



(السيرة الذاتية)

المعلومات الشخصية

الاسم الكامل	اشرف محمد تيهي الفندي
الرتبة الأكاديمية	استاذ مشارك
مكان الميلاد	الرمثا
تاريخ الميلاد	1980-9-24
جنسية	الاردنية
العنوان الحالي	الرمثا الحي الشرقي
رقم الموبايل	0795006362
البريد الالكتروني	Alfandi@inu.edu.jo

المؤهلات

#	درجة	التخصص	متوسط	التقدير	لغة الدراسة	اسم الجامعة	تاريخ التخرج
1	بكالوريوس	اللغات الحديثة		جيد	فرنسي -	اليرموك	2003
2	ماستر	ادارة الاعمال- سياحة		امتياز	انجليزي	اوتارا الماليزية	2008
3		ادارة الاعمال- سياحة		امتياز	انجليزي	اوتارا الماليزية	2011
التخصص الدقيق للدرجة العليا: ادارة الاعمال - الادارة السياحية والفندقية							
عنوان رسالة الماجستير: لا يوجد							
عنوان رسالة الدكتوراه: measuring marketing communication effects on brand equity							

الخبرة العملية (الإدارية والأكاديمية)

#	دالة	مكان العمل	مدة العمل
1	استاذ مساعد	جامعة اربد الاهلية	6 سنوات
2	استاذ مشارك	جامعة اربد الاهلية	5 سنوات

الاهتمامات البحثية

الاتصالات التسويقية

الصورة الذهنية

ادارة الاعمال الريادية

اللجان الوطنية والدولية

لا يوجد

المؤتمرات

الخبرات المهنية والوظائف

لا يوجد

- Alfandi, A. (2017). Managing Destination Consumer Based Brand Equity for Potential Tourists via Communication Effects Assessment. Paper presented at the 2017 Prague International Academic Conference Business & Economics Education & Social Sciences May 7-10, 2017
- Alfandi, A. (2016) Selected Antecedents Impacts on Employees performance. Paper presented at the 2016 Prague International Academic Conference. September 4-7, 2016. Prague, Czech Republic
- Alfandi, A. (2016). Factors Influencing Employees Performance "the case of five stars hotels in Jordan". Paper presented at the Conference on Social, Economic, Business and Education Science, Budapest, Hungary, 24-26 May. <https://www.globalacademicinstitute.com/wp-content/uploads/2016-prague-conference-proceedings.pdf>
- Alfandi, A., & Kasim, A. (2011). Long-Term Communication Effects of Tourism Malaysia Marketing Communications on the Awareness and Perceived Destination Image Dimensions among Potential Tourists from the Gulf Countries (GC). Paper presented at the Advances in Tourism and Hospitality Marketing and Management (ATHMM2011). (Editor: Maria Alvarez and Dogan Gursoy) June 2011, Istanbul, Turkey.
- Alfandi, A., & Kasim, A. (2010). The Importance of Long Term Marketing Communication Effects in Destination Marketing. Paper

