

كلمة العدد

نبدأ في إصدارنا العلمي بصدور – العدد الثالث والثلاثين يوليو /  
سبتمبر 2025 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 المحكمة باللغة العربية :

1- الدراسة الاولى : عنوانها: "أثر اليقظة الاستراتيجية على  
الابتكار الجذري: دراسة تحليلية لآراء ممارسي العلاقات  
العامة في ضوء نظرية كايزن " للدكتورة / شيماء  
عبدالعاطي سعيد الأستاذ المساعد بقسم العلاقات العامة  
والإعلان ووكيل شئون تنمية البيئة وخدمة المجتمع بكلية  
الإعلام وتكنولوجيا الاتصال جامعة جنوب الوادي.

2- الدراسة الثانية : عنوانها: " توظيف إدارة الموارد البشرية  
الخضراء بإستراتيجيات التسويق والاستدامة التنظيمية  
دراسة تحليلية من المستوى الثاني" للدكتور/ محمود فوزي  
رشاد ، أستاذ العلاقات العامة والإعلان المساعد بكلية  
الإعلام جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا.

3- الدراسة الثالثة: عنوانها: "تطوير نموذج تكاملي للتسويق  
الأخلاقي كأداة استراتيجية لتحقيق أهداف التنمية  
المستدامة: دراسة حالة على قطاع المنتجات الغذائية في  
مصر" للدكتورة/ مي محمود عبد اللطيف, الأستاذ المساعد  
بكلية الإعلام – الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات  
قسم العلاقات العامة والإعلان .

4- الدراسة الرابعة : عنوانها: " دور منصات التواصل  
الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة لدى طلبة جامعة  
اليرموك" للدكتور / خلف لافي الحماد، أستاذ مشارك بقسم  
العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام، جامعة اليرموك،  
إربد، الأردن، الباحث: هاني خليل هاني ارشيدات، باحث  
بكلية الإعلام، جامعة اليرموك، إربد، الأردن.

- 5- الدراسة الخامسة : عنوانها: " آليات التضليل بالمحتوى الإعلاني وعلاقتها بثقة المستهلك بالمنتجات المعلن عنها: دراسة تكاملية على الأسواق الرقمية العاملة في مصر، للدكتور / رضا فولي عثمان، مُدرس العلاقات العامة والإعلان بالمعهد العالي للإعلام وعلوم الاتصال.
- 6- الدراسة السادسة: عنوانها: "الاستعارة البصرية في الرسائل الإعلانية: دراسة سيميولوجية في أنماط البناء الرمزي ودلالاته" للدكتورة / أمال محمد سعدي عبد الرحمن، المدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان، بكلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، جامعة جنوب الوادي .
- 7- الدراسة السابعة: عنوانها: " رؤية نحو دعم فاعلية حملات التسويق الرقمي لخطط التنمية المستدامة لدى الشباب الجامعي- دراسة تحليلية من المستوى الثاني" للدكتورة / لبنى أحمد بيلى ، مدرس العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام جامعة 6 أكتوبر، والدكتور / عمرو راضي الدسوقي، مدرس العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام جامعة 6 أكتوبر.

#### أبحاث متطلبات للحصول على درجة الدكتوراه:

- 8- الدراسة الثامنة : عنوانها: " فاعلية برامج العلاقات العامة الرقمية في مواجهة الأزمات والحد من تأثيراتها" للباحثة / نهى محمد ياسين محمد باحثة دكتوراه بقسم العلاقات العامة والإعلان - كلية الاعلام - جامعة القاهرة ، إشراف: أ.د. علي عجوة الأستاذ بقسم العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام - جامعة القاهرة، إشراف مشارك: د. محمد عتران الأستاذ المساعد بقسم العلاقات العامة والإعلان ، كلية الإعلام - جامعة القاهرة.
- 9- الدراسة التاسعة : عنوانها: " تأثير الإعلانات الرقمية المعززة بالتقنيات التفاعلية على انغماس المستهلك في العلامات التجارية " للباحثة / نسمة عمر عبد الطيف

باحثة/ دكتوراه بقسم العلاقات العامة والاعلان - كلية الاعلام  
- جامعة القاهرة ، إشراف: أ.د. أحمد خطاب الأستاذ بقسم  
العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام - جامعة القاهرة،  
إشراف مشارك: د. مريم عبد الحق المدرس بقسم العلاقات  
العامة والإعلان، كلية الإعلام - جامعة القاهرة.

10- الدراسة العاشرة : عنوانها: " العوامل المؤثرة على الرأي  
العام الافتراضي داخل المجتمع السعودي " للباحث / عبد الله  
بن الحميدي بن مزيد السبيعي ، إشراف: أ.د. محمود يوسف  
الأستاذ بقسم العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام - جامعة  
القاهرة. إشراف مشارك: أ.د. أحمد خطاب الأستاذ بقسم  
العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام - جامعة القاهرة

#### البحوث العلمية المحكمة باللغة الإنجليزية :

11- الدراسة الحادية عشر: عنوانها: " Trust and Credibility of  
Virtual influencers (Hyper-Realistic vs. Animated  
Virtual Influencers) Among Egyptian Youth

للدكتورة /سارة شوقي المقدم الأستاذ المساعد بقسم الإعلام -  
كلية الألسن والإعلام - جامعة مصر الدولية.

12- الدراسة الثانية عشر: عنوانها " Utilization of AI in the production  
storytelling into interactive Ads and design of digital

للدكتور / سعيد عبد المنعم الدسوقي محمود مدرس العلاقات العامة  
والإعلان بالمعهد العالي للإعلام وفنون الاتصال 6 أكتوبر.

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. أحمد خطاب

كلمة العدد

---