

# المراجع

## مراجع اللغة العربية:

### أولاً: الكتب

- 1 - إبراهيم عبد الحليم عباده، مؤشرات الأداء في البنوك الإسلامية، دار النفائس، عمان، ط 1، 2008.
- 2 - أحمد سليمان خصاونه، المصارف الإسلامية، مقررات لجنة بازل، تحديات العوالة وإستراتيجيات مواجهتها، عالم الكتاب الحديث (إريد)، وجدارا للكتاب العالمي (عمان)، ط1، 2008.
- 3 - أحمد سيد مصطفى، التنافسية في القرن الحادي والعشرين: مدخل إنتاجي، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2003.
- 4 - أحمد عبد الهادي طلخان، مدخل نحو آفاق مستقبلية للمصارف الإسلامية، مكتبة وهبة، ط1، 1997.
- 5 - أحمد قطامين، الإدارة الإستراتيجية: مفاهيم وحالات تطبيقية، دار مجدلاوي للنشر، عمان، ط1، 2002.
- 6 - أحمد محمد المصري، الكفاية الإنتاجية للمنشآت الصناعية، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2004.
- 7 - أدريان بالمر، مبادئ تسويق الخدمات، ترجمة بهاء شاهين وآخرون، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2009.
- 8 - إدوارد دي بونو، ما فوق المنافسة: ابتكار احتكارات القيمة عندما ينشغل الآخرون بالتنافس فقط، ترجمة ياسر العيتي، العبيكان، الرياض، ط1، 2006.
- 9 - أشرف عبد السلام عبد المجيد، إدارة الجودة الشاملة في الإسلام، دار الوفاء، المنصورة، ط1، 2007.
- 10 - إياد شوكت منصور، إدارة خدمة الجودة الشاملة، دار كنوز المعرفة العلمية، عمان، ط 1، 2008.
- 11 - باسم أحمد عامر، نظرية الإنفاق في ضوء القرآن الكريم: رؤية اقتصادية، دار النفائس، عمان، ط1، 2010.
- 12 - باسم أحمد عامر، نظرية الإنفاق في ضوء القرآن الكريم: رؤية اقتصادية، دار النفائس، عمان، ط1، 2010.

- 13 - برافين جوبتا، الإبداع الإداري في القرن الحادي والعشرين، ترجمة أحمد المغربي، دار الفجر، القاهرة، 2008.
- 14 - بيتر فيكس، عبقرية التسويق، ترجمة عبد الحكم الخزامي، دار الفجر، القاهرة، ط1، 2008.
- 15 - ثابت عبد الرحمان إدريس وجمال الدين محمد المرسى، الإدارة الإستراتيجية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2003.
- 16 - ثامر البكري، إستراتيجيات التسويق، دار اليازوري، عمان، 2008.
- 17 - جمال الدين عطية، البنوك الإسلامية بين الحرية والتنظيم، التقويم والاجتهاد، النظرية والتطبيق، المؤسسة الجامعية للنشر والدراسات، بيروت، ط2، 1993.
- 18 - حسن سري، الاقتصاد الإسلامي: مبادئ وخصائص وأهداف، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية، 2005.
- 19 - خورشيد أحمد، التنمية الاقتصادية في إطار إسلامي، ترجمة رفيق المصري، قراءات في الاقتصاد الإسلامي، مركز النشر العلمي (جامعة الملك عبد العزيز)، جدة، 1987.
- 20 - دافيد راتشمان وآخرون، الإدارة المعاصرة، ترجمة رفاعي محمد رفاعي ومحمد سيد أحمد عبد المتعال، دار المريخ، الرياض، 2001.
- 21 - رفعت عبد الحليم الفاعوري، إدارة الإبداع التنظيمي، بحوث ودراسات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 2005.
- 22 - زياد رمضان ومحفوظ جودة، الاتجاهات الحديثة في إدارة البنوك، دار وائل، عمان، ط 2، 2003.
- 23 - سامر جلدة، البنوك التجارية والتسويق المصرفي، دار أسامة، عمان، ط1، 2009.
- 24 - سامي أحمد مراد، تفعيل التسويق المصرفي لمواجهة آثار الجاتس، المكتب العربي للمعارف، مصر الجديدة، ط1، 2007.
- 25 - سعد عبد الرزاق، مجلة الاقتصاد الإسلامي، العدد 295، نوفمبر، 2005.
- 26 - سليمان خالد عبيدات، إدارة الإنتاج والعمليات، دار المسيرة للنشر، عمان، 2008.
- 27 - سليمان شكيب الجيوسي ومحمود جاسم الصميدعي، تسويق الخدمات المالية، دار وائل، عمان، ط1، 2009.
- 28 - سليمان شكيب الجيوسي ومحمود جاسم الصميدعي، تسويق الخدمات المالية، دار وائل، عمان، ط1، 2009.
- 29 - سليمان ناصر، تطور صيغ التمويل قصير الأجل للبنوك الإسلامية، جمعية التراث، غرداية، ط1، 2002.

