

أولاً : النتائج

من خلال الجانب النظري للبحث والدراسة التطبيقية، فقد أسفر البحث عن عدة نتائج، أهمها:-

1. يوجد أثر لعناصر التخطيط الاستراتيجي على أداء المنظمة.
2. أن التخطيط الاستراتيجي يقوى التعاون بين مختلف أنشطة المنظمة، كما يسهم في وصف النمو المتوقع لمستقبل المنظمة.
3. أن تحديد بدائل الاستراتيجيات التسويقية الموجهة للعمل يسهم في صياغة استراتيجية تسويقية ناجحة.
4. التخطيط الاستراتيجي يقوم على تحقيق التفاعل والتغذية المرتدة بين التخطيط والتنفيذ.
5. عناصر التخطيط الاستراتيجي تنعكس بشكل إيجابي في تحقيق مزيد من المزايا التنافسية.
6. أن تبنى أفضل الممارسات من أجل التحسين المستمر يسهم في تنفيذ الاستراتيجية التسويقية.
7. أن التخصص يلعب دورا واضحا في تحديد المعيار الذي يستخدم في تخصيص الموارد بين الاستخدامات البديلة.
8. أن صياغة الخطط الاستراتيجية تؤدي إلى تسهيل عملية ترجمة الأهداف العامة والأهداف التشغيلية الى هيكل عمل يتضمن إسناد المهام للعناصر المسؤولة داخل المنظمة.
9. أن الأهداف السنوية المطلوب تحقيقها توضع لكل إدارة وكل قسم.
10. المقاييس المحاسبية التقليدية للأداء تعتبر غير كافية لصنع القرارات الاستراتيجية في حين تعد الانتاجية (الكفاءة) تعد أحد المقاييس الفاعلة في تقييم الأداء الإداري.
11. أن الشركة تستخدم معدل نمو صافي الربح الى المبيعات مؤشر على الأداء المالي
12. أن معرفة الإدارة العليا بمفهوم الإدارة الاستراتيجية تسهم في تطوير العملية الإدارية داخل الشركة.
13. أن الإدارة العليا ليست الجهة الوحيدة التي تقوم بصياغة الاستراتيجية والتخطيط لتطبيقها.
14. هنالك علاقة بين عناصر التخطيط الاستراتيجي والأداء المالي والإداري.

ثانياً: التوصيات :

بناء على نتائج البحث يوصى الباحث بالاتي

1. علي الشركة التركيز علي عناصر التخطيط الاستراتيجي وذلك من أجل التعاون بين مختلف أنشطة المنظمة، ووصف النمو المتوقع لمستقبل المنظمة.
 2. علي إدارة الشركة تحديد بدائل الاستراتيجيات التسويقية من أجل سياسة تسويقية ناجحة.
 3. على الشركة التركيز علي التخصص في تحديد المعيار، وصياغة الخطط الاستراتيجية من أجل تسهيل عملية ترجمة الأهداف العامة، والأهداف التشغيلية الى هيكل عمل يتضمن اسناد المهام للعناصر المسؤولة داخل المنظمة.
 4. علي الشركة عدم الاعتماد على مقاييس للأداء تعتبرها غير كافية لصنع القرارات الاستراتيجية.
 5. ينبغي علي الشركة الاعتماد علي مقاييس أخرى بخلاف المقاييس المحاسبية التقليدية للأداء لأنها تعتبر غير كافية لصنع القرارات الاستراتيجية.
- الدراسات المستقبلية المقترحة:**
15. دراسة أثر التخطيط الاستراتيجي للخصصة على مستوى أداء المنظمات.

قائمة المراجع والمصادر

- القرآن الكريم.
- أولاً : المصادر والمراجع باللغة العربية.
- ١. الكتب
- 1. أحمد حسين الرفاعي، مناهج البحث العلمي، (عمان: دار وائل للنشر، ط:2، 1999م)
- 2. أحمد شاكر العسكري، التسويق الصناعي، (عمان: دار وائل للنشر، 2000م).
- 3. أحمد القطامين، الإدارة الاستراتيجية - حالات ونماذج تطبيقية، (عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 2002م)
- 4. أحمد ماهر، دليل المدير خطوة بخطوة في الإدارة الاستراتيجية، (الإسكندرية: الدار الجامعية، 1999م).
- 5. آرثر أيد تومسون. أيد جي ستريكلاند، الإدارة الاستراتيجية- المفاهيم والحالات العملية، (بيروت: مكتبة لبنان ناشرون وموزعون، 2006م)،
- 6. اياد عبد الفتاح النور، إستراتيجيات التسويق، (عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، 2012م).
- 7. بشير العلاق، التسويق في عصر الإنترنت والاقتصاد الرقمي، (القاهرة: المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 2005م).
- 8. بشير العلاقة، وحميد الطائي، تسويق الخدمات مدخل استراتيجي وظيفي تطبيقي، (عمان: دار زهروان للنشر، 2001م).

