

أثر ثقافة المنظمة في اختيار الإستراتيجيات التسويقية ودور تكنولوجيا
المعلومات

دراسة تطبيقية في قطاع الإنشاءات في الأردن

**The Impact of Organization Culture in Selection Marketing
Strategies and Role Of Information Technology
An Empirical Study in the Jordanian Construction Sector**

إعداد

عهود أحمد عمرو

إشراف

الدكتور

محمد سليم الشورة

قدّمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير
في الأعمال الإلكترونية

قسم إدارة الأعمال

كلية الأعمال

جامعة الشرق الأوسط

٢٠١٣/٢٠١٢