

¹ Dave Chaffey, PR Smith. 2008. *eMarketing eXcellence Planning and Optimizing Your Digital Marketing*. Third edit. USA: Butterworth-Heinemann. P :12.

¹ Dave Chaffey, PR Smith. 2008. *eMarketing eXcellence Planning and Optimizing Your Digital Marketing*. Third edit. USA: Butterworth-Heinemann. P :13.

¹ حديجة بلعلاء ومعموري صورية، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في اكتساب مزايا تنافسية في منظمات الأعمال، الملتقى الدولي الخامس حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 13 و14 ديسمبر 2011، ص7.

¹ فاطمة طويهي، أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء الموارد البشرية في المؤسسة الجزائرية، دراسة حالة شركة إنتاج الكهرباء، تيارت، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في إدارة الأعمال، تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة وهران2، 2015/2014، ص14.

¹ فاطمة طويهي، المرجع السابق، ص14-15.

¹ فريدة بوعلي وفوزيل حكيمة، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الاتصال الداخلي بالمؤسسة، مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاديات المالية والبنوك، جامعة أكلي محمد الحاج، البويرة، 2014/2013، ص27.

¹ يعقوب توامي، المرجع السابق، ص7.

¹ فاطمة طويهي، المرجع السابق، ص16-18.

¹ محمد سمير أحمد، **التسويق الإلكتروني**، دار المسيرة، عمان، الأردن، 2009، ص 89.

¹ بشير العلق، **الخدمات الإلكترونية بين النظرية والتطبيق**، مرجع سابق، ص 67.

¹ نفس المرجع السابق، ص 202.

¹ محمود حسين الوادي، بلال محمود الوادي، نفس المرجع السابق، ص 45، ص 46.

¹ سمر توفيق صبرة، المرجع السابق، ص 65.

¹ أروى يحيى الأرياني، **الأعمال الإلكترونية وتطبيقاتها**، الوراق، الأردن، 2016، ص 77.

¹ Varey, Richard J. 2002. *RELATIONSHIP MARKETING Dialogue and Networks in the E-Commerce Era*. England: John Wiley & Sons Ltd. P : 07.

¹ Varey, Richard J. 2002. *RELATIONSHIP MARKETING Dialogue and Networks in the E-Commerce Era*. England: John Wiley & Sons Ltd. P : 06.

¹ Stephen WALTHER, jonathen LEVEN, **E-commerce – programmation avec ASP3 compus press**, France, 2000, P8.

¹ أروى يحيى الأرياني، مرجع سابق، ص 160.

¹ عماد أحمد أبو شنب وآخرون، مرجع سابق، ص 29.

¹ نفس المرجع السابق، ص 31.

¹ علاء فرحان طالب، **إدارة التسويق: منظور فكري معاصر**، الطبعة العربية، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2013، ص229.

¹ <https://www.internetworldstats.com/articles/art042.htm>

¹ شاكر تركي امين: ملخص كتاب التسويق الإلكتروني

<http://www.kau.edu.sa/Files/.....doc>

¹ إياد عبد الفتاح النصور وعبد الرحمان عبد الله الصغير، مرجع سابق، ص240.

¹ Csikósová, Adriana, Mária Anto, and Ā Katarína. 2014. "Strategy in Direct and Interactive Marketing and Integrated Marketing Communications" 116:1615–19.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.01.444>. P: 1615.

¹ Shaheen, Amer N. 2011. "AN ELECTRONIC SERVICE QUALITY REFERENCE MODEL FOR DESIGNING E-COMMERCE WEBSITES WHICH MAXIMIZES CUSTOMER SATISFACTION." College of Management, USA, Lawrence Technological University. P : 46.

¹ سامح عبد المطلب عامر، علاء محمد سيد قنديل، التسويق الالكتروني E-Marketing، الطبعة الأولى، دار الفكر للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012، ص66.

¹ دريد كامل آل شبيب، إدارة البنوك المعاصرة، الطبعة الأولى، دار الميسرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012، ص297.

