

سيرة ذاتية



الاسم الكامل: د. عبدالله قاسم محمد بطاينة

القسم/ الكلية: التسويق الرقمي - كلية الأعمال

جامعة الزيتونة الأردنية، عمان - الأردن

تلفون: 0798065736

فاكس:

البريد الإلكتروني: a_bataineh@zuj.edu.jo

الصفحة الإلكترونية: [/https://fb.zuj.edu.jo/marketing-academic-staff](https://fb.zuj.edu.jo/marketing-academic-staff)

1. المعلومات الشخصية

تاريخ الميلاد: 03/02/1984

الجنسية: أردني

2. الشهادات العلمية

- درجة الدكتوراة (التسويق)، 2012، جامعة عمان العربية، عمان، الأردن
- درجة الماجستير (التسويق)، 2008، الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية، عمان، الأردن
- درجة البكالوريوس (التخصص)، السنة، اسم الجامعة، المدينة، البلد

3. إطروحة الدكتوراة

"العوامل المؤثرة في رضا العملاء وولائهم في القطاع المصرفي الأردني" جامعة عمان العربية، عمان، الأردن

4. الخبرات الوظيفية

الرتب الأكاديمية

- أستاذ مشارك في التسويق، قسم التسويق الرقمي، جامعة الزيتونة الأردنية، الأردن 2022 - إلى الآن

- أستاذ مشارك في التسويق، قسم التسويق، جامعة الشرق الأوسط، الأردن 2019 - 2022
- أستاذ مشارك في التسويق، قسم التسويق، جامعة العلوم التطبيقية الخاصة، الأردن 2016 - 2018
- أستاذ مساعد في التسويق، قسم التسويق، جامعة العلوم التطبيقية الخاصة، الأردن 2013 - 2016
- أستاذ مساعد في التسويق، قسم التسويق، جامعة الشرق الأوسط، الأردن 2012 - 2013

المناصب الأكاديمية

- رئيس قسم الأعمال، الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، الأردن 2019 - 2021
- رئيس قسم التسويق، الأعمال، جامعة العلوم التطبيقية الخاصة، الأردن 2016 - 2018
- مساعد عميد، الأعمال، جامعة العلوم التطبيقية الخاصة، الأردن 2016 - 2017

5. الاهتمامات البحثية

- التسويق الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي
- الإدارة الاستراتيجية للعلامة التجارية
- بحوث التسويق
- الاتصالات التسويقية الرقمية

6. التكريمات والجوائز

جائزة أفضل باحث على مستوى كلية الأعمال في جامعة العلوم التطبيقية 2015-2016

7. الخبرة التدريسية

الدراسات العليا

التسويق الرقمي المتقدم، الاتصالات التسويقية المتقدمة، إدارة التسويق، تسويق الخدمات

البكالوريوس

- أساسيات التسويق الرقمي، إدارة وتصميم المحتوى التسويقي، الاتصالات التسويقية، إدارة التسويق، تسويق الخدمات، مبادئ التسويق، التسويق المصرفي، استراتيجية العلامة التجارية



8. الإشراف على الرسائل الجامعية (من الأحدث إلى الأقدم)

- Al Shobaki, I. titled “The Impact of Using Marketing Database on Customer Relationship Management: An Empirical Study on Jordanian Tourism Companies”. Applied Science Private University (2016-2017).
- Al Obaidi, L. titled “The Effect of Hedonic Shopping Motivations on Jordanian Youths Fashion Leadership Behavior”. Applied Science Private University (2016-2017).
- Al Sulaiman, R. titled “The Impact of Smartphones Advergaming on Purchasing Intentions: The Mediating Role of Game Involvement”. Applied Science Private University (2016-2017).
- Al Khawaldeh, G. titled " Factors Affecting Customers Engagement in Electronic Word of Mouth on Social Networking Sites for Non-Profit Organizations: The Moderating Role of Habit”. Applied Science Private University (2017-2018).
- Ayed, N. titled “The impact of psychological capital on team performance: The moderating role of leadership behavior in ad agencies in Amman/Jordan”. Middle East University (2019-2020).
- Kandeel, S. The effect of organizational agility on organizational excellence: The mediating role of citizenship behavior”. Middle East University (2019-2020).
- Hajjaj, A. titled “The impact of staffing strategies on quality-of-life work-an empirical study on insurance companies of Jordan”. Middle East University (2019-2020).
- Hammad, A. Affecting Healthcare Providers to Accept Digital Marketing: The Moderating Role of Subjective Norms”. Middle East University (2021-2022).
- Sahioun, A. Transformation towards Green Construction: The Impact of Green Marketing on Consumers’ Attitudes- The Moderating Role of Green Product Awareness”. Middle East University (2021-2022).