9. بلال خلف السكارنة، التخطيط الاستراتيجي، (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2010م).
10. تامر البكري، أحمد الرجوس، تسويق الخدمات المالية، (الشارقة: مكتبة الجامعة، 2008م).
11. تامر البكري ود. أحمد الرحومي، تسويق الخدمات المالية، (عمان: إثراء للنشر والتوزيع، 2008م).
12. جاري ديسلر، أساسيات الإدارة - ترجمة أحمد محمد حامد حجاج، (الرياض: دار المريخ للنشر والتوزيع، ط2، 2010م).
13. جلال جويده القصاص، تخطيط المشروعات ودراسات الجدوى الاقتصادية، (الإسكندرية: الدار الجامعية، 2010م).
14. جمال داود أبو دولة، ود. لؤي محمد صالحية، تقييم مستوى ممارسة التخطيط الاستراتيجي في إدارة الموارد البشرية - دراسة مقارنة بين منظمات القطاعين العام والخاص الأردنية، (القاهرة: المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 2010م).
15. حسام العربي، التخطيط الإداري، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010م).
16. حسن علي، الدليل العلمي للاستراتيجيات والخطط التسويقية، (عمان: دار الرحمن، 2000م).
17. حسن محمد أحمد محمد مختار، الإدارة الاستراتيجية المفاهيم والنماذج، (القاهرة: الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، 2008م).
18. حميد الطائي، المفهوم المجتمعي للتسويق في صناعة السياحة، الملتقى الأول للتسويق في الوطن العربي (الواقع وآفاق التطوير)، الشارقة: المنظمة العربية للتنمية الإدارية، الفترة من 15-16 أكتوبر 2002م).

19. حميد عبد النبي الطائي، بحوث التسويق - مدخل نظري وتطبيقي، (عمان: دار اليازوري للنشر، 2008م).
20. حميد عبد الغني الطائي، التسويق السياحي - مدخل استراتيجي، (عمان: دار المعرفة، 2004م).
21. خليل محمد الشماع، مبادئ الإدارة مع التركيز على إدارة الأعمال، (عمان : دار المسيرة للنشر والتوزيع/ ط11، 2011م).
22. ربحي مصطفى عليان، أسس التسويق المعاصر، (عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، 2009م).
23. (2010م).
24. رائد محمد عبد ربه، أسس التسويق الحديث، (عمان ، دار الجنادرية، 2013م).
25. زيادة زنبوعة، إستراتيجيات التسويق في ظل الأزمات الاقتصادية والتحديات المعاصرة، متاح على الرابط www.jip_dir.com، تم الإطلاع في 2013/8/28م.
26. شارلز، وجاريز جونز، الإدارة الاستراتيجية- مدخل متكامل/ ج1، (الرياض: دار المريخ للنشر، 2001م).
27. شريف أحمد شريف، التسويق النظرية والتطبيق، (الإسكندرية، الدار الجامعية، 2006م).
28. صديق محمد عفيفي، التسويق مبادئ علمية وتطبيقية، (القاهرة : دار إيتراك للنشر، 2009م).
29. طاهر محسن منصور الغالبي، ووائل صبحي إدريس، الإدارة الاستراتيجية - المفاهيم والعمليات، (عمان: دار وائل للنشر، 2011م).

