

قضايا بحثية ٢

التكليف العاشر

أثر التسويق الحديث داخل المنشآت الإدارية في المملكة العربية السعودية

منى محمد المرواني

International Journal of
Financial, Administrative,
and Economic Sciences

(IJFAES)

Vol. (3), No. (8)



August 2024

المجلة الدولية للعلوم المالية
والإدارية والاقتصادية

الإصدار (3)، العدد (8)

المراجع

مراجع عربية

1. البرماوي، سامي (2016)، إدارة التسويق: الأسس والتطبيقات، القاهرة: دار النشر الجامعي.
2. الجعفري، نادر (2018)، أسس التسويق الرقمي، عمان: دار وائل للنشر.
3. الشريف، نادر (2021)، التسويق الاجتماعي في المؤسسات الإدارية: دراسة تطبيقية، بيروت: دار الفكر.
4. العلي، حسين (2017)، التسويق والإدارة الحديثة: من النظرية إلى التطبيق، الرياض: دار الكتاب العربي.
5. الحمادي، عبد الله (2019)، التسويق الاستراتيجي والتخطيط الإداري، الكويت: مكتبة الفلاح.
6. السعيد، أحمد (2020)، أساليب البحث العلمي في إدارة الأعمال، القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.
7. علي، فاطمة (2021)، إدارة التسويق في عصر الرقمية، دبي: دار الكتاب الحديث.
8. اليوسف، يوسف (2018)، تحليل البيانات التسويقية: مفاهيم وأدوات، أبو ظبي: دار النهضة.

المراجع الأجنبية

المراجع الأجنبية

1. Kotler, Philip (2017), Marketing Management, Pearson Education.
2. Armstrong, Gary (2020), Principles of Marketing, Pearson.
3. Holloway, John (2019)
Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice, Routledge.
4. Chaffey, Dave (2021), Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice, Pearson.
5. Baker, Michael (2018), Marketing Strategy and Management, Palgrave Macmillan.
6. "The Impact of Digital Marketing on Consumer Behavior", Smith, John (2021), Journal of Marketing Research, Sage Publications.
7. "Big Data Analytics in Marketing: A Review and Research Agenda", Brown, James (2020), Journal of Business Research, Elsevier.

8. "The Role of Social Media in Modern Marketing Strategies", Johnson, Emily (2022), International Journal of Marketing Studies, Canadian Center of Science and Education.
9. "Consumer Engagement in the Digital Age: Trends and Insights", Davis, Michael (2019), Journal of Interactive Marketing, Elsevier.

الأبحاث المنشورة:

1. "The Effectiveness of Digital Marketing Tools on Business Performance", Taylor, Robert (2019), Harvard Business School, Cambridge, MA.
2. "Adoption of Digital Marketing Strategies by SMEs", Wilson, Sarah (2020), London School of Economics, London.
3. "The Impact of Social Media Advertising on Consumer Purchase Decisions", Clark, Patricia (2021), Stanford Graduate School of Business, Stanford, CA.
4. "Data-Driven Marketing: Leveraging Big Data for Strategic Advantage", Mitchell, Andrew (2018), Wharton School of the University of Pennsylvania, Philadelphia, PA.

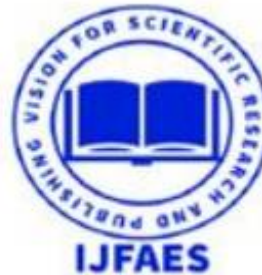
المواقع الإلكترونية:

1. Harvard Business Review, Smith, John (2022)
Title: "Trends in Digital Marketing"
Place: Harvard Business Review
2. Marketing Profs, Davis, Michael (2021)
Title: "Digital Marketing Strategies for 2021"
Place: MarketingProfs
3. HubSpot Blog, Brown, James (2020)
Title: "The Ultimate Guide to Digital Marketing"
Place: HubSpot

أثر تطبيق إدارة الجودة الشاملة على رضا العملاء : دراسة تطبيقية على شركة الراجحي
للتأمين التعاوني

خلود سعد على ال عثمان

International Journal of
Financial, Administrative,
and Economic Sciences
(IJFAES)
Vol. (3), No. (9)



September 2024

المجلة الدولية للعلوم المالية
والإدارية والاقتصادية
الإصدار (3)، العدد (9)

المراجع

المراجع العربية:

