



تحت رعاية

الأستاذ الدكتور عبد الكريم القضاة الأستاذ الدكتور يونس عمرو
رئيس الجامعة الأردنية رئيس جامعة القدس المفتوحة

تنظم كلية الأعمال في الجامعة الأردنية (عمان/ الأردن)
وكلية العلوم الإدارية والاقتصادية في جامعة القدس المفتوحة (فلسطين)

المؤتمر العلمي الدولي الثامن المشترك

الأعمال والإدارة الإلكترونية وتطبيقاتها في المنظمات الخاصة والعامة

خلال المدة ٢٣ - ٢٥ / ٤ / ٢٠١٩

عمان/ الأردن

في رحاب الجامعة الأردنية

(مبنى كلية الأعمال)

أهمية المؤتمر:

يتناول هذا المؤتمر موضوعاً حيويًا جديدًا نسبيًا خاصة في المنظمات العربية، وهو موضوع الأعمال والإدارة الإلكترونية وتطبيقاتها في المنظمات العربية كمدخل لتجذير مفهوم التميز، حيث باتت تبني الأعمال والإدارة الإلكترونية يحقق لهذه المنظمات مزايا كبيرة ونتائج إيجابية كثيرة ومتعددة، إذ أن ذلك يساعدها في استخدام مداخل جديدة في الأعمال والوظائف والأنشطة والعمليات تؤدي إلى تلبية حاجات الزبائن بصورة أفضل، وتؤدي إلى توفير بدائل جديدة متعددة، وإلى تقليل التكاليف وتغيير هيكل التكاليف، وتوسيع حجم الأسواق، وتحقيق ربحية أفضل، وتوفير البيانات والمعلومات على نطاق واسع، وتقليل صعوبات الشراء والتسويق والتوزيع، وتسهيل عمليات التبادل بين البائعين والمشتريين، وتقليل أهمية عنصر الموقع في الأعمال.

ويركز هذا المؤتمر العلمي الدولي المشترك على الأعمال والإدارة الإلكترونية بجوانبها ومحاورها المتنوعة، ويتناول دورها في إحداث فارق جوهري في أداء المنظمات بأشكالها المختلفة، حيث جاء هذا المؤتمر ليكون تجمعاً علمياً وأكاديمياً للباحثين وأصحاب القرار ومديري المؤسسات من دول مختلفة لعرض بحوثهم ودراساتهم وتجاربهم العملية في جلسات المؤتمر ضمن محاوره المتنوعة. وتتبع الرسالة الأساسية لهذا المؤتمر من الاهتمام الكبير الذي توليه إدارة المؤتمر بالربط بين الأدبيات والنظريات المختلفة ذات الصلة بالأعمال والإدارة الإلكترونية، من جهة، وتطبيقاتها في المنظمات الخاصة والعامة، من جهة أخرى، تحقيقاً وتجديراً لمفهوم وممارسات التميز والجودة والإبداع والتنافسية، وسيتم تحقيق ذلك من خلال مجموعة من الأوراق البحثية، ومجموعة من التجارب العملية محلياً وإقليمياً ودولياً والتي تسلط الضوء على المحاور المختلفة لهذا المؤتمر.

أهداف المؤتمر:

استكمالاً للأهداف المجتمعية والاقتصادية والبحثية التي تسعى إلى تحقيقها سلسلة المؤتمرات المشتركة التي تنظمها كلية الأعمال في الجامعة الأردنية وكلية العلوم الإدارية والاقتصادية في جامعة القدس المفتوحة، فإن هذا المؤتمر يأتي لتحقيق مجموعة من الأهداف عبر المشاركات البحثية التي ستعرض في جلسات هذا المؤتمر وتعمم إلى جهات الاختصاص وإلى جميع الجهات المعنية من خلال منشوراته الورقية والإلكترونية، ومن أهم الأهداف التي سيحققها هذا المؤتمر من خلال محاوره المختلفة، ما يأتي:

