

قائمة المراجع

1. مصطفى محمود أبو بكر، التفكير الإستراتيجي وإعداد الخطة الإستراتيجية، الدار الجامعية، مصر، 2000.
2. علي عبد الله، أثر البيئة على أداء المؤسسات الإقتصادية العمومية حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الإقتصادية، جامعة الجزائر، 1999.
3. محمود جاسم محمد الصميدعي، إستراتيجيات التسويق مدخل كمي وتحليل، دار الحامد، الأردن، ط1، 2000.
4. عبد السلام أبو قحف، التسويق وجهة نظر معاصرة، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، مصر، بدون سنة نشر.
5. www.itu.org.eg/doc10/section%204doc/11^h. 2004-10-18
6. BADOCC.M, le marketing de la start up, édition d'organisation, Paris, 2000.
7. بيرش أحمد، دراسة دور المحيط في صياغة وتوجيه المضامين الإستراتيجية للمؤسسة، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإقتصادية، جامعة الجزائر، 2001.
8. حسن علي وطلال عبود، الدراسات التسويقية ونظام المعلومات التسويقية، دار الرضا للنشر، الأردن، ط1، 1999.
9. أحمد شاكر العسكري، التسويق مدخل إستراتيجي للبيئة التسويقية وسلوك المستهلكين والمزيج التسويقي، دار الشروق، الأردن، ط1، 2000.
10. محمد أمين السيد علي، أسس التسويق، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2000.
11. هشام الغريبي، إدارة البقاء مدخل إستراتيجي، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 1998.

12. فريد النجار، إدارة منظومات التسويق العربي والدولي، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 1998.

13. عبد السلام أبو قحف، التسويق مدخل تطبيقي، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2002.

14. إسماعيل السيد، مبادئ التسويق، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 1998.

15. بشير عباس العلاق، التسويق الحديث مبادئه إدارته وبحوثه، الدار الجماهيرية للنشر والتوزيع والإعلان، ليبيا، ط، 2003.

16. MILON.A, Stratégies publicitaires, édition Bréal, Paris, 1998.

17. فهد سليمان الخطيب ومحمد سليمان عواد، مبادئ التسويق مفاهيم أساسية، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2000.

18. محمد صالح المؤذن، مبادئ التسويق، دار الثقافة للنشر، الأردن، 1998.

19. عبد الغفار حنفي ورسمية قرياقص، أساسيات الإدارة وبيئة الأعمال، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 2000.

20. طارق الحاج وآخرون، التسويق من المنتج إلى المستهلك، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الأردن، ط2، 1997.

21. فن الإدارة الوطن العربي، المدير الإستراتيجي، إدارة استراتيجية

[www.islamemo.cc/filz/one/asp\(2005/03/01\) \(?\)](http://www.islamemo.cc/filz/one/asp(2005/03/01) (?)).

22. عمر وصفي عقيلي، مبادئ التسويق مدخل متكامل، دار زهران للنشر والتوزيع، الأردن، 1996.

23. فريد النجار، المنافسة والترويج التطبيقي، دار شباب الجامعة، مصر، 2000.

24. حسين عمر، الموسوعة الإقتصادية، دار الفكر العربي، مصر، 1996.

25. أحمد محمد محرز، الحق في منافسة المشروعات، كلية الحقوق، جامعة القاهرة، مصر، 1994.

26. MARCHESNAY.M, management stratégique, édition d'organisation, paris, 1997.

27. دونالدس وآخرون، نظرية السعر واستخدماته، ترجمة ضياء مجيد الموسوي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2001.

28. يوسف كمال محمد، فقه اقتصاد السوق، دار النشر للجامعات، مصر، 1998.

29. صلاح الشنواني، اقتصاديات الأعمال، مركز الإسكندرية للكتاب، مصر، 2000.

30. عبد السلام أبو قحف، أساسيات التسويق، دار الجامعة الجديدة للنشر، مصر، 2000.
31. معالي فهمي حيدر، نظام المعلومات مدخل لتحقيق الميزة التنافسية، الدار الجامعية، مصر، 2002.
32. فريد النجار، إدارة منظومات التسويق العربي والدولي، مؤسسة شهاب الجامعة، مصر، 1999.
33. KOTLER.P & DUBOIS.B, marketing management, 8^{eme} édition, publiunion, Paris, 2002.
34. محمد فريد الصحن، التسويق المفاهيم والإستراتيجيات، الدار الجامعية، مصر، 1998.
35. ابن نافلة قدور، دور بحوث التسويق في اتخاذ القرارات التسويقية، رسالة ماجستير كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، دفعة 2001.
36. LASARY, le marketing c'est facile, avec d'imprimer sur les presses de l'imprimerie, ES-SALEM, Algérie, 2001
37. تيسير العجارمة ومحمد الطائي، نظام المعلومات التسويقية، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2002.
38. KOTLER.P & DUBOIS.B, marketing management, 8^{eme} édition, public-union, paris, 1994.
39. بوشعير لويضة، نظام معلومات التسويق في المؤسسة الجزائرية، دراسة حالة المؤسسة الوطنية للمواد المنجمية غير الحديدية والمواد النافعة ENOF، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، دفعة 2001.
40. أحمد ماهر، دليل المدير خطوة بخطوة في الإدارة الإستراتيجية، الدار الجامعية، مصر، 1999.
41. HONIE.M & MARTORY.b, économie d'entreprise, édition NATHAN, tome 2, paris, 1993.
42. إسماعيل محمد السيد، الإدارة الإستراتيجية مفاهيم وحالات تطبيقية، المكتب العربي الحديث، مصر، 1993.
43. عبد السلام أبو قحف، أساسيات الإدارة الإستراتيجية، مكتبة الإشعاع للطباعة والنشر، مصر، ط2، 1997.
44. محمد أحمد عوض، الإدارة الإستراتيجية الأصول والأسس العلمية، الدار الجامعية، مصر، 2000.

