

**Dr. Nouria Flaeh la-Juboori**

<b>e-mail</b>	<b>Nouria_1983@yahoo.com</b>			
<b>Phone</b>	<b>0777397852</b>			
<b>Fax no</b>	<b>-----</b>			
<b>Faculty</b>	<b>Economics &amp; Administrative Sciences</b>			
<b>Department</b>	<b>Hotel &amp; Tourism management</b>			
<b>Academic rank</b>	<b>Assistant-Professor</b>			
<b>Year rank obtained</b>	<b>1990</b>			
<b>Specialisation</b>	<b>Tourism Management Tourism planning</b>			
<b>Research interest</b>	<b>Hotel management. Tourism management. Tourism planning. Hospitality management. Human Resources Management .</b>			
<b>Phd or Master</b>	<b>phd</b>	<b>University</b>	<b>Country</b>	<b>Year</b>
		<b>Economics Academy</b>	<b>Poland</b>	<b>1989</b>
<b>Experience</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. A companion ILO expert for the development of tourism in Iraq for the period 79-80 .</b></li> <li><b>2. Teacher in Baghdad Institute for Tourism and hospitality in Iraq for the period 79-80 .</b></li> <li><b>3. Tutor, in Tourism and Hotel Management Department - Faculty of Economics - University Al Mustansiriya-Iraq - for the period Put -90.period 79-81.</b></li> <li><b>4. Faculty member in the tourism and hotel management department - Faculty of Economics - Mustansiriya University for the period 90-97.</b></li> <li><b>5. Member of the examination committee of the Department of Tourism and Hotel Management - Mustansiriya University for the period 93-97.</b></li> <li><b>6. Training students in tourism and hotel management department responsible - Mustansiriya University for the period 92-96.</b></li> <li><b>7. Faculty member in the Department of Tourism - Faculty of Economics Duran - Libya- University for the period 97-98.</b></li> <li><b>8. Head department of tourism Faculty of Economics, University of Omar Al Mukhtar - Libya - for the period</b></li> </ol>			

	<p><b>98-2000.</b></p> <p><b>9. Member of the Committee study and update tourism department curricula - Faculty of Economics and the University of Omar Mukhtar 98-99.</b></p> <p><b>10. Member of the Faculty Council - Faculty of Economics - University of Omar Mukhtar for the period 98-2000.</b></p> <p><b>11. faculty member in the hotel and tourism management Department / Faculty of Economics and Administrative Science - Al Zaytoonah University - Amman - Jordan, 2000 - 2014.</b></p> <p><b>12. faculty member in the tourism management Department / Faculty of Economics and Administrative Science - Al Zaytoonah University - Amman - Jordan, 2014 - until now.</b></p> <p><b>13. A member of the group of companies engaged in the section committees during this period, including - Social Committee - Committee on the equation - counseling and follow-up and is currently the Quality Committee for the year 2013-2015.</b></p> <p><b>14. A member of faculty Council 2016</b></p>
<p><b>Publications</b></p>	<p><b>1- Factors Affecting the Quality of Services of the Tourism Companies in Jordan from Tourists Perspective, 2012</b></p> <p><b>-2- Analysis of the Menu's Factors that are Influential in Increasing the Volume of Sales an Empirical Study on First – Class Restaurant in Baghdad- 2012.</b></p> <p><b>-3- The Knowledge Elements Impact on the Performance of the Travel and Tourism Companies from the View Point of Employees- 2013.</b></p> <p><b>4- Factors Affecting Hotels Occupancy Rate –An Empirical Study on Some Hotels in Amman – 2013.</b></p> <p><b>5- Impact of electronic communication means content on customer’s attitudes to accept dealing with the tourism product-2016.</b></p> <p><b>6- Extent of Staff Professional Ethical on Customers'</b></p>