¹ Shaheen, Amer N. 2011. "AN ELECTRONIC SERVICE QUALITY REFERENCE MODEL FOR DESIGNING E-COMMERCE WEBSITES WHICH MAXIMIZES CUSTOMER SATISFACTION." College of Management, USA, Lawrence Technological University. P : 45.

¹ Shaheen, Amer N. 2011. "AN ELECTRONIC SERVICE QUALITY REFERENCE MODEL FOR DESIGNING E-COMMERCE WEBSITES WHICH MAXIMIZES CUSTOMER SATISFACTION." College of Management, USA, Lawrence Technological University. P : 45.

¹ منير نوري، التجارة الالكترونية والتسويق الالكتروني، بدون طبعة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر. 2014. ص:88.
¹ فتيحة ديلمي، محاضرات في التسويق الالكتروني، موجهة لطلبة السنة الثالثة ليسانس، قسم العلوم التجارية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة الجزائر، 2018، ص:14.

¹ ايمان دكحيل، دور الانترنت في مجال التسويق بالجزائر، دراسة حالة لموقع واد كنيس، مذكرة مقدمة مكملة لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2013-2014، ص77.
¹ فتيحة ديلمي، المرجع السابق، ص: 15-16.

¹ يوسف أحمد أبو فارة، مرجع سابق، ص ص114، 125.

¹ يوسف أحمد أبو فارة، التسويق الإلكتروني، عناصر المزيج التسويقي عبر الانترنت، دار وائل النشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2004، ص:114.

¹ محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف: التسويق الالكتروني، الطبعة الاولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، ص: 109.

¹ شاكر تركي امين: ملخص كتاب التسويق الالكتروني

<http://www.kau.edu.sa/Files/.....doc>

¹ محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف: التسويق الالكتروني، الطبعة الاولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، ص: 108.

¹ يوسف أحمد أبو فارة، مرجع سابق، ص ص:115-125.

¹ يوسف أحمد أبو فارة، مرجع سابق، ص ص:115-125.

¹ علي قاسم حسن العبيدي، جاسم عيدان براك المعموري، جليل كاظم مدلول العارضي: اثر استخدام التجارة الالكترونية في تخفيض التكاليف التسويقية دراسة تطبيقية في شركة زين للاتصالات، مجلة جامعة بابل، مجلد 18 العدد 1، 2011، العراق

¹ Dave Chaffey, PR Smith. 2008. *eMarketing eXcellence Planning and Optimizing Your Digital Marketing*. Third edit. USA: Butterworth-Heinemann. P :57.

¹ Dave Chaffey, PR Smith. 2008. *eMarketing eXcellence Planning and Optimizing Your Digital Marketing*. Third edit. USA: Butterworth-Heinemann. P :57.

¹ Dave Chaffey, PR Smith. 2008. *eMarketing eXcellence Planning and Optimizing Your Digital Marketing*. Third edit. USA: Butterworth-Heinemann. P :57.

¹ Dave Chaffey, PR Smith. 2008. *eMarketing eXcellence Planning and Optimizing Your Digital Marketing*. Third edit. USA: Butterworth-Heinemann. P :61.

¹ Sundararajan, Arun. n.d. "Pricing Digital Marketing : Information , Risk Sharing and Performance." P :01.

¹ H.M. Deitel, P.J. Deitel, K. Steinbuhler. 2001. *E-Business and E-Commerce for Managers*. New Jersey: Prentice-Hall, In

¹ H.M. Deitel, P.J. Deitel, K. Steinbuhler. 2001. *E-Business and E-Commerce for Managers*. New Jersey: Prentice-Hall, In

¹ H.M. Deitel, P.J. Deitel, K. Steinbuhler. 2001. *E-Business and E-Commerce for Managers*. New Jersey: Prentice-Hall, In

¹ H.M. Deitel, P.J. Deitel, K. Steinbuhler. 2001. *E-Business and E-Commerce for Managers*. New Jersey: Prentice-Hall, In

