

:

:

Résumé :

La présente thèse a pour but d'établir les différents modes d'utilisation d'Internet dans le développement des activités et des stratégies de l'entreprise, notamment qu'elle lui offre des avantages concurrentiels et opportunités, et lui permet de procéder conformément aux critères de compétition.

Notre recherche est centrée principalement sur le rôle d'Internet en matière de marketing de l'entreprise du moment que ses stratégies commerciales ne sont qu'une partie intégrante du marketing. Par conséquent, l'Internet est une réalité qui nécessite des investissements en fonction de l'envergure de l'entreprise et son volume d'activités. De là, nous avons déduit que l'intégration d'Internet, dans des conditions favorables, est non seulement utile, mais nécessaire pour avoir de bons résultats.

Nous croyons fermement que l'adoption des technologies avancées est un passage obligatoire pour toute entreprise qui veut confirmer son existence sur le marché national et s'ouvrir sur le marché mondial, si les infrastructures concernées et les lois en vigueur le permettent. Nous proposons donc, des idées et des conceptions dans le domaine du commerce électronique, accommodées à la conjoncture actuelle, en attendant un avenir meilleur.

Mots clés : *marketing, Internet, système d'information, commerce électronique, stratégies de l'entreprise, mondialisation.*