- إبراز أهمية الأعمال الإلكترونية ودورها في نجاح منظمات الأعمال وزيادة انتشارها وتعظيم مبيعاتها في الأسواق المختلفة.
- التأكيد على الآفاق الإستراتيجية والمجالات التشغيلية التي تتحقق من تطبيقات الحكومة الإلكترونية ودورها في تسهيل التعاملات والإجراءات وتحقيق مستويات عالية من جودة الحياة للمستفيدين من خدماتها بصورة مباشرة وغير مباشرة.
- تسليط الضوء على الأفكار والمفاهيم والنظريات المختلفة التي تتناول الأعمال والإدارة الإلكترونية، وإيضاح سبل استثمارها وتسخيرها في التطبيقات والممارسات المثلى في المنظمات بمختلف أنواعها وأحجامها وأشكالها.
- اطلاع كوادرات المؤسسات الخاصة والعامة على المتطلبات المختلفة لتطبيقات الأعمال الإلكترونية والإدارة الإلكترونية.
- إيضاح التحديات والصعوبات المختلفة التي توجه تطبيقات الأعمال الإلكترونية وتطبيقات الإدارة الإلكترونية، وتقديم المقترحات البناءة والفاعلة التي تعالج ذلك.

- المساهمة في إثراء الخريجين من جامعاتنا المختلفة بالمعرفة النظرية والتطبيقات العملية لهذه المعرفة بما يمكن هؤلاء الخريجين من تأسيس أعمالهم الصغيرة الخاصة، ويأتي ذلك ضمن الخطط والجهود الإستراتيجية التي تركز على بناء أجيال مسؤولة لمجتمعات أفضل.
- تعميق الشراكة المهنية مع المنظمات العامة والخاصة وإثراء إداراتها بالمعرفة العلمية المتجددة التي تمكنها من تحسين جودة أدائها.

محاور المؤتمر:

المحور الأول: المحور التسويقي:

- المزيج التسويقي الإلكتروني والتكامل بين عناصره.
- التجارة الإلكترونية وتطورها في البلاد العربية.
- أسس ومعايير تسعير السلع والخدمات في الأسواق الإلكترونية.
- العوامل والمحددات الرئيسة للتسعير في الأسواق الإلكترونية.
- الاستراتيجيات المختلفة للتسعير في الأسواق الإلكترونية.
- مواقع مقارنات الأسعار في الأسواق الإلكترونية: الواقع والآثار وسبل التكيف.
- المزايدات في الأسواق الإلكترونية وسبل استخدامها وتعظيم الاستفادة من مزاياها.
- مواقع التواصل الاجتماعي وأدوارها التسويقية في الأسواق الإلكترونية.
- المنافسة السعرية وغير السعرية في الأسواق الإلكترونية.
- تخطيط وتطوير المنتجات وعرضها وبيعها في الأسواق الإلكترونية.
- فاعلية ترويج المنتجات في الأسواق الإلكترونية.
- إدارة الدعاية والإعلان في الأسواق الإلكترونية.
- ترويج المنتجات من خلال الموقع الإلكتروني للشركة.
- ترويج المنتجات في الأسواق الإلكترونية من خلال محركات البحث والفهارس.
- ترويج المنتجات في الأسواق الإلكترونية من خلال الدعاية الإلكترونية والإعلانات الإلكترونية.
- ترويج المنتجات في الأسواق الإلكترونية من خلال البريد الإلكتروني E-Mails.
- تحديات رسائل البريد الإلكتروني الخادعة والمزيفة وأثارها على ترويج المنتجات في الأسواق الإلكترونية.
- ترويج المنتجات في الأسواق الإلكترونية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي (Facebook ، twitter ، YouTube وغيرها....).
- الإعلانات الممولة ومدفوعة الأجر لترويج المنتجات في الأسواق الإلكترونية.
- الإعلانات المجانية لترويج المنتجات في الأسواق الإلكترونية.
- استخدام التسويق الفيروسي Viral Marketing في تسويق المنتجات في الأسواق الإلكترونية.
- تسويق المنتجات من خلال الهاتف المحمول (الموبايل).
- تطبيقات التسويق السياسي في الأسواق الإلكترونية.
- تسويق تعاملات السفر الإلكترونية عبر الإنترنت.
- نظام المعلومات التسويقية في الأسواق الإلكترونية.
- مؤشرات قياس كفاءة وفاعلية التسويق الإلكتروني.
- التكامل والتنسيق بين عناصر المزيج التسويقي الإلكتروني.
- قصص نجاح في التسويق الإلكتروني.
- المعوقات التسويقية لتطبيق الأعمال الإلكترونية في المنظمات.
- ظاهرة الذباب الإلكتروني ومبادرات النحل الإلكتروني.