¹ H.M. Deitel, P.J. Deitel, K. Steinbuhler. 2001. *E-Business and E-Commerce for Managers*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc

¹ H.M. Deitel, P.J. Deitel, K. Steinbuhler. 2001. *E-Business and E-Commerce for Managers*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc

¹ H.M. Deitel, P.J. Deitel, K. Steinbuhler. 2001. *E-Business and E-Commerce for Managers*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc

¹ H.M. Deitel, P.J. Deitel, K. Steinbuhler. 2001. *E-Business and E-Commerce for Managers*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc

¹ Dave Chaffey, PR Smith. 2008. *eMarketing eXcellence Planning and Optimizing Your Digital Marketing*. Third edit. USA: Butterworth-Heinemann. P : 245.

¹ شاكر تركي إسماعيل : التسويق المصرفي الإلكتروني والقدرة التنافسية للمصارف الأردنية
"إن المصارف ديناصورات تواجه الانقراض" المؤتمر العلمي الخامس بعنوان نحو مناخ استثماري وأعمال مصرفية إلكترونية 4 - 5 تموز 2007 الذي تنظمه كلية العلوم الإدارية والمالية جامعة فيلادلفيا الاردن

¹ Varey, Richard J. 2002. *RELATIONSHIP MARKETING Dialogue and Networks in the E-Commerce Era*. England: John Wiley & Sons Ltd. P : 04.

¹ Taherdoost, Hamed, and Neda Jalaliyoon. 2014. "Marketing vs E-Marketing." *International Journal of Academic Research in Management* 3 (4):335-40. P:336.

¹ https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A2%D8%B1_%D8%A5%D8%B3_%D8%A5%D8%B3

¹ -مراد، تريزة سعد، تقييم المصرفية الإلكترونية في القطاع المصرفي السوداني، بحث تكميلي لنيل درجة الماجستير في الدراسات المصرفية، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية الدراسات التجارية، 2014 ص19

¹ -فاشي خالد، العثماني مصطفى، استراتيجية إدارة مخاطر المصرفية الإلكترونية، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد 2، جامعة خميس مليانة، 2010،

¹ -أديب قاسم، المصرفية الإلكترونية، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد 27، 2011، ص8

¹ H.M. Deitel, P.J. Deitel, K. Steinbuhler. 2001. *E-Business and E-Commerce for Managers*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc

¹ H.M. Deitel, P.J. Deitel, K. Steinbuhler. 2001. *E-Business and E-Commerce for Managers*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc

¹ H.M. Deitel, P.J. Deitel, K. Steinbuhler. 2001. *E-Business and E-Commerce for Managers*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc

¹ H.M. Deitel, P.J. Deitel, K. Steinbuhler. 2001. *E-Business and E-Commerce for Managers*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc

¹ H.M. Deitel, P.J. Deitel, K. Steinbuhler. 2001. *E-Business and E-Commerce for Managers*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc

¹ H.M. Deitel, P.J. Deitel, K. Steinbuhler. 2001. *E-Business and E-Commerce for Managers*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc

¹ Ryan, Damian, and Calvin Jones. 2009. *Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation*. London and: Kogan Page Limited Apart. P : 19 .

¹ Ryan, Damian, and Calvin Jones. 2009. *Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation*. London and: Kogan Page Limited Apart. P : 19 .

¹ Ryan, Damian, and Calvin Jones. 2009. *Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation*. London and: Kogan Page Limited Apart. P : 23.

¹ شاكر تركي إسماعيل : التسويق المصرفي الإلكتروني والقدرة التنافسية للمصارف الأردنية "إن المصارف ديناصورات تواجه الانقراض" المؤتمر العلمي الخامس بعنوان نحو مناخ استثماري وأعمال مصرفية إلكترونية 4 - 5 تموز 2007 الذي تنظمه كلية العلوم الإدارية والمالية جامعة فيلادلفيا الاردن

¹ Laurie Young: Marketing the Professional Services Firm Applying the Principles and the Science of Marketing to the Professions, 2005 John Wiley & Sons Ltd, The Atrium, Southern Gate, Chichester,

West Sussex PO19 8SQ, England P : 35

¹ Bird, Drayton. 2007. *COMMONSENSE DIRECT& DIGITAL MARKETING*. 5th Editio. London: Kogan Page Limited, P: 155.

