.

**قائمة المراجع**

**المراجع باللغة العربية**

**1/الكتـب**

1- أبو قحف عبد السلام، "**سياسات التسويق"**، الجزء الثاني، قسم إدارة الأعمال، الإسكندرية، 1996.

2- أبو نيعة عبد العزيز،"**دراسات في تسويق الخدمات المتخصصة-منهج تطبيقي-"،** مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان،2005.

3- أبو النجا محمد عبد العظيم ،"**التسويـق المتقـدّم**"، الدار الجامعية، الإسكندرية،2008.

4- بازرعة محمود صادق، " **إدارة التسويق"** ، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 2001.

5- البرزنجي أحمد محمد فهمي،البرواري عبد المجيد،"**إستراتيجيات التسويق:المفاهيم، الأسس، الوظائف**"، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، عمان، 2004.

5-جودت ناصر محمد،"**الأصول التسويقية في إدارة المحلات والمؤسسات التجارية**" ، دار مجدلاوي، عمان، 1997.

6-حامد الضمور هاني**،"تسويق الخدمـات"،** الطبعة الثالثة، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2005.

7- حرب بيان هاني،**"مبادئ التسويق"**، مؤسسة الوراق، عمان، 1999.

8- الحسيني فلاح حسن،"**الإدارة الإستراتيجية: مفاهيمها، مداخلها، عملياتها المعاصرة**"، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2000.

9-الحديدي منى**، "الإعلان"،** الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1999.

10-ربيع أمين أسامة، "**التحليل الإحصائي بإستخدام SPSS**"، الطبعة الثانية، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة،2007.

11-ردينه عثمان، "**الاتجاهات الكمية والحديثة في التسويق"**، دار زهران، عمان،2000.

12-السيد إسماعيل، "**الإدارة الإستراتيجية"**، الطبعة الأولى، المكتب العربي الحديث للنشر، الإسكندرية، 1993.

13-السيد إسماعيل، "**الإدارة الإستراتيجية"**،الطبعة الثانية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2000.

14-سعد غالب ياسين، **"الإدارة الاستراتيجية"**، الطبعة الأولى، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 1998.

15-ستون ، ميرلين ، وروكدك نيل وماكينجر ليز ، " **التسويق من خلال علاقتك بالعملاء** " ، ترجمة تيب توب لخدمات التعريب والترجمة ، الطبعة الأولى ، دار الفاروق للنشر والتوزيع ، القاهرة ، 2003.

16- الصحن محمد فريد ،"**مبادئ التسويق**"، الدار الجامعية، الإسكندرية ، 1994.

17-الصحن محمد فريد، السيد إسماعيل، العارف نادية**،"التسويـق"**، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2003.

18- صديق عقيقي محمد، "**إدارة التسويق"**، مكتبة عين شمس،2002.

19-الصميدعي محمود جاسم، "**إستراتيجية التسويق:مدخل كمي وتحليلي"**، الطبعة الأولى، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2000.

20-الصميدعي محمود جاسم،"**إستراتيجيات التسويق ، مدخل كمي وتحليلي**"، الطبعة الثانية، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2004.

21- الصميدعي محمود جاسم، ردينة عثمان،"**سلوك المستهلك**"، دار المناهج للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2007.

22-الطائي حميد،"**الأسس العلمية للتسويق الحديث (مدخل شامل**)"، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2006.

23-طلعت أسعد عبد الحميد، "**التسويق الفعال"**، دار النهضة العربية ، القاهرة ،2002

24-عبيدات محمد إبراهيم، **"مبادئ التسويق مدخل سلوكي**"،دار المستقبل ، عمان، 1999.

25- عبيدات محمد إبراهيم، "**إستراتيجية التسويق (مدخل سلوكي)"،** الطبعة الثالثة، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2002.

26-عوض محمد أحمد، "**الإدارة الاستراتيجية"**، الدار الجامعية للطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2001.

