

## قائمة المراجع

### المراجع باللغة العربية

- أبي سعيد الديوه جي، تيسير محمد العجارمة، التسويق الدولي، الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2001.
- أبي سعيد الديوه جي، الاسم التجاري والعلامة التجارية ودورهما في تسويق المنتجات، تنمية الرافدين، 1986.
- بشير عباس العلاق، قحطان بدر العبدلي، إدارة التسويق، دار زهران، عمان، 1990.
- رضوان محمود العمر، التسويق الدولي، دار وائل للنشر، عمان، 2007.
- عبد السلام أبو قحف، التسويق الدولي، دار الجامعية، الإسكندرية، 2001.
- عبد الجبار منديل، أسس التسويق الحديث، الطبعة الأولى، الدار العلمية الدولية ودار الثقافة، عمان، 2002.
- عمرو خير الدين، التسويق الدولي، دار النشر الجامعية، مصر، 1996.
- فداء محمد ديب السرميني، التسويق الدولي، حماة، 2010.
- فهد سليم الخطيب، مبادئ التسويق، الطبعة الأولى، دار الفكر للطباعة والنشر، الأردن، 2000.
- محمد فريد الصحن، التسويق، الدار الجامعية للنشر، الإسكندرية، 2002.
- محمود جاسم الصميدى، مدخل التسويق المتقدم، الطبعة الأولى، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، 2000.
- مصطفى محمود حسن هلال، التسويق الدولي، مراجعة حامد أبو زيد.
- هاني حامد الضمور، التسويق الدولي، الطبعة الثالثة، دار وائل للنشر، عمان، 2004.
- غول فرحت، التسويق الدولي: مفاهيم وأسس النجاح في الأسواق الدولية، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008.

### المراجع باللغة الأجنبية

- G. Bannock, R. E. Baxter & R. Ress, *The Penguin dictionary of economics*, Penguin books Ltd, Harmonds worth Middlesex, England, 1975.
- Charles Croué, *Marketing international: un consommateur local dans un monde global*, DeBoeck, Bruxelles, 2006.
- Jean Pierre Jeannet & Hubert D. Hennessy, *International management : strategy and cases*, Houghton Mifflin Co., Boston, 1988.
  - Kotler Ph., *Marketing international*, edition McGrow Hill, U.S.A., 2003.
- Kotler Ph., *Marketing's new paradigms: What's really happening out there*, planning review, Vol 20 No 5, 1992.

- L. E. Preston, Market control in developing economic, International marketing strategy, selected reading, edited by: H. B. Threll, Penguin modern management readings, Penguin books Ltd, Middlesex, England, 1973.
- Ray L. Willsmer, Directing the marketing efforts, revised edition, Pan management series, Staples press Ltd, England, 1975.
- P. Stone, The massive market for simplicity, International marketing strategy, International marketing review, 6(4), 1987.
- Vernon R., International investment and international trade in the product cycle, quarterly journal of economics, may 1966.