

قائمة المراجع

المصادر: القرآن الكريم

المراجع العربية:

- 1- أبو جمعة، نعيم، أساسيات وإدارات التسويق، دار القلم للنشر والتوزيع، 1999، الطبعة الأولى، دبي.
- 2- أبو قحف، عبد السلام، أساسيات التسويق، الجزء الثاني، الدار الجامعية، 2005 الإسكندرية، مصر.
- 3- أبو ناعم، عبد الحميد، إدارة المشروعات الصغيرة، دار الفجر للنشر والتوزيع 2002 ، عمان، الأردن.
- 4- أبو عبيد، قاسم، الطريفي، مازن، إدارة المشروعات الصغيرة، عماد الدين للنشر والتوزيع، 2009، عمان، الأردن.
- 5- أحمد، فتحي، الصناعات الصغيرة ودورها في التنمية المحلية، مؤسسة شباب الجامعة، 2005، الإسكندرية، مصر.
- 6- أحمد، مروة، برهم، نسيم، الريادة وإدارة المشروعات الصغيرة، منشورات جامعة القدس المفتوحة، 2008، الطبعة الثانية، رام الله، فلسطين.
- 7- إستراتيجية تنمية الصناعات الصغيرة والمتوسطة، ورشة عمل، المركز القومي للبحوث، 1997، القاهرة، مصر.
- 8- بسيسو، فؤاد، الموسوعة الفلسطينية، المجلد الأول، 2005، بيروت، لبنان.
- 9- بسيسو، فؤاد، الموسوعة الفلسطينية، القسم العام، م ت ف، 2005، المجلد الثالث، بيروت، لبنان.
- 10- البكري، ثامر، استراتيجيات التسويق، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2012، الطبعة العربية، عمان، الأردن.
- 11- البكري، ثامر، استراتيجيات التسويق، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2008، الطبعة العربية، عمان، الأردن.
- 12- البكري، ثامر، التسويق: أسس ومفاهيم معاصرة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2006، الطبعة العربية، عمان، الأردن.

- 13- البكري، ثامر، النوري، احمد، التسويق الاخضر، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2009، عمان، الأردن.
- 14- البكري، ثامر، النوري، احمد، التسويق الأخضر، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2009، عمان، الأردن.
- 15- بن مويزة، احمد، إعداد إستراتيجية التسويق وعملياتها، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2013، الطبعة العربية، عمان، الأردن.
- 16- بن مويزة، احمد، إعداد إستراتيجية التسويق وعملياتها، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2013، الطبعة العربية، عمان، الأردن.
- 17- تقارير دورية، سلطة النقد الفلسطينية، 2012، رام الله - فلسطين.
- 18- توفيق، حسن، إدارة الأعمال التجارية الصغيرة، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2002، عمان، الأردن.
- 19- ثابت، زهير، كيف تقيم أداء الشركات والعاملين، دار الطباعة للنشر والتوزيع، 2011، القاهرة، مصر.
1. جامعة أسيوط، مصر.
- 20- جامعة القدس المفتوحة، مبادئ التسويق، منشورات جامعة القدس المفتوحة، 2008، رام الله - فلسطين.
- 21- جمال الدين، داليا، دراسة قطاع سياسات تنمية صادرات المشروعات الصغيرة والمتوسطة، وزارة الصناعة والتجارة الخارجية، 2010، القاهرة - مصر.
- 22- الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، إحصاءات التجارة الخارجية، 2008، السلع والخدمات، نتائج رئيسية، 2007، رام الله - فلسطين.
- 23- الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، إحصاءات الحسابات القومية، 2014 ب، رام الله - فلسطين.
- 24- الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، إحصاءات الحسابات القومية، لعام 2010، رام الله - فلسطين.
- 25- الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، التقديرات الأولية لأداء الاقتصاد الفلسطيني لعام 2015، رام الله - فلسطين.
- 26- الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، الحسابات القومية، 2000-2005، رام الله - فلسطين.
- 27- الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، الحسابات القومية، مؤشرات سوق العمل، الربع الثالث، 2015، رام الله، فلسطين.

