



اسم عضو هيئة التدريس: إيداد عبد الإله خنفر

الايمل: khanfar37@yahoo.com

الكلية /التخصص: كلية الاقتصاد والعلوم الادارية - التسويق

الرتبة الاكاديمية: استاذ مشارك

العضويات:

1. عضو اللجنة العلمية المحكمة للمؤتمر العربي الدولي لضمان جودة التعليم العالي (الأردن)
2. عضو لجنة تطوير مناهج التسويق بقسم إدارة الأعمال بكلية المجتمع بجدة.(جامعة الملك عبد العزيز)

المؤهلات العلمية:

1. دكتوراه الفلسفة في التسويق، جامعة راجستان – الهند- 2002
2. الماجستير في التجارة ، جامعة ميسور – الهند: 1998
3. البكالوريوس في التجارة ، جامعة مارثوادا- الهند. 1995



الخبرات التدريسية:

قسم التسويق الالكتروني والتواصل الاجتماعي - جامعة الزرقاء / الأردن	الآن	2012
قسم التسويق وتقنية المعلومات، جامعة الملك عبد العزيز - المملكة العربية السعودية	2012	2006
قسم التسويق - جامعة الزرقاء الخاصة/ الأردن	2006	2002
كلية الاعمال - رابع - المملكة العربية السعودية	2011	2010
كلية العلوم والتكنولوجيا - جدة - المملكة العربية السعودية	2010	2009
قسم إدارة الأعمال - الجامعة الهاشمية - الزرقاء - الأردن	2006	2004
قسم التسويق - جامعة الاسراء الخاصة - عمان - الاردن	2006	2004
قسم إدارة الاعمال - جامعة النجاح - نابلس - فلسطين	1999	1998

الابحاث المنشورة والمقبولة للنشر:

السنة والاصدار	جهة النشر	عنوان البحث	ت
منشور 2023	Journal of Southwest Jiaotong University (Scopus)	THE EFFECT OF MOBILE BRANDS ON CONSUMER PURCHASE DECISION IN JORDAN	.1
منشور 2021	In Traders International Trade Academic Journal	Factors affecting buyers' behavior decision of mobile phone at Jordan market	.2
منشور Oct-2020	International Journal of Management (IJM) (Scopus)	The Impact of Using Sales Promotion Tools on Consumer Purchase Decision of Convenience Goods at Amman City - Jordan"	.3
منشور 2019	كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة	العولمة واثرها على النشاط التسويقي الدكتور مصطفى سعيد الشيخ ، الدكتور إياد عبد الإله خنفر ، الأستاذ الدكتور زكريا عزام	.4



منشور 2018	كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة	أثر العوامل الديمغرافية في اختيار المستهلك الاردني لمراكز التسوق دراسة تطبيقية لمراكز التسوق في مدينة عمان (تجارة التجزئة) د. إياد خنفر	.5
منشور March/2016	مجلة الادارة والتنمية للبحوث والدراسات الجزائر	أثر عناصر المزيج التسويقي الدوائي على قرار شراء الأدوية محلية الصنع (دراسة تطبيقية في مدينة عمان) د. إياد خنفر	.6
منشور Jan/2016	مجلة إقتصاديات شمال إفريقيا العدد الرابع عشر- ص 111-132 الجزائر	أثر بلد المنشأ على اتخاذ قرار الشراء (دراسة ميدانية على السلع الاستهلاكية المعمرة صينية المنشأ في مدينة عمان) د. إياد خنفر، د. مصطفى الشيخ	.7
منشور Dec/2016	European Journal of Business and Management, Vol.8.No.5.pp 94-100 بريطانيا	The Effect of Promotion Mix Elements on Consumers Buying Decisions of Mobile Service: The case of Umniah Telecommunication Company at Zarqa city- Jordan د. إياد خنفر	.8
Dec/2016	International journal of sales &marketing management research and development, كندا	The Effect of Integrated Marketing Communications on Consumer Buying Decision of Internet Service (An Empirical Study of Zain Company for Telecommunication Services at Zarqa City- Jordan د. إياد خنفر	.9
منشور Dec/2015	International journal of sales &marketing management research and development, Vol.5.Issue.6.pp 21-36.	Factors affecting the level of customer satisfaction towards banking services industry – a case study of Jordan. د. إياد خنفر، د. مصطفى الشيخ، د. زكريا عزام	.10
منشور July/ 2015	مجلة جامعة الجوف للعلوم الاجتماعية المجلد 1 العدد 2 ص ص 119-152 ،المملكة العربية السعودية	الأثر المدرك للإعلان الإلكتروني على اتخاذ المستهلك لقرار الشراء وأثره المحتمل على المبيعات أ.د. طارق خزندار، د. إياد خنفر	.11
منشور June/ 2015	British Journal of Marketing Studies Vol.3, No.5, pp.98-115	An Empirical Study of Factors Affecting Customer Loyalty of Telecommunication Industry in the Kingdom of Saudi Arabia د. طارق خزندار، عبد الفتاح العزام، إياد خنفر	.12