- فاعلية إستراتيجية المحتوى التسويقي على مواقع التواصل الاجتماعي.
- إدارة السمعة الرقمية للمنظمات.

المحور الثاني: المحور الإداري والقانوني:

- الإدارة الإلكترونية ودورها في كفاءة وفاعلية المنظمات.
- إستراتيجية الأعمال الإلكترونية (صياغة إستراتيجية الأعمال الإلكترونية والتخطيط الاستراتيجي للأعمال الإلكترونية، تنفيذ إستراتيجية الأعمال الإلكترونية، تقويم إستراتيجية الأعمال الإلكترونية، مؤشرات تقويم إستراتيجية الأعمال الإلكترونية).
- الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية (التدريب الإلكتروني والإدارة الإلكترونية للتدريب، الإدارة الإلكترونية لعمليات الاستقطاب والاختيار والتعيين، الإدارة الإلكترونية لعمليات تقييم أداء العاملين....).
- مجالات تطبيق الإدارة الإلكترونية في المنظمات.
- الإدارة الإلكترونية لأنشطة البحث العلمي والمجلات العلمية.
- الإدارة الإلكترونية لاستطلاعات وقياس الرأي عبر الانترنت.
- الإدارة الإلكترونية للمؤتمرات وورش العمل والندوات.
- الإدارة الإلكترونية وإدارة المعرفة.
- اندماج المنظمات في الأعمال الافتراضية.
- المعوقات الإدارية وتحديات التحول والانتقال من الأعمال التقليدية إلى الإدارة الإلكترونية.
- مواقع التواصل الاجتماعي وأدوارها في تعزيز أداء الأعمال الإلكترونية والإدارة الإلكترونية.
- إدارة الوظائف الأساسية للأعمال الإلكترونية:
 - وظيفة إدارة التسويق في الأسواق الإلكترونية.
 - وظيفة إدارة الموارد البشرية المسؤولة عن الأعمال الإلكترونية.
 - الوظيفة المالية والمحاسبية للأعمال الإلكترونية.
 - وظيفة الإنتاج والعمليات للأعمال الإلكترونية.
 - وظيفة نظم المعلومات والتكنولوجيا المرتبطة بالأعمال الإلكترونية.
 - وظيفة إدارة المبيعات (للسلع والخدمات) في الأسواق الإلكترونية.
 - وظيفة البحث والتطوير للأعمال الإلكترونية.
 - الإدارة الإلكترونية كمدخل لتحقيق التطوير التنظيمي.
 - الإدارة الإلكترونية كمدخل لتحقيق البراعة التنظيمية.
 - متطلبات تطبيق الأعمال الإلكترونية والإدارة الإلكترونية في المنظمات.
 - تقييم فاعلية تطبيق الأعمال الإلكترونية والإدارة الإلكترونية في المنظمات.
 - الأعمال والإدارة الإلكترونية بين أمس واليوم والمستقبل.
- مداخل تقييم أداء الأعمال والإدارة الإلكترونية.
- تحليل مضامين المسؤولية الاجتماعية والالتزام بها في المواقع الإلكترونية للمنظمات.
- الرقابة الإلكترونية على المنظمات العاملة في الأسواق الإلكترونية.
- الحوكمة للمنظمات العاملة في الأسواق الإلكترونية.
- الإدارة الإلكترونية للآزمات (الإدارية والاقتصادية والمالية...).
- الواقع القانوني للأعمال الإلكترونية في البلاد العربية.
- الجرائم الإلكترونية في الأعمال والإدارة الإلكترونية.
- التشريعات النافذة للحكومة الإلكترونية.

- منع استغلال الأعمال الإلكترونية في جرائم غسل الأموال.
- منع استغلال الأعمال الإلكترونية في جرائم الاتجار بالبشر.

المحور الثالث: محور الزبائن في الأسواق الإلكترونية:

- الإدارة الإلكترونية للعلاقة مع الزبائن e-CRM.
- الأدوار الجديدة للمتاجر الإلكترونية في جذب الزبائن والمحافظة عليهم.
- تحقيق رضا الزبائن وولائهم في الأسواق الإلكترونية.
- التسوق الإلكتروني E-Shopping وصعوبات التحقق من جودة المنتجات قبل الشراء.
- بناء سمعة ومكانة للمنتج لدى الزبائن في الأسواق الإلكترونية.
- تطبيقات التخصيص Personalization في تسويق المنتجات في الأسواق الإلكترونية.
- التخصيص والإيصاء الواسع Mass Customization.
- اتجاهات وخصائص الزبائن في الأسواق الإلكترونية.
- استراتيجيات استقطاب الزبائن والاحتفاظ بهم في الأسواق الإلكترونية.
- خدمات دعم الزبائن في الأسواق الإلكترونية.
- سلوك المستهلك (الزبون) في الأسواق الإلكترونية والعوامل الرئيسة المؤثرة فيه.
- الأساليب الإبداعية في استقطاب الزبائن للأسواق الإلكترونية.
- إدارة النظم الإلكترونية لشكاوى الزبائن والمستفيدين.
- دور الثقافة التكنولوجية لدى الزبائن في نجاح الأعمال والإدارة الإلكترونية.
- الحجز الإلكتروني المسبق لتلقي الخدمة ودوره في تحسين جودة التسليم للزبائن.

المحور الرابع: الأعمال الإلكترونية والتميز والمنافسة:

- المزايا التنافسية والإستراتيجية التي حققتها الانترنت للمنظمات العامة والخاصة في إنتاج السلع والخدمات وبيعها في الأسواق الإلكترونية.
- المنافسة بين المنظمات في الأسواق الإلكترونية.
- تطبيقات نموذج القوى التنافسية الخمس لبورتر في الأسواق الإلكترونية.
- المزايا التنافسية والإستراتيجية لاستراتيجيات وسياسات التسويق في الأسواق الإلكترونية.
- الإدارة الإلكترونية كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية والتميز التنظيمي.
- الأعمال الإلكترونية والتميز والريادية والأعمال الصغيرة.
- دور المتاجر الإلكترونية في الإدارة الفاعلة لمدة التجهيز والتسليم.
- إدارة التميز لعمليات البيع والشراء عبر الانترنت.
- التميز في تقديم خدمات التأمين في الأسواق الإلكترونية.
- التميز في تقديم الخدمات المالية والمصرفية في الأسواق الإلكترونية.
- التميز في تسويق الخدمات في الأسواق الإلكترونية.
- التميز في تقديم الخدمات الداعمة والمرافقة لعمليات الشراء والبيع عبر الانترنت.
- التميز في الإدارة الإلكترونية للخدمات الزراعية.
- دور التخصصات الأكاديمية (في التسويق الإلكتروني والأعمال الإلكترونية) المطروحة في الجامعات العربية في زيادة توجه الزبائن نحو الأعمال والإدارة الإلكترونية.
- الأساليب الإبداعية والابتكارية في توزيع السلع والخدمات في الأسواق الإلكترونية.
- توظيف الأعمال الإلكترونية لدعم التنمية.

المحور الخامس: محور التكنولوجيا والتعليم والتعلم الإلكتروني:

- المتاجر الإلكترونية: تصميمها ومواصفاتها وشروط نجاحها واستدامتها.
- إجراءات ممارسة الأعمال الإلكترونية في الدول العربية.
- نظم المعلومات الإستراتيجية في المنظمات الافتراضية.
- الحوسبة السحابية للمنظمات (Cloud Computing for Organization)
- إدارة البيانات الضخمة (Big DATA) ومخازن البيانات الضخمة (Data warehouse).
- تصميم وإنشاء المتاجر الإلكترونية لمنظمات الأعمال.
- الأسس والمواصفات الفنية (التقنية) والتسويقية والمالية للمتاجر الإلكترونية الناجحة.
- التطبيقات الإلكترونية لأنظمة النقل والمواصلات.
- المعوقات التكنولوجية لتطبيق الأعمال الإلكترونية في المنظمات.
- نماذج الأعمال الإلكترونية ونماذج الإدارة الإلكترونية.
- انترنت الأشياء: التطور والانتشار والتطبيقات المتنوعة والمزايا.
- تقديم الخدمات التعليمية في الأسواق الإلكترونية (التعلم والتعليم الإلكتروني).
- كفاءة وفاعلية إدارة وتسويق تكنولوجيا التعليم.
- تقنيات التعليم الإلكتروني وجودة تصميم المقررات والكتب الإلكترونية.