- 28- الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، المنشآت الاقتصادية النتائج النهائية، التعداد العام للسكان والمساكن والمنشآت، 2007، رام الله - فلسطين.
- 29- الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، تحديث سجل المنشآت، 1999، النتائج الرئيسية، رام الله - فلسطين.
- 30- الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، تعداد السكان، 2014، رام الله - فلسطين.
- 31- الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، تعداد المنشآت 2012، رام الله - فلسطين.
- 32- الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، تعداد المنشآت، 2004، النتائج النهائية، رام الله - فلسطين.
- 33- الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، تقرير منشور حول أداء الاقتصاد الفلسطيني، 2015، رام الله - فلسطين.
- 34- الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، مسح القوى العاملة، الربع الثاني، 2015، رام الله، فلسطين.
- 35- الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، مسح المياه المنفذ عام 2013، رام الله - فلسطين.
- 36- الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، بيان مشترك بمناسبة اليوم العالمي لمجتمع المعلومات، أيار 2015، رام الله - فلسطين.
- 37- حرب، بيان، مبادئ التسويق، مؤسسة الرواق، 2009، عمان، الأردن.
- 38- الحسيني، فلاح، إدارة المشروعات الصغيرة، مدخل استراتيجي للمنافسة والتميز، دار الشروق للنشر والتوزيع، 2010، الطبعة الثانية، عمان، الأردن.
- 39- الحسيني، فلاح، الدوري، فؤاد، إدارة البنوك مدخل استراتيجي معاصر، دار وائل للنشر والتوزيع، 2008، عمان، الأردن.
- 40- الخطيب، فهد، مبادئ التسويق، دار الفكر للطباعة والنشر، 2000، عمان، الأردن.
- 41- الربيعي، ليث، الشريعة، وائل، اثر إدارة علاقات الزبائن على اداء الفنادق، المجلة المصرية للعلوم التجارية، 2011، القاهرة، الأردن.
- 42- الرواري، نزار، الرزنجي، احمد، استراتيجيات التسويق، دار وائل للنشر، 2004، عمان، الأردن.
- 43- روبرت هزرتش، مايكل بيترز، تنظيم المشروعات الصغيرة، مركز الكتب الأردني، 2008، عمان، الأردن.
- 44- الزبيدي، حمزة، تقييم الأداء، مؤسسة الورق للنشر والتوزيع، 2002، عمان، الأردن.
- 45- زهير، ثابت، الدليل العلمي للتسويق، الشركة العربية للإعلام الصالحي، 1993، القاهرة، مصر.

- 46- زويلف، مهدي، إدارة الأفراد والعلاقات الصناعية، مطبعة الجامعة، 2006، الطبعة الأولى، العراق.
- 47- زيادات، احمد وآخرون، الوجيز في التشريعات التجارية الأردنية، دار وائل للنشر، 1996، الطبعة الأولى، عمان، الأردن.
- 48- سالم، فؤاد، حسن، متولي، الاستراتيجيات التسويقية لوحدات القطاع العام العاملة في تسويق السلع الاستهلاكية في بعض الدول العربية، المنظمة العربية للعلوم الإدارية، 1985، عمان، الأردن.
- 49- سلطة الطاقة الفلسطينية، بيانات عامة، 2014، رام الله - فلسطين.
- 50- سلطة النقد الفلسطينية، إحصاءات أداء البنوك، سنوات متعددة، رام الله - فلسطين.
- 51- السلمي، علي، قمة الأداء، دار الطباعة المتميزة، 2002، القاهرة، مصر.
- 52- سويدان، نظام، حداد، شفيق، التسويق-مفاهيم معاصرة، دار الحامد للنشر والتوزيع، 2009، عمان، الأردن.
- 53- السيد، إسماعيل، التسويق، الدار الجامعية للطباعة والنشر والتوزيع، 1999، الإسكندرية، مصر.
- 54- شركة الاتصالات الفلسطينية، بيانات عامة 2014، رام الله - فلسطين.
- 55- الشрман، زياد، عبد السلام، عبد الغفور، مبادئ التسويق، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2009، الطبعة الأولى، عمان، الأردن.
- 56- صبره، سمر، مبادئ التسويق مدخل معاصر، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، 2010، الطبعة الأولى، عمان، الأردن.
- 57- الصميدعي، محمود، استراتيجيات التسويق، مدخل كمي وتحليلي، دار الحامد للنشر والتوزيع، 2009، عمان، الأردن.
- 58- الصميدعي، محمود، يوسف، ردينه، التسويق الاستراتيجي، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2011، الطبعة الأولى، عمان، الأردن.
- 59- الصميدعي، محمود، يوسف، ردينه، التسويق المصرفي، دار المناهج للنشر والتوزيع، 2005. عمان، الأردن.
- 60- الصميدعي، محمود، يوسف، ردينه، تسويق الخدمات، دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2010، عمان، الأردن.
- 61- الصوراني، غازي، الاقتصاد الفلسطيني تحليل ورؤية نقدية ومهام المستقبل، 2044، غزة، فلسطين.

