

## قائمة المراجع

### الفصل الاول:

- 1- محمد إبراهيم عبيدات: " إستراتيجية التسويق مدخل سلوكي"، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان الأردن، الطبعة الرابعة، 2009
- 2- محمود جاسم محمد الصميدعي: "استراتيجيات التسويق"، مدخل كمي وتحليلي، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الثانية، 2007
- 3- محمد جاسم الصميدعي، ردينة عثمان: " التسويق الإستراتيجي"، دار المسيرة لنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2011
- 4- طارق بلحاج: "المسار التسويقي لاستهداف السوق"، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، فرع تسويق، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة قسنطينة، 2006/ 2007
- 5- محمود جاسم الصميدعي: "مداخل التسويق المتقدم"، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2000
- 6- قدايفة أمينة: " دور التحليل التسويقي في اختيار الإستراتيجية التسويقية"، مذكرة تخرج ماجستير في العلوم الاقتصادية تخصص الإدارة التسويقية، جامعة بومرداس، الجزائر، سنة التخرج 2006/2007
- 7- نوري منير، " التسويق الاستراتيجي وأهميته في مساهمة العولمة الاقتصادية
- 8- نزار عبد المجيد البروراري، احمد محمد فهمي البرزنجي: " استراتيجيات التسويق"، دار وائل للنشر عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2004
- 9- Gérard Garibald: "Analyse Strategique", Éditions D'organisation, Groupe Eyrolles, Troisième Édition , Paris , France, 2008
- 10- Nathalie Van Laethem: " L'essentiel Du Plan Marketing Operationnel", Éditions D'organisation, Groupe Eyrolles. Paris, France, 2013
- 11- Bouton Brigitte Et Autres: "Marketing (L'essentiel Pour Comprendre, Decider, Agir)", 2eme Edition, Ed De Boeck Universite, Bruscelles, 2006
- 12- Troy Waugh: "101 Marketing strategies for accounting, law, consulting, and Professional services firms", john wiley & sons, inc. New jersey, the united states of America, 2004
- 13- www. kenanaonline.com

### الفصل الثاني:

- 1- محمود جاسم محمد الصميدعي: "استراتيجيات التسويق"، مدخل كمي وتحليلي، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الثانية، 2007
- 2- نزار عبد المجيد البروراري، احمد محمد فهمي البرزنجي: " استراتيجيات التسويق"، دار وائل للنشر عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2004
- 3- أمينة محمود حسين محمود، نظم المعلومات التسويقية، الدار العربية للنشر و التوزيع، مدينة نصر، القاهرة 1995
- 4- معلا، ناجي، توفيق، رائف، اصول التسويق، الطبعة الثالثة، دار وائل للنشر، الاردن، 2003.
- 5- ثامر البكري، استراتيجيات التسويق، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2007
- 6- قاشي خالد، نظام المعلومات التسويقية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية بين النظرية و التطبيق، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم التجارية، جامعة الجزائر 3، السنة الجامعية 2011-2012
- 7- عبد السلام أبو قحف: "التسويق وجهة نظر معاصرة"، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، النشر والتوزيع، مصر
- 8- عبد الحميد عبد الفتاح المغربي، الإدارة الإستراتيجية لمواجهة تحديات القرن الواحد والعشرين، ط1، القاهرة: مجموعة النيل العربية، 1999

## د.نهار خالد بن الوليد، مقياس التسويق الاستراتيجي

- 9- محمود جاسم محمد الصميدعي , ردينة عثمان , التسويق الاستراتيجي , دار المسيرة للنشر والتوزيع , عمان , الاردن, ط1, 2011
- 10- سالم توفيق التّجفي، أساسيات علم الاقتصاد، ط1، القاهرة :الدار الدولية للاستثمارات الثقافية،2000
- 11- إسماعيل محمد السيد، التسويق الإسكندرية :الدار الجامعية،1999
- 12- محمود صادق بازراعة ، بحوث التسويق ، القاهرة ، مطبعة كلية الزراعة ، جامعة القاهرة ، 1994
- 13- إدريس, ثابت عبد الرحمان, جمال الدين محمد المرسي. التسويق المعاصر ، الطبعة الأولى، الدار الجامعية، الإسكندرية،2005
- 14- Kotler, Marketing Management, the millennium ed. Prentice- Hall. INC. 2000
- 15- [www.prestetouan.com/files/1295779950.doc](http://www.prestetouan.com/files/1295779950.doc) p6/7/8/9