المحور السادس: الأعمال والإدارة الإلكترونية والخصوصية Privacy والأمن Security:

- عناصر الخصوصية وأبعادها في الأسواق الإلكترونية.
- أهمية الخصوصية في العلاقة بين الزبائن والمنظمات في الأسواق الإلكترونية.
- مخاطر استخدام البيانات الشخصية للزبائن خارج سياسات الخصوصية.
- التكنولوجيات المختلفة لحماية خصوصية الزبائن في الأسواق الإلكترونية.
- أساليب وآليات تحقيق أمن المعاملات الإلكترونية.
- أمن المعلومات والتجسس الإلكتروني.
- أمن المعاملات المالية في الأسواق الإلكترونية.
- الفجوات الإلكترونية في نظم الدفع الإلكترونية.
- معايير وبروتوكولات أمن الأعمال الإلكترونية.

المحور السابع: المحور المالي والمحاسبي:

- الصيرفة الإلكترونية.
- الضرائب والجمارك على التعاملات الإلكترونية عبر الانترنت (الواقع والتحديات والحلول والمقترحات).
- أساليب الدفع الإلكترونية عبر الانترنت.
- العملات الإلكترونية (مثل البيتكوين Bitcoin والايثيريوم Ethereum وغيرها واستخداماتها في الأسواق الإلكترونية).
- العملات الإلكترونية التجريبية (مثل Litecoin Testnet) التي تستخدم في تجارب التعامل في الأسواق الإلكترونية.
- تكنولوجيا الـ Block Chain وعلاقتها بالعملات الافتراضية.
- التكنولوجيا والبورصات العالمية.
- الأنظمة والمعالجات المحاسبية لأعمال الإلكترونية.
- التحديات والصعوبات المحاسبية لأعمال الإلكترونية.

- التهرب الضريبي في الأعمال الإلكترونية: الواقع ومقترحات للمعالجة.
- محاسبة تكاليف الأعمال الإلكترونية.
- تكاليف تأسيس المتاجر الإلكترونية وتحديثها واستدامتها.
- الدعم الحكومي للأعمال والإدارة الإلكترونية.
- المعايير المالية والمحاسبية لتطبيق الأعمال الإلكترونية في المنظمات.
- الأعمال والتجارة الإلكترونية والشمول المالي.

المحور الثامن: المحور الاقتصادي:

- الذكاء الاقتصادي والأنظمة الذكية وتطبيقاته في المنظمات.
- الاقتصاد الرقمي وتطبيقاته ودوره في تميز المنظمات.
- تحديات الاقتصاد الرقمي في البلاد العربية.
- استراتيجيات التحول إلى الاقتصاد الرقمي.
- مؤشرات الاقتصاد الرقمي.
- الاقتصاد الرقمي والنمو الاقتصادي.
- المدن الذكية في إطار اقتصاد المعرفة.
- الآثار الاقتصادية للأعمال الإلكترونية.

المحور التاسع: الحكومة الإلكترونية:

- أهداف الحكومة الإلكترونية وأنواعها ومراحل تنفيذها.
- متطلبات تنفيذ الحكومة الإلكترونية.
- المؤشرات الرئيسية لجاهزية الحكومة الإلكترونية.
- نماذج الحكومة الإلكترونية.
- الحلول الإبداعية التي توفرها الحكومة الإلكترونية.
- الفرص والتحديات أمام تطبيق الحكومة الإلكترونية.
- الحكومة الإلكترونية ومكافحة الفساد.
- الحكومة الإلكترونية والإفصاح والشفافية.
- الحكومة الإلكترونية وخصوصية الزبائن.
- دور الحكومة الإلكترونية في تسهيل التعاملات والإجراءات وتحقيق جودة الحياة للمستفيدين من خدماتها.
- تجارب إقليمية وعالمية في تطبيق الحكومة الإلكترونية.
- عرض وتقييم تجارب الدول العربية في تطبيق الحكومة الإلكترونية، مع التركيز على التجارب الناجحة.