45. فن الإدارة الوطن العربي ، إدارة إستراتيجية و تقويم البيئة الخارجية، اقتنص الفرصة
www.islammemo.cc/filz/one news. asp? (2005/03/01).
46. عثمان حسن عثمان، المؤسسة الاقتصادية والمحيط الأسس النظرية والآثار العلمية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة منتوري، قسنطينة، عدد 16 ديسمبر، الجزائر، 2001.
47. بغداد كربالي، مكانة الإستراتيجية التسويقية في المؤسسة الاقتصادية، الملتقى الدولي حول تأهيل المؤسسة الاقتصادية، عقد بكلية العلوم الاقتصادية وعلوم التدبير، سطيف، يومي 29-30 أكتوبر، 2001.
48. عمر وصفي عقيلي، المنهجية المتكاملة لإدارة الجودة الشاملة، دار وائل للنشر، الأردن، ط1، 2001.
49. فلاح حسن عداي الحسيني، الإدارة الإستراتيجية مفاهيمها مراحلها عملياتها المعاصرة، دار وائل للنشر، الأردن، 2000.
50. بشير العلاق وآخرون، إستراتيجيات التسويق، دار زهران للنشر والتوزيع، الأردن، 1999.
51. محمد سعيد عبد الفتاح، إدارة التسويق، الدار الجامعية، مصر، بدون سنة نشر.
52. سمير العبادي ونظام السويدان، التسويق الصناعي مفاهيم وإستراتيجيات، دار الحامد للنشر، الأردن، 1999.
53. عبد السلام أبو قحف، إدارة النشاط التسويقي مدخل بناء المهارات، المكتب العربي الحديث، مصر، 1999.
54. زهير ثابت، الدليل العملي للتسويق، الشركة العربية للإعلام العلمي، لبنان، 1993.
55. أمين عبد العزيز حسن، إستراتيجية التسويق في القرن الحادي والعشرين، دار قباء، مصر، 2001.
56. محمد فريد الصحن، قراءات في إدارة التسويق، الدار الجامعية، مصر، 2002.
57. إريك وباري دايفز، التسويق الناجح، ترجمة مركز التعريف والبرمجة، الدار العربية للعلوم، لبنان، ط1، 1997.
58. ROGER.p, le marketing achats stratégies et techniques, édition d'organisation, paris, 2000
59. ALAIN.O, pratique du marketing en Afrique, édition CEF, paris, 1990. (01.03.2005)
60. www.balagh.com/hajab/7tozzkpbq.htm

61. محي الدين الأزهرى، التسويق الفعال مبادئ وتخطيط، دار الفكر العربي، مصر، ط1، 1995.
62. YVES.C, le marketing les études préalables a la prise de décision, édition marketing, Paris, 1993.
63. HENRI.J, la stratégie de marketing à la création, publicitaire, Dunod, paris, 1995.
64. محمد إبراهيم عبيدات، إستراتيجية التسويق مدخل سلوكي، دار وائل للنشر، الأردن، ط3، 2002.
65. بشير العلاق وآخرون، إستراتيجيات التسويق، دار زهران للنشر والتوزيع، الأردن، 2000.
66. عبد السلام أبو قحف، إدارة النشاط التسويقي مدخل بناء المهارات، المكتب العربي الحديث، مصر، 1999.
67. INDREVIE. J & LINDON.D, marcator, Dalloz, paris, 5^{eme} édition, 1997.
68. كمال رزيق و بوزعرور عمار، التنافسية الصناعية للمؤسسة الإقتصادية، محاضرات الملتقى الوطني الأول حول الإقتصاد الجزائري في الألفية الثالثة ECONA3000 المنعقد بجامعة سعد دحلب بالبلدية يومي 21- 22 ماي 2002، الجزائر، 2002.
69. إسماعيل محمد السيد، الإدارة الإستراتيجية مفاهيم وحالات تطبيقية، المكتب العربي الحديث، مصر، 1999.
70. porter.m; l'avantage concurrentiel; édition dunod, paris, 1999.
71. نادية العارف، التخطيط الإستراتيجي والعولمة، الدار الجامعية، مصر، بدون سنة نشر.
72. بدر جاسم الفيلكاوي، الجدوى الاقتصادية والميزة التنافسية للمشروعات، مكتبة زهراء الشرق، مصر، 2001.
73. نبيل مرسي خليل، الميزة التنافسية في مجال الأعمال، الدار الجامعية، مصر، 1996.
74. نبيل محمد المرسي، الإدارة الإستراتيجية تكوين وتنفيذ استراتيجيات التنافس، دار الجامعة الجديدة للنشر، مصر، 2003.
75. عبد السلام أبو قحف، التنافسية وتغيير قواعد اللعبة، مكتبة الإشعاع، مصر، 1997.
76. حيدر نوفل و حديد رتيبة، أهمية نظام المعلومات الإدارية والنظم المساعدة على اتخاذ القرار في تحسين أداء المؤسس، مجلة علوم الاقتصاد و التسيير والتجارة، العدد 9، 2003، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر.

