

كلمة العدد

نبدأ في إصدارنا العلمي بصدور العدد التاسع والعشرين (ج1) يوليو/ سبتمبر 2024 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 ومواكبة التطورات التكنولوجية الحديثة في التسويق والعلاقات العامة، وكذلك التنوع في المناهج وطرق البحث المستخدمة، فضلاً عن التنوع في الأفكار والخلفيات النظرية.. وذلك على النحو التالي:-

البحوث العلمية المحكمة:

- 1- الدراسة الأولى: عنوانها: "كفاءة الاتصالات المؤسسية عبر وسائل الاتاحة الرقمية والمكانية لذوى الإعاقة بالجامعات المصرية: دراسة تطبيقية على مراكز USAID" للدكتور/ السيد السعيد عبد الوهاب، الأستاذ المساعد بقسم الاتصال التسويقي المتكامل بكلية الإعلام - جامعة المنوفية.
- 2- الدراسة الثانية: عنوانها: " الأبعاد الدلالية والسيمولوجية لحمات التسويق الاجتماعي غير الهادفة للربح ، دراسة بالتطبيق على الحملة الإعلانية " اتحضر للأخضر" " للدكتور/ أحمد عبدالسلام دياب، المدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام- جامعة القاهرة.
- 3- الدراسة الثالثة: عنوانها: " العوامل المؤثرة على قبول المستهلكين لرمز الاستجابة السريع QR Code كأداة تسويقية وعلاقتها بالاستجابة السلوكية لديهم" (دراسة ميدانية) " للدكتورة/ هناء حمدي أحمد بيومي، المدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام- جامعة القاهرة
- 4- الدراسة الرابعة: عنوانها: " تأثير المخاطر المدركة للتسوق الإلكتروني على السلوك الشرائي للمستهلك" للدكتورة/ هدى صلاح أبو حرب، المدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام -جامعة القاهرة.
- 5- الدراسة الخامسة: عنوانها: "استخدامات الجمهور المصري لخدمة الرد الآلي "شات بوت" و دورها في تحقيق رضا العميل: (دراسة تطبيقية على منصات التجارة الإلكترونية)" للدكتورة/ أميرة محمد عبده زعزع، المُدرّس بقسم العلاقات العامة والإعلان بمعهد الجزيرة العالي للإعلام

6- الدراسة السادسة: عنوانها: " الحملات السياسية الإلكترونية لمرشحي الرئاسة المصرية 2024 عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على القرار الانتخابي "دراسة تطبيقية" للدكتور/ صبري خالد عبدالهادي المدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال – جامعة السويس

7- الدراسة السابعة: عنوانها: "القيمة الإعلانية لإعلانات البودكاست واتجاهات الجمهور نحوها: دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي" للدكتورة/ د. أمال محمد سعدى عبدالرحمن، المدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال- جامعة جنوب الوادي

8- الدراسة الثامنة: عنوانها: "توظيف استراتيجيات التسويق بالرموز التعبيرية Emojis في المحتوى الرقمي للماركات عبر منصة الفيسبوك" للدكتورة/ إيمان سيد أحمد السيد، المدرس بقسم الاتصالات التسويقية بكلية الإعلام - جامعة عين شمس

أبحاث علمية محكمة باللغة الإنجليزية:

9- الدراسة التاسعة: عنوانها:

"The Challenges and Opportunities Faced by Egyptian Female Social Media Influencers While Owning and Advertising their Brand" by Dr. Sherin Moody Wassif
Lecturer, Faculty of Communication and Mass Media,
The British University in Egypt (BUE)

ونأمل أن يسهم هذا العدد في إثراء كافة مجالات البحوث المعاصرة في مجال تخصص القسم.

والله ولي التوفيق

مدير تحرير المجلة
رئيس قسم العلاقات العامة والإعلان
أ.د. أحمد خطاب