

قائمة المراجع

1. أحمد إبراهيم غنيم. الإدارة الإستراتيجية لتسويق المنتجات. (القاهرة، 1990م). دار النهضة العربية.
2. أحمد إبراهيم غنيم. الإدارة الإستراتيجية لتسويق الخدمات. (القاهرة، 1990م). دار النهضة العربية.
3. أحمد عاشور. إدارة القوى العاملة، الأسس السلوكية وأدوات البحث التطبيقي. (القاهرة، 1985م). دار المعرفة الجامعية.
4. أحمد عبدالله اللحج. ومصطفى محمود أبوبكر. البحث العلمي أسس عملية وحالات تطبيقية. (الإسكندرية، 1998م). الدار الجامعية.
5. أحمد عرفه. سميه شلبي. التسويق والفراغ الإداري والأدوار التسويقية وسلوك المستهلك. الكتاب السادس. (نيويورك، بدون تاريخ) سلسلة الإدارة لدحر الفراغ الإداري.
6. أحمد على سليمان. سلوك المستهلك بين النظرية والتطبيق. (الرياض، 2000م) مركز البحوث.
7. إسماعيل السيد. التسويق. (الإسكندرية، 2004م). الدار الجامعية.
8. البراوري نزار عبد المجيد البرنجي. محمد فهمي. إستراتيجية التسويق (المفاهيم، الأسس، الوظائف). ط4. (عمان، 2004م). دار وائل للنشر.
9. أمين فؤاد الضرغامي. بيئة السلوك التسويقي. (القاهرة، بدون تاريخ). شركة الطوجي للطباعة والنشر.
10. ثابت عبدالرحمن إدريس وجمال الدين محمد المرسى. السلوك التنظيمي . نظريات ونماذج وتطبيق عملي لإدارة السلوك فى المنظمة. (القاهرة، 2005م). الدار الجامعية.
11. حامد أحمد رمضان بدر. السلوك التنظيمي. (القاهرة، 1999م). دار النهضة العربية.

12. حسين حريم. السلوك التنظيمي وسلوك الأفراد في المنظمات. (عمان، 1997). دار زهران للنشر والتوزيع.
13. حسين على. الأساليب الحديثة في التسويق. الدليل العملى . الإستراتيجيات والخطط التسويقية . ط1. (دمشق، 2000). دار الرضا للنشر.
14. حسين على. الأساليب الحديثة في التسويق. الدليل العملى. الإستراتيجيات والخطط التسويقية. ط1. (دمشق، 2000م). دار الرضا للنشر.
15. رضوان الأمين محمد. السلوك الشرائى للمستهلك السودانى. (جامعة أدمرمان الإسلامية، 1998). (دراسة غير منشورة) لنيل درجة الماجستير.
16. سارة وايت. أساسيات التسويق. الإعداد والترجمة تيب توب لخدمات التعريب والترجمة. الناشر الأجنبي كيو. (القاهرة، 2001م). دار الفاروق للنشر والتوزيع.
17. سلافة عبد المنعم طه. العلاقات الإنسانية وأثرها على السلوك التنظيمى والرضا الوظيفى للعاملين بمنظمات الأعمال. بالتطبيق على الشركة السودانية للاتصالات (سوداتل)،. (جامعة السودان، 2004). (دراسة غير منشورة)، لنيل درجة الماجستير فى إدارة الأعمال.
18. شريف أحمد العاصي. التسويق . النظرية والتطبيق. (الاسكندرية، 2006). الدار الجامعية.
19. صفى الدين المبارك كفري. الرحيق المختوم. ط1. (بيروت، 1996). المكتبة العصرية.
20. صلاح الشنوانى. الإدارة الحديثة للتسويق، والمفهوم والإستراتيجيات. (الإسكندرية، 1990م). مؤسسة شباب الجامعة.
21. طاهر مرسل عطية. فن الإعلان وترويج المبيعات. (القاهرة، 2001م). دار النهضة العربية.