- 30 - سونيك غوبتا ودونال ليهمان، إدارة العملاء كاستثمارات طويلة الأمد، ترجمة أمين الأيوبي، الدار العربية للعلوم- ناشرون، بيروت، ط1، 2006.
- 31 - شالز هل وجارث جونز، الإدارة الإستراتيجية: مدخل متكامل، ترجمة رفاعي محمد رفاعي ومحمد سيد عبد المتعال، الجزء الأول، دار المريخ الرياض، 2001.
- 32 - صادق راشد الشمري، إدارة المصارف: الواقع والتطبيقات العملية، دار صفاء، عمان، ط 1، 2009.
- 33 - صالح صالح، المنهج التنموي البديل في الاقتصاد الإسلامي: دراسة للمفاهيم والأهداف والأولويات وتحليل للأركان والسياسات والمؤسسات، دار الفجر للنشر، القاهرة، 2006.
- 34 - صالح مهدي محسن العامري وطاهر محسن منصور الغالي، الإدارة والأعمال، دار وائل، عمان، ط2، 2011.
- 35 - صباح محمد أبو تايه، التسويق المصرفي بين النظرية والتطبيق، دار وائل، عمان، ط 1، 2008.
- 36 - الطاهر لطرش، تقنيات البنوك، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط2، 2003.
- 37 - طلعت أسعد عبد الحميد، الاتصالات التسويقية المتكاملة طريقك المباشر إلى قلب وفكر العميل، دار الفجر، مصر، 2006.
- 38 - عائشة الشرقاوي المالقي، البنوك الإسلامية، التجربة بين الفقه والقانون والتطبيق، المركز الثقافي العربي، بيروت، ط1، 2000.
- 39 - عبد الحميد الغزالي وآخرون ، الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية، مركز الاقتصاد الإسلامي بالمصرف الإسلامي الدولي للاستثمار والتنمية، الرسالة للنشر، (د.ت).
- 40 - عبد الحميد عبد الفتاح المغربي، الإدارة الإستراتيجية في البنوك الإسلامية، المعهد الإسلامي للبحوث والتدريب، جدّة، 2004.
- 41 - عبد الستار إبراهيم الهيبي، الاستهلاك وضوابطه في الاقتصاد الإسلامي، مؤسسة الوراق للنشر، عمان، 2005.
- 42 - عبد الستار العلي، إدارة الجودة الشاملة، دار المسيرة للنشر، عمان، 2008.
- 43 - عبد السلام أبو قحف، أساسيات التسويق، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1992.
- 44 - عبد السميع المصري، مقومات الاقتصاد الإسلامي، دار وهبة للنشر، القاهرة، ط 4، 1990.
- 45 - عبد الغفار حنفي، إدارة المصارف، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2002.

