

1. Jean lachman, le financement des stratégies de l'innovation ,  
économica , paris , France , 1993.
2. مباركة سواكري، وضعية التسيير الاستراتيجي في المؤسسات العمومية، رسالة ماجستير  
(غير منشورة)، معهد العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، الجزائر، 1996.
3. H.Mintezberg, Grandeur et décadence de la planification  
stratégique, Edi Dunod, Paris, France, 1994.
4. نبيل مرسي خليل ، التخطيط الاستراتيجي، الطبعة الثانية، دار المعرفة، الإسكندرية، 1996
5. R.Durand, Guide de management stratégique : 99 concept clé,  
Ed Dunod, Paris, France, 2003.
6. JC.Mathe, Diagnostique et dynamique de l'entreprise , Edi Males  
herbes, Paris, France, 1990.
7. J.P Sallemave, Direction Générale et stratégie d'entreprise,  
Edi Homes et techniques, Paris, France, 1984.
8. عبد المليك مزهوده، الفكر الاستراتيجي للتسيير من نموذج SWOT إلى نظرية  
الاستراتيجية ، مجلة العلوم الإنسانية، العدد رقم 04، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر،  
ماي 2003.
9. سعد غالب ياسين ، الإدارة الاستراتيجية ، دار اليزوري العلمية، عمان، الأردن، 1998.
10. عبد الرحمان ثابت إدريس وآخرون، الإدارة الاستراتيجية: مفاهيم ونماذج تطبيقية،  
الدار الجامعية، الطبعة الأولى، الإسكندرية، مصر، 2002.
11. نادية العارف، الإدارة الاستراتيجية: إدارة الألفية الثالثة، الدار الجامعية، الإسكندرية،  
مصر، 2001.
12. أحمد زغدار، أهمية التحليل الاستراتيجي في المؤسسة: حالة الشركة الوطنية للتبغ  
والكبريت SNTA، رسالة ماجستير (غير منشورة)، معهد العلوم الاقتصادية، جامعة  
الجزائر، 1998.

13. J.P. Vedrine et S. Martin, Marketing : les concepts clés , Edi Chihab, Alger, 1996.
14. Bengt Karlof, La stratégie des affaires, Offices des publications universitaires, Alger, 1990.
15. جمال الدين محمد المرسي و آخرون، التفكير الاستراتيجي والإدارة الاستراتيجية: منهج تطبيقي، الدار الجامعية ، الإسكندرية، مصر ، 2002.
16. محمد أحمد عوض، الإدارة الاستراتيجية: الأصول والأسس العلمية، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2002.
17. بشير العلاق و آخرون، استراتيجيات التسويق، دار الزهران للنشر، عمان، الأردن، 1999.
18. حسن فلاح الحسني، الإدارة الاستراتيجية : مفاهيمها، مداخلها، عملياتها المعاصرة، دار المستقبل للنشر و التوزيع، الطبعة الثانية ، عمان، الأردن، 1997.
19. Michel Marchesnay, Management stratégique, Edi Chihab, Alger, 1997.
20. إسماعيل محمد السيد، مبادئ التسويق، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، 1999.
21. عبد السلام أبو قحف، أساسيات الإدارة الاستراتيجية، الدار الجامعية ، بيروت، لبنان، 2000.
22. Wilson Mike, Le management du marketing : Stratégie et performance, Edi Mare-nostrum, Paris, 1996.
23. إسماعيل محمد السيد، الإدارة الاستراتيجية: مفاهيم و حالات تطبيقية، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، مصر، 1993.
24. P. Kotler, B.Dubois, Marketing Management, 10eme Edition, Publi-union, Paris France, 2000.
25. عبد السلام أبو قحف ، التسويق مدخل تطبيقي، طبع شركة الجلال للطباعة، الإسكندرية، مصر، بدون سنة نشر.
26. أباي ولد الداوي، دور وأهمية الكفاءة التسويقية في تحسين أداء المؤسسة الصناعية: دراسة حالة الشركة العربية للحديد و الصلب، رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، الجزائر، 2001.