¹ مروة شبل عجيزة، خالد بطي الشمري، التسويق الإلكتروني في العالم، الطبعة، دار النشر للجامعات، القاهرة، مصر، 2012، ص ص42-44.

¹ Ryan, Damian, and Calvin Jones. 2009. *Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation*. London and: Kogan Page Limited Apart. P : 36

¹ Ryan, Damian, and Calvin Jones. 2009. *Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation*. London and: Kogan Page Limited Apart. P : 69.

¹ Ryan, Damian, and Calvin Jones. 2009. *Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation*. London and: Kogan Page Limited Apart.P. 90.

¹ Ryan, Damian, and Calvin Jones. 2009. *Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation*. London and: Kogan Page Limited Apart.P. 91.

¹ Ryan, Damian, and Calvin Jones. 2009. *Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation*. London and: Kogan Page Limited Apart.P. 92.

¹ Matthew S. Eastin, Terry Daugherty and Neal M. Burns, ed. 2011. *Handbook of Research on Digital Media and Advertising : User Generated Content Consumption*. USA: IGI Global.

¹ H.M. Deitel, P.J. Deitel, K. Steinbuhler. 2001. *E-Business and E-Commerce for Managers*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc

¹ محمد مصطفى حسين، تقييم جودة المواقع الإلكترونية، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، العدد 18، 2010.

¹ نوري منير، التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني، مرجع سبق ذكره، ص ص 259-261.

¹ نوري منير، التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني، مرجع سبق ذكره، ص ص 283-285.

¹ مروى شبل عجيزة وخالد بطي الشمري، التسويق الإلكتروني في العالم العربي، مرجع سبق ذكره، ص ص34-35.

¹ Ryan, Damian, and Calvin Jones. 2009. *Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation*. London and: Kogan Page Limited Apart. P : 42.

¹ Ryan, Damian, and Calvin Jones. 2009. *Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation*. London and: Kogan Page Limited Apart.P. .119

¹ Dave Chaffey, PR Smith. 2008. *eMarketing eXcellence Planning and Optimizing Your Digital Marketing*. Third edit. USA: Butterworth-Heinemann. P: 63.

¹ Ryan, Damian, and Calvin Jones. 2009. *Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation*. London and: Kogan Page Limited Apart.P. 122

¹ محمد مصطفى حسين، تقييم جودة المواقع الإلكترونية، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، العدد 18، 2010.

¹ Dave Chaffey, PR Smith. 2008. *eMarketing eXcellence Planning and Optimizing Your Digital Marketing*. Third edit. USA: Butterworth-Heinemann. P/ 260.

¹ Sundararajan, Arun. n.d. "Pricing Digital Marketing : Information , Risk Sharing and Performance." P: 03.

¹ Matthew S. Eastin, Terry Daugherty and Neal M. Burns, ed. 2011. *Handbook of Research on Digital Media and Advertising : User Generated Content Consumption*. USA: IGI Global. P : 10.

¹ Matthew S. Eastin, Terry Daugherty and Neal M. Burns, ed. 2011. *Handbook of Research on Digital Media and Advertising : User Generated Content Consumption*. USA: IGI Global. P : 08.

¹ H.M. Deitel, P.J. Deitel, K. Steinbuhler. 2001. *E-Business and E-Commerce for Managers*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc

¹ H.M. Deitel, P.J. Deitel, K. Steinbuhler. 2001. *E-Business and E-Commerce for Managers*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc

¹ - إياد عبد الفتاح النصور ومبارك بن فهيد القحطاني، مرجع سابق، ص 46.