22. طلعت أسعد عبد الحميد. التسويق، مدخل تطبيقي. (القاهرة، بدون تاريخ).
23. عبد الرحمن عيسوى، علم النفس ومشكلات الفرد، دار النهضة العربية. (بيروت، 1992م). مكتبة عين شمس.
24. عبد الرحمن محمد العيسوى. سيكولوجية المستهلك والتسويق. (الإسكندرية، 1996م). الدار الجامعية.
25. عبد الستار محمد على. ومحسن حرفش السيد. تقييم المشاريع الصناعية. (بغداد، 1987م). مؤسسة المعاهد الفنية.
26. عبد المعطى محمد عساف. السلوك الإدارى التنظيمى فى المنظمات المعاصرة. (الإسكندرية، 1994م). الدار الجامعية.
27. عبدالفتاح دويدار. سيكولوجية العلاقة بين مفهوم الذات والاتجاهات. (بيروت، 1992م). دار النهضة العربية.
28. على السلمى. السلوك التنظيمى. (الإسكندرية، 1979م). مطبعة غريب.
29. على السلمى. السلوك التنظيمى المعاصر. (القاهرة، 1979م). مكتبة غريب.
30. عنابى بن عيسى. سلوك المستهلك عوامل التأثير النفسى. (بن عكنون، بدون تاريخ). ديوان المطبوعات الجامعية.
31. فؤاد البهى السيد. علم النفس الإحصائى وقياس الفصل البشرى. (القاهرة، بدون تاريخ). دار الفكر العربى.
32. فدوى أبو الحسن محمد. أثر القيم على السلوك الإدارى فى منظمات الأعمال فى السودان فى الفترة من (1992-1998). (جامعة أمدرمان الإسلامية، 1999). دراسة غير منشورة. لنيل درجة الدكتوراة فى إدارة الأعمال.
33. فرج عبد القادر طه. أصول علم النفس الحديث، ط3. عين للدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية.

34. فليب كوتلر. وجارى أمسترونج، ترجمة . سرور على إبراهيم سرور.
- أساسيات التسويق، الكتاب الأول. (الرياض، 2009م). دار المريخ للنشر.
35. كامل المغربي، السلوك التنظيمي ومفاهيم وأسس سلوك الفرد والجماعة في التنظيم، ط2. (عمان، 1995م). دار الفكر للنشر والتوزيع.
36. محبوب عطيه الفادنى. مبادئ علم الاجتماع والمجتمع الريفى. ط1. (ليبيا، 1992م). منشورات الدار البيضاء.
37. محمد إبراهيم عبيدات وآخرون. إدارة المبيعات مدخل سلوكى. (عمان، 1995م). دار المستقبل للنشر والتوزيع.
38. محمد إبراهيم عبيدات. أثر الأطفال فى الأردنیه على قرارات شراء السلع المنخفضة الثمن. مجله جامعة الملك عبد العزيز- الإقتصاد والإدارة . (المجلد 5).
39. محمد إبراهيم عبيدات. أساسيات التسعير فى التسويق المعاصر. مدخل سلوكى. ط1. (الأردن، 2004م). دار المسيره.
40. محمد إبراهيم عبيدات. التسويق الزراعى. (عمان، 2005م). دار وائل للنشر.
41. محمد إبراهيم عبيدات. سلوك المستهلك . مدخل إستراتيجى . ط1. (الأردن ، 2001م). دار وائل للنشر والتوزيع.
42. محمد إبراهيم عبيدات. سلوك المستهلك مدخل سلوكى. ط3. (عمان، 2001). دار وائل للنشر،
43. محمد الصيرفي. مبادئ التسويق. دراسة نظرية تطبيقية. ط1. الكتاب الثانى. سلسلة كتب المعارف الإدارية. (الاسكندرية، 2005). مؤسسة حورس الدولية.
44. محمد الناجي الجعفري بشير. التسويق . ط1. (ودمدني، 1998). سلسلة الكتاب الجامعي.
45. محمد الناجي الجعفري بشير. التسويق. ط1. (ودمدني، 1998). سلسلة الكتاب الجامعي.