- 62- الضمور، هاني، إدارة القنوات التوزيعية، دار وائل للنشر، 1999، الطبعة الأولى، عمان، الأردن.
- 63- طالب، علاء، وآخرون: نظام الاستخبارات التسويقية، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2009، الطبعة الأولى، عمان، الأردن.
- 64- الطائي، حميد وآخرون، التسويق الحديث-مدخل شامل، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2010، عمان، الأردن.
- 65- الطويل، أكرم، العبادي، علي، إدارة سلسلة التجهيز وأبعاد إستراتيجية العمليات والأداء التسويقي، دار الحامد للنشر والتوزيع، 2013، عمان، الأردن.
- 66- الطيلوني، جهاد، دراسة الجدوى الاقتصادية للمشاريع، دار كنوز المعرفة العلمية، 2011، عمان، الأردن.
- 67- عاشور، نعيم، عودة، رشيد، مبادئ التسويق، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2008، الطبعة الثانية، عمان، الأردن.
- 68- عاشور، نعيم، عودة، رشيد، مبادئ التسويق، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2006، عمان، الأردن.
- 69- العاني، مزهر وآخرون، إدارة المشروعات الصغيرة (منظور ريادي تكنولوجي)، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2010، الطبعة الأولى، عمان، الأردن.
- 70- عبد الباري، درة، تكنولوجيا الأداء البشري في المنظمات: الاسس النظرية ودلالاتها في البيئة العربية المعاصرة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 2003، القاهرة، مصر.
- 71- عبد الحميد، اسعد، التسويق الفعال، كيف تواجه تحديات القرن 21، مكتبة مؤسسة الأهرام، 2009، القاهرة، مصر.
- 72- عبد الحميد، مروان، أسس البحث العلمي لاعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الرواق للنشر والتوزيع، 2000، عمان، ص 160-161.
- 73- عبد السلام، عبد الغفور وآخرون، إدارة المشروعات الصغيرة، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2009، الطبعة الأولى، عمان، الأردن.
- 74- عبد الطلب، محمد، دور المشروعات الصغيرة في التنمية الاقتصادية، المجلة العلمية، 2000،
- 75- عبد الفتاح، محمد، التسويق، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، 1983، طبعة أولى، بيروت، لبنان.

- 76- عبد الفتاح، محمد، التسويق، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، 1999، الطبعة الأولى، بيروت، لبنان.
- 77- عبد الكريم، نصر، تقييم بيئة وأداء الاقتصاد الفلسطيني 1994-2007، مجلة أوراق فلسطينية، المركز الفلسطيني للبحوث والدراسات الإستراتيجية، 2008، العدد الأول، رام الله، فلسطين.
- 78- عبد المطلب، محمد، دور المشروعات الصناعية الصغيرة، كلية التجارة، جامعة القاهرة، مركز التعليم المفتوح، 1987، القاهرة، مصر.
- 79- عبوي، زيد، نظم المعلومات التسويقية، دار الراجحة للنشر والتوزيع، 2008، طبعة أولى، عمان، الأردن.
- 80- عبيدات، محمد، مبادئ التسويق - مدخل سلوكي، دار الثقافة للنشر والتوزيع والدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع، 1998، عمان، الأردن.
- 81- عرفة، سيد سالم، دراسة جدوى المشروعات، دار الراجحة للنشر والتوزيع، 2001، عمان، الأردن.
- 82- عزام، زكريا، وآخرون، مبادئ التسويق الحديث بين النظرية والتطبيق، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2015، عمان، الأردن.
- 83- العطية، ماجدة، إدارة المشروعات الصغيرة، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة 2004، الطبعة الثانية، عمان، الأردن.
- 84- العطية، ماجدة، إدارة المشروعات الصغيرة، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2004، عمان، الأردن.
- 85- عفانة، جهاد، ابو عيد، فاسم، إدارة المشروعات الصغيرة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2010، عمان، الأردن.
- 86- العلق، بشير، التسويق الحديث، الدار الجماهيرية للنشر والتوزيع والإعلان، 1996، سرت، ليبيا.
- 87- العلق، بشير، العبدلي، قحطان، التسويق. أساسيات ومبادئ، دار زهران، 1999، عمان، الأردن.
- 88- علام، سمير، إدارة المشروعات الصناعية الصغيرة، كلية التجارة، جامعة القاهرة، مركز العلم المفتوح 1998، القاهرة، مصر.
- 89- علام، سمير، إدارة المشروعات الصناعية الصغيرة، مركز التعليم المفتوح، 1997، القاهرة، مصر.
- 90- علي، حسين، الأساليب الحديثة في التسويق (الدليل العملي للاستراتيجيات والخطط التسويقية)، دار الرضا للنشر، 2000، دمشق، سوريا.