30. طاهر مرسي عطية، برامج إستراتيجيات التسويق في مجال الخدمات،(عمان: بنك الاسكان - مركز التدريب، 2004م).
31. طلعت أسعد عبد الحميد، الاستراتيجيات الحديثة في التسويق، (القاهرة: اتحاد بنوك مصر، 1997م).
32. عادل رزق، مفهوم الإدارة الاستراتيجية لتحسين القدرة التنافسية، ندوة تحسين القدرة التنافسية للمؤسسات العامة والخاصة وفقا لمعايير الأداء الاستراتيجي، وورشة عمل أساليب إدارة التكلفة لترشيد القرارات الإدارية، (القاهرة: المنظمة العربية للتنمية الإدارية، الفترة من 10-14 يونيو، 2007م).
33. عادل فهمي محمد بحر، اقتصاديات التسويق الملائمة للدول النامية، مجلة الإداري، (مسقط: معهد الإدارة العامة، العدد 33-34، 1988م).
34. عامر عبدالله موسى، إدارة التسويق، (عمان: دار البداية ناشرون وموزعون، 2009م).
35. عايدة سيد خطاب، الإدارة الاستراتيجية للموارد الاستراتيجية، (القاهرة: دن/ ط2، 1999م).
36. علي حامد العناصر، تسويق الخدمات، (عمان، دار وائل للنشر، 2006م).
37. علي شريف، وآخرون، الإدارة المعاصرة، (الإسكندرية : دار الفكر الجامعي، 2008م).
38. علي فلاح الزعبي، إدارة التسويق منظور تطبيقي إستراتيجي، (عمان: دار اليازوري، 2009م).
39. علي ماهر خطاب، القياس والتقويم في العلوم النفسية والتربوية والاجتماعية، (القاهرة: الأنجلو المصرية، ط:7 2008م).

40. عبد الحميد عبد الفتاح المغربي، الإدارة الاستراتيجية بقياس الأداء المتوازن، (المنصورة: المكتبة العصرية، 2007م).
41. عبد الحميد عبد المطلب، الإدارة الاستراتيجية في بيئة الأعمال، (القاهرة: الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، 2010م).
42. عبد السلام أبو قحف، التسويق وجهات نظر معاصرة، (القاهرة: مطبعة الاشعاع، 2001م).
43. عبدالعزيز مصطفى أبونبعة، التسويق المعاصر - النظرية والتطبيق، (عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع، 2006م).
44. عبد القادر محمد فهمي، المدخل إلى دراسة الاستراتيجية، (عمان: دار مجدلأوي للنشر والتوزيع، 2010م).
45. عيسى حيرش، الإدارة الاستراتيجية، (عمان: دار الوراق للنشر والتوزيع، 2011م).
46. غريب جبر جبر، التخطيط الاستراتيجي لتطوير الأداء، (القاهرة: دار السحاب للنشر والتوزيع، 2009م).
47. فايز العنزي، إدارة علاقات العملاء، متاح على الرابط، www.bub.com ، تم الإطلاع، 2013/8/28م.
48. فريد كورتل، الاتصال التسويقي، (عمان: دار كنوز للنشر والتوزيع، 2010م).
49. فريد كورتل وآخرون، تسويق الخدمات الصحية، (عمان: دار كنوز المعرفة، 2012م).
50. فريد علي محمد شوشة، الإدارة الاستراتيجية، (القاهرة : دار النهضة العربية، 1999م).

51. مارتن الكلوفلن، التخطيط الاستراتيجي للجامعات والتعليم العالي - تعريب
إشرف محمود، (عمان: دار زهران للنشر والتوزيع، 2010م).
52. مؤيد سعيد السالم، أساسيات الادارة الاستراتيجية، (عمان: دار وائل للنشر،
2009م).
53. محمد إبراهيم عبيدات، إستراتيجية التسويق مدخل سلوكي، (عمان: دار وائل
للنشر، 2002م).
54. محسن أحمد الحضيبي، التسويق المصرفي، (القاهرة : ايتراك للنشر،
1999م).
55. محمد أحمد عبد النبي، إدارة التسويق، (عمان: دار زمزم ناشرون وموزعون،
2013م).
56. محمد جاسم محمد، استراتيجيات التسويق، (عمان: دار الحامد للنشر،
2000م).
57. محمد حافظ حجازي، الإدارة التسويقية، (الإسكندرية: المعهد العالي للسياحة،
2003م).
58. محمد حسين أبو صالح، التخطيط الاستراتيجي القومي، (الخرطوم: شركة
مطابع العملة السودانية، 2008م).
59. محمد حسين العيساوي، وآخرون، الإدارة الاستراتيجية المستدامة- مدخل
لإدارة المنظمات في الألفية الثالثة، (عمان: دار الوراق للنشر والتوزيع، 2012م).
60. محمد رشاد الحملاوي، التخطيط الاستراتيجي، (القاهرة: مكتبة عين شمس،
د.ت).