- 46 - عطية فياض، التطبيقات المصرفية لبيع المراجعة في الفقه الإسلامي، دار النشر للجامعات، القاهرة، ط1، 1999.
- 47 - علي فلاح الزعبي، إدارة التسويق: منظور تطبيقي إستراتيجي، دار اليازوري، عمان، 2009.
- 48 - عواطف إبراهيم الحداد، إدارة الجودة الشاملة، دار الفكر، عمان، 2009.
- 49 - غسان قلعوي، المصارف الإسلامية: ضرورة عصرية، لماذا؟ وكيف؟، دار المكتبي للنشر، دمشق، ط1، 1998.
- 50 - غسان محمود إبراهيم ومنذر القحف، الاقتصاد الإسلامي علم أم وهم: حوارات القرن الجديد، دار الفكر، (دمشق)، ودار الفكر المعاصر (بيروت)، ط1، 2000.
- 51 - فائزة اللبان، القطاع المصرفي في الاقتصاد الإسلامي، دار اليمن للنشر، قسنطينة، 2002.
- 52 - فليح حسن خلف، البنوك الإسلامية، جدارا للكتاب العالمي (عمان)، وعالم الكتاب الحديث (إربد)، ط1، 2006.
- 53 - قاسم نايف علوان، إدارة الجودة الشاملة، دار الثقافة للنشر، عمان، 2005.
- 54 - كاثرين فيو، التسويق، ترجمة وردية واشد، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، بيروت، 2008.
- 55 - مأمون سليمان الدرداكة، إدارة الجودة الشاملة وخدمة العملاء، دار صفاء، عمان، 2008.
- 56 - محسن أحمد الحضيبي، البنوك الإسلامية، دار إيتراك للنشر، القاهرة، ط2، 1995.
- 57 - محسن أحمد الحضيبي، التسويق المصرفي، دار إيتراك، القاهرة، 1999.
- 58 - محمد إبراهيم عبيدات، إستراتيجيات التسويق: مدخل سلوكي، دار وائل للنشر، عمان، ط3، 2002.
- 59 - محمد إبراهيم عبيدات، سلوك المستهلك: مدخل إستراتيجي، دار وائل، عمان، ط4، 2004.
- 60 - محمد بن مسلم الراددي، إدارة البنوك الإسلامية بعد عولمة أسواق المال، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 2002.
- 61 - محمد بن وليد بن عبد اللطيف السويدي، التكلفة الفعلية في المصارف الإسلامية: الأسباب والضوابط، دار النفائس، عمان، ط1، 2011.
- 62 - محمد بن وليد بن عبد اللطيف السويدي، التكلفة الفعلية في المصارف الإسلامية، دار النفائس، عمان، ط1، 2011.
- 63 - محمد بهاء الدين خانجي، أسس التسويق الأمثل للمصارف الإسلامية، دار شعاع، حلب، 2010.

- 64 - محمد شيخون، المصارف الإسلامية، دراسة في تقويم المشروعات الدينية والدور الاقتصادي والسياسي، دار وائل للنشر، عمان، ط1، 2002.
- 65 - محمد طاهر نصير حسين محمد إسماعيل، التسويق في الإسلام، دار اليازوري، عمان، 2009.
- 66 - محمد عبد الحكيم زعير، العلاقة بين البنوك الإسلامية والبنوك التقليدية، فتوحات البنوك الإسلامية، بحوث ودراسات، مجلة الاقتصاد الإسلامي، العدد 254، أغسطس 2002.
- 67 - محمد عبد العال النعيمي وراتب جليل صويص وغالب خليل صويص، إدارة الجودة المعاصرة: مقدمة في إدارة الجودة الشاملة للإنتاج والعمليات والخدمات، دار اليازوري العلمية، عمان، 2009.
- 68 - محمد عبد حسين الطائي ونعمة عباس خضير الخفاجي، نظم المعلومات الإستراتيجية: منظور الميزة التنافسية، دار الثقافة للنشر، عمان، ط1، 2009.
- 69 - محمد عمر شابرا وحبيب أحمد، الإدارة المؤسسية في المؤسسات المالية الإسلامية، ترجمة عثمان بابكر أحمد، المصرف الإسلامي للتنمية، المعهد الإسلامي للبحوث والتطوير جدة، ورقة مناسبات رقم 06، ط1، 2006.
- 70 - محمد محمد إبراهيم، تسويق الخدمات المصرفية العادية والإسلامية، مطابع الولاء، القاهرة، 2004.
- 71 - محمد نجاه الله صديقي، استعراض للفكر الاقتصادي الإسلامي المعاصر، مطابع جامعة الملك عبد العزيز، ط1، 1987.
- 72 - محمد نجاه الله صديقي، بحوث في النظام المصرفي الإسلامي، جامعة الملك عبد العزيز، جدة، ط1، 2003.
- 73 - محمود جاسم الصميدعي وردينة عثمان يوسف، سلوك المستهلك، دار المناهج للنشر، ط1، 2007.
- 74 - محمود حسن صوان، أساسيات العمل المصرفي الإسلامي، دار وائل للنشر، عمان، ط1، 2001.
- 75 - محمود حسين الوادي وحسين محمد سمحان، المصارف الإسلامية: الأسس النظرية والتطبيقات العملية، دار المسيرة، عمان، ط1، 2007.
- 76 - محمود حسين الوادي وحسين محمد سمحان، المصارف الإسلامية: الأسس النظرية والتطبيقات العملية، دار المسيرة، عمان، ط1، 2007.