	<b>Commitment in Hotel Industry: An Empirical Study - Three-star Hotels in Jordan - 2016.</b>
<b>Research and Studies</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 .Search Master appointed study - the tourist offices in the administration of Iraq and its impact on the development of tourism - a comparative study with the tourism offices in Poland, 1984.</li> <li>2. Search doctoral study entitled - Evaluation of tourist services and facilities in Iraq in 1985.</li> <li>3. Search entitled - calendar tourist attractions in Iraq - Polish language interpreter to 1988.</li> <li>4. Search the title - the training process for the students of Tourism and Hotel Management Department at the University of Mustansiriya calendar 1994.</li> <li>5. Search title - an analytical study of the reality of tourism and travel companies in Iraq, a field study of a group of travel companies in the city of Baghdad in 1996.</li> <li>6. research titled - marketing information systems impact on decision support in the tourism sector - An Empirical Study in some tour companies in the city of Amman in 2001.</li> </ol>

### نموذج بيانات أبحاث باللغة الانجليزية

<b>Title</b>	<b>Extent of Staff Professional Ethical on Customers' Commitment in Hotel Industry: An Empirical Study - Three-star Hotels in Jordan</b>
<b>Publication Date</b>	<b>2016</b>
<b>Journal / Conference Site</b>	<b>International Business Research</b>
<b>Author(s)</b>	<b>Dr. Nooriya Flayyih Aljuboori</b>
<b>Faculty</b>	<b>Economics and Administrative Sciences</b>
<b>Department</b>	<b>Tourism Management</b>

<b>Abstract</b>	<p>The aim of this study is to understand the practical situation of work ethics in hospitality industry organizations in Jordan by focusing on professional ethics in relation to employees and managers. It also focuses on how such professional ethics prevail in hospitality industry facilities and affect customers' commitment. The study used primary data by distributing a questionnaire to staff in three-star hotels. The results revealed a positive relationship between the dependent and independent variables from the staffs' point of view by using simple regression. It is also concluded that professional ethical principles can be applied in hospitality facilities, primarily in dealing with customers and maintaining ethical trust; and that the staff (employees and managers) understands and appreciates the importance of having professional ethics in their organizations, as they lead to customer satisfaction and increases the level of commitment.</p>
-----------------	---

<b>Title</b>	<p><b>Impact of electronic communication means content on customer's attitudes to accept dealing with the tourism products of travel agencies.</b></p>
<b>Publication Date</b>	<p><b>2016</b></p>
<b>Journal / Conference Site</b>	<p><b>International Journal of Business Management &amp; Research (IJBMR)</b></p>
<b>Author(s)</b>	<p><b>Dr. Nooriya Flayyih Aljuboori Dr. Mohammed Jassim Al Sumaidae Dr. AbdulSada Mutlag Raheem</b></p>
<b>Faculty</b>	<p><b>Economics and Administrative Sciences</b></p>
<b>Department</b>	<p><b>Tourism Management</b></p>
<b>Abstract</b>	<p>This study aims towards knowing the impact of the content of E-Communication means on the attitude of customers to accept dealing with tourism products of travel agencies by checking many factors which have been inserted within this study model that has been developed according to literature related to the subject, and that are described in six dimensions being (E-Commutation content, information, Reliability, Trust, Attitudes and accept</p>

	<p>dealing with tourism products). Six hypotheses were constructed for each dimension which collectively represent the first category of hypotheses, the second category was constructed to know if a significant relationship between the contents of study model (the six dimensions) exists and this is the seventh hypothesis.</p> <p>A questionnaire has been developed to collect data consisting of (17) questions, distributed in Amman (114) questionnaires were valid to be analytically analyzed. These questions covered the six dimensions of the study .</p> <p>Many statistical analysis methods were used in the statistical analysis of data. Obtaining results and the testing of hypotheses, these methods were descriptive analysis, one-Sample T-test, Cronbach's alpha and Spearman's correlation coefficient .</p> <p>The most important of these results indicate that the content of E-Communication means has an effect on customer's attitudes with a mean value of (3.34) and that customers accepted dealing with tourism products of travel agencies is the result of his attitude with a mean value of (3.61), and the content of E-Communication means with a mean value of (3.47).</p>
--	---

<b>Title</b>	<b>Factors Affecting Hotels Occupancy Rate – An Empirical Study on Some Hotels in Amman</b>
<b>Publication Date</b>	<b>2013</b>
<b>Journal / Conference Site</b>	<b>Journal / Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Business/ U.K.</b>
<b>Author(s)</b>	<b>Dr. Abdul Sada Al Saleem Dr. Nooriya Flayyih Aljuboori</b>
<b>Faculty</b>	<b>Economics and Administrative Sciences</b>
<b>Department</b>	<b>Hospitality and Tourism Management</b>

