

ملخصات الأبحاث المدعومة المنشورة في مؤتمرات :

كلية العلوم الإدارية والمالية

الدكتور طارق نائل هاشم

(Using Database Marketing to Enhance Direct Marketing Alternatives in Jordanian Industrial Shareholders Corporations)

الذي نُشر في مؤتمر :

(15<sup>th</sup> International Conference on Corporate and Marketing Communications)

الذي عُقد بجامعة Aarhus في الدنمارك خلال الفترة 21-24/4/2010.

ملخص البحث :

The study aims to highlight how Jordanian industrial shareholders corporations use Database marketing (D.M.) to enhance direct marketing alternative. The study result indicated that marketing management depends on providing the main contents to build the D.M, in Jordanian industrial shareholders corporations. There is a focus on proving the main data about the internal and external environments of the company in order to be used to enhance direct marketing alternative. There is no difference in the use of D.M. according to the capital of the company. There is difference in the use of it according to the company's experience.

**Keywords:** Database marketing, direct marketing.

(The (E-auditing) and its effect on persuasiveness of evidences: evidence from Bahrain)

الذي نُشر في مؤتمر :

(EMCIS 2010)

الذي عُقد في أبو ظبي – الإمارات العربية المتحدة خلال 2010/4/13-12.

ملخص البحث:

This study aims at exploring the use of information technology by the Bahrainis auditors, in planning, controlling and documenting the audit processes; it is known as the (E-Auditing). It mainly aims at studying the effect of (E-Auditing) on persuasiveness of evidence which includes competence, sufficiency, relevance, and timeliness.

To achieve those goals, researchers collected data about the investment in information technology in (10) audit firms. A questionnaire was used to collect this data, and was also used to detect the views of the auditors in Bahrain about the impact of (E-Auditing) on the enhancement of the persuasiveness of evidence. The number of the collected questionnaires was (70). The valid ones for statistical analysis were (68). To test the study hypotheses, the (One Sample t-Test) was used. The study finds that auditors in Bahrain use (E-Auditing) at all stages of auditing. It concludes that there is an (E-Auditing) impact on the enhancement of the persuasiveness of evidence obtained by the auditor. Thus; it contributes to developing the auditing profession in Bahrain.

**Keywords:** Auditing; Information Technology; Persuasiveness of Evidence.

(مفهوم إستراتيجية التنمية الاقتصادية وأثرها على البطالة والفقير " تسويق مفهوم التنمية البشرية")

الذي نُشر في مؤتمر :

(حماية البيئة ومكافحة الفقر)

الذي عُقد في الجزائر – مدينة خميس مليان خلال ( 2010/5/4-3 ).

#### ملخص البحث:

يختلف مفهوم التنمية الاقتصادية حسب اختلاف المعايير أو المؤشرات المستخدمة ، فبالنسبة للمؤشرات الاقتصادية التقليدية، تعني التنمية الاقتصادية قدرة الاقتصاد القومي على تحقيق النمو الاقتصادي، أي تحقيق زيادة سنوية في الناتج القومي الإجمالي، والمؤشر الاقتصادي البديل الآخر للتنمية هو قدرة الاقتصاد القومي على تحقيق معدلات نمو في الدخل الفردي تفوق معدلات نمو السكان . وتستخدم عادة معدلات نمو الدخل الفردي بالمعيار الحقيقي (أي باستبعاد أثر التضخم النقدي) كمقياس لتحسين الاقتصادي للسكان ، أو بكمية السلع والخدمات المتاحة للفرد، أما بالنسبة للمعايير غير الاقتصادية (أي المؤشرات الاجتماعية والسياسية) كتخفيض نسبة الأمية من خلال تكثيف الاستثمار في الخدمات التعليمية والصحية وتجاوز ما يسمى : بالتنمية المتحيزة) لصالح المناطق الحضرية (على حساب المناطق الريفية) كإنشاء الطرق والجسور وتوفير الخدمات التعليمية والصحية والترفيهية في المدن الكبيرة مع استمرار حرمان سكان الريف من أبسط متطلبات الحياة كتوفير المياه الصالحة للشرب والكهرباء وبناء الطرق والمدارس والمراكز الطبية وإنشاء الصناعات الحرفية من أجل خلق فرص العمل وتخفيض نسب البطالة.