- 91- عليان، ربحي، وآخرون، تسويق المعلومات، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2006، الطبعة الثانية، عمان، الأردن.
- 92- عليان، نور الدين، السياسة الاقتصادية الوطنية المنظورة للدولة الفلسطينية، صامد الاقتصادي، 1994، بيروت، لبنان.
- 93- عواد، حازم وآخرون، مبادئ القانون التجاري، دار يافا للنشر والتوزيع، 2000، الطبعة الأولى، عمان، الأردن.
- 94- الغرابوي، علاء وآخرون، التسويق المعاصر، الدار الجامعية للنشر، 2007، الطبعة الأولى، مصر.
- 95- غنيم، احمد، الإدارة الإستراتيجية لتسويق المنتجات، دار النهضة العربية، 2010، القاهرة، مصر.
- 96- قرار مجلس الوزراء، رقم (13/105/01 م.و.س.ف)، 2011، رام الله، فلسطين.
- 97- الكردي، خالد، التسويق من منظور معاصر، دار البركة للنشر والتوزيع، 2010، عمان، الأردن.
- 98- كليفورد، بومباك، أسس إدارة المشروع التجاري الصغير، دار الفكر العربي، 1992، عمان، الأردن.
- 99- كوتلر فيليب، ارمسترونج جيرري، أساسيات التسويق، دار المريخ للنشر والتوزيع، 2007، السعودية.
- 100- كوتلر فيليب، ارمستونج جيرري، (2007)، أساسيات التسويق، دار المريخ للنشر والتوزيع، السعودية.
- 101- كورتل، فريد، مدخل التسويق، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، 2010، عمان، الأردن.
- 102- اللجنة الاقتصادية لغرب آسيا، برنامج الأمم الإنمائي UNDP ، كيف تأسس مشروعاً خاصاً بك، الأمم المتحدة 1993.
- 103- ماس، المراقب الاقتصادي والاجتماعي الربعي، عدد 18، أيلول 2009، رام الله- فلسطين.
- 104- ماس، المراقب الاقتصادي والاجتماعي الربعي، عدد 26، 2013، رام الله- فلسطين.
- 105- المرسوم الرئاسي رقم 1 لعام 1998، إنشاء هيئة تشجيع الاستثمار، رام الله- فلسطين.
- 106- مطر، محمد، التحليل المالي للأساليب والأدوات والاستخدامات العملية، الشركة الجديدة للطباعة، 2002، عمان، الأردن.
- 107- المعلا، ناجي، توفيق، رائف، أصول التسويق (مدخل استراتيجي)، دار وائل للنشر، 2005، عمان، الأردن.
- 108- معهد السياسات الاقتصادية-ماس، تجارب الدول في تطوير أعمال المنشآت الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة- دروس لفلسطين، 2088، رام الله- فلسطين.
- 109- مكحول، باسم، منشآت الأعمال الصغيرة الفلسطينية في شمال فلسطين، مركز بيسان للبحوث والإنماء 2011، رام الله- فلسطين.

- 110- مهنا، علي، ابو بكر، احمد، المؤسسات الصغيرة .. دورها في الاقتصاد الفلسطيني واثر العقوبات الإسرائيلية عليا، اتحاد الغرف التجارية، 2001، رام الله - فلسطين .
2. المؤذن، محمد، مبادئ التسويق، جامعة الزرقاء الأهلية، 2006، عمان، الأردن.
- 111- المؤذن، محمد، مبادئ التسويق، دار الثقافة للنشر والتوزيع والدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع، 1998، الطبعة الأولى، عمان، الأردن.
- 112- موسى، عامر، إدارة التسويق، دار البداية للنشر والتوزيع، 2009، الطبعة الأولى، عمان، الأردن.
- 113- ناجي، معلا، توفيق، رائف، أصول التسويق. مدخل تحليلي، دار وائل، 2005، عمان، الأردن.
- 114- الناروز، ضياء، المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر بين وسائل التمويل التقليدية والإسلامية، دراسة مقارنة، دار التعليم الجامعية، 2015، الإسكندرية، مصر.
- 115- النجار، فايز، العلي، عبد الستار، الريادة وإدارة المشروعات الصغيرة، دار الحامد للنشر والتوزيع، 2009، طبعة أولى، عمان، الأردن.
- 116- النجار، فريد، إدارة منظومات التسويق العربي والدولي، مؤسسة شباب الجامعة، 2004، الإسكندرية، مصر.
- 117- النور، اياد، استراتيجيات التسويق - مدخل نظري وكمي، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2012، عمان، الأردن.
- 118- النور، اياد، إدارة التسويق، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2013، الطبعة الأولى، عمان، الأردن.
- 119- النور، اياد، الأصول العلمية للتسويق الحديث، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2010، الطبعة الأولى، عمان، الأردن.
- 120- الهندي، منير، الفكر الحديث في هيكل تمويل الشركات، دار المعارف، 2005، الطبعة الثانية، الإسكندرية، مصر.
- 121- هولي ايدموندز، تسويق المؤسسات الصغيرة، بيت الأفكار الدولية، 2011، عمان، الأردن.
- 122- هيكل، محمد، مهارات إدارة المشروعات الصغيرة، مجموعة النيل العربية، 2003، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر.
- 123- وزارة المالية الفلسطينية، الموقع الإلكتروني، إحصاءات 2013، رام الله - فلسطين.
- 124- وزارة النقل والمواصلات، التقرير الإحصائي السنوي للنقل، 2014، رام الله - فلسطين.
- 125- يوسف، توفيق، إدارة الأعمال التجارية الصغيرة، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2002، الطبعة الأولى، عمان، الأردن.

