

كلمة العدد

نبدأ في إصدارنا العلمي بصدور العدد الرابع والعشرين (الجزء الثالث) يولية / ديسمبر ٢٠٢٢ من المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، لنستمر في نشر الإنتاج العلمي المتميز لباحثي التخصص في مصر والوطن العربي..

ويجمع هذا العدد جهود باحثين تتسم موضوعاتهم بالجدة والأصالة والتنوع في المناهج وطرق البحث المستخدمة وكذلك التنوع في الأفكار والخلفيات النظرية.. وذلك على النحو التالي:-

البحوث العلمية

- ١- الدراسة الأولى: عنوانها: "دور الهاشتاقات المتداولة بمنصة تويتر في التأثير على الرأي العام خلال الأزمات الصحية: "هاشتاق #كوفيد_١٩ نموذجًا" للدكتورة/ إسراء عبد العزيز الزايد الأستاذ المساعد بقسم العلاقات العامة بكلية الإعلام والاتصال- جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية- المملكة العربية السعودية
- ٢- الدراسة الثانية: عنوانها: "تمثيل أبعاد الهوية الوطنية في التصميمات البصرية للأحداث الرياضية الكبرى: دراسة كيفية بالتطبيق على كأس العالم" للدكتورة/ نرمين علاء الدين المدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام- جامعة الأهرام الكندية
- ٣- الدراسة الثالثة: عنوانها: " دور الحملات الإعلامية الرقمية في التوعية بالمبادرات المجتمعية للحكومة السعودية في ضوء رؤية المملكة ٢٠٣٠" للدكتورة/ نهى السيد أحمد ناصر أستاذ مشارك بقسم العلاقات العامة بكلية الاتصال والإعلام جامعة الملك عبد العزيز؛ أستاذ مساعد بشعبة الصحافة والإعلام قسم العلاقات العامة والإعلان جامعة الأزهر الشريف

- ٤- الدراسة الرابعة: عنوانها: " تجارب كليات الإعلام مع التعليم الإلكتروني خلال جائحة كورونا " للدكتور/ السيد عبدالرحمن علي عبدالرحمن المدرس بقسم الاتصالات التسويقية المتكاملة (العلاقات العامة والإعلان) بكلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال – جامعة السويس
- ٥- الدراسة الخامسة: عنوانها: "استخدام إدارة العلاقات العامة للتطبيقات الإلكترونية على الإنترنت للتسويق بالعلاقات في مؤسسات المجتمع المدني والإشباع المتحققة منها: دراسة ميدانية" للدكتور/ نوره عبدالله محمود احمد مدرس بالمعهد العالي للإعلام بالمنيا
- ٦- الدراسة السادسة: عنوانها: " دور منصات المؤسسات الإعلامية المتاحة عبر تطبيق الفيديوهات القصيرة بالهواتف الذكية TikTok في التماس المتصفحين للمعلومات " للدكتور/ نهلة محمد نشأت المدرس بقسم الصحافة والنشر الإلكتروني بالمعهد الكندي العالي لتكنولوجيا الإعلام الحديث؛ والدكتورة/ هنادي غريب زينهم المدرس بقسم الاعلام بكلية الآداب -جامعة حلوان
- ٧- الدراسة السابعة: عنوانها: " تقييم دور المؤسسات التسويقية الافتراضية العالمية في تشييط السياحة المصرية " بالتطبيق على القيادات الإدارية في قطاع السياحة الرسمي في مصر "" للدكتور/ عمرو راضى الدسوقي مدرس العلاقات العامة بكلية الإعلام- جامعة ٦ أكتوبر
- ٨- الدراسة الثامنة: عنوانها: " تقييم فعالية التسويق لآليات التحول الرقمي للخدمات الحكومية في التأثير على الاستجابة السلوكية للمستهلك المصري " للدكتور/ إيمان أسامة أحمد تمت ترقية سيادتها بهذا البحث لدرجة أستاذ مساعد بقسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام – جامعة القاهرة
- ٩- الدراسة التاسعة: عنوانها: "إدراك المرأة المصرية للمسارات الإقناعية لإعلانات "المبادرة الرئاسية للكشف المبكر عن سرطان الثدي" وتأثيراته السلوكية في ضوء نموذج احتمالية التفصيل: دراسة ميدانية

وتحليلية" للدكتور/ عبد الباسط أحمد هاشم محمود الأستاذ المساعد بقسم
الإعلام بكلية الآداب – جامعة سوهاج

أبحاث متطلبات للحصول على درجة الدكتوراه:

١٠- الدراسة العاشرة: عنوانها: " التحليل النقدي للخطاب الإعلامي:
المفهوم، الأسس النظرية ومداخل التحليل " للأستاذ/ محمود سيد محمد
علي باحث دكتوراه بقسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام –
جامعة بني سويف؛ أ. د. علي السيد إبراهيم عجوة الأستاذ بقسم العلاقات
العامة والإعلان بكلية الإعلام- جامعة القاهرة
ونأمل أن يسهم هذا العدد فى إثراء كافة مجالات البحوث المعاصرة فى
مجال تخصص القسم.

والله ولى التوفيق

مدير تحرير المجلة

رئيس قسم العلاقات العامة والإعلان

أ. د. داليا عبد الله