Dec/2015	International journal of sales & marketing management research and development, Vol.5.Issue.6.pp 21-36. كندا	Factors affecting the level of customer satisfaction towards banking services industry – a case study of Jordan. د. إياد خنفر، د. مصطفى الشيخ، د. زكريا عزام	.13
Jan/2014	المجلة العلمية للإقتصاد والتجارة مصر	دور نظام المعلومات التسويقية في صنع القرار التسويقي دراسة تطبيقية على الشركات المساهمة بالمملكة العربية السعودية د. طارق خزندار، د. عبد الباسط حسونة، د. إياد خنفر	.14
October/ 2006	مجلة جامعة أسيوط للدراسات البيئية مصر	تسويق السياحة البيئية والتنوع الحيوي. عايد خنفر، د. إياد خنفر	.15

الكتب المؤلفة:

السنة	جهة النشر	عنوان الكتاب	ت
2015	مكتبة دار وائل للنشر والتوزيع	التسويق المصرفي	.1
2016	مكتبة دار وائل للنشر والتوزيع	مبادئ التسويق	.2
2017	مكتبة دار وائل للنشر والتوزيع	إدارة التسويق	.3

المؤتمرات العلمية:

السنة	عنوان البحث	الجهة المنظمة	اسم المؤتمر	ت
2022	Delivery Service via Electronic Applications and Its Impact on Customers Satisfaction at Retail Stores in Amman City/Jordan Mustafa Said Al-Shaikh, Iyad A.A Khanfar	Springer International Publishing	The Implementation of Smart Technologies for Business Success and Sustainability: During COVID-19 Crises in Developing Countries	1
2022	The Impact of Choosing Distribution Channels Factors During the Coronavirus Pandemic on the Wholesaler's Satisfaction Iyad A.A Khanfar, Iyad Dalbah, Abdul Aziz Atteyh, Mustafa Said Al-Shaikh	Springer International Publishing	The Implementation of Smart Technologies for Business Success and Sustainability: During COVID-19 Crises in Developing Countries	2
2022	The Effect of the Pharmaceutical Marketing Mix Elements During Corona Virus Pandemic on the Decision of the Prescription for Foreign-Made Drugs Iyad A.A Khanfar, Mustafa Said Al-	Springer International Publishing	The Implementation of Smart Technologies for Business Success and Sustainability: During COVID-19 Crises in Developing Countries	3



	Shaikh, Mohammad Al-Abed			
2022	Islamic Sukuk and Its Role in Economic Recovery and Growth Post-Covid Iyad A.A Khanfar, Nehad A.A Khanfar	Springer International Publishing	The Implementation of Smart Technologies for Business Success and Sustainability: During COVID-19 Crises in Developing Countries	4
2022	Digital marketing tools & its impact on clients buying decision of internet services Afield study of Zain Telecom Company in Zarqa Governorate - (Jordan) Iyad A.A Khanfar	HASAN KALYONGU UNIVERSITY Gaziantep	3 rd International Islamic Finance and Accounting Congress	5
2021	Factors Affecting the Use of Electronic Banking Services Provided by Jordanian Commercial Banks from Customers' Point of View. A Case Study: Jordan Ahli Bank in Northern Region Zakaria Azzam, Mofeed Wild Ali, Mustafa Shaikh, Iyad Khanfar, Abdel Rahman Ismail	IEEE Oman	22nd International Arab Conference on Information Technology (ACIT)	6
2019	The Effect of Marketing Communication (MC) Mix on Consumers Purchasing Behavior of Mobile Service (A Field Research of Orange Telecom Company at North Amman). Iyad A.A Khanfar	ECSAC Antalya	EUROPEAN CONFERENCE ON SCIENCE , ARTS & CULTURE	7
2016	The effect of banking Service Quality Dimensions on customers' satisfaction (An empirical study of Arab International Islamic Bank at Amman city - Jordan) Iyad A.A Khanfar	Marmara university	The 3rd International Conference on Advances in Business and Economics (ICABE 2016), Istanbul,	8
2016	إدارة الجودة الشاملة كمنهج إداري حديث في الجامعات العربية د. إيباد خنفر، د. سليم خنفر	جامعة الزرقاء	المؤتمر العربي الدولي الثاني لضمان الجودة التعليم العالي ببحث بعنوان	9



المعلومات الشخصية:

1973/7/3	: سيلة الظهر /	مكان وتاريخ الميلاد
	: الاردنية	الجنسية
	: متزوج	الحالة الاجتماعية
	: عمان / الجبيهة ، شارع الصولجان، حي ام زويتينة	عنوان السكن
	:	هاتف العمل
00962790550702	:	الهاتف النقال
	:	العنوان البريدي