

الفهرس

الصفحة	
هـ - و	كلمة العدد – بقلم : رئيس قسم العلاقات العامة والإعلان: أ.د. ثريا أحمد البدوي
	البحوث العلمية المحكمة:
١	١-الاتجاهات البحثية العربية والأجنبية في مجال أخلاقيات العلاقات العامة (عرض تحليلي مقارن) د. أمل فوزي منتصر
٥٣	٢- تأثير التسويق عبر خدمة البث المباشر (Live Streaming) على قرار الشراء الاندفاعي لدى المستهلك المصري: دراسة ميدانية د. مروى السعيد السيد
١٠٣	٣- البنية التنظيمية والاتصالية لمؤسسات التوعية البيئية الحكومية ودورها في نشر الوعي بمخاطر التغيرات المناخية د. السيد السعيد عبدالوهاب
١٤١	٤- دور الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الإعلامية: دراسة ميدانية من وجهة نظر القائم بالاتصال د. محمد عوض نافع الرشيدى
١٨١	٥- واقع ممارسة البحوث في إدارات العلاقات العامة: دراسة وصفية على عينة من المنظمات الحكومية والخاصة د. هديل بنت علي اليحيى

٢٠٩	٦- دور وسائل الإعلام الأردنية في بناء الصورة الذهنية لذوي الإعاقة د. علي يحيى الحديد د. نوزات أبو العسل د. زهير الطاهات د. خالد هيلات
٢٤٥	٧- اتصالات بناء الهوية المؤسسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة تطبيقية على قطاع البنوك في مصر د. نرمين علي السيد إبراهيم عجوة
٢٨٥	٨- التعرض لتقنيات الشراء على تطبيقات البيع الإلكتروني وعلاقته بالخصائص السيكولوجية لهوس الشراء - دراسة ميدانية د. نهله زيدان الحوراني
٣٣٣	٩- العوامل المؤثرة على استخدام المستهلك المصري للواقع المعزز في التسوق الإلكتروني وعلاقته بالنية الشرائية د. فتحية صبري
٣٨٩	١٠- تأثير التعرض لصفحات المؤثرين الرياضيين في شبكات التواصل الاجتماعي على إدراك قضية التعصب الرياضي- دراسة ميدانية د. حنان ياسين لاشين
٤٢٧	١١- الأساليب الإقناعية المستخدمة عبر موقع التواصل الاجتماعي إنستجرام ودورها في تسويق الخدمات الحكومية الإلكترونية الجديدة: دراسة حالة منصة مصر الرقمية د. حنان موسى عبد العال

٤٦٥	١٢- تقييم واقع استخدام الانفوجرافيك التفاعلي في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر الصفوة الأكاديمية د. نيفين أحمد غباشي
٥١٩	١٣- دور الهاشتاج بموقع تويتر في ترتيب أولويات القضايا لدى الجمهور: دراسة تحليلية وميدانية د. نهلة محمد نشأت محمد عبد المجيد
٥٩٥	١٤- فاعلية حملات التسويق الاجتماعي من خلال الدور التشاركي لمؤسسات الدولة الحكومية والمنظمات العالمية للتحضر للأخضر (حملة بسيطة بس هتفرق على الخريطة - نموذجاً) د. نهى سامى ابراهيم عامر
٦٥٣	أبحاث من متطلبات الحصول على درجتى الماجستير والدكتوراه:
٦٥٥	١٥- دور المعارض الدولية في صناعة العلامة الوطنية للمملكة العربية السعودية وفقاً لمؤشر Anholt لتصنيف الدول (NBI): دراسة تحليلية لحساب جناح السعودية في معرض إكسبو دبي ٢٠٢٠ على تويتر أ. حنان بنت سليمان بن عبدالله العجاجي
٧١١	١٦- دور الدعم المؤسسي للعلاقات العامة في تحسين صورة العمل الدبلوماسي: دراسة تطبيقية على وزارة الخارجية العراقية أ. المنتظر أحمد عيدان