<b>Abstract</b>	The study aimed investigates the factors occupancy rate hotels in Amman. For the sake of meeting these objective a questionnaire was developed and distributed over a sample of 180 employees in different four and five stars hotels in Amman. The study concluded the hotels characteristic, internal factors and external factors impact the occupancy rate in Amman.
-----------------	--

<b>Title</b>	<b>Factors Affecting Hotels Occupancy Rate – An Empirical Study on Some Hotels in Amman</b>
<b>Publication Date</b>	<b>2013</b>
<b>Journal / Conference Site</b>	<b>Journal / Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Business/ U.K.</b>
<b>Author(s)</b>	<b>Dr. Abdul Sada Al Saleem Dr. Nooriya Flayyih Aljuboori</b>
<b>Faculty</b>	<b>Economics and Administrative Sciences</b>
<b>Department</b>	<b>Hospitality and Tourism Management</b>
<b>Abstract</b>	The study aimed investigates the factors occupancy rate hotels in Amman. For the sake of meeting these objective a questionnaire was developed and distributed over a sample of 180 employees in different four and five stars hotels in Amman. The study concluded the hotels characteristic, internal factors and external factors impact the occupancy rate in Amman.

<b>Title</b>	<b>The Knowledge Elements Impact on the Performance of the Travel and Tourism Companies from the View Point of Employees</b>
<b>Publication Date</b>	<b>2013</b>
<b>Journal / Conference Site</b>	<b>Business Management Dynamic</b>
<b>Author(s)</b>	<b>Dr. Abdul Sada Al Saleem Dr. Nooriya Flayyih Aljuboori</b>
<b>Faculty</b>	<b>Economics and Administrative Sciences</b>
<b>Department</b>	<b>Hospitality and Tourism Management</b>

**Abstract**

This study is based on one basic idea; namely identifying the elements of knowledge that can lead to the success of travel and tourism companies in their performance and maintaining market competitiveness through the continued process of selling the product or by raising its sales rates. It has been shown that this depends on three essential elements of knowledge represented in the knowledge obtained by the company through the experience of labor and then through the software, the hardware and the equipment of the modern technological used in the company that contribute to the investment and the utilization of this knowledge in facilitating the work, and finally the communication channels through which a base of information essential for building knowledge in a private company is provided.

The research includes two aspects, the theoretical side, which relied on a set of references and scientific books to get the preliminary information about knowledge in general, and the practical side that was done through the distribution of 60 questionnaires, of which were recovered 54, after the verification 3 questionnaires has been neglected for non-completion of the answers and therefore the number of reliable questionnaires became 51.

The researchers made the procedures of correcting the tool and entering the data into the computer, they have as well analyzed the results of the questionnaire to a set of conclusions that contributed to the access to achieve the objectives of the research and finding solutions and alternatives to the problem of the study through the formulation of a set of recommendations and practical proposals that fit The nature of this study, which also serves the research community.

**Title**

**Analysis of the Menu's Factors that are Influential in Increasing the Volume of Sales an Empirical Study on First – Class**

	<b>Restaurant in Baghdad</b>
<b>Publication Date</b>	<b>2012</b>
<b>Journal / Conference Site</b>	<b>European Scientific Journal</b>
<b>Author(s)</b>	<b>Dr. Nooriya Flayyih Aljuboori Dr. Abdul Sada Al Saleem</b>
<b>Faculty</b>	<b>Economics and Administrative Sciences</b>
<b>Department</b>	<b>Hospitality and Tourism Management</b>
<b>Abstract</b>	<p>The menu is an essential tool for sales as it is essential for the development of production plan. The formulation and preparation of the menu depends on the taste and the art of selection of dishes based on the studied foundations. As well as that the menu affects the cost borne by the owner of the restaurant in many aspects where the failure in any aspect of the preparation of the menu can be have negative impact on sales. This research consists of two main factors; the first contains the theoretical side where we have briefly studies the scientific bases and the process to be used in the successful menus in terms of tidying, drafting and components, as the menu is considered as means to effective promotion in the restaurant industry. Chapter II, has included the practical side (field) in terms of statistical analysis required which we believe it had appropriate results to the tourist activity in Iraq, particularly in the restaurants industry.</p>