- 77 - محمود عبد الكريم إرشيد، النشاط الاقتصادي الإسلامي وأثر القيم والأخلاق فيه، دار الكتب العلمية، بيروت، ط1، 2008.
- 78 - محمود محمد سليم الخوالدة، المصارف الإسلامية، دار الحامد للنشر، عمان، ط1، 2008.
- 79 - نبيل محمد مرسى، إدارة الإنتاج والعمليات، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1998.
- 80 - نبيل مرسى خليل، الميزة التنافسية في مجال الأعمال، الدار الجامعية، بيروت، 1996.
- 81 - نبيل مرسى خليل، الميزة التنافسية في مجال الأعمال، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية، 1998.
- 82 - نجم عبود نجم، إدارة الابتكار، دار وائل، عمان، 2003.
- 83 - نزار عبد المجيد البرواري وأحمد محمد فهمي البرزنجي، إستراتيجيات التسويق: المفاهيم، الأسس والوظائف، دار وائل، عمان، ط1، 2004.
- 84 - نضال صبري وهشام جبر، البنوك الإسلامية: أصولها الإدارية والمحاسبية، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، 1986.
- 85 - نيجل كنج ونيل أندرسون، إدارة أنشطة الابتكار والتغيير، ترجمة محمود حسين حسني، دار المريخ، الرياض، 2004.
- 86 - هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، دار وائل للنشر، عمان، ط1، 2002.
- 87 - هشام جبر، إدارة المصارف الإسلامية، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، ط2، 2008.
- 88 - هشام جبر، التسويق المصرفي، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، ط2، 2007.
- 89 - الووداس بيغا وراكش كي سارن، إدارة الإنتاج والعمليات، دار المريخ، الرياض، ط1، 1999.
- 90 - يزن خلف سالم العطيات، تحوّل المصارف التقليدية للعمل وفق أحكام الشريعة الإسلامية، دار النفائس، عمان، ط1، 2009.
- 91 - يوسف كمال محمد، المصرفية الإسلامية، دار النشر للجامعات، القاهرة، ط3، 1998.
- ثانيا: البحوث والدراسات**
- 92 - رفيق يونس المصري، في الفكر الاقتصادي الإسلامي: قراءات في التراث، مركز أبحاث الاقتصاد الإسلامي، مركز النشر العلمي بجامعة الملك عبد العزيز، جدة، 1999.
- 93 - شاكر تركي إسماعيل، التسويق المصرفي الإلكتروني والقدرة التنافسية للمصارف الأردنية، المؤتمر العلمي الخامس: نحو مناخ استثماري وأعمال مصرفية إلكترونية، جامعة فيلادلفيا، عمان، 4-5 تموز 2007.

- 94 - صلاح عبد الرحمان مصطفى الطالب، قياس جودة الخدمات المصرفية الإسلامية في المملكة الأردنية الهاشمية، جامعة جرش الأهلية، في الموقع الإلكتروني:  
<http://www.Kantakji.com/Fiqh/Files/Banks/33Swf>
- 95 - عطية السيد فياض، الرقابة الشرعية والتحديات المعاصرة للبنوك الإسلامية، المؤتمر العالمي الثالث للاقتصاد الإسلامي، كلية الشريعة والدراسات الإسلامية بجامعة أم القرى، مكة، 31 ماي - 02 جوان 2005.
- 96 - علي عبد الله شاهين، إدارة مخاطر التمويل والاستثمار في المصارف: حالة المؤسسات المصرفية في فلسطين، المؤتمر العلمي الأول: الاستثمار والتمويل في فلسطين بين آفاق التنمية والتحديات المعاصرة، الجامعة الإسلامية، غزة، ماي 2005.
- 97 - ماجدة أحمد شلي، مستقبل الصناعة المصرفية الإسلامية في ظل التحديات الدولية، المؤتمر العلمي السنوي الرابع عشر حول المؤسسات المالية الإسلامية، كلية الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، 2006.
- 98 - محمد البلتاجي، نموذج مقترح لقياس المخاطر في المصرفية الإسلامية، دراسات اقتصادية إسلامية، المعهد الإسلامي للبحوث والتدريب (المصرف الإسلامي للتنمية)، جدة، 2006.
- 99 - محمد أنس الزرقاء، صيغة إسلامية من دالة المصلحة الاجتماعية ونظرية سلوك المستهلك، قراءات في الاقتصاد الإسلامي، مركز أبحاث الاقتصاد الإسلامي، مركز النشر العلمي بجامعة الملك عبد العزيز، جدة، 1987.

