

. . :
.
-

:

.

.

.

.

.

.

.

.

.

.

:

-I

•

1

.

2

.

.

3

-II

(E-LEARNING)

-1 -II

DISTRIBUTEURS-E

infomédiaire

-2 -II

●

●

*

*

*

●

●

●

-3 -II

-

-

-

-

-

-

: - 4 -II

cyber marketing-Emaketing-

(Intermarketing)

(1

(2

(3

6

-
-III

7

8

:9

()

10

:

11

-IV

:

-1-IV

TBP

:

-

-

-

-

12

TBP

() ()

()

:

TBP

- .1
- .2
- .3
- .4
- .5
- .6
- .7
- .8
- .9
- .10

:

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

-2-IV

.13

- .1
- .2
- .3

" Les nouveaux tableaux de bord pour piloter 1998

1999

Informatique professionnelle

l'entreprise"

. Alain Franzez

2001

.14

25

:

:

:

- 1- COOPERS et LYPRAND. La nouvelle pratique du contrôle interne. 2ème édition. Paris : Edition organisation. Page 15.
- 2- محمد الطيب رفيق. مدخل للتسيير الجزء الثاني. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية: 1995. ص 39.
- 3- Coopers et Lybrand. Op-cit. Page 15.
- 4- J. Rechenmann. « L'internet et le marketing » édition d'organisation .Paris.2eme ed.1999.p.8.
- 5- J.champeaux et C.Bret . « La cyber Entreprise » .Dunod .paris.2000.p62
- 6- M.Badoc et Autres M « Emarketing de la banque et de l'assurance »
- 7- Savoir faire .
- 8 - Partenaire.
- 9 - voir : www.hec.unil.ch/cms_inforge/dpiomemoires19992000/LohriMarius1.pdf. Page consultée le : 10.01.2005.
- 10 - Tableau de Bord Prospectif = TBP .
- 11 - GIMSI .
- 12 - Pilotage
- 13 - Voir : http://www.piloter.org/methode/origine_GIMSI.htm. Page consultée le : 10.01.2005.
- 14 - Generalisation – Information – Methode - Système – Individualisation = GIMSI
- 15 - Voir : http://www.piloter.org/methode/concevoir_le_tableau_de_bord.htm. Page consultée le : 10.01.2005.
- 16 - Alain Fernandez. "Les nouveaux tableaux de bord des décideurs ". 2 eme ed. Edition Organisations. Paris.2000 . P 123.
- 17 - Compte Rendu
- 18 - Voir : http://www.piloter.org/tableau_de_bord/Ameliorer_la_performance.htm. Page consultée le : 10.01.2005.
- 19 - Voir : http://www.piloter.org/methode/10_leçon_pour_reussir.htm. Page consultée le : 10.01.2005.