- Alfandi, A. M, (2022). Sustainability as a Factor of Competitive Advantage in Tourism Industry,. International Journal of Advanced Research.
- Alfandi, A. M., Marco, V. (2022). "Electronic Word of Mouth Effects on Middle East Destinations Overall Image and behavioral Intention: An Empirical Study in Jordan. In M, Valeri (Ed), new governance and management in touristic destinations. (pp, 134-151). IGI Global. DOI: 10.4018/978-1-6684-3889-3.ch009.
- Al-Zoubi, M. I; Alfandi (2021). Examining the Dimensions of Organizational Climate on Employee's creativity in Jordanian Hotels. Journal of Contemporary Issues in Business and Government Vol. 27, No. 2.
- Afandi, A. M. (2020). Is Jordan safe to visit? The Impact of Perceived Risk Perceptions on the tourist Behavioral Intentions. Geo-Journal of Tourism and Geosites. Vol.33, No.4. p.1545-1550.
- Alfandi, A. M. (2020). Hotel Related Factors and Employee Performance "The Case of Jordanians Four Star Hotels". International Business Research. Vol. 13, No. 3. <http://www.ccsenet.org/journal/index.php/ibr/article/view/0/42006>.
- Alfandi, A. M. (2020) Manager Attitude Impact on the Performance of Employees. "a case of Jordanian travel and tourism institutions". International Business Research. Vol. 13, No. 1. <https://doi.org/10.5539/ibr.v13n1p136>.
- Kahsawneh. M & Alfandi, A. (2019). Determining Behaviour Intentions from the Overall Destination Image and Risk Perception. Tourism and Hospitality Management, Vol. 25, No. 2, pp. 355-375. https://hrca.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=332324.
- Alfandi, A. (2016) Selected Antecedents of Employees turnover intention: the case of Jordanian five stars hotels. International Journal of Engineering Research and Management Studies. 3 November (11).
- Alkawsawneh. M & Alfandi, A (2015). Malaysia's Perceived Image as a Tourism Destination for Gulf Countries Potential Tourists. European Journal of Business and Management. 7 (25). <https://www.iiste.org/Journals/index.php/EJBM/article/view/25515>.
- Alfandi, Ashraf, (2016). Training Impact on the Performance of Employees "a case of Jordanian travel and tourism institutions." International Business Management". 10 (4): 377-384. <http://medwelljournals.com/abstract/?doi=ibm.2016.377.384>.
- Kasim, A & Alfandi. A (2014). "Managing Destination Image for Potential Gulf Countries Tourists via Communication Effects Assessment: the case of Malaysia." International Journal of Business and Society (IJBS). 15 (3). <https://pdfs.semanticscholar.org/bc72/6645d423b3046370e8e159b8c111e2f14716.pdf>.
- Alfandi, A & M. Alkawsawneh (2014). " The Role of the Incentives and Rewards System in Enhancing Employee Performance" a case of Jordanian travel and tourism institutions." International Journal of Academic Research in Economics and management science 4 (4). <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v4-i4/788>
- Kahsawneh. M & Alfandi, A. (2012). "The Tendency of General Secondary Students towards Studying Tourism Management in Jordan, a field study of Irbid schools". Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business 4 (7).
- Kibat, S. A., Ahmad, J. A., & Alfandi, A. (2011). "The Changes in 'Nopung' Practices among the Kadazandusun Ethnic in Sabah, Borneo". International Journal of Culture and Tourism Research. 4(1).

• الفندي اشرف, و خصاونة محمد (2012) "المزيج التسويقي وأثره على رضا المرضى العرب في المستشفيات الأردنية ونيتهم لإعادة الزيارة" مجلة مخبر السياحة, الإقليم والمؤسسات للدراسات والبحوث الأكاديمية 15 (2)

الفندي اشرف, و خصاونة محمد, وجرادات محمد (2016, نوفمبر) "التسويق الإلكتروني في شركات السياحة الصغيرة ومتوسطة الحجم في الأردن (قوائد ومعوقات التنبي) " مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية- جامعة الجلفة- الجزائر

- **Alfandi, A. M., Marco, V. (2022). "Electronic Word of Mouth Effects on Middle East Destinations Overall Image and behavioral Intention: An Empirical Study in Jordan. In M, Valeri (Ed), new governance and management in touristic destinations. (pp, 134-151). IGI Global. DOI: 10.4018/978-1-6684-3889-3.ch009.**

اللغات

العربية	نعم
الإنكليزية	نعم
الآخرين	الفرنسية ، الألمانية

موقع بوابة الأبحاث

<https://www.researchgate.net/profile/Ashraf-Alfandi-3>

الملف الشخصي على لينكد إن

<https://www.linkedin.com/in/ashraf-alfandi-98626123b/>

موقع الباحث العلمي من جوجل

<https://scholar.google.com/citations?user=HYHYKIsAAAAJ&hl=ar>