27- العلاق بشير، قحطان العبدلي،س.غالب ياسين ،"**استراتيجيات التسويق**"، دار زهران، عمان، 1999.

**28-** العلاق **بشير، ربايعية علي محمد، "**الترويج والإعلان التجاري-أسس،نظريات،تطبيقات-"، **دار اليازوردي العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2002.**

29-فتحي عبد الصبور محسن، "**أسرار الترويج في عصر العولمة"**، مجموعة النيل العربي،القاهرة، 2000.

30-كوتلر فيليب،"**التسويــق**"، ترجمة مازن نفاع، الطبعة الأولى، دار علاء الدين للنشر والتوزيع، دمشق،2002.

31- الكحلي ياسين،"**إدارة الفنادق والقرى السياحية**"، دار الوفاء للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة،1997.

32-مرسي عطية طاهر ،"**التسويق"**، المكتبة الأكاديمية ، الإسكندرية، 1993.

33-المؤذن محمد صالح،"**مبادئ التسويق**"، دار زهران ، عمان ، 1999.

34-مناجي معلا،" **الأصول العلمية للترويج التجاري والإعلان**"،الطبعة الثانية، المكتبة الوطنية،عمان، 1996.

35- مرسي خليل نبيل**، "الإدارة الإستراتيجية** : **تكوين وتنفيذ استراتيجيات التنافس**"، دار المعارف للنشر، الإسكندرية، 1995.

**2/الرسائل والمذكرات**

1-بن عيشاوي أحمد، "**إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الفندقية في الجزائر**"،أطروحة دكتوراه منشورة، جامعة الجزائر، 2008.

2- لعلاوي عمر،"**دراسة الإستراتيجية التسويقية للمؤسسة العمومية الإقتصادية في محيط تنافسي"،** أطروحة دكتوراه دولة غير منشورة، المدرسة العليا للتجارة، الجزائر، 2004.

**3/المجلات والدوريات**

1-فخري إلهام أحمد حسن،" **التسويــق بالعلاقـات**"، الملتقى العربي الثاني، التسويق في الوطن العربي-الفرص والتحديات-، الدوحة، قطر، 6-8 /أكتوبر، 2003.

2-منى شفيق،"**التسويق بالعلاقات**"، الطبعة الثانية، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر، 2009.

-**المراجع باللغة الأجنبية**

1-Amerein.P, « **Marketing (Stratégies et Pratiques) »**, NATAN édition, Paris, 1997.

2- Atmmer Tugrul , Calori Roland, « **Diagnostic et décisions stratégique »**, Dunod édition, Paris,1998.

3- Audgier Guy, « **Marketing pour l'entreprise »**, Gualino édition, Paris, 2003.

4- B. Olivier et autres, «  **Dictionnaire du marketing »** , Hatier, Paris, 1998 .

5-Boisdevésy Jean-Claude, « **Le Marketing Relationnel** », 2eme édition, édition d’organisation, Paris, 2001.

6-Boyer André, « **Panorama de la gestion »,** édition Organisation, Paris, 1997.

7-Brown Stanley, « **CRM : Customer Relationship Management** »,Pearson education, Paris, 2006.

8-Carricano Manu, Poujol Fanny, « **Analyse des données avec SPSS** »,Pearson éducation, Paris, 2009.

9-Christopher Lovelock, «**Marketing de services** », 5eme édition, Pearson education, Paris, 2004.

10-Chirouse Yaves, « **Le marketing (études et stratégies) »** , éllipses édition, Paris, 2003.

11-Chirouze.Y,"**Le marketing stratégique ; stratégie, segmentation, positionnement, marketing mix, et politique d'offre**", ELLIPSES, paris, 1995.

12-Dubois.B, Jolibert.A, « **le marketing fondements et pratique »**, 3ème édition, économica , paris ,1998.

13-Demeure Claude, «**Marketing**"; 2eme édition, DALLOZ, Paris, 1999.

