

الفهرس

الصفحة	
هـ - و	كلمة العدد- بقلم: رئيس قسم العلاقات العامة والإعلان: أ.د. أحمد خطاب
	البحوث العلمية المحكمة:
48-1	1- كفاءة الاتصالات المؤسسية عبر وسائل الاتاحة الرقمية والمكانية لذوى الإعاقة بالجامعات المصرية: دراسة تطبيقية على مراكز USAID أ.م. د/ السيد السعيد عبد الوهاب
93-49	2- الأبعاد الدلالية والسيميولوجية لحمات التسويق الاجتماعي غير الهادفة للربح دراسة بالتطبيق على الحملة الاعلانية " اتحضر للأخضر " د. أحمد عبدالسلام دياب
150-95	3- العوامل المؤثرة على قبول المستهلكين لرمز الاستجابة السريع QR Code كأداة تسويقية وعلاقتها بالاستجابة السلوكية لديهم" (دراسة ميدانية) د. هناء حمدي أحمد بيومي
202-151	4- تأثير المخاطر المدركة للتسوق الإلكتروني على السلوك الشرائى للمستهلك د. هدى صلاح أبو حرب
269-203	5- استخدامات الجمهور المصري لخدمة الرد الآلي "شات بوت" و دورها في تحقيق رضا العميل (دراسة تطبيقية على منصات التجارة الإلكترونية) د. أميرة محمد عبده زعزع
315-271	6- الحملات السياسية الإلكترونية لمرشحي الرئاسة المصرية 2024 عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على القرار الانتخابي" دراسة تطبيقية" د. صبري خالد عبدالهادي

363-317	7- القيمة الإعلانية لإعلانات البودكاست واتجاهات الجمهور نحوها: دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي د. أمال محمد سعدى عبدالرحمن
466-365	8- توظيف استراتيجية التسويق بالرموز التعبيرية Emojis في المحتوى الرقمي للماركات عبر منصة الفيسبوك د. إيمان سيد أحمد السيد
467	أبحاث علمية محكمة باللغة الإنجليزية
	9- The Challenges and Opportunities Faced by Egyptian Female Social Media Influencers While Owning and Advertising their Brand Dr. Sherin Moody Wassif
	1-51