61. محمود السيد، دراسات متقدمة في إدارة الموارد البشرية، (القاهرة: د.ن، 2010م - 2011م).
62. محمد صادق العظمي، التسويق الزراعي، (القاهرة: جامعة عين شمس المركز التعليمي المفتوح، د. ت).
63. محمد عبد الخالق، الإدارة المالية والمصرفية، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع. لات.
64. محمد عبدالعظيم أبو النجا، إدارة التسويق مدخل إستراتيجي، (الإسكندرية: الدار الجامعية، 2011م).
65. محمد عبد الفتاح العشماوي، الإدارة الاستراتيجية والتميز الإداري التخطيط الاستراتيجي، (القاهرة : دار السحاب للنشر والتوزيع، 2009م).
66. محمود صادق بازعة، إدارة التسويق، (القاهرة : إيتراك للنشر والتوزيع، 2004م).
67. محي الدين أزهرى وآخرون، مبادئ التسويق، القاهرة : المركز التعليمي المفتوح، جامعة القاهرة، 2001م).
68. مدحت محمد أبو النصر، مقومات التخطيط والتفكير الاستراتيجي المتميز، (القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2009م) .
69. مصطفى محمد أبوبكر، دليل التفكير الاستراتيجي وإعداد الخطة الاستراتيجية، (الإسكندرية: الدار الجامعية، 2000م).
70. مصطفى محمود ابوبكر، مدخل تطبيقي في إدارة التسويق، (الاسكندرية: الدار الجامعية، 2000م).

71. موفق محمد الضمور، التخطيط الاستراتيجي للموارد البشرية في القطاع العام، (عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع، 2011م).
72. ميرلين اسونليكر، ماتنجز التسويق مدخل علاقتك بالعملاء، (القاهرة : دار الفاروق للنشر، 2003م).
73. نادية العارف، الإدارة الاستراتيجية، (الإسكندرية: د.ن، 2003-2004م).
74. نادية العارف، التخطيط الاستراتيجي والعولمة، (الإسكندرية: الدار الجامعية، 2002م).
75. نزار عبد المجيد البريري وآخرون، إستراتيجية التسويق، (عمان: دار وائل للنشر، 2004م).
76. هالة محمد لبيب عنبه، د. نيفين عزت حبيشي، الإدارة العامة، (القاهرة: د.ن، 2007م).
77. هاني عبد المجيد الشرقاوي، الإدارة الاستراتيجية للمؤسسات التعليمية، (الإسكندرية: ندوة الاستراتيجية للمؤسسات التعليمية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، الفترة من 26-30 يونيو 2005م).
78. واثق شاكر محمود، التسويق الاستراتيجي، (الدوحة: مؤسسة الخليج، 1997م).
79. ياسين الغالبي، الإدارة الاستراتيجية، (عمان: دار اليازوري للنشر والتوزيع، 1998م).
80. يحيى مصطفى عليان، أسس التسويق المعاصر، (عمان ، دار حنين للنشر والتوزيع، 2008م).

ب: الدوريات:

1. أحمد العوضي، العوامل المؤثرة في إدراك العاملين لمفهوم الجودة الشاملة وأثره على خلق القدرة التنافسية للمنظمة، (جامعة المنصورة ، كلية التجارة ، المجلة المصرية للدراسات التجارية، المجلد (33) العدد الأول، 2009م).
2. هندي بن عبدالله الهندي، نظام خبرة مقترح للتخطيط الاستراتيجي، مجلة البحوث التجارية، (كلية التجارة - جامعة الزقازيق، المجلد(23) العدد الأول يناير 2001م).
3. أمل الفرحان، وعبد الكريم السكر، المنهج الاستراتيجي في التخطيط التنموي في الأردن، مجلة دراسات،(عمادة البحث العلمي - الجامعة الأردنية، مجلد (22)، العدد الثاني، 1995م).
4. محمد بسطامي منصور، التفاعل بين عملية التخطيط الاستراتيجي للمنشأة وعملية التخطيط الاستراتيجي في التسويق، المجلة العلمية لتجارة الأزهر، (كلية التجارة - جامعة الأزهر، العدد(25)، 2000م).
5. توفيق محمد عبد المحسن، التخطيط الاستراتيجي للتسويق دراسة ميدانية بالفنادق الكبرى بمدينة القاهرة، المجلة المصرية للدراسات التجارية، (كلية التجارة - جامعة المنصورة، المجلد(14) العدد الرابع 1990م).
6. جمال الدين محمد مرسي، دراسة تحليلية لمعوقات التسويق الخارجي للمنتجات المصرية المصنعة، مجلة آفاق جديدة، (كلية التجارة -جامعة المنوفية، العدد الأول السنة الحادية عشر يناير، 1999م).
7. جمال عبد الحميد، الإدارة الاستراتيجية وتأثيرها على أداء منظمات الأعمال، مجلة الدراسات المالية والتجارية، (كلية التجارة - جامعة بني سويف، العدد الأول، 2007م).
8. حسين موسي راغب، دور التخطيط الاستراتيجي في تحسين الأداء وتحقيق الأهداف في المنظمات التي لا تهدف إلى الربح، المجلة العلمية لجامعة الأزهر، (كلية التجارة - جامعة الأزهر فرع البنين، العدد الخامس عشر، 1988م).