لجان المؤتمر

اللجنة التحضيرية للمؤتمر:

- أ. د. فايز حداد / رئيس اللجنة التحضيرية/ عميد كلية الأعمال/ الجامعة الأردنية.
- د. آلاء الشخشير/ نائب رئيس اللجنة التحضيرية/ جامعة القدس المفتوحة/ فلسطين.
- د. عادل بينو / الجامعة الأردنية/ الأردن.
- د. سامر الدحيات / الجامعة الأردنية/ الأردن.
- د. تغريد سعيقان/ الجامعة الأردنية/ الأردن.
- د. رشدي القواسمة/ جامعة القدس المفتوحة/ فلسطين.
- د. حمزة الموالي / الجامعة الأردنية/ الأردن.
- د. محمد الخطيبية/ الجامعة الأردنية/ الأردن.
- د. زيد عبيدات/ الجامعة الأردنية/ الأردن.
- د. محمد النجار/ الجامعة الأردنية/ الأردن.
- د. عبد الحكيم أخوارشيدة/ الجامعة الأردنية/ الأردن.
- د. وليد شواقفة/ الجامعة الأردنية/ الأردن.
- د. ليلى ذهبية/ الجامعة الأردنية/ الأردن.
- د. عبد القادر الدراويش/ جامعة القدس المفتوحة/ فلسطين.
- د. طارق المبروك/ جامعة القدس المفتوحة/ فلسطين.
- د. نور الأقرع/ جامعة القدس المفتوحة/ فلسطين.
- د. عطية مصلح/ جامعة القدس المفتوحة/ فلسطين.
- د. صبري مشتهى/ جامعة القدس المفتوحة/ فلسطين.
- د. جلال شببات/ جامعة القدس المفتوحة/ فلسطين.
- د. محمد تلالوة/ جامعة القدس المفتوحة/ فلسطين.
- أ. إبراهيم عليان/ جامعة القدس المفتوحة/ فلسطين.
- د. يونس جعفر/ جامعة القدس المفتوحة/ فلسطين.
- أ. نهاد أسعد زواتية/ شركة المشرق للتأمين/ فلسطين.
- أ. أمل المصري/ مجلة المشرق الأوسط للأعمال.
- أ. هيا عابدين/ جامعة القدس المفتوحة/ فلسطين.
- أ. عوض مسحل/ جامعة القدس المفتوحة/ فلسطين.
- أ. إياد اشتية/ جامعة القدس المفتوحة/ فلسطين.
- الفاضلة منال العزوني / الجامعة الأردنية/ الأردن.

- الفاضلة دعاء السيادة / الجامعة الاردنية / الاردن.
- الفاضلة ماجدة " محمد امين " مشخج / الجامعة الاردنية / الاردن.
- الفاضلة اية الحسنات / الجامعة الاردنية / الاردن.
- الفاضلة هبة الكايد / الجامعة الاردنية / الاردن.
- السيد محمد الرغيفة / الجامعة الاردنية / الاردن.
- السيد مأمون الضمور / الجامعة الاردنية / الاردن.

اللجنة العلمية للمؤتمر:

- د. يوسف أبو فارة / رئيس اللجنة العلمية/ عميد كلية العلوم الإدارية والاقتصادية/ جامعة القدس المفتوحة.
- أ.د. فايز حداد / عميد كلية الأعمال / الجامعة الأردنية/ الأردن.
- د. سامر الدحيات / نائب رئيس اللجنة العلمية / الجامعة الأردنية/ الأردن.
- د. مروان درويش/ جامعة القدس المفتوحة/ فلسطين.
- د. عادل بينو / الجامعة الأردنية/ الأردن.
- د.م. إسلام عمرو/ جامعة القدس المفتوحة/ فلسطين.
- أ. د.م. يوسف أبو زر/ جامعة القدس المفتوحة/ فلسطين.
- أ. د. سمير أبو زنيد/ جامعة الخليل/ فلسطين.
- أ. د. أيسر سوسان/ الجامعة العربية الأمريكية/ فلسطين.
- د. آمال الحيلة/ جامعة فلسطين التقنية/ فلسطين.
- د. عبد الرحمن السلواوي/ جامعة القدس المفتوحة/ فلسطين.
- د. تغريد سعيقان/ الجامعة الأردنية/ الأردن.
- د. سامح العطوط/ جامعة النجاح الوطنية / فلسطين.
- د. حمزة الموالي / الجامعة الأردنية/ الأردن.
- د. محمد الخطيبية/ الجامعة الأردنية/ الأردن.
- أ. د. كامل بربر/ جامعة الجنان/ لبنان.
- د. محمد النجار/ الجامعة الأردنية/ الأردن.
- د. زيد عبيدات/ الجامعة الأردنية/ الأردن.
- د. وليد شواقفة/ الجامعة الأردنية/ الأردن.
- أ. د. خالد الخطيب/ مركز رماح/ الأردن.
- د. غسان شاهين/ جامعة بوليتكنك فلسطين/ فلسطين.
- د. زهران دراغمة/ الجامعة العربية الأمريكية/ فلسطين.
- د. عمر الصليبي/ جامعة القدس/ فلسطين.
- د. حسين عبد القادر/ جامعة الاستقلال/ فلسطين.
- د. سلامة سالم/ جامعة القدس المفتوحة/ فلسطين.
- د. الحسين الرامي/ جامعة أكادير/ المغرب.
- أ. د. حسني عوض/ جامعة القدس المفتوحة/ فلسطين.
- أ. د. ذياب جرار/ جامعة القدس المفتوحة/ فلسطين.
- أ. د. فتح الله غانم/ جامعة القدس المفتوحة/ فلسطين.