¹ - كريمة عسائي، مرجع سابق، ص 68.

¹ - إبراهيم قعيد، مرجع سابق، ص 87.

¹ - إبراهيم قعيد، المرجع نفسه، ص 99.

¹ يوسف أحمد أبو فارة، مرجع سابق، ص ص: 115-125.

¹ - محمد الصالح مفتوح، مرجع سابق، ص 09.

¹ - عمر حمزة زواوي، تأثير الإعلان الإلكتروني على السلوك الاستهلاكي للفرد (دراسة عينة من المستهلكين الجزائريين)، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم التجارية، تخصص تسويق، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير جامعة إبراهيم سلطان شبيوط، دالي إبراهيم، الجزائر، 2013، ص 133.

¹ - يوسف أحمد أبو فارة، التسويق الإلكتروني، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، عمان، الأردن، 2007، ص ص 108-109.

¹ - إبراهيم قعيد، مرجع سابق، ص 101.

¹ Linda Karlsson; **Advertising Theories and Models- How Well Can These Be Transferred From Text Into Reality**, Dissertation Final Seminar, Specialty Strategic Marketing, Faculty of Economics and Technology, University of Halmstad, Sweden, 07/06/2007, p: 12.

¹ Sahar Gharibi, **Sayed Yahyah Seyed Danesh, Kambiz Shahrodi: Explain the Effectiveness of Advertising Using the AIDA Model**, Interdixiplinary Journal of Contemporary Research in Business, vol.(04), No.(02), Institute of Interdixiplinary Business Research, june 2012, PP: 926, 927.

¹ - إبراهيم قعيد، مرجع سابق، ص 103.

¹ - كاترين قيو، التسويق الإلكتروني، ترجمة وردية راشد، الطبعة الأولى، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، 2008، ص 56.

¹ - إبراهيم قعيد، مرجع سابق، ص 103.

¹ - كاترين قيو، مرجع سابق، ص 57.

¹ - إبراهيم قعيد، مرجع سابق، ص 103.

¹ - إبراهيم قعيد، المرجع نفسه، ص 103.

¹ - كاترين قيو، مرجع سابق، ص 60.

¹ - إبراهيم قعيد، مرجع سابق، ص 104.

¹ - محمد الصالح مفتوح، مرجع سابق، ص 10.

¹ - طارق طه، التسويق بالانترنت والتجارة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، بدون طبعة، الإسكندرية، مصر، 2008، ص ص 356-358.

¹ - طارق طه، مرجع سابق، ص ص 360-361.

¹ - طارق طه، المرجع نفسه، ص ص 361-363.

¹ - هالة محمد لبيب عنبه وآخرون، مرجع سابق، ص 363.

¹ - طارق طه، مرجع سابق، ص 364.

¹ - يوسف أحمد أبو فارة، مرجع سابق، ص ص 115-116.

¹ Shaheen, Amer N. 2011. "AN ELECTRONIC SERVICE QUALITY REFERENCE MODEL FOR DESIGNING E-COMMERCE WEBSITES WHICH MAXIMIZES CUSTOMER SATISFACTION." College of Management, USA, Lawrence Technological University. P : 43.

¹ Dave Chaffey and PR Smith : eMarketing eXcellence Planning and optimizing your digital marketing , Third edition, Butterworth-Heinemann is an imprint of Elsevier, USA, 2008.

¹ Shaheen, Amer N. 2011. "AN ELECTRONIC SERVICE QUALITY REFERENCE MODEL FOR DESIGNING E-COMMERCE WEBSITES WHICH MAXIMIZES CUSTOMER SATISFACTION." College of Management, USA, Lawrence Technological University. P : 44.