9. خالد بن محمد بن عبدالله العبيدي، واقع التخطيط الاستراتيجي في المستشفيات العامة بمنطقة الرياض، مجلة البحوث التجارية، (كلية التجارة - جامعة الزقازيق، المجلد (28) العدد الأول 2006م).

10. رائف توفيق الحاج حسين، الاستراتيجيات التسويقية في البنوك الاردنية، دورية الاداري، (معهد الادارة العامة، مسقط: سلطنة عمان، المجلد (20) العدد الرابع والسبعين، سبتمبر 1998م).

11. محمد أمين محي الدين السيد علي، المفهوم الحديث للتسويق في قطاع الصناعات الغذائية في الأردن، مجلة الإداري، (مسقط : معهد الإدارة العامة، المجلد (23) العدد الخامس والثمانون، 2001م).

12. صالح بن سليمان الرشيد، نحو استراتيجية تسويقية شاملة للمؤسسات الخيرية السعودية في إطار المستجدات العالمية، مجلة البحوث التجارية، (كلية التجارة - جامعة الزقازيق، المجلد (30) العدد الأول، 2008م).

13. فوزي شعبان مدكور، تحليل وتشخيص لمشكلات التصدير بالأسواق الأجنبية لصناعة السيراميك الرقيق المصرية وسبل تنمية الحصة السوقية - دراسة استكشافية، المؤتمر العلمي السنوي الثاني للاتجاهات الحديثة في إدارة الأعمال، (القاهرة: المجلس الأعلى للجامعات، اللجنة العلمية الدائمة لإدارة الأعمال، 6-7 أبريل، المجلد الأول، 2000م).

ج: الرسائل الجامعية

1. موفق محمد الضمور، واقع التخطيط الاستراتيجي للموارد البشرية في القطاع العام الأردني، رسالة دكتوراه في إدارة الأعمال غير منشورة، (الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية - كلية العلوم المالية والمصرفية، 2008م).

2. مصطفى عبدالمجيد المصري، استراتيجية التسويق بالعلاقات وأثرها على الأداء التسويقي للمصارف، رسالة دكتوراة في إدارة الأعمال غير منشورة (جامعة أمدرمان الإسلامية، معهد بحوث ودراسات العالم الاسلامي، 2011م).

3. محمد عبد القادر السيد بسيوني، إطار مقترح لمراجعة الاستراتيجية بهدف زيادة فعالية الأداء الإداري على مستوى الوحدة الاقتصادية، رسالة ماجستير في المحاسبة غير منشورة، (جامعة عين شمس - كلية التجارة، 2007م).

4. فاتن فاروق الأمين، أثر التخطيط الاستراتيجي على تسويق الصمغ العربي، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال غير منشورة، (جامعة أمدرمان الإسلامية، كلية الدراسات العليا، 2009م).

5. أمين بخيت عسكر، التخطيط الاستراتيجي كأداة لتحسين معايير البنوك التجارية في مصر، رسالة دكتوراه في إدارة الأعمال غير منشورة، (جامعة قناة السويس - كلية التجارة بالإسماعلية، 2006م).

