



**The Impact of E-Marketing Determinants on Marketing Effectiveness – The mediating Role of Personal Impressions:  
Jordan Central E-Commerce Co. as a Case Study**

أثر محددات التسويق الإلكتروني على فاعلية التسويق – الانطباع الشخصي  
كمتغير وسيط: دراسة حالة: الشركة المركزية للتجارة الإلكترونية

Prepared by Student:

Fatima W. Abu Dayyeh

Supervised by:

Dr. Laith Al-Rubaie

A Thesis submitted in partial fulfillment of the requirements for  
the degree of Master of E-Business

Faculty of Business

Middle East University

2013