الملخص

تهدف هذه الدراسة الى إبراز دور تكنولوجيا في تفعيل الأنشطة التسويقية في المؤسسات الخدمية، لأجل ذلك تم إعداد استبيان وتوزيعه على عينة مكونة من (30) عاملا في مؤسسة اتصالات الجزائر، وقد أظهرت هذه الدراسة وجود علاقة إيجابية بين الوسائل المستخدمة في الاتصالات التسويقية ودرة اهتمام وإدراك عمال المؤسسة بأهمية ودور هذه الوسائل في دعم وتفعيل أنشطها التسويقية، كما وجدت الدراسة أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين كل أساليب الاتصالات التسويقية المستندة للتكنولوجيا التي تعتمدها المؤسسة، مع استخدام المؤسسة لشبكة الأنترنت للتعريف بخدماتها ومنتجاتها.

الكلمات المفتاحية: الاتصالات التسويقية، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، تكنولوجيا المزيج الاتصالي التسويقي.

Résumé

Cette étude vise à mettre en évidence le rôle de la technologie de service d'entreprise marketing dans l"activation des activités marketing dans les entreprises service, et pour cela un questionnaire a été élaboré et distribué à un échantillon composé de (30) travailleurs de l"entreprise Algérie télécom, cette étude a apparu une relation positive entre les moyens technologiques utilisés dans les communications marketing, l'étude a montré qu'il Ya une relation dans le soutien de ces statistique entre les méthodes de communication marketing à base de la technologie adoptées par l'entrepris, en se basant sur les résultats de l'étude, le chercheur a proposé ensemble de recommandations axées en générale sur la promotion et le renforcement de processus de communication, avec l'utilisation d'internet pour présenter ses services et produits.

Les mots clés : les communications de marketing, la technologie de l'information et de communication, technologie de mix communications de marketing.