

## قائمة المراجع:

- 1- ابو سعيد الديوة حي، بحوث التسويق، ط1، دار مكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2001.
- 2- محمد فريد الصحن، مبادئ التسويق، الإسكندرية: الدار الجامعية، (1993 ،
- 3- عبد السلام أبو قحف، التسويق: وجهة نظر معاصرة، الإسكندرية: مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، 2001.
- 4 محمد حافظ حجازي، مقدمة في التسويق، دار الوفاء للنشر والتوزيع، مصر،
- 5- قحطان بدر العبدلي، بشير عباس العلاق، التسويق: أساسيات ومبادئ، عمان: دار زهران للنشر والتوزيع، (1999 ،
- 6- نظام موسى سويدان، ابراهيم شفيق حداد، التسويق: مفاهيم معاصرة، دار الحامد، الاردن، 2003<sup>1</sup>
- 7 **Michel Langlois & Gérard Tocquer**, Le marketing des services : Le défi relationnel, Montréal : Gaëtan Morin, 1992,
- 8- حميد الطائي، الأسس العلمية للتسويق الحديث، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، عمان، 2006
- 9- ناجي معلا و رائف توفيق، أصول التسويق مدخل تحليلي ، دار وائل للنشر، الطبعة الثالثة، عمان، 2005
- 10 ناجي معلا، رائف توفيق، أصول التسويق مدخل تحليلي، طبعة الثالثة، دار وائل للنشر، عمان، 2005
- 11- فلييب كوتلر، و آخرون، أساسيات التسويق. دار المريخ للنشر، .
- 12 **Stanton w, Fundamentals of marketing, mc grow hill, 1985**
- 13 Pierre Thuillier، le produit étude commerciale et marketing، les éditions d'organisation université، paris. 1992.
- 14- إسماعيل السيد، مبادئ التسويق، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 1999،.
- 15 أحمد محمد فهمي البرزنجي وأ.نزار عبد المجيد، استراتيجيات التسويق، دار وائل للنشر، الطبعة<sup>1</sup> الأولى، الأردن، 2004،
- 16- إسماعيل السيد، التسويق، الدار الجامعية، الإسكندرية، 1999م.

- <sup>17</sup> - رضوان محمود العمر، مبادئ التسويق، دار وائل لنشر، الأردن، الطبعة الثانية، 2005،
- <sup>18</sup> نعيم العبد عاشور و رشيد نمر عودة، مبادئ التسويق، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، عمان، 2002،
- <sup>19</sup> -بيومي محمد عمارة، سياسات التسعير وخصومات البيع: برنامج مهارات البيع والتسويق ، مركز التعليم المفتوح، كلية التجارة، جامعة بنها، 2009،.
- <sup>20</sup> سمير عبد الرزاق العبدلي، وسائل الترويج التجاري، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2011،
- <sup>21</sup> -محمد عبده حافظ، المزيج الترويجي، الطبعة الأولى، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة، 2009،
- <sup>22</sup> زكي خليل المساعد، التسويق في المفهوم الشامل، دار زهران، الأردن، 1997، ،
- <sup>23</sup> marc vendercammen ,marketing :l'essentiel pour comprendre, décider et agir ,deboeck, France,2006
- <sup>24</sup> زياد محمد الشerman ،عبد الغفور عبد السام، مبادئ التسويق ،دار صفاء للنشر و التوزيع ،الأردن،
- <sup>25</sup> ناجي معلا رائف توفيق ،أصول التسويق ،دار وائل لنشر ،أردن ،2006
- <sup>26</sup> توفيق محمد عبد المحسن: التسويق و تدعيم القدرة التنافسية للتصدير، دار النهضة العربية ، الزقازيق، مصر، 2001،
- <sup>27</sup> سعيد عبد، التسويق، القاهرة: المكتب العربي الحديث، 1995 ،
- <sup>28</sup> Philip Kotler ET Bernard Dubois , Marketing management, 8e édition,(paris: Publi- Union édition,1994,
- <sup>29</sup> Jean Jacques Lambin,La recherche marketing,3etirage,(paris :Ed. Ediscience international, 1994,P 4.
- <sup>30</sup> توفيق محمد عبد المحسن: التسويق و تدعيم القدرة التنافسية للتصدير، دار النهضة العربية ، الزقازيق، مصر، 2001، .
- <sup>31</sup> فهد سليم الخطيب، محمد سليمان عواد: مبادئ التسويق، مفاهيم أساسية، دار الفكر للطباعة و النشر و التوزيع، عمان، الأردن، ط2001،

- <sup>32</sup> شفيق إبراهيم حداد، نظام موسى السويدان: أساسيات التسويق، دار الحماد للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، ط 1998 ، 1،
- <sup>33</sup> ثابت عبد الرحمن ادريس، بحوث التسويق( أساليب القياس و التحليل و اختبار الفروض )، الدار الجامعية، الاسكندرية، 2005،
- <sup>34</sup> مؤيد الفضل، مدخل الى الأساليب الكمية في التسويق، دار المسيرة للنشر، الطبعة 1، عمان، الأردن، 2008،
- <sup>35</sup> محمد فريد الصحن ، مصطفى محمود أبو بكر : بحوث التسويق - مدخل تطبيقي لفاعلية القرارات التسويقية - الدار الجامعية للطباعة والنشر . و التوزيع الإسكندرية 1998
- <sup>36</sup> سارة صباح خورشيد، محاضرات بحوث التسويق، الجامعة التقنية الشمالية، المعهد التقني كركوك،
- <sup>37</sup> ناجي معلا ، بحوث التسويق مدخل منهجي تحليلي ، الطبعة الثالثة ، دار وائل النشر و التوزيع ، عمان، 2006 ،<sup>1</sup> محمود ابوبكر، فريد الصحن، مرجع سابق، .
- <sup>38</sup> المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني، الادارة العامة لتصميم وتطوير المناهج، بحوث التسويق، المملكة العربية السعودية، 1429،
- <sup>39</sup> محمد فريد الصحن، محمود ابو بكر، بحوث التسويق - مدخل تطبيقي لفاعلية القرارات التسويقية - الدار الجامعية للطباعة والنشر والتوزيع ، الاسكندرية ، 1998
- <sup>40</sup> محمد فريد الصحن، مصطفى محمود ابو بكر، بحوث التسويق - مدخل تطبيقي لفاعلية القرارات التسويقية - الدار الجامعية للطباعة والنشر والتوزيع ، الاسكندرية ، 1998،
- <sup>41</sup> صلاح الشنوا ني، الإدارة التسويقية الحديثة: المفهوم و الإستراتيجية، مؤسسة شباب الجامعة، الكويت، 1996، .
- <sup>42</sup> زكي خليل المساعد، التسويق في المفهوم الشامل . دار زهران .الأردن
- <sup>43</sup> محمود بازرة، بحوث التسويق للتخطيط والرقابة واتخاذ القرارات التسويقية، القاهرة، جامعة القاهرة ، 1995
- <sup>44</sup> اسماعيل محمد السيد، اساسيات بحوث التسويق: مدخل منهجي واداري، الدار الجامعية، مصر، 2000،
- <sup>45</sup> حري عبد الناصر، نظام المعلومات التسويقية، دار الخلدونية للنشر والإشهار، الجازئر، 2011 ،
- <sup>46</sup> طارق نائل هاشم ، نظم المعلومات التسويقية، دار تسنيم للنشر والتوزيع، الأردن ، عمان
- <sup>47</sup> - اسماعيل محمد السيد ، محمد احمد حسان، التسويق، الدار الجامعية ، 2007 .