

الفهرس

الصفحة	
ج - هـ	كلمة العدد - بقلم : رئيس قسم العلاقات العامة والإعلان: أ.د. أحمد خطاب
	البحوث العلمية المحكمة باللغة العربية :
1	1- أثر اليقظة الاستراتيجية على الابتكار الجذري: دراسة تحليلية لآراء ممارسي العلاقات العامة في ضوء نظرية كايزن أ.م.د. شيماء عبدالعاطي سعيد
37	2- تطوير نموذج تكاملي للتسويق الأخلاقي كأداة استراتيجية لتحقيق أهداف التنمية المستدامة دراسة حالة على قطاع المنتجات الغذائية في مصر أ.م.د. مي محمود عبد اللطيف
129	3- دور منصات التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة لدى طلبة جامعة اليرموك أ.م.د. خلف لافي الحماد أ. هاني خليل هاني ارشيدات
171	4- آليات التضييل بالمحتوى الإعلان وعلاقتها بثقة المستهلك بالمنتجات المعن عنها: دراسة تكاملية على الأسواق الرقمية العاملة في مصر د.رضا فولى عثمان
229	5- الاستعارة البصرية في الرسائل الإعلان: دراسة سيميولوجية في أنماط البناء الرمزي ودلالاته د. أمال محمد سعدي عبد الرحمن
279	6- رؤية نحو دعم فاعلية حملات التسويق الرقمي لخطط التنمية المستدامة لدى الشباب الجامعي- دراسة تحليلية من المستوى الثاني د. لبنى أحمد بيلي د. عمرو راضي الدسوقي

البحوث العلمية المحكمة باللغة الإنجليزية:	
7- Trust and Credibility of Virtual influencers (Hyper-Realistic vs. Animated Virtual Influencers) Among Egyptian Youth Dr. Sarah Shakwy El Mokadem	1
8-Utilization of AI in the production and design of digital storytelling into interactive Ads Dr. Saeed Abd El-Monem El-Desoqy Mahmoud	39
أبحاث متطلبات للحصول على درجة الدكتوراه	
333	9- فاعلية برامج العلاقات العامة الرقمية في مواجهة الأزمات والحد من تأثيراتها الباحثة: نهى محمد ياسين محمد إشراف: أ.د. علي عجوة إشراف مشارك: أ.م.د. محمد عتران
373	10- تأثير الإعلانات الرقمية المعززة بالتقنيات التفاعلية على انغماس المستهلك في العلامات التجارية الباحثة: أ. نسمة عمر عبد اللطيف إشراف: أ.د. أحمد خطاب إشراف مشارك: د. مريم عبد الحق
389	11 - العوامل المؤثرة على الرأي العام الافتراضي داخل المجتمع السعودي الباحث: عبد الله بن الحميدي بن مزيد السبيعي إشراف: أ.د. محمود يوسف إشراف مشارك: أ.د. أحمد خطاب