قائمة المراجع

I المراجع باللغة العربية

أولا:الكتب

1) محمد الصيرفي، نظم المعلومات الإدارية، مؤسسة حورس الدولية، الطبعة الأولى، الإسكندرية، 2005.

2) محمد إسماعيل بلال، نظم المعلومات الإدارية، الدار الجامعية الجديدة، الإسكندرية ،2005.

3) إسماعيل السيد، نظم المعلومات لاتخاذ القرارات الإدارية، المكتب العربي الحديث للطباعة والنشر، الإسكندرية، 1998.

4) طه طارق، مقدمة في نظم المعلومات الإدارية والحسابات الآلية، شركة الجلال للطباعة، الطبعة الثالثة، الإسكندرية،2000.

5) شارل بيرته، المساعد في المعلوماتية، ترجمة عبد المحسن الحسيني، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 1987.

6) بشير العلاق، مبادئ الإدارة، دار اليازوري، عمان، 1998.

7) شوقي سالم، نظم المعلومات و الحاسب الالكتروني، مبادئ تحليل النظم، تصميم النظم، تنفيذ النظم، قياس الأداء، الكويت، 1995.

8) أحمد حسين علي حسين، دليلك في تحليل وتصميم النظم، الدار الجامعية، الاسكندرية، 2001.

9) فؤاد الشرابي، نظم المعلومات الإدارية، دار أسامة للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2008.

10) كامل السيد غراب و فادية محمد حجازي، نظم المعلومات الإدارية، مكتبة الإشعاع الفنية، الطبعة الأولى، الإسكندرية، 1999.

11) زكرياء الدوري و أحمد علي صالح، الفكر الاستراتيجي وانعكاساته على نجاح منظمات الأعمال، دار اليازوري، عمان، 2009.

12) معالي فهمي حيدر، نظم المعلومات: مدخل لتدعيم الميزة التنافسية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2002.

13) فريد النجار، ادارة منظومات التسويق العربي والدول ، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 1998.

14) الصباغ عماد، نظم المعلومات: ماهيتها– مكوناتها، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2000.

15) الصحن فريد، التسويق: المفاهيم والاستراتيجيات، الدار الجامعية، الإسكندرية، 1998.

16) عصام الدين أمين أبو علفة، المعلومات والبحوث التسويقية، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، الاسكندرية، 2002.

17) زيد منير عبودي ، نظم المعلومات التسويقية، دار الراية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2008.

18) عبد الرحيم محمد عبد الله، التسويق المعاصر، مطبعة جامعة القاهرة والكتاب الجامعي، القاهرة، 1998.

19) الزعبي على فلاح، إدارة التسويق: منظور تطبيقي استراتيجي، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2002.

20) تيسير العجارمة و محمد الطائي، نظام المعلومات التسويقية، دار الحامد، الطبعة الأولى، عمان، 2002.

21) طلعت أسعد عبد الحميد، التسويق الفعال: الأساسيات والتطبيق، دار الطباعة المتحدة للإعلان، القاهرة، 1999.

22) أمينة محمود حسين محمود، نظم المعلومات التسويقية، الدار العربية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، 1995.

23) ثابت عبدالرحمن إدريس، بحوث التسويق: أساليب القياس والتحليل واختبار الفروض، الدار الجامعية للطباعة، الإسكندرية، 2005.

24) الصحن محمد، التسويق، الدار الجامعية للطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية،2003.

25) ثامر البكري، التسويق والمسؤولية الاجتماعية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2001.

26) شفيق إبراهيم حداد و نظام موسى السويدان: أساسيات التسويق، دار الحماد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 1998.

27) محمد فريد الصحن و مصطفى محمود أبو بكر : بحوث التسويق –مدخل تطبيقي لفاعلية القرارات التسويقية – الدار الجامعية للطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية، 1998.

28) فهد سليم الخطيب؛ محمد سليمان عواد، مبادئ التسويق، مفاهيم أساسية، دار الفكر للطباعة و النشر و التوزيع، الطبعة الاولى، عمان، 2001.

29) محمد سعيد عبد الفتاح، التسويق ، دار النهضة العربية، بيروت، 1983.

30) توفيق محمد عبد المحسن، التسويق و تدعيم القدرة التنافسية للتصدير، دار النهضة العربية، القاهرة، 2001.

31) توفيق محمد عبد المحسن، بحوث التسويق، دار النهضة العربية، القاهرة، 1998.

32) محمد عبد العظيم أبو النجا، إدارة التسويق: مدخل معاصر، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2008.

33) معلا ناجي وتوفيق رائف، أصول التسويق: مدخل إستراتيجي، دائرة المكتبة الوطنية، عمان، 1997.

