

الفهرس

الصفحة	
هـ - و	كلمة العدد – بقلم : رئيسة قسم العلاقات العامة والإعلان: أ.د. ثريا أحمد البدوي
	البحوث العلمية المحكمة:
55-1	1- دور الإعلام الرقمي في رفع مستوى الوعي المروري بالمجتمع الكويتي لتحقيق أهداف التنمية المستدامة د. عامر سالم علي الحصينان
97-57	2- تحليل مشاعر الجمهور العربي نحو العلاقات العامة وممارسيها عبر تويتر: دراسة باستخدام تحليلات البيانات الضخمة Big Data Analytics د. عطيه محمد عطيه مرق
140-99	3- التسويق المكاني للعلامة التجارية للمدن: مدينة العلمين الجديدة أنموذجًا د. فاطمة الزهراء سعد محمد طه
208-141	4- العلاقة بين تعرض المرأة المصرية للإعلانات النسائية للمؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتشكيل الهوية الاجتماعية لديهن د. هناء عكاشة طلبية
256-209	5- تأثير التسويق عبر خدمة البث المباشر (Live Streaming) على قرار الشراء الاندفاعي لدى المستهلك المصري: دراسة ميدانية د. مروى السعيد السيد حامد

286-257	6- توظيف تقنية البث المباشر (Live Streaming) ضمن حملات التسويق الرقمي وعلاقتها بالنواتا الشرائية للمستهلك د. عبير عزي	
313-287	7- توظيف المؤثرات البصرية في الإعلانات المتحركة باستخدام تقنية الهولوجرام: دراسة تحليلية د. ساره محي الدين محمد عبدالسلام	
351-315	8- فاعلية الحملات الإعلامية الرقمية لتسويق الاستراتيجيات البيئية للحكومة المصرية: دراسة تحليلية على حملات إعادة تدوير المخلفات د. ساره عبدالفتاح السيد	
400-353	9- تعرض الشباب الجامعي السعودي للإعلانات عبر قنوات اليوتيوب وتأثيرها على السلوك الشرائي لديهم: دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم الإعلام بجامعة طيبة د. حسن نهار حسن محاسنه	
401	أبحاث من متطلبات الحصول على درجتى الماجستير الدكتوراه	
445-403	10- إدارة النخبة السياسية الفلسطينية لسمعتها الرقمية عبر منصة فيسبوك أ. راسم أصلان	
492-447	11- تأثير العوامل التنظيمية على واقع التسويق الرقمي للمنظمات المصرية: دراسة ميدانية أ. مرام حسين محمود حافظ	
	أبحاث علمية محكمة باللغة الإنجليزية:	
	11- Egyptians' dependency on Medication Pamphlets as a Source of Health Information and its Impact on their Health awareness and Behavior: A Field Study Dr. Adel Refaat A. Mustafa	1