77. نبيل مرسي خليل، الميزة التنافسية في مجال الأعمال، مركز الإسكندرية للكتاب، مصر، 1998.
78. ثابت إدريس عبد الرحمن إدريس وجمال الدين محمد مرسي، إدارة الإستراتيجية، الدار الجامعية، مصر، 2002.
79. عمار بوشناف، الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية مصادرها تنميتها، وتطويرها، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، دفعة 2002.
80. نبيل مرسي خليل، التخطيط الإستراتيجي، دار المعرفة الجامعية، مصر، 1996.
81. الداوي الشيخ، نحو تسيير استراتيجي فعال بالكفاءة لمؤسسات الإسمنت في الجزائر، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، دفعة 1999، الجزائر.
82. وسيلة حمداوي، إستراتيجية التأهيل التنظيمي والإداري للمؤسسة الاقتصادية، الملتقى الدولي الأول حول تأهيل المؤسسة الاقتصادية، المنعقد بكلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير بسطيف، يومي 29 و 30 أكتوبر 2001.
83. ستيفن هاينز، التخطيط الإستراتيجي الناجح، ترجمة تيب توب لخدمات التعريب والترجمة، شعبة العلوم الاقتصادية والإدارية، دار الفاروق، مصر، ط1.
84. شوقي ناجي جواد، إدارة الاستراتيجية، دار الحامد، الأردن، ط1، 1999.
85. نادية العارف، الإدارة الاستراتيجية إدارة الألفية الثالثة، الدار الجامعية، مصر، 2001.
86. vernete.e, l'essentiel du marketing, édition d'organisation, 2eme edition; 2002
87. إسماعيل محمد السيد، الإدارة الاستراتيجية مفاهيم وحالات تطبيقية، المكتب العربي الحديث، مصر، 1991.
88. GUIDOUM.M, les fondements d'une stratégie marketing, PME-magazine N=15, Décembre, 2003.
89. GARIBALDI.G, stratégie concurrentielle choisie et gagner, édition d'organisation, 2^{ème} édition, paris, 1996.
90. ناصر دادي عدون، الإدارة والتخطيط الإستراتيجي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2001.
91. MARTIN.S, VEDRINE, marketing les concepts clés, édition d'organisation, Paris, 1993.

92. CHRIROUZE.Y, le marketing stratégique, édition marketing, paris, 1995.

93. خالد يعقوب المطوع، استراتيجية التركيز:

www.mosgcc.com/topics/current/articl.php? (2005/03/01)

94. عبد السلام أبو قحف، الإدارة الإستراتيجية وإدارة الأزمات، دار الجامعة الجديدة للنشر مصر، 2002.

95. ANDRE.M, le marketing fondements technique évaluation ; édition litec, Paris, 1992.

96. DEMEURE.C, marketing, 2eme édition, DAL02, Paris, 1999.

97.KOTLER.P & DUBOIS.B, marketing management, 9^{ème} édition, public-union, paris, 1997.

98.DURAFOR.D, le marketing, édition DUNOD, paris, 1997.

99. عايدة سيد خطاب، الإدارة الإستراتيجية، مكتبة عين شمس، مصر، ط3، 1998.

100. ابن نافلة قدور وعرابة رابح، التسويق البنكي وقدرته على إكساب البنوك الجزائرية ميزة تنافسية، الملتقى الوطني الأول حول المنظومة المصرفية والتحويلات الإقتصادية المنعقد بجامعة الشلف، يومي 14-15 ديسمبر 2004.

101. SEGHIR.D, marketing stratégique, édition DJITLI, Algérie, 1998 .

102. محمد رتول، الجزائر المغرب تونس، التقدم في مجال التنمية، مجلة إقتصاديات شمال إفريقيا، العدد 00، السادسي الثاني 2004، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإجتماعية، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر.

103. إبراهيم بختي، دور الأنترنت وتطبيقاته في المؤسسة، أطروحة دكتوراه مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، دفعة 2002.