opposition »

—

.() 100

. 100

()

—

Cib

_2

:

()

2.31 1.46

(puce)

2.31 2.13

GAB/DAB

-)

10

:

10

:

BAB

20

25

DAB

:Cib

Cib

:(5-6)

/ 400	/	Cib/ classique
/ 200		
/ 100		
/ 75		
/ 100	()	
/ 700	/	Cib/ Gold
/ 250		
/ 100		
/ 100		
/ 100	(')	

:

.Sponsoring phoning mailing

_1

:

:

•

:Les Brochures

•

. CPA Actualités

:

•

.()

:

•

:

•

E-banking

•

_2

...

:

. PLV*

_3

:

•

•

Le phoning

.()

Le Mailing :

_4

:

* PLV : promotion sur le lieu de vente.

•

•

•

:

:

-

.(...)

:

-

Sponsoring **_5**

:

-

-

-

-IV

:

()

_1

15

:

()

03

.()

136

_2

:

DAB



DAB

GAB



. DAB

)

.(...

TPE



RMI



-

-

-

-



-

24/24

-

-

:



*

.

36

11

1995

1

...

-1

:(6-6)

1983		
1994		
1994		
1995		
1997		
1997		
1997		
1997		
1997		

1998		
1998		
1998		
1998		
1998		
1998		
1998		
1998		
1998		
1998		
1998		(5)
1998		-(11)
1999		
1998		:
1994		:
1998		
1998		:
1999		
1998		+ :
1997		:
1999		:

1992		-
1992		
1998		-

62 2005

:

1990

2

1.

2.

.

.

.

.

-II

.OMC

"

"

1

.81 1992

2

.65

.1

1301 2008

244

2008

% 9.2 %90.8

*

.2008-2006

:(7-6)

2008	2007	2006	
%0.99	%0.87	%0.75	-
%2.47	%2.61	%2.97	*
%40.07	%33.39	%25.11	**
%3.27	%3.21	%2.31	-
%7.73	%7.01	%5.69	-
%42.31	%45.83	%40.54	-

.2008

:

/ = *

/ = *

/ = **

()

2008

2007 2006

		%2.47	% 2.61	2008	2007
%7.01	2006	% 5.69		.2008	% 7.73 2007
				2008	
	2007	%33.39	2006	%25.11	
				.2008	%40.07
%45.83	2006	%40.54			
		%.42.31	2008		2007

2008

2004

01/04

.2

FMI

- -

1

" 2004

"

2

2006

%51

Rothschild France

PARIBAS

Santander

(. .) **Citibank**

3

128

¹ Liberté « quotidien indépendant, du 24 mai 2004

² El watan, quotidien indépendant, du 06 décembre 2004.

³ Op.cit

	2007				2006
7.9					
		487.86			
¹		29.3		4	2006
					L'expression,
2008	% 90.8				
1057) 2008	1301		2007	% 92.2
				² .	

(**OBG**) Oxford Business Group
()

2007 **BNA** **BDL**

-III

¹ L'expression, quotidien indépendant, 26 décembre 2007

Medium

-1

.Prolib

2006 Promed

TPE ;DAB ;GAB :

e.banking Call- Center

:

-2

2009

:(8-6)

43.9	27.9	19087	ANSEJ
5730	3799	3114	CNAC
1034	715	3102	ANGEM

:

2009

12722

1990

-3

SATIM

-4

1.

1990

1999/09/13

-1

1993/05/23

10/93

() 6

-2

:

:

:

-1

-2

:

:

-1

:

-2

.

:

-3

.()

:

-4

.

:

-5

.

:

-6

.

-3

() 80

60

.

:

60

:

-1

: -

%		
32	19	30 20
38	23	40 31
20	12	50 41
10	06	51

.% 10 % 38 40 – 31 % 32 30 – 20

2009 19087

: -

%		
08	05	
15	09	
60	36	
17	10	

% 60

%17

: -2

%		
33	20	
13	08	
13	08	
10	06	
10	06	
12	07	
05	03	
04	02	

%33

%13

% 5

%12

%4

: -3

%		
30	18	
47	28	
23	14	

%47

%30

% 23

/

:

-4

%		
27	16	
67	40	
06	04	
-	-	

/

%67

% 6

% 27

/

... promed prolib

/

:

-5

%		
88	53	
12	07	

% 88

%12

/

:

:

-6

%		
25	15	
45	27	
15	09	
15	09	

%45

% 25

% 15

/

:

-7

%		
42	25	
30	18	
20	12	
08	05	

%42

% 20

%30

%8

:

-8

%		
68	41	
32	19	

%68

% 32

:

-9

%		
28	17	
72	43	

%72

SATIM

% 28

/ : -10

%		
-	-	
05	03	
-	-	
12	07	
17	10	
25	15	
41	25	

/

%25

% 41

%17

/

%12

/

%05

: 11

-11

%		
77	46	
23	14	

%77

%23

/

:12

-12

%		
33	20	
67	40	

%67

%33

/

:13

-13

%		
33	20	
25	15	
17	10	
25	15	

% 33

%25

%25

%17

:14

14

%		
15	09	
85	51	

% 15

.% 85

: 15

-15

%		
100	09	

% 100

:16

-16

%		
15	09	
85	51	

% 85

% 15

:17

-17

%		
13	08	
87	52	

% 87

:18

-18

%		
70	42	
30	18	

% 70

:19

-19

%		
25	15	
58	35	
17	10	

% 58

% 17

% 25

GAB DAB

:20

-20

%		
17	10	
83	50	

% 83

. 1553

TPE

2009

DAB

118

% 17

check list

:

:

-

-

-I

x

-1

X

/

-2

x

/

-3

x

-4

X

-5

x

-6

x

-7

X

-8

X

-9

X

-10

X

-11

x		-12
X		- 13
X		- 14
X		-15
X		- 16
X	Intranet	- 17
X	ATM	- 18
X		- 19
X		- 20
X		- 21
X		- 22
X		- 23
x	.	- 24

-II

x - 25

x - 26

X - 27

X - 28

X - 29

X - 30

X - 31

x - 32

X - 33

X - 34

-I

/ . /
/ .
.

2004

1990

. banque assurance

()

% 40-30

PLV

(15)

136

.

Intranet

ATM

(Automated Teller Machine)

-II

:

()

.....
consortium bancaire

banque assurance

...

,

.

.

.

.

.

%90

.1

:

-

-

-

-

-

Internet

-

-

-

-

.

.

-

-

-

-

1338 2137 2006

.2

-

" "

-

-

-

-

-

-

-

-

-

.3

:

.

.

.

.

-

-

-

-

.1993				.1
	.1988			.2
	.1997		:	.3
				.4
			.2007	
	.1996	1		.5
	.2002			.6
.1997				.7
		.1993	..	.8
.2000				.9
				.10
			.2001	
.2008			:	.11
1		:		.12
			.1999	
1999	6			.13
				.14
			.1997	
				.15
			.1999	
.2004				.16
	:		.	.17
			.1997	
	.2005			.18
.2004				.19
	.1989	2		.20
.1997				.21
	:			.22
		.2002		

	:		.23
		.2007	
		.24	
		.2000	
.1998			.25
.1994			.26
.2000		:	.27
.2000-99	1	:	.28
.2001			.29
	:	2	.30
.2000			.31
1998			.32
2006			.33
.2002	21	:	.34
.2002	21	:	.35
.2000		:	.36
			.37
.1999		:	.38
.2003		3	.39
.1991			.40
.2003			.41
2001			.42
2000		:	.43
.2002			.44
	:		.45
		.2005	1
.2006	1		.46
.2003	-	-	.47
.2004		1	.48
.1996			.49
.2003			.50
.2003			.51

	.2003				.52
	2003				.53
2001					.54
	.2005				.55
	.2001				.56
.2001			:		.57
			:		.58
				98	
.2004			:		.59
	.1994				.60
1998					.61
.2002	21		:		.62
	.2002				.63
	.2002				.64
	.2002		:		.65
	.99		:		.66
.1996			:		.67
	.1991				.68
	.1991				.69
	2005				.70
	.2000				.71
1998					.72
	.221	2005	..		.73
	.1999	1			.74
	.1990				.75
			:		.76
				.2000	
					.77
			.2007		
	.. 2000			:	.78
.1998			:		.79
	.2007				.80
.1999	1				.81

	.2004			.82
	.1999	1		.83
		.2001		.84
.2000				.85
	.			.86
		:		.87
			.2005	1
	.1999		:	.88
		.1992		.89
				.90
			.1995	
	.2000			.91
.1994			:	.92
	.1996			.93
1994				.94
	.2002/2001			.95
	.2007			.96
		.1996	..	.97
				.98
			.1996	
	.1995			.99
	.2001			.100
		:		.101
			.2005	
	.1995		:	.102
.2002			:	.103
	.1977			.104
	.1997			.105
	.1994			.106
.2002			:	.107
	:			.108
			.2004	1
	.2004			.109

1988			.110
.2007		1	.111
	.2002		.112
			.1
	.2004		.2
		.1999	.3
		.2006/2005	.4
		95/94	.5
	:		.6
		.2003	.7
		.2001/2000	.8
		.1997/1996	.9
	.2004/2003		.10
(2005-2000)		.2006	.11
		.1994	.12
	.2002		.13
(2000-1990)		.2002/2001	.14
		.2005-2004	.15
	.1998		.16