<b>Title</b>	<b>Factors Affecting the Quality of Jordan Services of the Tourism Companies in from Tourists Perspective</b>
<b>Publication Date</b>	<b>2012</b>
<b>Journal / Conference Site</b>	<b>British Journal of Economics Finance and Management Science</b>
<b>Author(s)</b>	<b>Dr. Abdul Sada Al Saleem Dr. Nooriya Flayyih Aljuboori</b>
<b>Faculty</b>	<b>Economics and Administrative Sciences</b>
<b>Department</b>	<b>Hospitality and Tourism Management</b>



**Abstract**

This study aims to identify the factors affecting the quality of services provided by the travel and tourism companies in Jordan from the tourists' point of view. This study was conducted on (100) tourists dealing with travel and tourism companies who have good travel experience. The results of this study showed that all travelers have sufficient information about travelling and can assess the quality of services provided by the travel and tourism companies depending on their past experiences. Through hypotheses testing, the results showed a strong correlation between the quality of services and the factors influencing them, and this was clear from the test the first hypothesis, the other assumptions proved the existence of an influential relationship between staff performance, speed of service, price of the service and the continuous improvement.

## نموذج بيانات أبحاث باللغة العربية

عنوان البحث	الشفافية الإدارية وأثرها علي القوي العاملة في المنظمات الفندقية في مدينة عمان
تاريخ النشر	2013
مكان النشر (مجلة / مؤتمر / الموقع الإلكتروني)	مؤتمر / جامعة الزيتونة/ الأردن
المؤلف / المؤلفون	د.نورية فليح الجبوري
الكلية	الاقتصاد و العلوم الإدارية
القسم	الإدارة الفندقية والسياحية
ملخص	<p>أن الشفافية الإدارية كمفهوم إداري حديث يهدف الى الوضوح التام في نشاطات المنظمة وإخضاع هذه النشاطات للمراقبة المستمرة ، وهذا الوضوح يتطلب إيصال المعلومات وتبادلها مع الجهاز الإداري في المنظمة ، وتطبيق الشفافية الإدارية يساعد على مكافحة الفساد الإداري وتعزيز الثقة بين المنظمة والعاملين . لقد حاولنا في هذا البحث توضيح أهمية استخدام الشفافية الإدارية في العمل الإداري داخل المنظمة الفندقية كوسيلة مهمة لخلق ولاء ورضا للعاملين من اجل الوصول الى تحقيق الأهداف التي تسعى الادارة الفندقية للوصول إليها من خلال تقديم خدمات مميزة للزبانن . لقد توصلت الباحثة الى مجموعة من الاستنتاجات والتي حصلت عليها من خلال التحليل الإحصائي للبيانات والتي حصلنا عليها من عينة البحث تؤكد على ان المنظمة الفندقية تستخدم الشفافية الإدارية في ادارة المنظمة ، ولكن ليس في جميع مجالات العمل الفندقي ، كذلك تؤكد على ضرورة التزام المنظمة الفندقية بالشفافية الإدارية والتي ساعدت على إيجاد توصيات مهمة تخدم اهداف البحث .</p>
عنوان البحث	أهمية دراسة الجدوى الاقتصادية للمشاريع الفندقية (دراسة ميدانية للفنادق الأردنية في عمان)
تاريخ النشر	2013
مكان النشر (مجلة / مؤتمر / الموقع الإلكتروني)	مجلة / مجلة الاقتصاد الجديد / الجزائر

