

إن عملية تحديث طرق التسويق هدف أساساً إيل التحكم يف اختيار أفضل أدوات التسويق من أجل تحقيق وبقاء أي مؤسسة واستمرارها مرهون بكتافة أدائها عامة والأدلة أملايل خاصة، هذا الأخرى الذي تطور مفهومه خالل العقددين الآخرين تطروا ملحوظاً، ولقد كان هذا التطور من املستلزمات الضرورية للتغلب على التحديات املتزايدة اليت تواجه املؤسسات، وكذا بالتقدم التكنولوجي اهلائ خاصية يف جمال تكنولوجية إلنتاج واملعلومات، املنافسة، ازدياد وأضحى النمو الاقتصادي، مبواجهة تلك التحديات. وإن من أهم الصعوبات اليت تواجه املؤسسة الاقتصادية اجلزائرية يف ظل التحول حنو اقتصاد السوق يتمثل يف تحقيق توازتها أملايل، باعتباره الشرط الوحيد الذي يضمن هلا البقاء والاستمرارية وبدون اللعتماد على مساعدات الدولة، حيث تعانين هذه املؤسسات من خلل يف تسويق خزينتها سواء من حيث تطوير املنابج والأنظمة اليت