14-Demeure Claude, « **Marketing**», 6eme édition, édition DUNOD, Paris, 2008.

15-Durafour Daniel, **« Marketing »**, édition Dunod, Paris, 1997.

16- Djilali Mohamed Seghir, «**Comprendre le Marketing** », Berti éditions, Alger, 1990.

17- Dubois Pierre Louis, Jolibert Alain, «  **Le marketing fondements et Pratique** » 3ème édition , Economica , Paris , 1998 .

18- Dubois Pierre Louis et Jolibert Alain, «  **Fondements et pratique du Marketing »**, Paris ,1998 .

19-Gummesson Evert, « **Total Relationship Marketing –rethinking marketing management**-»,2nd edition, Butterworth-Heinemann, Oxford,2002.

20-Garibaldi Gerard, **L'analyse stratégique**, 3 éme édition, édition organisation, Paris, 2002.

21-Hetzel.P, « **Le marketing relationnel –Que sais-je –**»,3eme édition, édition d’Organisation, 2004.

22-Helfer Jean- pierre, Orsoni Jacques, Kalika Michael, « **Management (Stratégie et Organisation) »**, Vuibert édition, Paris,1996.

23-Hougaard Souran, Bjerre Mogens, **« The relationship marketer –rethinking strategic relationship marketing**», 2nd edition, Springer édition, Denmark, 2009.

24-Kotler Philip, Gary Armstrong, **«Principles of Marketing** ",8eme édition, Printice-Hall International INC-1999.

25-Kotler.Ph, Dubois.D , « **Marketing management »** ,10ème édition , Pearson Education, Paris, 2000.

26-Kotler.Ph, Keller.k, Manceau.D, Dubois.B, « **Marketing Management**», 13 éme édition, Pearson éducation, Paris, 2009.

27-Lougovoy Christine, Denis Huisman, « **Trait de relation publique** », Paris, 1980.

28-Lendrevie Jaques, Lindon Dennis, « **Mercator  (théorie et pratique de marketing)** », 4ème édition, Dalloz, Paris, 1990.

29-Lendrevie Jacques, Lindon Denis, « **Mercator »**, 6ème édition, Dalloz édition, Paris, 2000.

30-Lendrevie Jacques, Lindon Denis, « **Mercator »**, 7 eme édition, Dalloz édition, Paris, 2003.

31-Landrevie.J, Levy.J et Lindon.D, « **Merkator** », 8eme édition, édition Dunod, Paris, 2006.

32-Lasserre Line et Legrand Bernard, **« CRM : Les Attentes Des Clients** », Pearson Education, Paris, 2002.

33-Lasserre Line, Legrand Bernand, **«CRM: Les Attentes des Clients, La Relation Client Vue par le Client**», Mondale Presse édition VMP, Paris, 2008.

34-Leffébure.R et Venturi.G**, « Gestion de la Relation Client »,** édition Eyrolls, Paris, 2005.

35-Lebon Yvelines, Van Laethem Nathalie, « **Le Marketing orienté résultat** »,11eme édition, édition Dunod, Paris, 2009.

36-Martin .S et Védrines JP, « **Marketing : concepts clés »**, édition CHihab ,Alger, 1996.

37-Michaux .A, « **Le Marketing de base de données**», édition Eyrolles, Paris, 1993.

38-Moisand Dominique, « **CRM :Gestion de la relation Client** », édition Lavoisier, Paris, 2005.

39-Noyé Didier,  « **Pour fidéliser les clients**», édition INSEP consulting, Paris, 2004.

40-Payne Adrian, « **Handbook of crm** », édition Elsevier, Oxford, 2005.

41-Payne Adrian, "**The Essence of Services Marketing**", Prentice-Hall of India, New Delhi, 1995.

42-Teboul James, "**Le temps des services: une nouvelle approche du management**" 3éme tirage édition d'organisation, Paris, 2000.