6. آية رياض العبد القادر بورزان، إطار مقترح لنظام المعلومات الإدارية لترشيد عملية التخطيط الاستراتيجي بالتطبيق على كليات حلب، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال غير منشورة، (جامعة عين شمس - كلية التجارة، 2010م).

7. حسام محمد حسن، الإدارة الاستراتيجية ومدى تطبيقها بمؤسسات التعليم العالي والاهلى بولاية الخرطوم، رسالة دكتوراه في إدارة الاعمال غير منشورة، (جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا - كلية الدراسات العليا، 2005م).

8. حسن على كامل، دور التخطيط الاستراتيجي للتسويق في تنمية صناعة البرمجيات في مصر، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال غير منشورة، (كلية التجارة - جامعة عين شمس، 2003م).

9. خليل إبراهيم عثمان حسين، التخطيط الاستراتيجي كمدخل للتطوير الشامل في قطاع الصناعات الغذائية، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال غير منشورة، (جامعة حلوان - كلية التجارة وإدارة الاعمال، 2000م).
10. حسن محمد حسين، نموذج مقترح لتفعيل استراتيجيات إتخاذ القرار للإرتقاء بجودة الخدمة التعليمية، رسالة دكتوراه في إدارة الأعمال غير منشورة، (جامعة عين شمس - كلية التجارة، 2010م).
11. رضوان أحمد الفكي، دور الإدارة الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال غير منشورة، (جامعة الزعيم الأزهري - كلية الدراسات العليا، 2011م).
12. زهير حسن ثابت ، التخطيط الاستراتيجي للتسويق كمدخل لتنمية الصادرات المصرية من السلع المصنعة،(رسالة دكتوراه في إدارة الأعمال غير منشورة، كلية التجارة جامعة عين شمس، 1984م).
13. صديق أحمد إبراهيم، أثر التخطيط الاستراتيجي على التسويق الرياضي - بالتطبيق على الاستراتيجية القومية الشاملة" 1992-2002م، رسالة دكتوراه في التخطيط الاستراتيجي القومي، (جامعة أم درمان الإسلامية - معهد البحوث والدراسات الاستراتيجية، 2011م).
14. علاء الحدية حسن سليمان، أثر التخطيط الاستراتيجي على تسويق الخدمات الفندقية، رسالة دكتوراه في إدارة الأعمال غير منشورة، (جامعة أمدرمان الإسلامية، كلية الدراسات العليا، 2008م).
15. كمال باشا رقيق آدم، أثر التخطيط الاستراتيجي على تسويق الخدمات الطبية، رسالة ماجستير في إدارة الاعمال غير منشورة، (جامعة أمدرمان الإسلامية - كلية الدراسات العليا، 2011م).

16. عادل أرباب أحمد، أثر التخطيط الاستراتيجي على تسويق السلع الاستهلاكية، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال غير منشورة، (جامعة امدرمان الإسلامية، كلية الدراسات العليا، 2011م).

17. غازي رسمي أبو قاعود، دور الإدارة الاستراتيجية في تحسين الاداء المؤسسي في المنظمات العامة في المملكة الاردنية الهاشمية، رسالة دكتوراه في الادارة العامة غير منشورة، (جامعة القاهرة - كلية الإقتصاد والعلوم السياسية، 2006م).

18.

ثانيا: المصادر المراجع الإنجليزية:

- 1- H. Wilson and M. McDonald, "Critical problems in marketing planning : the potential of decision support systems", Journal of Strategic Marketing, Vol.2, Issue 4, 1994.
- 2- M.Suchae and H. Jhon, "Determinants and benefits of global strategic marketing planning formality", International Marketing Review, Vol. 17, Issue 6, 2000.
- 3- P.A. Phillips; et.al, "The interactive effects of strategic marketing planning and performance: A neural network analysis", Journal of Marketing Management, Vol. 17, 2001
- 4- L.Brown and M.H.B.McDonald, Competitive Marketing Strategy for Europe: Developing, Maintaining and Defending Competitive Advantage (the MaCmill an press LTD., 1994.
- 5- M.M. Andre & P.M. Saraiva, " Approaches Of Portuguese Companies For Relating Customer Satisfaction With Business Results", Total Quality Management, Vol. 11, Issue 7, 2000
- 6- M. McDonald, "6- Strategic marketing planning: Theory, practice and research agendas", Journal of Marketing Management, Vol. 12, Issue 1-3, 1996.