### ثالثا: المقالات والدوريات

- 100 - بوعبدلي أحلام، البنوك التجارية الجزائرية والمنافسة في ظل البيئة المصرفية المعاصرة، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سطيف، العدد 08، 2008.
- 101 - خالد أبو ظهر، مجلة اموال، العدد 27، ديسمبر 2006.
- 102 - صالح صالح ونوال بن عمارة، الصيغ التمويلية ومعالجتها المحاسبية بمصارف المشاركة، مجلة الباحث، جامعة ورقلة، العدد 02، 2003.
- 103 - عبد الحليم غربي، الابتكار المالي في البنوك الإسلامية واقع وآفاق، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سطيف، العدد 09، 2009.
- 104 - عبد الكريم قندوز، الهندسة المالية الإسلامية، مجلة الاقتصاد الإسلامي، جامعة الملك عبد العزيز، م 20، ع 2، 2007.
- 105 - محمد عبد الحليم زعير، العلاقة بين البنوك الإسلامية والبنوك التقليدية، بحوث ودراسات، مجلة الاقتصاد الإسلامي، العدد 252، يوليو 2002.



#### رابعاً: الرسائل الجامعية

- 106 - عبد الحليم غربي، قياس وتوزيع الأرباح في بنوك المشاركة على ضوء ممارستها المصرفية ومعاييرها المحاسبية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2006.
- 107 - عبد الله إبراهيم عبد الله عبد الرحمان، سياسة التسويق المصرفي في المصرف الإسلامي الأردني، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة اليرموك، 1997.
- 108 - عطا الله فهد السرحان، دور الابتكار والإبداع التسويقي في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك التجارية الأردنية، أطروحة دكتوراه في فلسفة التسويق غير منشورة، جامعة عمان العربية للدراسات العليا، 2005.
- 109 - علياء محمود حنفي جراد، دراسة أثر عدد من المتغيرات التنظيمية والفردية والجماعية على الميل للإبداع والابتكار، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الإسكندرية، 2001.
- 110 - عيسى ضيف الله المنصور، نظرية الأرباح في الاقتصاد الإسلامي، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة اليرموك، 2002.
- 111 - فتحي خليفة محمد يعقوب، التسويق في الاقتصاد الإسلامي: أحكامه وضوابطه، رسالة ماجستير في الاقتصاد الإسلامي، كلية الشريعة والدراسات الإسلامية، جامعة اليرموك، الأردن، 2000.
- 112 - قريشي محمد الجموعي، قياس الكفاءة الاقتصادية في المؤسسات المصرفية: دراسة نظرية ميدانية للبنوك الجزائرية، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه دولة في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2006/2005.

#### خامساً: المعاجم والموسوعات

- 113 - أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم ابن منظور الإفريقي المصري، لسان العرب، دار الهلال، بيروت، الجزء الأول، الجزء الثاني؛ الجزء السابع، الجزء الثاني عشر، (دت).
- 114 - أحمد إبراهيم أبوسن وآخرون، موسوعة الإدارة العربية الإسلامية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، جامعة الدول العربية، المجلد السادس، جزء إدارة النقود العربية، 2004.
- 115 - عبد الحميد محمود البعلي، مفاهيم أساسية في البنوك الإسلامية، دراسات في الاقتصاد الإسلامي، الجزء الثالث، المعهد العالمي للفكر الإسلامي، القاهرة، ط1، 1996.
- 116 - محمد إبراهيم أبو شادي، الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية، الموسوعة الشاملة لاقتصاديات البنوك الإسلامية، الجزء الخامس، دار النهضة العربية، القاهرة، 2000.