المؤلف / المؤلفون	د. نورية فليح الجبوري د.محمد بدوي القاضي د. عبد السادة مطلق
الكلية	الاقتصاد و العلوم الإدارية
القسم	الإدارة الفندقية والسياحية
ملخص	ان دراسة الجدوى الاقتصادية للمشاريع الفندقية ذات أهمية بالغة لأصحاب هذه المشاريع حيث أظهرت النتائج أن 100% من افراد العينة أكدوا على أهميتها في إتخاذ العديد من القرارات السليمة ، وأن 95% من العينة قالوا بأنهم اعتمدوا على دراسة الجدوى في اتخاذ قرار أنشاء المشروع ، وان 95% قالوا بأهمية دور دراسة الجدوى في المحافظة على مكانة المشروع وبقائه في السوق ، و90% من افراد العينة أكدوا على ان دراسة الجدوى الاقتصادية ساعدت في اختصار الكثير من الزمن للوصول الى تحقيق الأهداف الاساسية للمشروع ، وأن 75% من العينة يؤكدون على دور الدراسة في تصحيح مسارات العمل وتقليل المخاطر والابتعاد عن الخسارة وكذلك تقليل التكاليف . وبذلك نجد بأن لدراسة الجدوى دور هام جداً في قيام المشاريع الفندقية وبقائها وأستمراريتها و استشراف المستقبل وتقليل مخاطره بحيث تعطي قرارات اقرب الى الصحة وتضع صاحب المشروع او المستثمر بالاتجاه الصحيح .

عنوان البحث	الصفات الريادية لدى أصحاب المشاريع الصغيرة في قطاع الضيافة- دراسة تطبيقية للفنادق والمطاعم في مدينة عمان
تاريخ النشر	2011
مكان النشر (مجلة / مؤتمر / الموقع الإلكتروني)	مجلة / الأبحاث الاقتصادية / الجزائر
المؤلف / المؤلفون	د. نورية فليح الجبوري و د. محمد إقبال العجلوني
الكلية	الاقتصاد و العلوم الإدارية
القسم	الإدارة الفندقية والسياحية
ملخص	سعى الباحث من خلال هذه الدراسة الى التوصل للصفات الريادية التي من الممكن أن تكون متوفرة لدى أصحاب المشاريع الصغيرة في قطاع الضيافة (الفنادق ،المطاعم)والتي من الممكن أن تميز هم عن الاخرين من أصحاب مشاريع الضيافة. وكذلك إجاز الإجابات لبعض التساؤلات التي كانت مطروحة منها: هل أن أصحاب مشاريع الضيافة هم رواد في عملهم، وهل يتطلب الأمر أن يكون لديهم صفات ريادة لكي يستطيعوا أن يعملوا أو يستمروا في مثل هذه المشاريع. وللتوصل لأهداف البحث تم تصميم اتمارة استنباتية استنعنا من خلالها الحصول على البيانات الأولية للبحث وباستخدام الطرق الإحصائية لتحليل البيانات عن طريق احتساب النسب المنوسة وقيم الأوساط الحسابية ثم الحصول على مجموعة من نتائج المهمة. من هذه النتائج أن أغلب أصحاب مشاريع الضيافة هم أشخاص رياديون

ومعظمهم يقع ضمن فئة الرواد (الباحثون على الأمثلة أو المثاليون) 58.8% . كما أن العمل في هذا النوع من المشاريع يتطلب اشخاص يجب ان يكونو رواد لكي يكتب لهم النجاح والاستمرارية في العمل في قطاع الضيافة .	
--	--

عنوان البحث	تنمية سياحة الشباب في محافظة بغداد-دراسة ميدانية
تاريخ النشر	2011
مكان النشر (مجلة / مؤتمر / الموقع الإلكتروني)	مجلة / مجلة الادارة والاقتصاد / العراق
المؤلف / المؤلفون	د. نورية فليح الجبوري و م.الهام الشبر
الكلية	الاقتصاد و العلوم الإدارية
القسم	الإدارة الفندقية والسياحية
ملخص	<p>جميع دول العالم تسعى الى ان يكون مستقبل أبنائها مشرق وعظيم ومضمون ومريح, لهذا فأن جميع الخطط التي توضح من أجل التطوير وتحسين ظروف الحياة تعتمد أولاً على تطوير الشباب وتحسين ظروف حياته لأنه القاعدة الأولى والأساسية في بناء هذه المجتمعات ولأنه يمثل قادة المستقبل وعلماءه وعماله وجنوده. ولسنا نبالغ لو قلنا ان المجتمع القوى العظيم القادر هو المجتمع الذي تم تربية ورعاية الشباب فيه على أحسن وجه لذلك خلق قاعدة قوية ومتينة له من الأيادي الفتيه القوية المفكرة والعاملة المبدعة التي تكون دائمة التطور والابتكار, والتي تنهض بمجتمعها نحو التقدم. لهذا نجد أنفسنا نركز على أسلوب التربية ان كان في محيط الأسرة أو في المحيط الخارجي (المدرسة, الجامعة, المصنع..... الخ).</p> <p>من المؤسسات التي يتواجد فيها الفرد وبالأخص الشباب لأن التربية مهمة جداً بأختبارها العملية التي يتم من خلالها إعداد الفرد باستمرار وتزويده بالوسائل والأساليب التي تتيح له إمكانية تحقيق.</p>