- د. شريف أبو كرش/ الجامعة العربية الأمريكية/ فلسطين.
- د. أياد التميمي/ جامعة البيان/ العراق.
- أ.د. فريد كورتل/ جامعة سكيكدة/ الجزائر.
- أ.د. عمر أبو عيدة/ جامعة القدس المفتوحة/ فلسطين.
- د. عزمي الأطرش/ جامعة القدس/ فلسطين.
- د. عودة مشاركة/ جامعة القدس المفتوحة/ فلسطين.
- د. إبراهيم عوض/ جامعة القدس/ فلسطين.
- أ.د. كمال رزيق/ جامعة البليدة/ الجزائر.
- د. حيزية زايد/ المدرسة الوطنية العليا للإحصاء والاقتصاد التطبيقي/ الجزائر.
- د. آلاء العاني/ جامعة الموصل/ العراق.
- د. مجيد منصور/ الجامعة العربية الأمريكية/ فلسطين.
- د. رامز الظنهور/ جامعة الجنان/ لبنان.
- د. كامل أبو كويك/ جامعة القدس/ فلسطين.
- د. خالد زبدة/ جامعة القدس المفتوحة/ فلسطين.
- د. فضيلة بوطورة/ جامعة العربي التبسي/ الجزائر.
- د. إسلام عبد الجواد/ جامعة النجاح الوطنية / فلسطين.
- د. أحمد حرز الله/ جامعة القدس/ فلسطين.
- د. مجدي الكبيجي/ جامعة القدس المفتوحة/ فلسطين.
- د. مروان أبو هلال/ جامعة القدس المفتوحة/ فلسطين.
- د. وائل محمد جبريل/ جامعة عمر المختار/ ليبيا.

الجهات المشاركة والمدعوة والمستفيدة من المؤتمر

- القيادات الإدارية في المؤسسات العامة والخاصة والأهلية.
- أعضاء مجالس الإدارة في المؤسسات المختلفة.
- الباحثون وأعضاء هيئة التدريس في الكليات ذات العلاقة ومراكز البحوث الأردنية والفلسطينية والإقليمية والدولية.
- رجال الأعمال والمستثمرون والمهتمون بالأعمال الإلكترونية والإدارة الإلكترونية.
- طلبة الدراسات العليا وطلبة البكالوريوس في الكليات ذات العلاقة.

شروط وملاحظات مهمة بخصوص الأوراق البحثية المقدمة للمؤتمر:

- أن تكون الورقة البحثية ضمن محاور المؤتمر.
- **تسليم الورقة البحثية كاملة مع الملخص في موعد أقصاه ٢٠١٩/٣/١٠، دون حاجة لإرسال الملخص بمفرده.**
- أن تتضمن الورقة البحثية ملخصا باللغة العربية وآخر باللغة الإنجليزية، وأن يكون ملخصا تنفيذيا، وأن يكون كل من الملخصين منقحا طباعيا ولغويا وعلميا، وأن لا يقل كل منهما عن ٤٠٠ كلمة ولا يزيد عن ٦٠٠ كلمة، وأن يتضمن هذا الملخص عنوان المشاركة البحثية (مع اسم الباحث واسم الجامعة - أو المؤسسة- واسم الدولة)، وأن يتناول الملخص جميع العناصر العلمية التي يجب أن تتوفر في ملخصات البحوث، مثل المشكلة البحثية وأهمية الورقة البحثية وأهدافها

ومبرراتها والحدود البحثية والمنهج العلمي المستخدم والإجراءات والأدوات وأهم النتائج والتوصيات وغير ذلك، وسيتم نشر الملخصات التي تراعي هذه الشروط في كتيب الملخصات الذي يوزع في المؤتمر في يومه الأول.