شهد عقد التسعينات تحولات جذرية في مفهوم التنمية ، حيث أصبح أكثر شمولاً من مجرد الزيادة السنوية في الناتج القومي الإجمالي ، فقد ثبت من تجارب التنمية الاقتصادية في معظم البلدان النامية وبخاصة في بلدان أمريكا اللاتينية ، حيث أن الكثير من هذه البلدان استطاعت أن تحقق معدلات نمو مرتفعة في الناتج القومي الإجمالي، إلا أن مستويات المعيشة بالنسبة لغالبية السكان بقيت منخفضة أن لم تتدهور إلى مستويات أدنى من السابق ، ويدل هذا بأن التنمية بمفهومها الضيق لم تعد كافية لحل المشكلات المزمنة التي تعاني منها هذه البلدان والمتمثلة بالفقر والبطالة وسوء توزيع الدخل القومي ، لذلك بدأ اهتمام الاقتصاديين في هذه البلدان يتحول إلى التنمية الشاملة من خلال تبني السياسات الهادفة إلى إزالة أو تقليل الفقر والبطالة وتحقيق العدالة في توزيع الدخل القومي.

وسوف تحاول هذه الدراسة الربط بين مجموعة العوامل الخاصة بالتنمية الاقتصادية وأثارها المترتبة على مستويات المعيشة للأفراد ومستويات الفقر والبطالة بتناول أثر توزيع الدخل القومي على تحسين الدخل الفردي وانعكاس ذلك كله على التنمية الاقتصادية الشاملة.

ملخصات الأبحاث المدعومة المنشورة في مؤتمرات :

كلية العلوم الإدارية والمالية

الدكتورة سندس عبد العزيز حمودي

(توظيف تكنولوجيا المعلومات لدى طلبة الجامعات الأردنية)

الذي نُشر في مؤتمر :

(World International Conference on Technology "WICTE – 2010")

الذي عُقد في لبنان خلال الفترة 2-2010/12/3.

ملخص البحث :

غداً واضحاً في السنوات الأخيرة أن استعمال الكمبيوتر صار جزءاً أساسياً من وسائل المعرفة، وتحصيلها، فضلاً عن حضوره في سياقات الاتصال والتواصل. وقد استحدثت أدوات وأنظمة اتصال خاصة بالكمبيوتر، جعلت التواصل أسهل وأكثر وأوفر من الناحية المالية.

ولعل شريحة طلاب الجامعات أقرب إلى التواصل مع المستجدات، بحكم البيئة والتقاليد، والإمكانات، والفئة العمرية التي ينتمون إليها، ومن ذلك استعمال الكمبيوتر، الذي صار أساسياً في عمليات التعليم والتعلم.

وتهدف هذه الورقة لاستجلاء واقع تكنولوجيا المعلومات من حيث العوامل المؤثرة سلباً وإيجاباً في استعمالها وقبولها. وسيتم تقصي واقع الحال، من خلال استبانته الرصد هذا الواقع في عدد من الجامعات في الأردن، من خلال استهداف ثلاث جامعات، تمثل بيئات مختلفة تستهدف الاستبانته عينة دالة من أقسام اللغة العربية وأدائها في هذه الجامعات. وسبب التركيز على أقسام اللغة العربية راجع إلى أن القرص الأولي يحتمل فجوة بين هذه العينة واستعمال تكنولوجيا المعلومات، نظراً لطبيعة التخصص الأكاديمي، عوامل أخرى يُحيلها البحث.

(المخاطر والتحديات التي تواجه المصارف الإسلامية)

الذي نُشر في مؤتمر :

(الاقتصاد الإسلامي، الواقع .. ورهانات المستقبل)

الذي عُقد في الجزائر خلال الفترة 23-24/2/2011

ملخص البحث :

بعد الإطلاع على أهم المخاطر والتحديات التي تواجه المصارف الإسلامية محلياً ودولياً أصبح من الضروري تبيان أهم الإجراءات والسياسات التي على المصارف الإسلامية أن تتخذها لتجنب هذه المخاطر ومواجهة هذه التحديات:

- (1) ضرورة وجود إستراتيجية عمل مشتركة وشاملة للمصارف والمؤسسات المالية الإسلامية محلياً وعالمياً حتى تحقق معدلات أكبر من النمو .
- (2) استحداث أدوات مالية جديدة كافية لإدارة السيولة المتاحة في المصارف والمؤسسات المالية الإسلامية لتجاوز العمليات المالية القصيرة الأجل من خلال أدوات مالية أكثر تنوعاً وطويلة الأجل وسهلة التسييل تتوافق مع أحكام الشريعة الإسلامية مثل الأوراق المالية وصناديق الاستثمار واستحداث آليات لضخ وامتصاص السيولة في الأسواق المالية الإسلامية .
- (3) ضرورة اعتماد المؤسسات المالية والمصرفية لألية مناسبة للحصول على الأحكام الشرعية والالتزام بتطبيق الفتاوى ومراقبة الالتزام بالشريعة الإسلامية في جميع نواحي منتجاتها وعملياتها مما يؤدي إلى تعزيز ثقة الجمهور بهيئة الرقابة الشرعية.
- (4) ضرورة تعزيز التعاون فيما بين المصارف والمؤسسات المالية الإسلامية والمصارف المركزية من خلال إيجاد آلية يمكن من خلالها تجاوز الأضرار التي تتعرض لها المصارف الإسلامية بسبب السياسات المالية والمتبعة من قبل المصارف المركزية المصممة أصلاً للتعامل مع المصارف التقليدية.
- (5) زيادة رؤوس الأموال وتوسيع قاعدة المساهمين وتطبيق سياسة الاندماج فيما بين المصارف والمؤسسات المالية الإسلامية لتعزيز قدرتها التنافسية .
- (6) ضرورة السعي لبناء قاعدة معلومات عن العملاء والمؤسسات المالية والمصرفية .
- (7) ضرورة وضع البرامج والسياسات لاختيار العاملين في المؤسسات المالية والمصرفية الإسلامية من ذوي الخبرات والكفاءات المتميزة واختيار برامج التدريب المستمرة لهم لما لذلك من أثر كبير في التقليل من المخاطر .

(Using Demarketing Strategies in Tobacco Companies to Reduce Smoking in Jordan)

الذي نُشر في مؤتمر :

(16<sup>th</sup> International Conference on Corporate and Marketing Communications (CNC 2011))

الذي عُقد في (Athens University of Economics and Business) خلال الفترة 2011/4/29-27.

ملخص البحث :

The purpose of this study is to identify a main topic which is "using Demarketing strategies in tobacco to companies to reduce smoking in Jordan" To achieve this main goal a self administrated questionnaire was developed and distributed over a random sample of (500) Jordanian respondents in AMMAN, 406 questionnaires were returned, which represent (81.2%) of the total sample. The analysis results indicate that there are no significant differences of demarketing impact on smoking according to respondents age, in the same time there are significant difference of demeketing strategy impact on smoking according to gender, income and education level.

Keywords: Demarketing Tobacco, Smokers.

الدكتورة أسماء رشاد صالح

(التحديات والعوائق التي تحد من ثقافة الإبداع والابتكار في المجال الأكاديمي)

الذي نُشر في :

(المؤتمر الدولي للتفكير الإبداعي والابتكار لأجل التنمية المستدامة)

الذي عُقد في الجامعة الإسلامية العالمية - ماليزيا خلال الفترة 2011/9/14-12.

ملخص البحث :

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مفهوم ثقافة الإبداع والابتكار في المجال الأكاديمي وتحديدًا في الجامعات الأردنية والفلسطينية والتعرف على أهم التحديات والعوائق التي تحد من هذه الثقافة وبالتالي محاولة إيجاد حلول للتغلب على مثل هذه التحديات والعوائق، وقد تمثلت مشكلة الدراسة في محاولة الإجابة على التساؤلات التالية: ما مدى إدراك أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الأردنية والفلسطينية لمفهوم ثقافة الإبداع والابتكار؟ وما هي التحديات والعوائق التي تحد من ثقافة الإبداع والابتكار من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الأردنية والفلسطينية؟ وما هي الحلول الممكن استخدامها للحد من هذه العوائق والتحديات بحيث تحقق الجامعات تنمية مستدامة؟ وكيف يمكن تنمية ثقافة الإبداع والابتكار، وقد تمثل مجتمع الدراسة بالجامعات الأردنية والفلسطينية تمثلت عينة الدراسة في أعضاء هيئة التدريس العاملين في الجامعات وقد تم اختيار 6 جامعات عشوائياً مع أربع منها أردنية واثنان فلسطينيان، وقد تم استخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات الأولية حيث تم توزيع 200 استبانة 120 منها على الأربع جامعات في الأردن و80 منها على الجامعتين الفلسطينيتين وكانت نسبة الاسترداد من العينتين 79%.

