



Université d'Oran 2

Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de
Gestion

THESE

Pour l'obtention du diplôme de Doctorat « L.M.D »
En Sciences Commerciales

La situation du marketing dans les entreprises algériennes

Cas : secteur automobile Renault & SOVAC

Présentée et soutenue publiquement par :
Mme MECHERI Mokhtaria

Devant le jury composé de :

KOURBALI Baghdad	Professeur	Université d'Oran 2	Président
HAMDANI Mohamed	Professeur	Université d'Oran 2	Rapporteur
BENSAID Mohamed	Professeur	Université de Sidi Bel Abbès	Examineur
BENAMAR Amel	MCA	Université d'Oran 2	Examineur
ACHABI Fatima Zahra	MCA	Université d'Ain Témouchent	Examineur

Année 2024/2025

« La situation du marketing dans les entreprises algériennes Cas : secteur automobile Renault & SOVAC »

Résumé :

Cette étude vise à mettre en évidence l'état des lieux de la fonction marketing dans les entreprises algériennes, selon le modèle du « marketing holiste » de Philip Kotler. Les résultats d'une étude comparative entre deux sociétés multinationales appartenant au secteur automobile algérien « Renault & Sovac », montrent que la fonction marketing chez les deux sociétés est développée et elle a une orientation du marketing holiste en utilisant les cinq dimensions (marketing interne, marketing relationnel, marketing intégré, marketing socialement responsable et marketing orienté vers la performance) dans une perspective intégrée.

Mots clés : *l'état du marketing, marketing holiste, secteur automobile, perspective intégrée du marketing*

« The situation of marketing in algerian companies Case: Renault & SOVAC automotive sector »

Abstract :

This study aims to highlight the state of play of the marketing function in algerian companies, according to the "holistic marketing" model of Philip Kotler. The results of a comparative study between two multinational companies belonging to the algerian automotive sector "Renault & Sovac", show that the marketing function in both companies is developed and it has a holistic marketing orientation using the five dimensions (internal marketing, relationship marketing, integrated marketing, socially responsible marketing and performance-oriented marketing) from an integrated perspective.

Key words : *the state of marketing, holistic marketing, automotive, integrated marketing perspective*

وضع التسويق في المؤسسات الجزائرية " دراسة حالة قطاع السيارات رونو & سوكا

الملخص:

تهدف هذه الدراسة الى تبين وضع وظيفة التسويق في المؤسسات الجزائرية حسب نموذج " التسويق الشامل " لفيليب كتلر. بعد اجراء دراسة مقارنة بين مؤسستي " رونو & سوكا "، وهما من المؤسسات المتعددة الجنسيات المنتمة لقطاع السيارات بالجزائر، أظهرت النتائج بان وظيفة التسويق في كلتا المؤسستين هي وظيفة متطورة وذات توجه للتسويق الشامل، من خلال تطبيق الابعاد الخمسة المتمثلة في (التسويق الداخلي، التسويق العلائقي، التسويق المتكامل، التسويق المسؤول اجتماعيا، التسويق الفعال) بمنظور مدمج ومتكامل.

كلمات مفتاحية : *وضع التسويق، التسويق الشامل، قطاع السيارات، المنظور المتكامل للتسويق*