- 117 - محمد إبراهيم أبو شادي، الموسوعة الشاملة لاقتصاديات البنوك الإسلامية، البنوك الإسلامية بين النظرية والتطبيق، الجزء الأول، دار النهضة العربية، القاهرة، ط2، 2000.
- 118 - محمد إبراهيم أبو شادي، الوظيفة الرقابية للبنوك الإسلامية، الموسوعة الشاملة لاقتصاديات البنوك الإسلامية، الجزء الرابع، دار النهضة العربية، القاهرة، ط2، 2000.

#### سادسا: المواقع الإلكترونية

- 118- <http://www.islamic-bank.com>  
119- <http://www.iegs.com>  
120- <http://www.bmbislamic.com>  
121- <http://www.kantakji.com>  
122- <http://www.badlah.com>  
123- <http://www.dunod.com>  
124- <http://www.12MANAGE.com>  
125- <http://www.Siddigi.com>  
126- <http://www.islamic-economy-fb.blogspot.com>  
127- <http://www.al36a2.ae>  
128- <http://www.doaj.org>

#### مراجع اللغات الأجنبية:

##### **I- Ouvrages:**

- 129- Giorgio Pellicelli, Stratégie d'entreprise, traduit par kamal ben youcef et autres, De Boeck, Bruxelles, 2<sup>ème</sup> édition, 2007.
- 130- Octave Jokung-Nguéna, Jean- Luc Arrègle, Yves de Rongé et Wolfgang Ulaga, Introduction au management de la valeur, Dunod, Paris, 2001.
- 131- Jean- Pierre Détrie et Al, Stratégor, Dunod, Paris, 4<sup>ème</sup> édition, 2005.
- 132- Michael E. Porter, L'avantage concurrentiel, traduit par Myriam Shalak, Dunod, Paris, 1999.
- 133- Abdalhamid Elghazali, Profits et intérêts bancaires entre l'analyse économique et la Charia, institut Islamique de Recherche et de Formation, Djeddah, 1<sup>ère</sup> édition, 1994.
- 134- Alexandre Fernandez-Toro, Management de la sécurité de l'information : Implémentation ISO 27001, Edition Eyrolles, Paris, 2008.
- 135- Alexandre Kamyab Samii, Stratégie des services, Dunod, Paris, 2001.
- 136- Alexandre steyer et Al, Marketing : Une approche quantitative, Pearson Education France, Paris, 2005.

- 137- Anis Bouayad et Emmanuel D'andré, Stratégie et Métier de l'entreprise, Dunod, Paris, 2000.
- 138- Bernard Garrette, Coopérations, Alliances et Compétitivité, management Stratégique et compétitivité, Marc Ingham (ED), De Boeck, Paris,
- 139- Bertrand Moingeon, Le learning mix: Un modèle pour l'entreprise apprenante, L'art du management 3, Bernard Ramanantsoa (ED), Groupe HEC, Paris, Dunod, 2005.
- 140- Christophe Allard, Le management de la valeur client, Dunod, Paris, 2002.
- 141- Christopher LoveLock, Jochen Wirtz et Denis Lapert, Marketing des services, Pearson Education France, Paris, 5<sup>ème</sup> édition, 2004.
- 142- Denis Darpy et Pierre Volle, Comortement du consommateur : Concepts et outils, Dunod, Paris, 2003.
- 143- Didier Chambaretaud, Construire une stratégie de service, Dunod, Paris, 2003.
- 144- Dominique Foray, L'économie de la connaissance, Casbah Edition, Alger, 2004.
- 145- Elizabeth Pastore-Reiss, Le marketing durable, Edition d'organisation, Paris, 2007.
- 146- Eric Delbecque, l'intelligence économique, Puf, Paris, 2007.
- 147- Eric Lamarque, Management de la banque : Risques, Relation client, Organisation, Pearson, 4<sup>ème</sup> édition, 2004.
- 148- Eric Vogler, Management stratégique des Services, Dunod, Paris, 2004.
- 149- François Blondel, Gestion de la production, Dunod, Paris, 4<sup>ème</sup> édition, 2005.
- 150- Frédéric Jallat, Eric Stevens et Pierre Volle, Gestion de la relation client, Peelen(ED), Pearson Education, Paris, 2<sup>ème</sup> édition, 2007.
- 151- Gérard Debreu, Théorie de la valeur, Traduit par J- M Comar et J- Quintar, Dunod, Paris, 3<sup>ème</sup> édition, 2003.
- 152- Gérard Garibaldi, L'analyse stratégique, Edition d'organisation, Paris, 3<sup>ème</sup> édition, 2002.
- Gérard Koenig, management stratégique, Dunod, Paris 2004.
- 153- Gilbert Rock et Marie-Josée Ledoux, le service à la clientèle, Edition du Renouveau Pédagogique Inc, Québec, 2006.
- 154- Gille Lasnier, Amélioration des performances par l'analyse de la valeur, Hermes Science Publication, Paris, 2006.
- 155- Ikujiro Nonaka et Johny Johansson, le marketing à la Japonaise, Traduit par Michel le Seac'h , Village Mondial, 1997.
- 156- Jad Bitar, value creation Through innovation : A Ressource Based View, concepts et cas en management stratétique, Richard soparnot et Samuel Crand val (ED), Hermes Science, Paris, 2005.
- 157- Jaques Bojin et Jean-Marc Schoettl, Les outils de la stratégie, Edition d'organisation, Paris, 2006.