46. محمد جودة ناصر. الأصول التسويقية في إدارة المحلات والمؤسسات التجارية. ط1. (عمان، 1997). دار مجدلاوي للطباعة والنشر والتوزيع.
47. محمد سعيد عبد الفتاح. التسويق.
48. محمد صالح الحناوي. ومحمد سعيد سلطان. السلوك التنظيمي. (الإسكندرية، بدون تاريخ). الدار الجامعية.
49. محمد صالح المؤذن. سلوك المستهلك. (عمان، 1997م) مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع.
50. محمد عبد العظيم. إدارة التسويق، مدخل معاصر. (الإسكندرية، 2008م). الدار الجامعية،
51. محمد عبد الفتاح الصيرفي. البحث العلمي . الدليل التطبيقي للباحثين. (عمان، 2002م). دار وائل للطباعة والنشر.
52. محمد عبد الله المفوع. الثقافة الاستهلاكية في مجتمع الإمارات. (الدوحة، دون تاريخ). مكتب التربية العربي لدول الخليج ،
53. محمد عبد الله المقوع. الثقافة الاستهلاكية في مجتمع الإمارات. (الدوحة، دون تاريخ). مكتب التربية العربي لدول الخليج.
54. محمد عبيدات. التسويق السياحي، مدخل سلوكي. ط1. (عمان، 2000م). دار وائل للنشر
55. محمد فريد الصحن، الإعلان، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2003م.
56. محمد فريد الصحن، وإسماعيل السيد، التسويق، الدار الجامعية ، (الإسكندرية، 2001م).
57. محمد قاسم القريوني، السلوك التنظيمي . دراسة سلوك الفردي والجماعي في المنظمات الإدارية، عمان، ط2، (عمان، 1997).
58. محمود سليمان العميان، السلوك التنظيمي في منظمات الأعمال، دار وائل للنشر، ط2، (الأردن ، 2004م)

59. مريد الكلاب، أنماط الشخصية وفهم النفسيات، دراسته غير منشورة، 2007م،
60. مفكرة شبكة الأمن الغذائي، دار الأصالة للصحافة والنشر والإنتاج الإعلامي، (الخرطوم، 2004م)
61. مواري شبيجل ، نظريات ومساائل في الإحصاء ، ترجمة شعبان عبد الحميد شعبان ،(معهد الدراسات والبحوث الإحصائية، الدار الدولية للنشر والتوزيع (القاهرة ،1995).
62. موسى محمد الجويسر، علم أنماط الشخصية Personality Types دراسته غير منشورة، 2007م.
63. ناجي معلا وآخرون، أصول التسويق، مدخل تحليلي، دار وائل للطباعة والنشر، (عمان، 2001م).
64. ناجي معلا. ورائف توفيق. أساسيات التسويق. دار وائل للنشر. (الأردن، 2001م).
65. هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، دار وائل للنشر، ط3، (عمان، 2005م).
66. هناء عبد الحليم سعيد، الإعلان. ط2. (القاهرة، 1997م). الشركه العربيه للنشر والتوزيع.
67. ورقه عن تطوير أداء الشركه. مؤتمر الهيئه الإقتصاديّه الوطنيّه. (الخرطوم، 1999م).
68. ياسر إبراهيم على أحمد شلبي. سلوك المستهلك السوداني تجاه الأسواق الهامشية (دراسة حالة ولاية الخرطوم). بحث تكميلي لنيل درجة الماجستير في إدارة الأعمال. (جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا. 2005م). (دراسة غير منشورة).
69. ياسر عبد الحميد الخطيب. سيكولوجية المستهلك السعودي وتصرفاته الشرائية وأثر ذلك على السياسات التسويقية في قطاع السيارات (دراسة غير منشورة). (جامعة النيلين، 1982). لنيل درجة الدكتوراة.