ملخصات الأبحاث المدعومة المنشورة في مؤتمرات :

كلية العلوم الإدارية والمالية

الدكتورة سندس عبد العزيز حمودي

(Integrated SDLC with User Interface Component on E-Learning Web-Design)

الذي نُشر في مؤتمر :

(International Conference Human Computer Interaction Learning Technologies)

الذي عُقد في أبو ظبي – الإمارات العربية المتحدة خلال الفترة 2012/3/31-30

ملخص البحث:

Web interface design is becoming progressively more important to all aspects of life. So there are requirements to ensure designers, developers, and software engineers implement the best effects and web quality. This research merges software engineering and user interface components to provide more interactive educational websites. Also, this research model will benefit costs through study and revision of user needs from the beginning phase of the development process.

**Keywords:** - SDLC,User Interface :Web Design Introduction.

(تقييم مستوى جودة الخدمات المصرفية في البنك الإسلامي الأردني من وجهة نظر العملاء)

الذي نُشر في مؤتمر :

(المؤتمر الدولي حول التحديات المالية والاقتصادية التي تواجه منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا ومنطقة الخليج)

الذي عُقد في الأردن – منطقة البحر الميت خلال الفترة 2012/5/18-16.

ملخص البحث:

This research aims to identify the views of Jordan Islamic Bank clients about the quality of banking services provided to them, and their vulnerability variables : age , educational level and number level and number of years of dealing with the bank , and this research , apply a questionnaire to gather information based on a sample (60) client , through the use of items distributed on five areas of the dimensions of quality, namely: tangibility, responsiveness , competence , courtesy , reliability.

Which has been shown through research and a medium level of the dimensions of the quality of banking services provided by the Jordan Islamic Bank, and the courtesy dimension occupied the first rank, followed by banking yet (tangibility ,reliability, efficiency, response ), respectively , at lower level . This suggests that the bank cares about tact and good to deal with its clients, mainly, which means that the Bank attaches great importance to its customers. As it turns out there is no statistically significant difference at the level of significance ( $0.05 \geq a$ ) to the level of quality banking services provided by the Jordan Islamic Bank from the viewpoint of customers due to the variable age. With the presence of statistically significant differences at the level of significance ( $0.05 \geq a$ ) to the level of quality services banking Bank according to the variable level of education, as well as according to the variable year to deal in favor of class (graduate) and this demonstrates that the high educational level of the client can assess the quality of banking services provided to him better. Finally, the research recommends the need to work on upgrading the quality of banking services in Jordan Islamic Bank, so that the subject target with the Bank seeks through it to excellence and competition, with the need to focus on raising the efficiency of workers in the bank through their participation in specialized training courses, and work to strengthen speed of response to customer requests.



(The Impact of Customer Relationship Marketing on Costumers' Satisfaction for the Banking Industry in Jordan)

الذي نُشر في مؤتمر :

(9<sup>th</sup> International Conference for Marketing, Management, Finance, Consumer )  
Behavior, Tourism and Relating Research)

الذي عُقد في إسبانيا خلال الفترة 11-13/4/2012.

ملخص البحث:

The study aims to investigate the impact of customer relationship marketing (CRM) on costumers satisfaction for the banking industry in Jordan.

The study population includes customers of the banking industry in Jordan, who live in the capital governorate. A Survey method was used through using a self administrated questionnaire that was distributed over a convenience sample amounting (500) customers.(391) questionnaires have been returned back, and used for proper statistical analysis, this number represents (78.2%) of the total sample.

This study is one of several researches that will be conducted in different sectors in Jordan in the next few years in order to increase level of customer satisfaction in these sectors.

The study results indicated that that there an impact of using CRM on costumers Satisfaction for the banking industry in Jordan. Also the study results indicated that customers are aware of customer relationship marketing strategies used by banking Industry in Jordan. Also Fulfil Promises has the highest impact on costumers' satisfaction, then Empathy, then Commitment and finally Communications.

It was also found that the impact of customer relationship marketing (CRM) on costumers satisfaction differs according to Gender, Age, educational level and income.

**Keywords:** relationship marketing (CRM), Banking industry, costumer satisfaction.