

كلمة العدد

نبدأ في إصدارنا العلمي بصدر - العدد الرابع والثلاثين (ج1) أكتوبر / ديسمبر 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:-

بحوث محكمة باللغة العربية :

- 1- الدراسة الاولى : عنوانها: " تأثير عوامل فاعلية إعلانات البث المباشر على السلوك الشرائي غير المخطط لمستخدمي الإنترنت " قامت به أ.م.د. إيمان أسامة الأستاذ المساعد بقسم العلاقات العامة الإعلان بكلية الإعلام جامعة القاهرة .
- 2- الدراسة الثانية : عنوانها: " التسويق بالمحتوى المصغر عبر المنتجات الاستهلاكية سريعة التداول ودوره في تحفيز المستهلكين " دراسة استطلاعية " قامت به أ.م.د. شيماء عز الدين زكي جمعة الأستاذ المساعد بقسم الاتصالات التسويقية، بكلية الإعلام، جامعة عين شمس.
- 3- الدراسة الثالثة: عنوانها: " إدراك الغسل الأخضر وتأثيره في النية الشرائية لمنتجات العناية الشخصية لدى جيل Z في مصر " دراسة ميدانية " قامت به أ.م.د. إيمان صابر صادق شاهين أستاذ الإعلام المساعد بكلية البنات، جامعة عين شمس .
- 4- الدراسة الرابعة : عنوانها: " دور أنشطة الإعلام التربوي عبر شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز السمعة المؤسسية للمدارس: دراسة تطبيقية " قامت به أ.م.د. إيمان عاشور سيد الأستاذ المساعد بقسم الإعلام التربوي ، كلية التربية النوعية- جامعة المنيا.
- 5- الدراسة الخامسة : عنوانها: " توظيف العلاقات العامة للبيانات الصحفية الرقمية " دراسة تحليلية بالتطبيق على عينة من الشركات السعودية في قطاع الأغذية والمشروبات " ، قام به د. عيسى بن صالح الكثيري أستاذ الاتصال الجماهيري والعلاقات العامة المشارك بقسم العلاقات العامة كلية الاتصال والإعلام -جامعة الملك عبدالعزيز.

- 6- الدراسة السادسة: عنوانها: " أساليب توظيف التلعيب البيئي (Environmental Gamification) عبر تطبيقات الهاتف المحمول في الترويج لقضايا الاستدامة، قامت به د. مي حسام حسني حسن المدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان كلية الإعلام جامعة القاهرة.
- 7- الدراسة السابعة: عنوانها: " دور الاتصالات المؤسسية الداخلية في تحفيز السلوك الإبداعي للعاملين دراسة تطبيقية على أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم في الجامعات المصرية ، قامت به د. إيمان محمد أحمد حمادة المدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان كلية الإعلام جامعة القاهرة .
- 8- الدراسة الثامنة : عنوانها: " المحتوى التجاري على منصات التواصل الاجتماعي ودوره في تحقيق ارتباط المستهلك المصري بالمنتج "دراسة على العلامات التجارية المصرية قامت به د. ساره محمود أحمد السعيد خاظر المدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
- 9- الدراسة التاسعة : عنوانها: " تأثير قيم الاستهلاك على سلوك المستهلك تجاه مقاطعة المنتجات الأجنبية "دراسة تطبيقية" قامت به د. فاطمة شهاب الدين عبد العال أبو الحسن مدرس الإعلام بكلية البنات، جامعة عين شمس.
- 10- الدراسة العاشرة : عنوانها: " تقييم كفاءة الاتصالات المؤسسية لإدارة التغير التنظيمي نحو التحول الرقمي المستدام في مؤسسات التعليم العالي "، قامت به د. أمنية عبد الرحمن توفيق الديب المدرس بكلية الإعلام جامعة المنوفية.
- 11- الدراسة الحادية عشر: عنوانها: " الجهود الاتصالية الرقمية للمراكز الوطنية المتخصصة في تعزيز قيم الاعتدال والتسامح والسلم المجتمعي المستدام في المملكة العربية السعودية، قامت به د. آسية خوجة الأستاذ المساعد بقسم العلاقات العامة بكلية الاتصال والإعلام - جامعة الملك عبدالعزيز - جدة - السعودية.

12- الدراسة الثانية عشر :عنوانها : The Role of Celebrity-Driven Video Branded Podcasts in Content Marketing: A Study of Egyptian Real Estate Brands
أ. أريج عادل المعيدة بقسم العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام، جامعة الأهرام الكندية ،وأ. همس عادل المعيدة بقسم العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام، جامعة الأهرام الكندية .

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