70. يعقوب عبدالله أبو حلو، وعلى أحمد العمر، تطوير الاتجاهات نحو الدراسات الإجتماعية. العدد (8) 1992م. مجلة التربية. جامعة الإمارات.
71. يوسف طه جمعه، الصناعات الصغيرة في السودان. رقم (12). بنك فيصل الإسلامي السوداني. (الخرطوم، 1987م). إصدار مركز البحوث والإحصاء، السلسلة العربية.
72. يوسف طه جمعه. الصناعات الصغيرة في العاصمة المثله ومدينة ودمنى بالسودان، نشأتها، وتطورها ومعوقات أدائها. دراسه ميدانيه كلية الإقتصاد والتنمية الريفيه. جامعة الجزيرة. السودان. (مدنى، 1991م). مجلة دراسات المجلد (18) العدد الثالث.

المراجع باللغة الإنجليزية:

1. David, F.r. Strategic Management, (New Jersey 1997) Prentice Hall, Upper Saddle River.
2. George Mean, Mind, Self, and Society, Ed, Charles Morris university of Chicago Press 1934.
3. Gross, Charles w. and Peterson , obin. T. , Marketing, Establishing Company 1987.

4. Ronald E. Frank, William F. Massy, and Yoram Yind. Market Segmentation Prentice Hall, 1972.
5. M. Wayne Delaziay : The Marketing communication process (n. y. MCGRAW HILL.
6. Donald Trainman Occupational Prestige Perspective (New York : academic press, 1977).
7. Schiff man and Kannk, Standard Occupational Classification (Washinton, 1980).
8. Stuart Chapin: Contemporary American in Situations (New York 1935).
9. Nejdet Delener G, Schiffman: Family Decision Marking : The Impact of Religious factor in frazieretal., eds, op.cit.
10. David Dutton ,, Does American marketing Strategy work Abroad,, proceedings of the 1966 World Congress of American Marketing as – satiation ed .By Johns. Wright and jack cold stretchers. (Chicago: AMA, 1996).
11. Henry assail: Consumer Behavior and Marketing Action 5 th edition (Cincinnati, ohio: south western College pllblishing, 1995).
12. David l .Loudon and albertj. Della Bitta: consumer Behavior: concepts and application 4 th edition (New york, 1993).

الرسائل الجامعية:

1. سلافة عبد المنعم طه، العلاقات الإنسانية وأثرها على السلوك التنظيمي والرضا الوظيفي للعاملين بمنظمات الأعمال، بالتطبيق على الشركة السودانية للاتصالات (سوداتل)، (دراسة غير منشورة)، لنيل درجة الماجستير في إدارة الأعمال، (جامعة السودان، 2004).

2. فدوى أبو الحسن محمد فرح، أثر القيم على السلوك الإدارى فى منظمات الأعمال فى السودان فى الفترة من (1992-1998)، دراسة غير منشورة، لنيل درجة الدكتوراة فى إدارة الأعمال، (جامعة أمدرمان الإسلامية، 1999).
3. رضوان الأمين محمد، السلوك الشرائى للمستهلك السودانى، (دراسة غير منشورة) لنيل درجة الماجستير، (جامعة أمدرمان الإسلامية، 1998).
4. ياسر إبراهيم على أحمد شلى، سلوك المستهلك السودانى تجاه الأسواق الهامشية (دراسة حالة ولاية الخرطوم)، (دراسة غير منشورة)، بحث تكميلى لنيل درجة الماجستير فى إدارة الأعمال، (جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2005م).
5. ياسر عبد الحميد الخطيب، سيكولوجية المستهلك السعودى وتصرفاته الشرائية وأثر ذلك على السياسات التسويقية فى قطاع السيارات (دراسة غير منشورة) لنيل درجة الدكتوراة، (جامعة النيلين، 1982).

ملحق رقم (1)

بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

كلية الدراسات العليا

إستمارة إستبيان خاصه بالشركات محل الدراسة

لأغراض إعداد رسالة دكتوراه فى إدارة الأعمال بعنوان تطبيقات العلوم السلوكيه على المشكلات التسويقيه.

الباحث/ أباالقاسم موسى الفضل
الأخ الكريم/ الأخت الكريمه

السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته

يقوم الباحث بإعداد دراسته حول تطبيقات العلوم السلوكيه على المشكلات التسويقيه، ونسعد بمشاركتكم لنا بالإجابة على هذا الإستطلاع. نرجو شاكرين الإجابة على فقراته، علماً بأن المعلومات المطلوبه لأغراض البحث العلمى فقط. الرجاء وضع علامه (✓) فى المكان المناسب أمام كل عباره.