رسائل دكتوراه

- 1- بوكريظة، نوال، (2011)، اثر الاتصال في رفع الأداء التسويقي للمؤسسة الخدمية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الإدارية، جامعة الجزائر.
- 2- حسن، (2008)، علاقة إدراك الخطر بالمتغيرات التنظيمية وأثرها في أداء المنظمة، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الاقتصاد، جامعة بغداد.
- 3- الخطيب، سمير، (2006)، قياس دور المقارنة المرجعية في تحسين الأداء المنظمي، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة المستنصرية، بغداد.
- 4- الدوسري، ناصر، (2010)، اثر إستراتيجية النمو على الأداء التسويقي لدى شركات التأمين الكويتية ودور التوجه التسويقي كمتغير وسيط، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية إدارة الأعمال، جامعة الشرق الأوسط.
- 5- الطريفي، شادي، مصباح، محمود، (2010)، اثر التوجه السوقي على أداء شركات نقل الطرود البريدية السريعة في الأردن، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عمان العربية للدراسات العليا، الأردن.
- 6- طمليه، الهام (2005)، تطوير استراتيجيات تسويقية تنافسية تحقق البقاء والربحية والنمو للمشاريع الصناعية الصغيرة في الأردن، رسالة دكتوراه منشورة، جامعة عمان العربية للدراسات العليا.
- 7- العريقي، بسيم قائد، (2006)، اثر تطبيق معايير الجودة على الأداء التسويقي، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الكوفة، العراق.
- 8- عريوة، محاد، (2011)، دور بطاقة الأداء المتوازن في قياس وتقييم الأداء بالمؤسسات الصناعية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة فرحان عباس، سطيف، الجزائر.
- 9- العفيشات، تيسير، (2007)، الجودة ورضا الزبون وأثرهما في تحديد الاستراتيجيات التسويقية للخدمة المصرفية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الاقتصاد، جامعة الموصل، العراق.
- 10- العوادي، أمير، اثر تبني فلسفة التسويق الأخضر في تحسين الأداء التسويقي، رسالة دكتوراه، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة كربلاء.
- 11- العوامرة، محمد، تحليل وتقييم النشاطات التسويقية لمؤسسات تجارة التجزئة الغذائية في الأردن، رسالة دكتوراه منشورة، 2007، جامعة عمان العربية للدراسات العليا.
- 12- قرة داغي، كاوة فرج، (2006)، تفاعلية الاتصالات التسويقية المتكاملة وانعكاسها على الأداء التسويقي، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة المستنصرية، بغداد.

دراسات علمية

- 1- عليان، نافذ، الاقتصاد الفلسطيني بين التبعية والاستقلال 1967-1987، مجلة شؤون فلسطينية،
- 2- الربيعي، ليث وآخرون، أثر معرفة الزيتون وتطوير الخدمات الجديدة في الداء التسويقي، دراسات العلوم الإدارية، المجلد 41، العدد 2، 2014، ص 275-290.
- 3- العزاوي، محمد، يحيى، علاء، أثر تقانة المعلومات والاتصالات الحديثة في فاعلية الداء التسويقي، كلية الإدارة والاقتصاد - جامعة الموصل، تنمية الرافدين، المجلد 30، العدد 91، لسنة 2008، ص 239-258.
- 4- اودي ايدوجو، ادنجال ادريس، تأثير ممارسات التسويق على ادعاء المشروعات الصغيرة، الصحيفة الأوروبية للعلوم الاقتصادية والمالية والإدارية، العدد 46، 2012، جامعة ولاية لاغوس - نيجيريا، ص 1450 - 2010.
- 5- عطيانى، نصر، الحاج، سارة، مشاكل المنشآت الصغيرة جدا والصغيرة والمتوسطة في فلسطين، معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطينية (ماس)، 2012، رام الله - فلسطين.
- 6- سايبلا، انطون، تسويق منتجات المنشآت الصغيرة والمتوسطة، معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطينية (ماس)، 2009، رام الله - فلسطين.
- 7- الشميمري، احمد، العوامل المؤثرة في التوجه التسويقي في المنشآت الصغيرة، دورية الإدارة العامة، المجلد 46، العدد الأول، 2006، جامعة القصيم.
- 8- أبو منديل، محمد، واقع استخدام المزيج التسويقي وأثره على ولاء الزبائن، دراسة حالة - شركة الاتصالات الفلسطينية - غزة، رسالة ماجستير غير منشورة، 2008، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية، قطاع غزة.
- 9- الصوص، سمير، بعض التجارب الدولية الناجحة في مجال تنمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة، دراسة منشورة، وزارة الاقتصاد، 2010، رام الله - فلسطين.
- 10- طالب، علاي، علوان، حسن، (2007)، اثر الإستراتيجية التسويقية الفعالة في تحقيق الأداء التسويقي، المجلة العراقية للعلوم الإدارية، جامعة كربلاء، المجلد 3، العدد 1023.
- 11- جواد، عدنان، اثر المعرفة السوقية في اختيار الاستراتيجيات التنافسية والتميز في الأداء (دراسة استطلاعية في قطاع السلع المعمرة في السوق الأردنية)، المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية - العلوم الإنسانية - 2006، المجلد السادس، العدد الثاني، الجامعة الأردنية، عمان.