34) إسماعيل السيد، أساسيات التسويق، الدار الجامعية، الاسكندرية، 2000.
35) بلحيمر إبراهيم، أسس التسويق، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008.
36) محمد عبد حسين الطائي و تسيير محمد العجارمة، نظم المعلومات التسويقية– مدخل الى تكنولوجيا المعلومات، إثراء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2008.
37) علاء فرحان طالب، محمد جبار و حسين الجنابي، نظام الاستخبارات التسويقية، دار صفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الاولى، عمان، 2009.
38) أحمد جبر، إدارة التسويق:المفاهيم، الاستراتيجيات، التطبيقات، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، المنصورة، 2007.
39) حليم حبيب حنا، نمذجة البيانات في قواعد البيانات و التحول بين النماذج، معهد الإدارة العامة، الرياض، 2002.
40) علي كمال شاكر، نظم إدارة قواعد البيانات الاحصائي المكتبات والمعلومات (أسس وتطبيقات عملية) ،الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005.
41) طه طارق، إدارة التسويق، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2008.
42) أحمد سيد مصطفي، إدارة البشر(الأصول والمهارات)، دار النهضة العربية، القاهرة ،2002.
43) توفيق محمد عبد المحسن، الأداء مداخل جديدة لعالم جديد، دار النهضة العربية، القاهرة، 2002.
44) عبد السلام أبو قحف، إقتصاديات الأعمال، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، 1993.
45) أحمد سيد مصطفى، المدير وتحديات العولمة، دار النهضة العربية، الطبعة الاولى، القاهرة، 2001.
46) أكرم أمد الطويل وعلي وليد العبادي، إدارة سلسلة التجهيز وأبعاد إستراتيجية العمليات والأداء التسويقي، دار الحامد، عمان، 2013.
47) عبد العزيز مصطفي أبونبعه، مبادئ التسويق الحديث، دار المناهج، الطبعة الثالثة، عمان، 2002.
48) السعيد فرحات جمعة، الأداء المالي لمنظمات الأعمال، دار المريخ للنشر، الرياض، 2000.
49) زهير ثابت، كيف تقيم أداء الشركات و العاملين، دار الطباعة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2001.
50) علاء الغرباوي و محمد عبد العظيم و إيمان شقير، التسويق المعاصر ، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2007.
51) هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2003.
52) بشير العلاق وقحطان العبدلي،إدارة التسويق، دار زهران،عمان،1999.

53) محمد صالح المؤذن، مبادىء التسويق، دار الثقافة للنشر والتوزيع،الإصدار الثالث، عمان،2002.
54) عبد السلام أبو قحف، التسويق وجهة نظر معاصرة، مكتبة الإشعاع، القاهرة، 2006، ص: 533.
55) عبد الحميد طلعت، التسويق الفعال –كيف تواجه تحديات القرن 21؟، 2000.

ثانيا: الأطروحات والرسائل الجامعية

1) الطيب الوافي، جدوى أتمتة نظام المعلومات المحاسبية في المؤسسة الاقتصادية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، فرع مالية دراسة حالة شركة اسمنت تبسة، المركز الجامعي الشيخ العربي التبسي تبسة ، 2003–2004.
2) طارق نائل روحي هاشم، دور نظم المعلومات التسويقية في تحسين الأداء التسويقي للشركات المساهمة العامة الأردنية ، دكتوراة فلسفة في التسويق، كلية الدراسات الإدارية و المالية العليا، جامعة عمان، 2006.
3) مشاري محمد الظفيري، أثر نظم المعلومات التسويقية على فاعلية القرارات التسويقية، لشركات الاتصالات الكويتية، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستر، جامعة الشرق الأوسط، الكويت، 2012.
4) بدرة كوروغلي، دور بحوث التسويق في رسم الاستراتيجيات التسويقية، دراسة حالة ملبنة التل، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية، علوم التسيير والعلوم التجارية، مزلوق– سطيف، 2003.
5) عادل عشي، الأداء المالي للمؤسسة الاقتصادية قياس وتقييم، دراسة حالة مؤسسة صناعات الكوابل ببسكرة، مذكرة ماجستير في علوم التسيير، تخصص تسيير المؤسسات الصناعية، جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، 2001–2002.
6) ناصر شافي الدوسري، أثر إستراتيجية النمو على الأداء التسويقي لدى شركات التأمين الكويتية ودور التوجه السوقي كمتغير وسيط، مذكرة ماجستير، إدارة الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، عمان، 2010.
7) بوكريطة نوال، أثر الإتصال في رفع الأداء التسويقي للمؤسسة الخدمية–دراسة حالة وكالة السفر والسياحة: Four Winds Travers، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية، علوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة الجزائر2010،2011/3.
8) طالب مريم، إسهام تحليل المنافسة في تحسين الأداء التسويقي للمؤسسة، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2008 .

ثالثا: المقالات والملتقيات

1) علي فلاح الزعبي، "مخطط الأعمال كمدخل استشاري في تطوير الأداء المؤسسي"، الملتقى العلمي الدولي الثالث حول المقاولاتية، فرص وحدود مخطط الأعمال، الفكرة الإعداد والتنفيذ، جامعة محمد خيضر بسكرة، 17-19 أفريل 2012.