- 158- Jaques Neiryneck, Le marketing sans marketing : Les chemins de la singularité, Edition d'organisation, Paris, 2003.
- 159- Jean Michel Tardieu et Al, Marketing et gestion des services, Chiron éditeur, Paris, 2004.
- 160- Jean Charles Mathé, management Stratégique concurrentiel, Vuibert, Paris, 2001.
- 161- Jean- Jaques Lambin et Ruben Chumpitaz, Marketing stratégique et opérationnel, Dunod, Paris, 5<sup>ème</sup> édition, 2002.
- 162- Jean- Luc Giannelloni et Eric Vernet, Etudes de marché, Vuibert, Paris, 2<sup>ème</sup> édition, 2001.
- 163- Jean- Marie Ducreux et Maurice Marchand-Tonel, Stratégie: Les clés du succès concurrentiel, Edition d'organisation, Paris, 2004.
- 164- Joe Tidd, John Bessant et Keith Pavitt, Management de l'innovation, De Boeck, Paris, 2006.
- 165- Kamel Chehrit, Le banking Islamique : Principes, Règles et Méthodes, Grand Alger livres, Alger, 2007.
- 166- Kaoru Ishikawa, La gestion de la qualité, traduit par J-M Douchy, Dunod, Paris, 2002.
- 167- Lachemi Siagh, L'Islam et le monde des affaires, Edition d'organisation, Paris, 2003.
- 168- Luc De Brabandere et Anne Mikolagczak, Le plaisir des idées, Dunod, 2<sup>ème</sup> édition, Paris, 2004.
- 169- Luc De Brabandere, Le management des idées: De la créativité à l'innovation, Dunod, Paris, 2<sup>ème</sup> édition, 2002.
- 170- Luc De Brabandere, Le sens des idées : Pourquoi la créativité ? Dunod, Paris, 2004.
- 171- Melissa Schilling et François Thérin, Gestion de l'innovation technologique, Maxima, Paris, 2006.
- 172- Michel Ferrary, Yvon Pesqueux, Management de la connaissance, Economica, Paris, 2006.
- 173- Michel Solomon et Al, Comportement du consommateur, Pearson Education France, Paris, 6<sup>ème</sup> édition, 2005.
- 174- Monique Zollinger et Eric Lamarque, Marketing et stratégie de la banque, Dunod, Paris, 4<sup>ème</sup> édition, 2004.
- 175- Pascal Py, Méthodes et Astuces pour conquérir de nouveaux clients, Edition d'organisation, 2<sup>ème</sup> édition, Paris, 2005.
- 176- Patricia Coutelle- Brillet et Véroniques des Garets, Marketing, Pearson Education France et E- Node, Paris 2004.
- 177- Patrick Hetzel, Planète conso : Marketing expérientiel et nouveaux univers de consommation, Edition d'organisation, Paris, 2002.
- 178- Patrick Joffre et Gérard Koerrig, Gestion stratégique, Edition Litec, Paris, 1992.