9. المنح

اسم المشروع، سنة الدعم، جهة الدعم، مقدار الدعم

10. براءات الاختراع

اسم العائلة، الأسم الأول، " إسم براءة الإختراع"، رقم البراءة، تاريخ إصدارها (اليوم، الشهر، السنة)

11. عضوية اللجان



- لجنة الاعتماد الأمريكي
- لجنة الخطة الدراسية والمصادر التعليمية
- لجنة التدريب الميداني
- لجنة الموقع الإلكتروني
- لجنة المكتبة

12. اللقاءات العلمية والمهنية

- Oral Presentation at the Third Arab International Conference on Strategic Awareness and Governance held at Middle East University, Amman-Jordan December 6-7, 2021. Paper title “The Effect of Organizational Agility on Organizational Excellence: The Mediating Role of Citizenship Behavior Field Study in Telecommunication Companies Operating in Jordan”.
- Preparatory committee member in the 6th International Conference for faculty of business held at Applied Science Private University, Amman-Jordan from April 11-12, 2018.
- Oral Presentation at the 20th International Conference on Business Intelligence and Research held in Paris, France from June 25-26, 2018. Paper title “Managing and Sustaining Strategic Relationships with Distributors by Electronic Agencies in Jordan”.
- The First Marketing Confluence in Jordan – Marketing Under the Economic Crises. Amman – Kempinski Hotel, July 25 / 2009.
- The 4th Arab-Turkish Congress of Social Sciences (Education, Economic and Development), Arab Thought Forum Amman – Jordan 26-27 October 2014, University of Petra.
- Oral Presentation at the 17th International Conference on Business, Economics, Marketing, and Management Research held in Venice, Italy on April, 13-14, 2015. Paper title “Factors impact satisfaction and continuance intention to use Facebook”.
- Bataineh, A.Q., Qasim, D. (2023). Artificial Intelligence and Digital Marketing in Jordan: Opportunities and Challenges. In: Yaseen, S.G. (eds) Cutting-Edge Business Technologies in the Big Data Era. SICB 2023. Studies in Big Data, vol 136. Springer, Cham.
- Abdallah Q. Bataineh, Ibrahim A. Abu-ALsondos, Mohammed Idris, Alaa S. Mushtaha, Dhia M. Qasim (2023). The Role of Big Data Analytics in Driving Innovation in Digital Marketing. 9th International Conference on Optimization and Applications (ICOA) – IEEE Xplore.

13. النشر العلمي

- Nuseir, Mohammed. T; Akroush, Mamoun; Bushra Mahadin, and Abdullah Bataineh. (2010), The Effect of E-Service Quality Dimensions on Customers Satisfaction in Banks Operating in Jordan:



An Empirical Investigation of Customers' Perspectives. International Journal of Services, Economics and Management (IJSEM). 2010 - Vol. 2, 80 - 108.

- Al Hadid, Anas; Shoter, Amer and Bataineh Q. Abdallah. (2014), Factors Impact Customer's Loyalty In the Jordanian Banking Sector an Empirical Study. Journal of Dirasat, Administrative Sciences. Volume.41, Number 2. Pp312–325.
- Bataineh Q. Abdallah. (2015), The Impact of Perceived e-WOM on Purchase Intention: The Mediating Role of Corporate Image, International Journal of Marketing Studies; Vol. 7, No. 1.
- Bataineh Q. Abdallah; Al-Abdallah M. Ghaith, Salhab A. Hanadi; Shoter M. Amer (2015), The Effect of Relationship Marketing on Customer Retention in the Jordanian's Pharmaceutical Sector, International Journal of Business and Management; Vol. 10, No. 3.
- Alshurideh T. Muhammad; Bataineh Q. Abdallah; Alkurdi Barween; Alasmar Nedal (2015), Factors Affect Mobile Phone Brand Choices: Studying the Case of Jordan Universities Students, International Business Research; Vol. 8, No. 3.
- Bataineh Q. Abdallah. (2015), The Effect of eCRM Practices on eWOM on Banks' SNSs: The Mediating Role of Customer Satisfaction, International Business Research; Vol. 8, No. 5.
- Bataineh Q. Abdallah; Al-Smadi M. Hamsah (2015), Factors Impact Customers Engagement in eWOM on SNSs of Non-Profit Organizations: The Moderating Role of Habit, International Journal of Business and Management; Vol. 10, No. 6.
- Bataineh Q. Abdallah; Al-Abdallah M. Ghaith; Abdelhameed M. Alkharabsheh (2015), Determinants of Continuance Intention to Use Social Networking Sites SNS's: Studying the Case of Facebook, International Journal of Marketing Studies; Vol. 7, No. 4.
- Bataineh Q. Abdallah; Al Hadid, Anas; Al-Abdallah M. Ghaith; Alfalah F. Tasneem (2015), The Role of Information Technology Capabilities in Capitalizing Market Agility in Jordanian Telecommunications Sector, International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, August 2015, Vol. 5, No. 8.
- Bataineh Q. Abdallah; Alfalah F. Tasneem (2015), Jordanians' Youths Brand Choice for Fashion Stores: The Mediating Role of Celebrity Endorsement, European Journal of Scientific Research, Vol. 134, No. 2.
- Bataineh Q. Abdallah; Alfalah F. Tasneem (2015), The Role of Knowledge Management in Building Employees' Brand Commitment: Employees' Brand Knowledge as Mediating Variable, International Journal of Business and Social Science, Vol. 6 No. 10.