القسم الأول: يشتمل على معلومات عن الشخص المشارك فى الإجابة على الإستبيان.

1. النوع: ☐ ذكر ☐ أنثى
2. العمر: 20 وأقل من 35 سنه ☐ 35 وأقل من 50 سنه ☐ 50 فما فوق ☐
3. حاله الإجتماعيه: متزوج ☐ عازب ☐ أخرى ☐
4. المستوى التعليمى: ثانوى ☐ جامعى ☐ فوق الجامعى ☐
5. المهنة: محاسب ☐ إدارى ☐ أخرى ☐
6. عدد سنوات خبرتك فى عملك (داخل وخارج المنشأة التى تعمل فيها حالياً):
سنه الى 5 سنوات ☐ 5 . 10 سنوات ☐ 10 سنوات فأكثر ☐

القسم الثانى: هذه الأسئلة خاصه بقياس أثر تطبيق مفاهيم العلوم السلوكيه على تعميق المفاهيم التسويقيه الحديثه، أرجو وضع علامه (✓) أمام الإجابة التى تختارها.

الإجابة					العبارة
أوافق بشده	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشده	
					1. يُعتبر المستهلك هو محور الاهتمام الأول لأي إستراتيجيه تسويقيه بالشركه.
					2. تسعى الشركه لإشباع إحتياجات المستهلك عن طريق دراسة سلوكه ودوافعه الشرائيه.
					3. تسعى الشركه لإشباع إحتياجات المستهلك عن طريق تقديم المنتج بالسعر المناسب وفى الزمان والمكان المناسبين.
					4. لدى الشركه قسم خاص بالدراسات وبحوث التسويق.
					5. معرفة الشركه لنوعيات المستهلكين وصفاتهم يسهل على الشركه تقديم السلع والخدمات التى تشبع إحتياجاتهم.
هذه الأسئلة خاصه بقياس أثر تطبيق مفاهيم العلوم السلوكيه على تنشيط المبيعات.					
					6. تفهمُ الشركه لحاجات المستهلك النفسيه يُمكنُ الشركه من زيادة مبيعاتها.
					7. تلبية الشركه لحاجات المستهلك الإجتماعيه يؤدى الى زيادة المبيعات.
					8. معرفة الشركه لظروف البيئه التى يعيش فيها المستهلك يُمكنُ الشركه من زيادة مبيعاتها.
					9. تجاوب رجل التسويق مع الدوافع الشرائيه لدى المستهلك يؤدى الى تنشيط مبيعات الشركه.

					10. تتعكس حاله النفسيه لرجل البيع على سلوكه وتصرفاته مع المشتريين الحاليين والمتوقعين.
					11. تحفيز الشركه لرجال البيع يؤدي الى رفع روحهم المعنويه.
					12. يؤدي رفع الروح المعنويه لرجال البيع الى رفع مستويات أدائهم.
					13. يؤدي رفع مستويات أداء رجال البيع الى زيادة مبيعات الشركه.
هذه الأسئلة خاصه بقياس أثر تطبيق مفاهيم العلوم السلوكيه على المشكلات التسويقيه.					
					14. تجزئة السوق الى قطاعات دليل واضح على عدم التجانس في رغبات المستهلكين.
					15. يخضع سلوك المستهلك لعدد كبير من المتغيرات التي يصعب قياسها والتحكم فيها.
					16. يوجد إختلاف في إدراك الأشخاص للإعلان الواحد.
					17. يُعبر المستهلك عن حاجه أو رغبه معينه ثم لا يلتزم بإشباعها لأسباب قد تكون خارجه عن إرادته.
					18. يُعبر المستهلك عن حاجه أو رغبه معينه ثم لا يلتزم بإشباعها لأسباب تحت إرادته.