- 179- Philip Kotler, Bernard Duboi et Al, Marketing management, Pearson Education France, Paris, 12<sup>ème</sup> édition, 2006.
- 180- Philip Kotler, Gary Armstrong et Al, Principes de Marketing, Pearson Education France, Paris, 8<sup>ème</sup> édition, 2007.
- 181- Philipe Baumard, Analyse stratégique : Mouvement, Signaux concurrentiels et Interdépendance, Dunod, Paris, 2000.
- 182- Pierre Alard et Damier Dirringer, La stratégie de la relation client, Dunod, Paris, 2000.
- 183- Pièrre- Charles Pupion, Economie et gestion bancaire, Dunod, Paris, 1999.
- 184- Pièrre Eiglier, Marketing et stratégie des services, Economica, Paris, 2004.
- 185- Robert A. Pitts and David Lei, Stratégic management : Building and sustaining competitive advantage, THOMSON south-western, Canada, 2002.
- 186- Samuel Josien et Sophoe Landrieux- Kartochian, organisation et management de L'entreprise, Gualino éditeur, Paris, 2008.
- 187- Siddiki Abdallah, Management de la qualité, office des publications universitaires, Alger, 2<sup>ème</sup> édition, 2007.
- 188- Thierry Hougron, Le pilotage de la valeur, Dunod, Paris, 2003.
- 189- Tina Harrison, Financial services marketing, Pearson, Education limited, London, 2000.
- 190- Vincent Plauchu, Mesure et amélioration des performances industrielles, Office des Publications Universitaires, Alger, 2006.
- 191- Yves Pimor, Logistique, Dunod, Paris, 4<sup>ème</sup> édition, 2005.

## ***II- Thèses :***

- 192- Mohammed Boudjellal, Le système bancaire Islamique : Aspects Théoriques et Pratiques, Thèse du Doctorat non Publié, Université de Paris II, 1992.
- 193- Muhammed Tahir and Muhammed Umar, Marketing strategy for Islamic banking sector in Pakistan, Final Thesis, School of management, Bleking Institute of Technology, Ronneby (Sweden), May 2008.

## ***III- Articles :***

- 194- Competitive conditions in Islamic and conventional banking : A global perspective, review of financial economics, vol 19, Issue 03, August 2010.
- 195- Dale N.Shook and Salah S. Hassan, marketing management in an Islamic banking Environment: In search of an innovative marketing concept, Saratoga Springs, New York, 2005.

- 196- Emmanuelle Reynaud, Compétences centrales: Premier pas vers une définition opérationnelle, XI<sup>ème</sup> conférence de l'Association Internationale de Management Stratégique, Québec, 13-15 Juin, 2001.
- 197- Eric Lamarque, Avantage concurrentiel et compétences clés : Expérience d'une Recherche sur le secteur bancaire, Finance contrôle stratégique, Volume 04, N°01 Mars 2001.
- 198- Floricel Serghei, Michela John L, Dynamique environnementale : renouvellement stratégique et avantage concurrentiel, AIMS, XII<sup>ème</sup> conférence internationale de management stratégique, Montréal, 6-7 Juin 2007.
- 199- J-C Lointier, marketing bancaire, Bordeaux 4 Montesquier, licence peofessionnelle banque, Groupe formaposte.
- 200- Maznah wan Omar and Mohd Noor Hohd Ali, Brand loyalty and relationship marketing in Islamic Banking system, Canadian Social Science, Vol 06, N° 01, 2010.
- 201- Michel Badoc, Rénover le marketing bancaire, Banque Stratégie, N° 216, Juin, 2004.
- 202- Omar Aktouf, Faut-il brûler Michael Porter, L'avoisier, Revue Française de gestion, Vol 05, N°=146.
- 203- Régis Coeurderoy et Albert Birhashirwa Rwibunza Lwaango, Capital social : coûts de mesure et efficacité organisationnelle ,working paper, CRECIS Louvain, 2009.
- 204- Sudin Haron and Wan Nursofiza Wan Azmi, Marketing Strategy of Islamic Banks: A Lesson from Malaysia, International Seminar on Enhancing competitive Advantage on Islamic Financial Institutions, Jakarta, 7-8 May 2005.
- 205- Yasmine Abou Elnasr and Lovisa Kynäs, Looking through the Shariah window: A quantitative study on the Swedish main bank's opinions about Islamic banking and how they develop a new service, Umeå School Business, 2010.

#### **IV- *Encyclopédies et Dictinnaires :***

- 206- Alain-Ch. Martinet et Ahmed Silem, Lexique de gestion, Edition DALLOZ, 5<sup>ème</sup> édition, Paris, 2000.
- 207- David Autissier, Faouzi Bensebaa, Fabienne Boudier, L'ATLAS Du Management : Encyclopédie du management, Eyrolles & Edition d'organisation, Paris, 2010-2011.