27. طلعت أسعد عبد الحميد، التسويق الفعال: الأساسيات و التطبيق ، الطبعة التاسعة، الدار المتحدة للإعلان، مصر، 1999.
28. محمد إبراهيم عبيدات، مبادئ التسويق – مدخل سلوكي، الطبعة الثانية، دار المستقبل للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 1999.
29. زكي خليل المساعد، التسويق في المفهوم الشامل، دار زهران للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 1997.
30. عمر وصفي عقيلي، مبادئ التسويق: مدخل متكامل، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1996.
31. عبد السلام أبو قحف، أساسيات التسويق، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، مصر، 2003.
32. صلاح الدين الشنواني ، الإدارة التسويقية ، مؤسسة شباب الجامعة ، مصر، 1986.
33. محمد فريد الصحن، التسويق و الاستراتيجيات ، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 1998.
34. عمرو خير الدين، التسويق: المفاهيم و الاستراتيجيات، مكتبة عين الشمس للنشر و التوزيع، الإسكندرية، مصر، بدون سنة نشر.
35. خالد الراوي و آخرون، مبادئ التسويق الحديث، دار المسيرة للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، بدون سنة نشر.
36. محمد فريد الصحن، الإعلان، الدار الجامعية للنشر و التوزيع ، الإسكندرية، مصر، 1988.
37. Mohamed séghir djitli, Marketing stratégique, Ibn sina édition, Alger, 2001.
38. محمود جاسم الصميدعي، مداخل التسويق المتقدم، الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، بدون سنة نشر.
39. Dayan et autres, Manuel de gestion, Volume 1, Edi Ellipses, Paris, France, 1999.
40. M.Guidon , Les fondements d'une stratégie marketing, PME magazine d'Algérie ,Décembre2003, N°15 , P45.
41. جون ويستوود، إعداد خطط التسويق خلال 30 دقيقة، ترجمة مركز التعريب و البرمجة، الدار العربية للعلوم، إنجلترا، 1999.

42. أمين عبد العزيز حسن، استراتيجيات التسويق، دار قباء للنشر و التوزيع، القاهرة، مصر، 2001.
43. Michel Will, Le management stratégique , 2em editon, Edi armand collin , Paris France, 1995.
44. J.P .Jobard, P. Grégory, Gestion, Dalloz édition, Paris, France, 1995.
45. مصطفى سيد أحمد ، تحديات العولمة و التخطيط الاستراتيجي، الطبعة الثالثة، دار الكتاب، القاهرة، مصر ، 2000
46. عبد السلام أبو قحف، أساسيات الإدارة الاستراتيجية، الإشعاع للطباعة و النشر، الطبعة الثانية، الإسكندرية، مصر، 1997.
47. إبراهيم عبد الهادي المليجي، إستراتيجيات و عمليات الإدارة، المكتب الجامعي ، الإسكندرية، مصر، 2002.
48. ناصر دادي عدون، اقتصاد المؤسسة، الطبعة الأولى، دار المحمدية العامة، الجزائر، 1998.
49. علي حسن علي، الإدارة الحديثة لمنظمات الأعمال : البيئة، الوظائف، الاستراتيجية، الطبعة الأولى، مكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1999.
50. نائل عبد الحفيظ عواملة، تطوير المنظمات: المفاهيم و الهياكل و الأساليب، الطبعة الثانية، مركز أحمد ياسين الفني للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1995.
51. أحمد شاكر العسكري، التسويق: مدخل استراتيجي، الحامد للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2000.
52. محمد خليل حسن الشماع و آخرون، نظرية المنظمة ، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2000.
53. M.Reuzeau, Economie d'entreprise, Edi Eska, Paris, France, 1993.
54. عبد الغفار حنفي و آخرون، أساسيات الإدارة و بيئة الأعمال، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر، 2000.
55. محمود جاسم الصميدعي ، استراتيجية التسويق : مدخل كمي وتحليلي، الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2000.