43-Toker.G, Loi.L, « **Marketing des services –le défi relationnel-**», édition Dunod, Paris, 1992.

44-Vernette.E**, « L'essentiel du marketing-marketing fondamental-»**,2emeedition, éditions d’organisation, Paris, 2003.

45-Van Laethem Nathalie,  « **Toute la fonction Marketing**», édition DUNOD, Paris, 2005.

**المجلات باللغة الأجنبية**

1-Baron Gerard, **"Friendship Marketing**", Grants Pass, OR:Psi Research/Oasis Press, 1996.

2-Bernard Jean-Jacque, Gauthier Jean-Claude, « **Introduction au marché bancaire** », Revue Banque,Paris, 2002.

3-Deng Z, Lu Y, Wei K and Zhang J. **Understanding Customer Satisfaction And Loyalty: An Empirical Study Of Mobile Instant Messages In China** .International Journal of Information Management, 2009.

4- D.Morris, Barnes B R and, Lynch J E. **Relationship Marketing Needs Total Quality**. Total Quality Management,Vol.10 (4&5 ), 1999.

5- Fournier Susan, Susan Dubach, & David Glen Mick, “**Preventing the Premature Death of Relationship Marketing**», Harvard Business Review, 76 January/ February, 1998.

6- Garbarino, Ellen & Johnson S. Mark, **“ The Different Roles of Satisfaction, Trust, and Commitment in Customer Relationships**”,journal of Marketing, Vol 63 (April),1999.

7-Ha S and Stoel L . **Promoting Customer-Retailer Relationship Building: Influence Of Customer Trustworthiness Of Customer Loyalty Programme Marketing**. Journal of customer behavior,Vol.7 (3 ), 2008.

8-J.Thomas," **strategic management :concepts** ",practices and cases ,N,Y :Harper and publishers ,1988.

9-Kristal Pecnik, «**Gestion de la relation Client** », Maison des Arts Métiers,26 mai 2003,Paris.

10-Lin H-H and Wang Y-Sh . **An examination of the Determinants of Customer Loyalty in Mobile Commerce Contexts**. Journal of Information & Management, 2006, Vol. 43 .

11-Morgan Robert M. & Shelby D. Hunt, “ **The commitment –Trust Theory of Marketing Relationship**”, Journal of Marketing, .1998.

12-Newell Fredrick, « **The New rules of marketing: How to use one-to-one relationship marketing to be the leader in your industry**», Mc graw Hill, New York, 1997.

13-Palmatier R, Dant P, Grewal D and Evans K. **Factors Influencing The Effectiveness Of Relationship Marketing: A Meta-Analysis.** Journal of Marketing, Vol. 70, 2006.

14-Parasurman.A, Valarir A.Zeithaml, Leonard L.Berry, ”**A Conceptual Model of Service Qualité and its Implications for Futur Research**”, Journal of Marketing, automne 1985.

15-Wallace D w, Giese J L and, Johnson J L. **Customer Retailer Loyalty In The Context Of Multiple Channel Strategies**. Journal of Retailing,Vol. 80, 2004.

16-Werner J. Reinartz & V. Kumar, “ **On the Profitability of Long – Life Customers in Noncontractual Setting: An Empirical Investigation and Implications for Marketing**”, Journal of Marketing,.2000

17-Zeithmal Valerie A., Leonard L. Berry, & A. Parasuraman**, “The Behavioral consequences of Services Quality”,** Journal of Marketing, April 1996.

18-Zeithaml Valarir, A.Parasurman, Leonard L.Berry, « **Servqual : une échelle multi-item de mesure des perceptions de la qualité de service par les consommateurs** » Recherche et applications en Marketing, Vol.5, 1990.

**Site web :**

[www.el-aurassi.com](http://www.el-aurassi.com)

www.hilton.com

www.hoteleldjazair.dz

www.sheratonclubdespins.com

www.sofitel.com