2) عبد المليك مزهودة، "الأداء بين الكفاءة والفعالية، مفهوم وتقييم"، مجلة العلوم الإنسانية، العدد الأول، جامعة محمد خيضر بسكرة، نوفمبر 2001.

3) طارق زيدان، "تحسين الأداء التسويقي لرجال التسويق"، الملتقى العربي الثاني التسويقي في الوطن العربي: الفرص والتحديات، الدوحة، 6-8 أكتوبر 2003.

4) أحمد بن حماد الحمودة، "تقييم الأداء الوظيفي"، دورية الإدارة العامة، المجلد34، العدد2 ، معهد الإدارة العامة، سبتمبر 1994، الرياض.

II المراجع باللغة الاجنبية

- JonnW. Satzinger ,Robert B.Jackson, Analyse et conception de gestion d'information, 2ème édition, les édition reynald gloulet, canada, 2003.

Jefferey SEGLEM : Cours pratique de marketing en 12 leçon, édiction Inter . éditions ,Paris 1990

- Philip KOTLER et Bernard DUBOIS, Marketing management, Traduit par D. Manceau, 11ème édition, Pearson Education Paris, 2004.
- Philip KOTLER et Keller K. L, Marketing Management, New Jersy, Person Prentice-Hall, 2006.
- Wright R, Business to Business Marketing, London, Pearson Education Limited, 2004.
- Jean- Jacques LAMBIN, La recherche marketing, 3e tirage, édition Edi science international, Paris,

1994.

- Philip KOTLER, Gary ARMSTRONG, John SAUNDERS et Veronica WONG, Principles of Marketing, Second European Edition, Prentice Hall, Inc,New Jersey,USA,1999.

-Tapp ALAN, Principles of Direct and Database Marketing, London, Pearson Education Limited, 2005.

-American Marketing Association, Data base Marketing, voir le site web http://www.marketing power.
com/live/mgdictionary-view953.pdp

-Catherine CHINA, Intégrer son système d'information Marketing dans l'organisation de l'entreprise, voir le site web http://www.emarketing.fr

-Randall B. BEAN et Randy BEAN, Business - to – business database marketing :The future is now!, Direct Marketing,1997,P:60

-Armand DAYAN, Le marketing, que sais-je?, 10eme édition. Ed .PUF.Paris, 2001.

-Jean Luc GIANELLONI et Eric VERNETTE, Etude de marché , Edition Vuibert ,Paris, 1995.

-Jean-Jacques JUSTEAU, Les techniques d'investigations du marketing, Edition Dunod, Paris, 1976.

-Jean Yves SAULQUIN, "Gestion des ressources humaines et perfermance des services : les cas des établissements socio-sanitaire", Revue de gestion des Ressource Humaines, volume °36, Editions Eska, Paris, Juin 2000.

- Michel GERVAIS, Contrôle de gestion, économica, paris, France, 1997.

- Marcel LAFLAME, Le management: approche systémique, Gaëtan Morin éditeur, 3eme Edition, Québec,1981.

-George R.TERRY, Stéphan.G.FRANCLIN, Les principes du management. Edition Economica, 8ème édition, Paris ,1985.

- A.C.MARTIENT, L'entreprise dans un monde en changement, Edition du seuil-overières, Paris, 1992.

- Jaques AUBERT, Patrick GILBERT, Frédérique PIGEYRE, Les notions de compétence dans les differrentes disciplines , P :02 (http://www.stephanehaefliger.com/campus/biblio/012/Indc.pdf).

- Bernard MARTORY, Contrôle de gestion sociale, Librairie Vuibert, Paris, 1999.

-Gilles BRESSY, Christian KONKUYT, Economie d'entreprise. Edition Sirey, Paris, 1990.

- Pierre BERGERON, La Gestion Moderne : Théorie et Cas. Gaétan Morin éditeur, Québec, 1993.

-Laurent BELANGER ; André PETIT, Jean-Louis BERGERON, G.R.H une approche globale et intégrée, édition Gaétan Morin, 3impression, Québec,1984.

-Denis MALHO et Dominique Fernandez POISSON,La performance globale de l'entreprise, Les éditions d'organisation .Paris, 2002.

-Nadia BENITO, Gestion de la relation commerciale, Dunod,.

- Mohammed BOUKELLAL, Le rôle du système d'information marketing dans l'amélioration de la performance de l'entreprise, Mémoire de Magister en Management Option : Marketing, Faculté des sciences économiques, UNIVERSITE D'ORAN 2, 2014-2015.

-Bennett, R. J. and Smith, C., Competitive Conditions Competitive Advantage and the Local of SME, Journal of small business and enterprise development, file://A:emeraldinsight.com, 2002.