	:		.15
		1989	
			.16
		.1991	
			.17
		2004	
			.18
		.1998	
.2002			.19
	.1998		.20
			.21
		.2004/2003	
-			.22
	.1997	-	
		:	.23
		:	
	.2001/200	.2004	.24
		:	.25
	.95	()	
			.26
	.1999		
			.1
98/10/27			.2
		2005 02	
			.3
	.1999 28		
.2005 5			.4

		"		.5
18			"	.1996
				.6
09 08				.2005
				.7
			2003 10 8	.8
			.1998	.9
-			2004 15-14 -	.10
	2005			.11
		2004 15-14		.12
		.2004 15-14 :		.13
		" "		.1992
.2001	249			.14
				.15
		.2004 15-14		.16
			2002	.1
	2008		2007	.2
	.2009		2008	.3
				.4
			. 2002 2	.5
.2001				.6
. 2002	39			

					.7
		1996	16		
			2000	/	
"	"				.8
			2003	24	
.2000					.9
				:	.10
			.2005	22	
	.1990/04/14	10/90	59	58 04	.11
			10/90	12	.12
	2003/08/26	11/03	137	131	.13
.2001/02/27	14			01/01	.14
.2003/08/27	52			11/03	.15

1. Abdelkrim Naas, **Le Système Bancaire Algérien De La Colonisation A L'économie De Marché**, Maison Nouve Et Rose, Paris, 2003
2. American Marketing Association, Marketing Research Defin, <http://www.wu-wieu>.
Ammour benhalima , **Le Système Bancaire Algérien** , Edition Dahleb, Algérie,1996.
3. Ammour Benhalima, **Pratique des techniques bancaires**, Edition Dahleb, Alger.
4. Ansoff. I, corporate strategy : An analytical approach to business policy for growth and expansion, Mc graw hill, 1965.
5. Bourguignon.A, **Performance Et Contrôle De Gestion, Encyclopédie De Comptabilité, Contrôle De Gestion Et Audit**, sous la direction de Bernard Colasse, ED economica, Janvier 2000
6. David A. Aaker & et.al; Marketing research, John wiley & sons, 2001.
7. David H. Friedman, Money & Banking, 4th ed, American Bankers Association, 1999
8. Demory.G & Spizzichino.R, Les système d'information en Marketing. Ed. Dunod, 1969.
9. Dupuy .y et autres, les systèmes de gestion, librairie vuibert, paris
10. G.Garibaldi, stratégie concurrentielle :choisir et gagner,Edition d'org., 1994.
11. Jean Jacques Lambin, La recherche Marketing, 3eme tirage, ED .ediscience
12. Kotler .p. et Dubois.b. Marketing Management , dixième édition, Edition publi-union , Paris , 2000 .
13. Kotler philip & Armstrong Garry, Principles of Marketing, Prentice hall, New Jersey, USA, 2003.
14. Kotler philip, Marketing insights from A TO Z: 80 concepts every manager needs to know, John willey & sons, INC, USA, 2003.

15. Lancaster Geoff & Reynolds Paul, Marketing, Mc Millan press LTD, UK, 1998.
16. Porter.M, L'avantage concurrentiel des nations, inter- éditions,1993.
17. V. Kumar and others; Essentials of Marketing Research , New york, John wiley and sons, INC 1999.
18. Wag Bradd.k Management for bankers second edition Buher Worths & co (publishers) LTD London 1998

Les Thèses

- Messaoudi Naima, Tentative d'élaboration d'un système d'information Marketing, Thèse de magister en sciences de gestion, Marketing, ESC, 93/94 .

Les séminaires

- Akki Alouani Aoumer, »Le système d'information comptable et la compétitivité de l'entreprise : le lieu entre deux concepts ». le séminaire international de la compétitivité des entreprises économiques et mutation de l'environnement, le 29-30 octobre Biskra,2002

Les Journaux

1. Liberté « quotidien indépendant, du 24 mai 2004
2. El watan, quotidien indépendant, du 06 décembre 2004.
3. L'expression, quotidien indépendant, du 26 décembre 2007

CPA

:

"

CPA

"

(x)

: (x)

:

:

:

	30	20
	40	31
	50	41
	50	

:

-2

-

-

-

-

-

-

-

-

.....

()

-3

-

-

-

/

-4

-

-

-

-

-5

-

-

.

-



:

-6

-

-

-

-

-7

-8

-9



-10

/



-11



/

-12



-13





.....

-14



-15



-16



-17



-18



-19



-20



طريقة قائمة المراجعة check list

-I

			-1
		/	-2
		/	-3
			-4
			-5
			-6
			-7
			-8
			-9
			-10
			-11
			-12
			-13
			-14
			-15
			-16
		Intranet	-17

		ATM	- 18
			- 19
			- 20
			- 21
			- 22
			- 23
			- 24
			.

		- 25
		- 26
		- 27
		- 28
		- 29
		- 30
		- 31
		- 32
		- 33
		- 34