- 12- شلبي، خميس، المشروعات النسوية الصغيرة الفلسطينية- واقع وآفاق، وزارة التخطيط والتعاون الدولي، 2011، رام الله- فلسطين.
- 13- زيدان، طارق، تحسين الأداء التسويقي، الملتقى العربي الثاني، التسويق في الوطن العربي (الفرص والتحديات)، 2003، قطر.
- 14- النوافلة، عواد، العوامل المؤثرة في تحقيق أهداف المشروعات الصغيرة- دراسة ميدانية لمحافظة معان، مؤتمراً للبحوث والدراسات: سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2010، الأردن.
- 15- الشميمري، احمد، العوامل المؤثرة في التوجه التسويقي في المنشآت الصغيرة، مجلة الجامعة الاسمية، الإدارة العامة، الجامعة الأردنية، 2006.
- 16- الأسرج، حسين، دور المشروعات الصغيرة في تقليص البطالة في الدول العربية، مجلة شؤون إستراتيجية، مكتبة الجامعة الأردنية، 2010.
- 17- الدليمي، خالد، قياس كفاءة وفاعلية أداء المصرف العراقي الإسلامي للاستثمار والتنمية، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد 109، العدد الخامس، 2004، العراق.
- 18- بندقجي، محمد، المشاريع الصناعية الصغيرة في مدينة جرش- مشاكل ومعوقات، مجلة دراسات، العلوم الإدارية، المجلد 32، العدد 1، 2002 الجامعة الأردنية، عمان. م ت ف، عدد 188، 1998، بيروت.

المراجع الأجنبية:

- 1- Agarwal, S, Erramili, M K. and Chekitan, SD. 2003," Marketing Orientation and Performance in Service firms: Role of Innovation" Journal of Services Marketing.
- 2- American Marketing Association, (1960). "Committee on Definitions: Marketing definitions: a Glossary of Marketing Terms" Chicago USA.
- 3- Analoui, Farhad & Al-Madhoun, Mohammed (2006), Empowering SME Managers in Palestine. Ashgate Publishing Limited- England.
- 4- Andre Boyer et Autres, Panorama de la gestion, Edition Organization, Paris, France, 1977.
- 5- Armstrong, G. M. (2006), Marketing: An Introduction, Prentice Hall, New Jersey.