- As'ad H. Abu-Rumman; Suleiman A. Al Khattab; Abdallah Q. Bataineh; Anas Y. Alhadid, The Relationship between using advertising Celebrity Endorsers and Brand Image, American Academic & Scholarly Research Journal Vol. 7, No. 7, Nov 2015.
- Shoter M. Amer; Bataineh Q. Abdallah; Salhab A. Hanadi; (2016), Building a Model for Determining the Factors Affecting Mobile Marketing Acceptance and Adoption, International Review of Management and Business Research; Vol. 5, Issue. 3.
- Bataineh Q. Abdallah. (2017), Determinants of Relationship Continuity between Sales Representatives and Pharmacists: The Mediating Role of Trust, The Journal of Applied Business Research; Vol. 33, No. 1.
- Bataineh Q. Abdallah; Alfalah F. Tasneem; Falah F. Jannat; Idris I. Mohammed ; (2017), The Effect of Employee-Based Brand Equity on Organizational Citizenship Behavior: The Mediating Role of Job Satisfaction, International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, March 2017, Vol. 7, No. 2.
- Ghaith M. Al Abdallah; Bataineh Q. Abdallah; (2018), Social Networking Sites and Fashion E-Purchasing Process, Journal of Business and Retail Management Research, Dec 2018, Vol. 13, Issue. 2.
- Hamzeh, A. A., & Bataineh, A. Q. (2019). Exploring and Analyzing (Go) Decision for Burger Makers to Enter Singaporean Market. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, 9(11), 1050–1062.
- Leen S. Al-Obaidi; Bataineh, A. Q.; Sameer M. Aljabaly; Hanadi A. Salhab (2020). Factors influencing youths fashion leadership behavior of fashion retailing stores in Jordan. Management Science Letters, 10 (8), 3833–3842.
- Rana K. Al-Soluiman; Bataineh, A. Q.; Sameer M. Aljabaly; Hanadi A. Salhab (2020). The Impact of Smartphone Advergaming Characteristics on Purchasing Intentions: The Mediating Role of Game Involvement. Innovative Marketing, 16 (3), 113–125.
- Nesreen Tayseer Ayed , Abdallah Q. Bataineh and Mohammed Idris (2021). The effect of psychological capital on team performance: The moderating role of leadership behavior in advertising agencies in Amman City. Management Science Letters, 11 (5), 1573–1582.
- Bataineh Q. Abdallah (2021). The moderating effect of supply chain eco-centricity between green supply chain management practices and firms' performance, International Journal of Procurement Management, Inderscience Publishers. 14 (3), 328–341.



- Bataineh Q. Abdallah (2022). Analyzing The Role of Social Media Marketing in Changing Customer Experience. International Journal of Data and Network Science, 6 (3), 761–768.
- Bataineh Q. Abdallah; Abul Al-Sondos A. Ibrahim; Salhab A. Hanadi; Al-Abbas S. Linda (2022). A Structural Equation Model for Analyzing the Relationship Between Enterprise Resource Planning And Digital Supply Chain Management. Uncertain Supply Chain Management, 10 (4), 111-120.
- Hammad, A; Bataineh Q. Abdallah; Alshurideh, M; Salhab A. Hanadi (2022). Factors Affecting Healthcare Providers to Accept Digital Marketing: The Moderating Role of Subjective Norms. International Journal of Data and Network Science, 6 (4), 1085–1098.
- Antoun Sahioun, Abdallah Q. Bataineh, Ibrahim A. Abu-AlSondos and Hossam Haddad (2023). The impact of green marketing on consumers' attitudes: A moderating role of green product awareness. Innovative Marketing, 19(3), 237- 253.
 - <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57035640400>
 - <https://scholar.google.com/citations?user=L4jOqIcAAAAJ&hl=en>
 - <https://www.researchgate.net/profile/Abdallah-Bataineh-2>