

PRÉFACE

On ne peut que se féliciter que cet ouvrage soit consacré au domaine d'intérêt grandissant en l'occurrence le marketing fondamental. Aussi bien les universitaires que les praticiens dans les entreprises, trouveront des éléments de réponse à l'ensemble de leurs préoccupations tant théoriques qu'opérationnelles ayant relation avec le marketing. Que ce soit les concepts, les techniques d'analyse ou les niveaux d'approche, l'auteur a su faire une présentation pédagogique concise suivie de nombreux exemples.

Ce livre fournit également de nouveaux éclairages sur le besoin essentiel d'intégrer la démarche marketing dans l'entreprise algérienne. C'est même la suggestion qui ressort au travers la lecture des douze chapitres.

De surcroît, ce livre devrait influencer tous ceux qui dans le cours de leur recherche ou de leur responsabilité supposant une plus grande maîtrise du marketing fondamental.

Pr Brahim GUENDOUZI

Professeur à l'université Mouloud MAMMERI de Tizi-Ouzou