¹ سوزي صلاح مطلب الشيبيل، تطبيقات ادارة علاقة الزبائن في مراحل الشراء الالكتروني واثرها في بناء القيمة للزبون، مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، كلية الأعمال ، جامعة الشرق الاوسط 2012 ص 25 26

¹ سوزي صلاح مطلب الشيبيل، تطبيقات ادارة علاقة الزبائن في مراحل الشراء الالكتروني واثرها في بناء القيمة للزبون، مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، كلية الأعمال ، جامعة الشرق الاوسط 2012 ص 22

¹ Shaheen, Amer N. 2011. "AN ELECTRONIC SERVICE QUALITY REFERENCE MODEL FOR DESIGNING E-COMMERCE WEBSITES WHICH MAXIMIZES CUSTOMER SATISFACTION." College of Management, USA, Lawrence Technological University. P : 44.

¹ Taherdoost, Hamed, and Neda Jalaliyoon. 2014. "Marketing vs E-Marketing." *International Journal of Academic Research in Management* 3 (4):335–40. P:336

¹ Dave Chaffey, PR Smith. 2008. *eMarketing eXcellence Planning and Optimizing Your Digital Marketing*. Third edit. USA: Butterworth-Heinemann. P: 330.

¹ Ewing, Michael T, David Stewart, and Mark Wallace. 2008. "The Effects of the Social Structure of Digital Networks on Viral Marketing Performance." *Information Systems Research* 19 (3):273–90. <https://doi.org/10.1287/isre.1070.0152>. P: 274.

¹ Owen, Robert, and Patricia Humphrey. n.d. "The Structure of Online Marketing Communication Channels." *Journal of Management and Marketing Research The*, no. Imc:1–10P :1

¹ Ewing, Michael T, David Stewart, and Mark Wallace. 2008. "The Effects of the Social Structure of Digital Networks on Viral Marketing Performance." *Information Systems Research* 19 (3):273–90. <https://doi.org/10.1287/isre.1070.0152>. P: 274.

¹ Ewing, Michael T, David Stewart, and Mark Wallace. 2008. "The Effects of the Social Structure of Digital Networks on Viral Marketing Performance." *Information Systems Research* 19 (3):273–90. <https://doi.org/10.1287/isre.1070.0152>. P: 278.

¹ H.M. Deitel, P.J. Deitel, K. Steinbuhler. 2001. *E-Business and E-Commerce for Managers*. New Jersey: Prentice-Hall, In

¹ Jill Whalen, CEO and founder of High Rankings, a search marketing firm outside Boston, MA, and co-founder of SEMNE, a New England search marketing networking organization, has been performing SEO since 1995. Jill is the host of the High Rankings Advisor search engine marketing newsletter. Her '100% Organic' column appears on Thursdays at Search Engine Land.

¹ Ryan, Damian, and Calvin Jones. 2009. *Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation*. London and: Kogan Page Limited Apart.P . 81.

¹ Ryan, Damian, and Calvin Jones. 2009. *Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation*. London and: Kogan Page Limited Apart.P . 80.

¹ معايش أميرة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة كفاءة الاتصال التسويقي، دراسة حالة مجموعة من المؤسسات الاقتصادية في الجزائر، مجلة دراسات اقتصادية، العدد رقم: 04، المجلد 2- جامعة قسنطينة 2، جوان 2017، 543-542.

¹ أميرة معايش، دور شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة كفاءة الاتصال التسويقي، دراسة

حالة مجموعة من المؤسسات الاقتصادية في الجزائر، مجلة دراسات اقتصادية، العدد رقم: 04،

المجلد 2- جامعة قسنطينة 2، جوان 2017. ص 544-545

¹ Bird, Drayton. 2007. *COMMONSENSE DIRECT& DIGITAL MARKETING*. 5th Editio. London: Kogan Page Limited

محمد فلاق، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التسويق المعاصر-منظور تحليلي- الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم الاقتصادية والقانونية، العدد 18، جامعة حسبية¹ بن بوعلي، الشلف، جوان 2017، ص 20.

¹ حلا بلال بهجت النسور وآخرون، اثر التسويق باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على نية الشراء في الأردن، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، المجلد 12، العدد 3، 2016، ص523.