56. على الشرقاوي، إدارة الأعمال :الوظائف والممارسات الإدارية، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 1983.
57. علي عبد الله، أثر البيئة على أداء المؤسسات العمومية الاقتصادية، دكتوراه دولة، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، الجزائر، 1999.
58. Ahmed Hamadouche, Méthodes et outils d'analyse stratégique, Edi chihab, Alger, 1997.
59. Jean Claud Brouwer, Planification stratégique du marketing , édition Beauchemin, Canada, 1993.
60. بول أ.سامويلسون، الدور الاقتصادي للدولة و محددات الدخل الوطني، ترجمة مصطفى موفق، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1993.
61. المجلس العربي للطفولة و التنمية، التقرير الإحصائي السنوي، العدد السابع، 2001.
62. بول أ.سامويلسون، تكوين الأسعار، ترجمة مصطفى موفق، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 1993.
63. بول أ.سامويلسون، الأسعار و النقود، ترجمة مصطفى موفق، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 1993.
64. المجلس العربي للتنمية ، مجلة الطفولة و التنمية، العدد 3 ، 2001.
65. F.Bidault, Le champs stratégique de l'entreprise, Edi Economica, Paris , France.
66. محمد إبراهيم عيد ، الهوية الثقافية العربية في عالم متغير، دار الفكر العربي، بيروت لبنان، 1999.
67. J.J Lambin, Le marketing stratégique, 2 eme Edition, MC-Graw Hill, Paris, France, 1991.
68. أبي سعيد الديوه جي، المفهوم الحديث لإدارة التسويق، الحامد للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، عمان ، الأردن، 2000.
69. بول أ.سامويلسون، العلاقات التجارية والمالية الدولية، ترجمة مصطفى موفق، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1993.
70. سارة وايت، مرشد الأذكاء لأساسيات التسويق، دار الفاروق للنشر و التوزيع، الطبعة العربية الأولى، القاهرة مصر، 2001.

71. M Porter, L'avantage Concurrentiel, Edi Dunod , Paris, France, 1999.
72. Tugrul Atamur, Diagnostic et Décision stratégique, Edi Dunod , paris, France ,1998.
73. نسيمه فريال بلعلا ، التحليل الاستراتيجي بين النظرية و التطبيق، دراسة حالة مركب شلغوم العيد، رسالة ماجستير (غير منشورة)، معهد العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، الجزائر، 2001.
74. أحمد ماهر، دليل المدير خطوة بخطوة في الإدارة الاستراتيجية ، الدار الجامعية، القاهرة، مصر، 1999.
75. J. C . Taroudeau, Stratégie Industriel, Edi Vuibert, Paris, France, 1993.
76. Andrea Micbeaux, Marketing et bases de données, Edi Chihab, Paris , France, 1997.
77. J.P Détrie et les autres, Stratégie : Politique général de l'entreprise, 3eme Edition , Edi Dunod, Paris, France, 1997.
78. L. Lidon , Mercator : Théorie et pratique du marketing , 6em édition, edi Dalloz, Paris, France, 2000.
79. A.Jolibert, et P.L Dubois, Le marketing : Fondement et pratique, Edi Economica, Paris , France, 1992.
80. M . Fenneteau, Cycle de vie d'un produit, Edi economica ,paris ,France, 1998.
81. A Lameri, Gérer l'entreprise algérienne en économie de marcher, Edi rostom, Alger, Algérie, 1993.
82. John .A. Byrne, Business Week, Edition affaires, 5 juillet 2002, N° 1555.
83. D . Billon, JM Tardieux, Les nouvelle techniques du marketing, Edi TOP, Paris, France, 1998.
84. K.Hamadi, Comment diagnostiquer et redresser une entreprise, Edi Collection entreprise, Alger, Algérie, 1995.

85. تقرير مداخله السيد الهاشمي جعبوب (وزير الصناعة) بالمدرسة العليا للتجارة، بتاريخ الثلاثاء،

2004/01/20