

العوامل المحددة لتبني التجارة الإلكترونية وأثرها على الأداء التسويقي:

دراسة تطبيقية على عينة من الشركات العاملة في مدينة عمان

**Determinant of E-Commerce Adoption and Their
Effect on Marketing Performance**

**An applied study on Sample of Companies in Amman
City**

إعداد الطالبة

ندى فائز يحيى

إشراف الدكتور

ليث الربيعي

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في

قسم الأعمال الإلكترونية

كلية الأعمال

جامعة الشرق الأوسط

مايو/ 2012