عنوان البحث	دور منافذ الحدود في تنمية وتنشيط الحركة السياحية في العراق مع التركيز على مطار بغداد ونقطة طريبيل
تاريخ النشر	2009
مكان النشر (مجلة / مؤتمر / الموقع الإلكتروني)	مجلة / مجلة الادارة والاقتصاد /العراق
المؤلف / المؤلفون	د. نورية فليح الجبوري- ، م. الهام خضير شبر
الكلية	الاقتصاد والعلوم الإدارية
القسم	الادارة الفندقية والسياحية

<p>ان للتبادل التجاري الدولي أهمية كبيرة بالنسبة للاقتصاد العراقي، وتطور القطاع السياحي له الاثر الايجابي في التأثير في اقتصاديات الالبلدان المختلفة والذي لا يقل أهمية في التأثير عن باقي القطاعات الاقتصادية الأخرى. حيث يعتبر تطور الحركة السياحية في أي بلد من العوامل التشجيعية لنمو التجارة الخارجية وخاصة لو اكدنا على أهمية استغلال السياحة في توفير العملات الصعبة لذلك البلد، واستغلال ما متاح له من امكانيات لتطوير والارتقاء بمستوى هذا النشاط المهم اقتصاديا واجتماعيا وثقافيا والمتضمن العديد من المجالات والانماط والخدمات المختلفة حسب طبيعة المقومات السياحية المتوفرة في أي بلد.</p> <p>والعراق واحد من البلدان الثرية بما تتوفر له من مقومات وامكانيات سياحيه عديدة ومتنوعة .. مما أهمية التخطيط لاستغلال هذه المقومات، هو الطريق الصحيح لتحقيق تنمية سياحية شاملة في القطر، وفي مساهمتنا المتواضعة هذه نؤكد على خطوه في هذا الطريق من خلال تركيز الضوء على أهمية دور المنافذ الشرعية للبلادي والتي تطلق عليها (نقاط الحدود) في تحقيق اهداف الدولة في هذا المجال والتعرف على واقع الخدمات المتوفرة في هذا النقاط ( برا او بحرا او جوا) وتقديم المقترحات من اجل رعاية وتطوير هذه المنافذ التسويقية المهمة في قطرنا الحبيب ...</p>	<p>ملخص</p>
---	-------------

إدارة التغيير في المنشآت الفندقية	عنوان البحث
2008	تاريخ النشر
مؤتمر/ جامعة الزيتونة/ الأردن	مكان النشر (مجلة / مؤتمر / الموقع الإلكتروني)
د.نورية فليح الجبوري و د.عبد السادة مطلق السليم	المؤلف / المؤلفون
الاقتصاد والعلوم الإدارية	الكلية
الادارة الفندقية والسياحية	القسم
<p>إن قطاع صناعة الضيافة من اكثر القطاعات الخدمية تحسناً للتغيرات التي تحدث في العالم ، لذا نجد ان معظم مدراء الفنادق يحاولون جهد الإمكان استيعاب هذه التغيرات وتحويلها الى منافع تخدم مصلحة منشاتهم عن طريق وضع العديد من الخطط والاستراتيجيات الإدارية والتطويرية التي تبني على مبادئ الادارة الحديثة المعاصرة . وقد سعى الباحثان للتركيز على استعراض بعض التغيرات التي حدثت وعلاقتها بنوعية زبائن المنشأة الفندقية وعلاقتها بشكل المنتج الذي يرغبون في شرائه وارتباط هذا في أساليب العمل الإداري والفني المستخدم لتقديم الخدمات التي يرغب بها الزبائن. هذا من جانب أما الجانب الثاني فهو تأثير هذه التغيرات على طبيعة ونوعية العمالة في المنشآت الفندقية باعتبارها عنصر الإنتاج المميز في هذه المنشأة . كما ويحدد البحث أكثر الأقسام الإنتاجية تأثيراً بالتغيرات الخارجية والداخلية التي حدثت والتي تعاملت معها المنشآت الفندقية. في</p>	<p>ملخص</p>