- مراعاة أسس وقواعد البحث العلمي في الأوراق البحثية لهذا المؤتمر.
- أن لا تكون الورقة البحثية قد نشرت سابقاً (في مؤتمرات أو مجلات أو غيرها بنفس الاسم أو باسم آخر)، أو مقبولة للنشر أو مقدمة للنشر لدى أية جهة (لا تقبل إلا الأوراق البحثية الجديدة والتميزة).
- يمكن قبول أوراق بحثية في صورة مقالات علمية نظرية تتضمن أفكاراً ومفاهيم جديدة ضمن محاور المؤتمر.
- استخدام نمط APA في التوثيق، فيشار إلى المرجع أو المصدر في المتن بعد فقرة الاقتباس مباشرة كما يأتي: (اسم عائلة المؤلف، سنة النشر، رقم الصفحة).
- ضرورة تدوين المراجع والمصادر في نهاية الورقة البحثية، فإذا كان المرجع أو المصدر كتاباً فيثبت اسم المؤلف/ المؤلفين، عنوان الكتاب، اسم المترجم إن وجد (مكان النشر، الناشر، الطبعة، سنة النشر)، رقم الصفحة. وإذا كان المرجع مجلة فيثبت المؤلف، عنوان البحث، اسم المجلة، عدد المجلة وتاريخها، رقم الصفحة.
- أن يتراوح عدد كلمات الورقة البحثية بين ٥٠٠٠ إلى ٧٠٠٠ كلمة مطبوعة على الـ Word بخط ١٤ عادي للنص وخط ١٤ غامق للعناوين بمسافة ١,٥ وخط Arial وهوامش ٢,٥ سم لجميع الجوانب.
- ضرورة إرفاق السيرة الذاتية للباحث/ الباحثين مع الورقة البحثية مع تحديد التخصص العام والتخصص الدقيق والدرجة العلمية والرتبة العلمية والجامعة التي تخرج منها والجامعة أو المؤسسة التي يعمل فيها حالياً.
- ضرورة إرفاق نسخة ملونة عن جواز السفر للباحث (الباحثين) مع الورقة البحثية.
- إدارة المؤتمر غير ملزمة بتقديم تقرير بأسباب ومبررات رفض المشاركات التي ترفضها اللجنة العلمية.
- ضرورة تعبئة نموذج تقديم المشاركة البحثية المرفق وهو: (نموذج تقديم مشاركة بحثية في المؤتمر).

رسوم المؤتمر:

رسوم المشاركة في هذا المؤتمر هي (٢٠٠) دولار أمريكي عن كل باحث، وتغطي الرسوم نفقات الإقامة الفندقية، ووجبات الإفطار والغداء، والنقل بين الفندق والجامعة، وحقيبة المؤتمر.

المراسلات

توجه جميع المراسلات والاستفسارات والبحوث الخاصة بالمؤتمر إلى العنوانين الآتيين معا:

<p>د. يوسف أبو فارة رئيس اللجنة العلمية عميد كلية العلوم الإدارية والاقتصادية جامعة القدس المفتوحة</p>	<p>أ. د. فايز حداد رئيس اللجنة التحضيرية عميد كلية الأعمال الجامعة الأردنية</p>
<p>abubeesan@yahoo.com business@qou.edu</p>	<p>d.sayaydih@ju.edu.jo</p>

نموذج تقديم المشاركة البحثية



نموذج تقديم مشاركة بحثية في المؤتمر المشترك بين الجامعة الأردنية وجامعة القدس المفتوحة
الأعمال والإدارة الإلكترونية وتطبيقاتها في المنظمات الخاصة والعامة

	عنوان المشاركة البحثية في المؤتمر:
	الاسم الرباعي :
	البريد الإلكتروني:
	رقم الهاتف المحمول (مع المقدمة الدولية):
	رقم الواتس اب WhatsApp (مع المقدمة الدولية):
	الدرجة العلمية (دكتوراه/ ماجستير):
	الرتبة الأكاديمية:
	التخصص:
	مكان العمل الحالي (المؤسسة والمدينة والدولة):
	هل تم إرفاق السيرة الذاتية الخاصة بالباحث الذي سيشترك في المؤتمر (بالحضور)
	هل تم إرفاق صورة ملونة عن جواز السفر الخاصة بالباحث الذي سيشترك في المؤتمر (بالحضور)