- 6- Avci, A, Umut 1, Madanoglu, Melih & Okumus, Fevzi, 2011, Strategic Orientation and Performance of Tourism firms: Evidence from a developing country, Tourism Management.
- 7- Backer, metal EDT (Marketing Theory and Prentice), Macmillan Education LTD, 2ed London, 2000.
- 8- Berkowitz, Eric, N.et al, Marketing, 6th Ed, McGraw – Hill, 2000.
- 9- Boon, Louis E, Kurtz, David 1. Contemporary Marketing 7th ED. The Dryden Press Int 1 U.S.A 1992.
- 10- Boumback, Clifford.m. 1998, Small Business, Prentice In USA.
- 11- Boyed, Harber, W. & Walker, Orville, C. Marketing Management 2nd ed, Irwin, Boston, 1990.
- 12- British Institute of Marketing (BIM) , BIM Magazine, Vol. 3, No.16, London, 1979.
- 13- Buel, P. Victor 1997, Marketing management: A strategic Planning approach, Mc Graw, Hill, new York, 3rd, ed, London.
- 14- Cravens W. david, Hills E. Gerald and Woodruff B. Robert, Marketing Management, Irwin, Homewood Illinois, 1987.
- 15- David, fred R. 2011, Strategic Management : Concepts & Cases, New Jersey, 8th, prentice Hal Inc.
- 16- David, W 92002), The New Product Process Journal of Management, Vol, 31.
- 17- Davis, Kenneth, “Marketing Management”, 4th Ed John Wiley and Sons, Inc, 1981.
- 18- Dibb. Sally and others “Marketing concepts and Strategies” USA, 1994.
- 19- Dolan J. Robert “How do you know when the price is right”, Harvard Business Review, oct, 1995.
- 20- Edmund J. McCarthy, and William D. Perrault, Essentials of Marketing, Irwin, 1991.
- 21- Edunms, s.w. Performance Measures for Business, Harvard Business Review Baubback C.M, How to Organize and Operate Small Business Leader, Fearon H and England W, Purchasing and Material Management 2000.
- 22- Edward L. brink and William J. Kelley, "The Management of Promotion" Prentic-Hall 1963.
- 23- Evans, L, T, (2006), The Service Price Concept, Victoria University of Wellington.
- 24- Farris, P. W., Dahmen, P, & Rodringuez, E. (2010). Marketing Metrics: The Definitive Guide to measuring Marketing Performance. Pearson Education.
- 25- Farris, P. W., Dahmen, P, & Rodringuez, E. (2010). Marketing Metrics: The Definitive Guide to measuring Marketing Performance. Pearson Education.

- 26- Fred M Ssewamala: Using individual Development accounts for Microenterprise Development, Journal of Developmental Entrepreneurship, VOL. 11. NO. 2, 2006, pp 118- 120
- 27- Frish, James, E Marketing Principle 2nd, research and education association, jersey, 1996.
- 28- Garland, Jim and Garland, Joan- Small Business Management: Tools for Success, Pws Kent company, USA. 1995.
- 29- GhoshK M.(2011). Green Marketing- Changing Concept in Changing Time. Bvimr Management Edge, 4(1).
- 30- Gravens, David, W. & Pierey Nigal, F. Strategic Marketing 8th Ed, McGraw – Hill, 2006.
- 31- Henard, D, H, & Szymanski, D. M. (2001), Why Some New Product Are More Successful Than Others, Journal of Marketing Research.
- 32- Holy Edmunds, Small Business Marketing, International Ideas Home for Publishing & Distribution, 2011, Amman.
- 33- Investment Guide to Palestine, 2008, Palestine Investment Conference, Bethlehem, May 21-23, 2008.
- 34- Jerom a. Katz / Richard P. Green, Entrepreneurial Small Business, McGraw Hill-Irwin, New York, 2007.
- 35- Jerome Katz & Richard Green, Entrepreneurial Small Business,2009, McGraw-Hill Irwin, New York, P. 233.
- 36- Jerry, B & David, M, (2007), The New Product Process at Emerson Electric – Industrial Management Vol, 31.
- 37- Jobber, D., fahy, J., & Kavanagh, M. (2003), Foundation of Marketing, Mc Graw- Hill, New York.
- 38- Kaplan, Robert S & Norton, David P, 1996, “Balanced scorecard: Translating Strategy into Action”, Harvard Business school press, Boston, Massachusetts.
- 39- Karster, Blow, (2008), Physical distribution under the New Marketing Concept, Distribution Company.
- 40- Kenneth E. Runyon. The Practice of Marketing, Charles E. Merrill Publishing Company, Columbus, Ohio, U.S.A. 1982.
- 41- koltler Philip and Gary Armstrong (2004). Principles of Marketing, 9th edn. Prentice Hall.
- 42- Kotler, P & Armestrong. G, (2004), Principles of marketing gth, prentice- Hill N-J.
- 43- kotler, P & Armstrong 2004, Principles of Marketing, (12th Edition), Prentice- Hall.
- 44- Kotler, P. (2009), Marketing Management, Pearson Education India, P:705.
- 45- kotler, P., & Keller, K. L. (2006): Marketing Management. Pearson Education India.