النهائية حاول الباحثان التعرف على اكثر الأساليب الإدارية التي استخدمتها هذه الأقسام في مسانرة التغيير والتي نجحت في المحافظة على مكانة المنشآت ضمن سوق صناعة الضيافة .	
--	--

السياسات الإدارية لوزارة السياحة وأثرها على تطور الوعي السياحي في المجتمع الأردني	عنوان البحث
2006	تاريخ النشر
مجلة / الباحث العلمي/ الجمهورية اليمنية	مكان النشر (مجلة / مؤتمر / الموقع الإلكتروني)
د. نورية فليح الجبوري و د. طاهر محسن الغالبي	المؤلف / المؤلفون
الاقتصاد والعلوم الإدارية	الكلية
الادارة الفندقية والسياحية	القسم
تلعب المنظمات على اختلاف اشكالها ومجالاتها عملها دوراً مهماً ورئيساً في مجتمعاتها، فسواء كانت هذه المنظمات تابعة للقطاع العام أو الخاص يتطلب الأمر أن ترضى من قبل المجتمع والدولة نظراً للدور الكبير الذي لايزال تلعبه الدولة في البلدان النامية، فلا يمكن تصور مجتمع متطور دون وجود منظمات فاعلة ومتطورة والا كان الأمر عكس ذلك إن منظمات القطاع الخدمي تلعب دوراً مهماً يزداد ويتسع بشكل كبير خلال السنوات القادمة وإذا ما ارادت منظماتنا أن تخدم المجتمع يتطلب الأمر من إدارتها العمل على اللحاق بالركب واستخدام المفاهيم الإدارية الحديثة لغرض تطوير عملها وتحقيق أهدافها. إننا نجد ضرورة وجود سياسات إدارية فاعلة في قطاع السياحة الاردني لما يعول على هذا القطاع من دور كبير في الاقتصاد الاردني من توفير للعملاء الصعبة من جانب وتشغيل واسع لأيدي العاملة الأردنية. من خلال المعرفة الأولية وجدنا أن هذا القطاع وبحكم وجود جهة مركزية ( وزارة السياحة) تعمل بالآليات لا تتماشى مع ما يحصل وسيحصل من تطورات لذلك سواء بانهكاسات البيئة العالمية عليها أو بطريقة إدارته. لذلك ارتأينا بحث هذا الموضوع الحيوي من خلال وضع مقترحات لأسلوب المعالجة الفعالة لها. وعلى هذا الأساس تم وضع خطة البحث بثلاث مباحث رئيسية مثل المبحث الأول الإطار النظري للبحث وفيه تم مناقشة السياسات الإدارية كمفهوم يتطلب أن يعتمد في عمل مؤسساتنا الخدمية أما المبحث الثاني فقد ركز على الدراسة الميدانية وفيه تم التحليل بالنسب المنوية لأسئلة وجهت الى جهتين ذات أهمية في الصدد، وقد أختتم البحث بالمبحث الثالث والأخير بإعطاء أهم التوجهات التي تراها الدراسة مناسبة لتطوير عمل قطاع السياحة الأردني من خلال الموازنة بين أهمية السياحة الخارجية والداخلية .	ملخص

تقييم عملية التدريب الإلكتروني في صناعة الضيافة في الأردن دراسة تطبيقية على برنامج Fidelio	عنوان البحث
2004	تاريخ النشر