ملحق رقم (2)

بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

كلية الدراسات العليا

إستمارة إستبيان خاصه بالمستهلكين المبحوثين

لأغراض إعداد رسالة دكتوراه فى إدارة الأعمال بعنوان تطبيقات العلوم السلوكية على المشكلات التسويقية.

الباحث/ أأوالقاسم موسى الفضل

الأخ الكريم/ الأخت الكريمه

السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته

يقوم الباحث بإعداد دراسته حول تطبيقات العلوم السلوكية على المشكلات التسويقية، ونسعد بمشاركلكم لنا بالإجابة على هذا الإستطلاع. نرجو شاكرين الإجابة على فقراته، علماً بأن المعلومات المطلوبة لأغراض البحث العلمى فقط. الرجاء وضع علامه (✓) فى المكان المناسب أمام كل عباره.

القسم الأول: يشتمل على معلومات عن الشخص المشارك فى الإجابة على الإستبيان.

- | | | |
|-----------------------------|--------------------------------|--|
| 1. النوع: | ☐ ذكر | ☐ أنثى |
| 2. العمر: 20 وأقل من 35 سنة | ☐ | 35 وأقل من 50 سنة ☐ 50 فما فوق ☐ |
| 3. حاله الإجتماعيه: متزوج | ☐ | عازب ☐ أخرى ☐ |
| 4. إذا كنت متزوج فهل أنت؟ | | |
| متزوج حديثاً وبدون أولاد | ☐ | لديك أطفال تحت سن السادسة ☐ |
| لديك أطفال بعد سن السادسة | ☐ | لديك أولاد يعتمدون على أنفسهم ☐ |
| 3. المستوى العلمى: ابتدائى | ☐ ثانوى | ☐ جامعى ☐ فوق الجامعى ☐ |
| 4. المهنة: عامل | ☐ | موظف ☐ أخرى ☐ |

القسم الثانى: هذه الأسئلة خاصه بقياس أثر العوامل الإجتماعيه والنفسيه للمستهلك على إستجابة المستهلك بطريقه معينه أو بنفس الطريقه إذا تعرض لنفس المثير، أرجو وضع علامه (✓) أمام الإجابه التى تختارها.

الإجابہ					العبارہ
أوافق بشده	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشده	
					1. يميل المستهلك الى إختيار السلع والخدمات التى تتوافق مع وضعه الإجتماعى.
					2. تؤثر تجارب الفرد وخبراته السابقه فى إختياره للإعلانات.
					3. تؤثر تجارب الفرد وخبراته السابقه فى فى كيفية تفسيره للإعلانات.
					4. تقود دوافع الشراء لدى المستهلك الى البحث عن السلعه ذات الجودة العاليه رغم إرتفاع سعرها.
					5. تقود دوافع الشراء لدى المستهلك الى البحث عن السلعه ذات السعر المنخفض رغم علمه بقله جودتها.
					6. تكرار الإعلان يخلق صوره إيجابيه عن السلعه المعلن عنها فى ذهن المستهلك.
					7. عندما ترغب فى شراء سلعه غاليه الثمن ترجع للأسره والأصدقاء والأقارب وزملاء العمل للمشوره والرأى ومن ثم إتخاذ قرار شرائى أو عدمه.

هذه الأسئلة خاصه بقياس أثر العوامل والمثيرات التى تسهم فى تشكيل شخصية الفرد على القرارات الشرائيه لدى الفرد.

					8. تؤثر طريقة حياة المجتمع على القرارات الشرائيه لأفراد هذا المجتمع.
					9.تؤثر قيم المجتمع ومعتقداته الدينيه على السلوك الشرائى والإستهلاكى للأفرادالمجتمع
					10. تلعب العادات والتقاليد السائده فى المجتمع دوراً كبيراً فى العمليه الشرائيه لأفراد هذا المجتمع.
					11. يصبح من السهل فهم خصائص وأفكار ومشاعر المستهلكين التى تسبق وتلحق عملية الشراء من خلال دراسة الإتجاهات النفسيه للمستهلك.
					12. يمكن التنبؤ بقراراتك الشرائيه من خلال معرفة العوامل التى تسهم فى تشكيل شخصيتك.