- 46- Kotler, p: 1997. Marketing Management: Analysis, Planning Implementation and Control, Hall, Inc, 9th ed. New Jersey.
- 47- Kotler, Philip (2000) Marketing Management the Millennium Edition. Tenth Edition Prentice Hall.
- 48- Kotler, Philip, (2004), Principle of Marketing , Prentice Hall- New Jersey, p4
- 49- Kotler, Philip, Marketing Management 11ed, prentice hall, 2003.
- 50- Kotler, Philip, Marketing Management, 8th Ed, prentice hall, International, Inc, New Jersey, 1994.
- 51- Kotler, Philip, Marketing Management: Analysis, Planning and Control, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, New Jersey, 1988.
- 52- Kotler,P (2008) Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control, prentice- Hall, NJ.
- 53- Kotler,P: 1997. Marketing Managwment, op. cit: 165.
- 54- Kotler. (2009), Marketing Management, Pearson, Education India, 2015.
- 55- Kotler. P & Armestrong. G, (2004), Principles of Marketing gth, Prentice-Hill N-J.
- 56- Kotler. P & Armestrong. G, (2004), Principles of Marketing, Pretice- Hill N- J.
- 57- lancartes, Geoff & Massingham, lestes Essentials of Marketing 2nd ed, Prentice- Hill, Inc, 1993.
- 58- Lancaster & Massingham. 1995, P. 262.
- 59- Marketing, Rom. Marketing Strategy and Management, 2nd, John Wiely and Sons, Inc, 1982.
- 60- Mc Carthy. E. Jerome & Perreault, William, Essentials of Marketing, 4th ed, Irwin, Inc, 1989.
- 61- Mc Cathy, E. J. 1 Perreault, W.Jr. “Basic Marketing A managerial Approach”, Richard D. Irrwin, Inc, 1989.
- 62- McCarthy, E. Jerome, William D. Perrenault, (2000) Essentials of Marketing – A global Managerial Appeoach-8th Edition, IRWIN Publish- P:19.
- 63- Norayana, P. S & Roa, P. C. K, Interoduction to Marketing Management, 1st ed, Sarjeet Publications, delhi, 1993.
- 64- Park, W. and Zaltman, G. (1987) Marketing Management. The Dryden Press, (1987) New York.
- 65- Paul Peter, James Donnelly, Marketing Knowledge and Skill, Mc Graw Hill- Irwin, New York, 2004.
- 66- Paul, Christ, (2009), Know this Marketing Basies WWW. Virtual library. Com.
- 67- Philip Kotler, Bernand Dubois, Marketing Management, Publi Union edition, Paris, France, 10 eme edition, 2002.
- 68- Philip Kotler, Marketing Management, Analysis, Planning and Control, 5 th prentice Hall, 1992.

- 69- Philip Kotler, Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and control, 8th Ed, Engewood cliffs, N. J. Prentice Hallm 1994..
- 70- pride M. William, Ferrell. O. C. (2000) Marketing Concepts and Strategies. Houghton Mifflin Company- Boston, P:447-448.
- 71- Pride, William M, and Ferrell, O.C, Marketing: Concepts and Strategies, Houghton Mifflin Co. (2000), P: 16-20.
- 72- Robert, P, Debove & Rey, A, (1993), Le Nouveau Petit Robert, Dictionaries Le Robert.
- 73- Scarborough, Norman and Zimmer, Thomas " Effective Small Business Management", 5th Edition—Prentice Hall Ice . N. J.
- 74- Shari, W, (2009), Retail Pricing Strategies Set the right Price, New York, Tim Company.
- 75- Siro, Poils, Nicholass (1999), Small Business Management Guide to Entrepreneurship, Fifth Edition, Houghton Mifflin Company.
- 76- Small Business Characteristic (Royce and Hall. 1995).
- 77- Stanly Ulanof "Advertising in America", New York, Hasting House, 1979, P. 521.
- 78- Stanton William J., (1998), Fundamentals of Marketing. 5th ed. MC Craw Hill- int 1. Book. Co.
- 79- Stanton, w, (1996), Fundamental of Marketing, Education, Puklan, Mc Graw-Hill Book.com.
- 80- Stanton, William, J. et al, Marketing, 11th ed, Irwin-McGraw-Hill, 1997.
- 81- Stanton. W, (1991), Fundamentals of Marketing 12th end Mc Graw Hill, New Jersey.
- 82- Stanton. Wk (1991), Fundamentals of Marketing 12 end, Mc Graw Hill, New Jersey.
- 83- Thompson, Joln" Strategies Management cosepts Practice and Cases" Harper & Row publish in 1994.
- 84- Tracy Daniel Connors, Dictionary of Mass Media & Communication. N4 & London, Longman, 1982, P. 191.
- 85- Vandercammen, M, Marketing, Paris: De Bock, 2003.
- 86- Wheelen, tomas L & hunger, J. David, 2008, Strategic Management and Bussiness Policy, pearson Education Inc. upper Saddle River, New jersey, 11th Ed.
- 87- William G Zikmund and Michael d Amico, Marketing, West Publishing Company, 1993.
- 88- William J. Staton, "Fundamentals of marketing" Mc Graw-Hill 1971.
- 89- World Bank, Economic Monitoring Note for West Bank and Gaza, 30 April 2009.
- 90- WWW. Marketing Power. Com/marketing definition gloss ary. Html.

- 91- www.nku, (2006), Distribution Concept Sport Marketing Asbate gicpers Pective.
- 92- Zepiel, J, A. 1992, competitive Marketing Strategy, 1st, Ed, prentice- Hall, U.S.A.