مكان النشر (مجلة / مؤتمر / الموقع الإلكتروني)	مجلة / مجلة الزيتونة للدراسات والبحوث العلمية/ الأردن
المؤلف / المؤلفون	د. نورية فليح الجبوري و م. ديمة موسى الدجاني
الكلية	الاقتصاد والعلوم الإدارية
القسم	الادارة الفندقية والسياحية
ملخص	<p>تهدف هذه الدراسة الى العملية التدريبية على استخدام برنامج الفيديو وصولاً الى برامج تدريبية مناسبة لتطوير الكوادر العاملة في مجال استخدام البرامج التكنولوجية الحديثة في صناعة الضيافة، وكذلك معرفة وإيجاد أنسب الحلول لمعالجة المشاكل التي تواجه المدربين والمتدربين على حد سواء.</p> <p>وقد بنيت الدراسة على عدة فرضيات تدور حول العلاقة المحتملة بين المعوقات التي تواجه المتدرب، وكذلك حول مدى تأثير المستلزمات الفنية ( القاعدة، جهاز الحاسوب، الأدوات المساعدة... الخ) على أداء العملية التدريبية. فتحقيقاً لغرض هذه الدراسة فقد تم اعتماد أسلوب الاستبانة في جمع البيانات الأولية من خلال عينة البحث التي بلغت 50 متدرباً و14 مدرباً.</p> <p>وقد أوضحت نتائج الدراسة وجود علاقة جوهريّة بين أسباب الالتحاق بالدورة التدريبية والعوامل الديموغرافية لعينة المتدربين، والدافع الالتحاق بالدورة التدريبية لبرنامج الفيديو. كما توصلت الدراسة الى أن أهم المعوقات التي واجهت المدربين تمثلت في كثافة البرنامج بالمعلومات وعدم ملائمة الفترة الزمنية لعملية التدريب. وأخيراً تم التوصل الى جملة من التوصيات أبرزها وضع خطة تدريبية خاصة ببرنامج فيديو إشراف مدرب مؤهل قادر على إيصال المعلومات بشكل دقيق وواضح، إضافة الى تقسيم المتدربين الى مجاميع يعتمد في تقسيمها على سنوات الخبرة لدى المتدرب، والمستوى التعليمي، وفئة العمر والمهنة، وذلك قبل البدء في العملية التدريبية.</p>

عنوان البحث	دراسة تحليلية لواقع شركات السياحة والسفر في العراق للفترة من 1980- 1991 وأفاق المستقبل
تاريخ النشر	1996
مكان النشر (مجلة / مؤتمر / الموقع الإلكتروني)	مجلة/ الإدارة والاقتصاد/ العراق
المؤلف / المؤلفون	د. نورية فليح الجبوري
الكلية	الاقتصاد والعلوم الإدارية
القسم	الادارة الفندقية والسياحية
ملخص	<p>في بحثنا هذا نشير فيه الى من اعتمد في استثمار امواله وجهده في الحقل السياحي مستفيداً من وجود خدمات النقل وخدمات الإقامة فأتشاء نوع من الاعمال التي تعتمد على الخدمات السابقة الذكر والمقدمة من قبل الغير وهم اصحاب وكالات السفر والشركات السياحية ومنظموا الرحلات السياحية فمنظي الرحلات يتولون وظيفة مميزة في صناعة السياحة حيث انهم يقتنون وسائط النقل، اماكن الإقامة، خدمات أخرى.</p>

وبعد ذلك يقومون بجمع هذه العناصر مع بعضها لتباع بطريقة مباشرة او غير مباشرة الى المستهلك على شكل رحلات شاملة، والطريقة الغير مباشرة تتم ببيع هذه الخدمات الى المستهلك عن طريق الاستعانة بمناشآت سياحية أخرى هي وكالات السفر والمهم من هذا الدور كله هو المنظم ومقدرته على تأمين الخصومات وذلك عن طريق الشراء بالجملة، وكذلك مقدرته على تنظيم ونتاج رحلة جماعية مناسبة وجيدة ومن الواجب ان نذكر ان وكيل السفر لايعتمد على منظمي الرحلات في تمويل اعماله فقط وانما هناك العديد من الممولين مثل شركات النقل (كالخطوط الجوية) والفنادق وشركات سياحية اخرى ... وهو يتعامله معهم يستلم المقابل العمولة للتعويض على ما بذله من دعاية واعطاء المعلومات وعمل الحجوزات واصدار التذاكر والحسابات وانواع اخرى من الخدمات والمهم في هذا الجانب ان الممول لايدفع شي مالم يقوم وكيل السفر بعملية البيع لهم .