- أحمد، عبد الناصر محمد سيد (2017). تقييم عملية قياس رضا المستفيدين عن الخدمات العامة بالمؤسسات الحكومية في جمهورية مصر العربية. مجلة البحوث المالية والتجارية، 18(3)، 127-180.
- أبو العلا، أشرف أبو العلا توفيق (2018). دور جودة الخدمة الإلكترونية في تحقيق رضا العملاء عن الخدمات التي تقدمها المنظمة: دراسة تطبيقية على الهيئة القومية للبريد المصري. المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، 9(4)، 825-852.
- أكرم، خليفي والشريف، موسى محمد (2020). دور بطاقة الأداء المتوازن في تحقيق أهداف إدارة الجودة الشاملة في المؤسسة الاقتصادية. رسالة ماجستير، جامعة العربي التبسي تبسة.
- اسماعيل، عمار فتحي موسى والناصر، مريم عيسى علي (2021). دور جودة الخدمة في تحسين مستوى رضا عملاء الخطوط الجوية الكويتية. المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية، 12(2)، 1-26.
- المحتسب، بلال محمد أنور محمد (2024). إدارة الجودة الشاملة في بلدية الخليل: الواقع والمعوقات. رسالة ماجستير، جامعة الخليل.
- الزهراني، علي بن خميس البيضاني (2019). درجة توفر متطلبات إدارة الجودة الشاملة وعلاقتها بالتميز الإداري لدى قادة مدارس منطقة الباحة من وجهة نظر المعلمين. مجلة كلية التربية (أسيوط)، 35(8.2)، 169-197.

- القحطاني، حسين حسن وشعبي، فيصل أحمد (2022). أثر إدارة الجودة الشاملة على كفاءة الأداء. المجلة العربية للآداب والدراسات الإنسانية، 6(24)، 181-226.
- البطي، أحمد علي، محمد ياسين دبنون، مصباح سالم العماري وسعد ابريك أبو رميله (2022). أثر إدارة الجودة الشاملة على الإبداع الإداري. مجلة الدراسات الاقتصادية، 5(1)، 66-9.
- البارقي، عامر بن محمد شار وأبو سندس، إبراهيم بن عبد الحميد (2020). واقع تطبيق إدارة الجودة الشاملة وأثرها على الإنتاجية. مجلة كلية التربية (أسيوط)، 36(2)، 493-517.
- الأسد، خالد عبدالله محمد والمحمودي، فضل محمد (2024). أثر الإدارة الاستراتيجية في تحقيق إدارة الجودة الشاملة للبنوك التجارية اليمنية العاملة بأمانة العاصمة. مجلة جامعة صنعاء للعلوم الإنسانية، 3(1)، 326-360.
- بوزقية، حنان عبدالرحمن محمد (2024). متطلبات تطبيق إدارة الجودة الشاملة "دراسة تطبيقية على موظفي شركة هاتف ليبيا للاتصالات بمدينة بنغازي". المجلة الأفروآسيوية للبحث العلمي، 2(2)، 33-50.
- بلحاج، براهيم بلقاسم (2023). أثر أبعاد إدارة الجودة الشاملة في الميزة التنافسية: دراسة ميدانية في المراكز الصحية الخاصة بمدينة الزاوية. مجلة أبحاث، 15(2)، 69-93.
- بوهلال، مرتضى، قردي، ضياء الدين وبرهوم، هاجر (2024). دور إدارة الجودة الشاملة في تحسين الخدمات المصرفية. رسالة ماجستير، جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي.

المراجع الأجنبية:

- Albayrak, T. (2019). The inclusion of competitor information in the three-factor theory of customer satisfaction. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 31(4), 1924-1936.
- Bi, J. W., Liu, Y., Fan, Z. P., & Cambria, E. (2019). Modelling customer satisfaction from online reviews using ensemble neural network and effect-based Kano model. International Journal of Production Research, 57(22), 7068-7088.
- Bell, L. W. (2017). The relationship of customer satisfaction and engagement in co-creation of value (Doctoral dissertation, Grand Canyon University).

- Cakici, A. C., Akgunduz, Y., & Yildirim, O. (2019). The impact of perceived price justice and satisfaction on loyalty: the mediating effect of revisit intention. *Tourism Review*, 74(3), 443-462.
- Dwaikat, N. Y., Khalili, S. A., Hassis, S. M., & Mahmoud, H. S. (2019). Customer satisfaction impact on behavioral intentions: The case of pizza restaurants in Nablus City. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 20(6), 709-728.
- Eckert, C., Neunsinger, C., & Osterrieder, K. (2022). Managing customer satisfaction: digital applications for insurance companies. *The Geneva Papers on Risk and Insurance-Issues and Practice*, 47(3), 569-602.
- Eren, B. A. (2021). Determinants of customer satisfaction in chatbot use: evidence from a banking application in Turkey. *International Journal of Bank Marketing*, 39(2), 294-311.
- Han, X., Fang, S., Xie, L., & Yang, J. (2019). Service fairness and customer satisfaction: Mediating role of customer psychological empowerment. *Journal of Contemporary Marketing Science*, 2(1), 50-62.
- Hummour, A. A., Athamneh, S., & Al-Balas, S. (2018). TQM PRACTICES AND THEIR EFFECT ON JORDANIAN MUNICIPALITIES. *International Journal of Business & Public Administration*, 15(1), 129-148.
- Hammoud, J., Bizri, R. M., & El Baba, I. (2018). The impact of e-banking service quality on customer satisfaction: Evidence from the Lebanese banking sector. *Sage Open*, 8(3), 2158244018790633.



Thank You