

كلمة العدد

نبدأ في إصدارنا العلمي بصدور العدد السادس والعشرين (الجزء الثاني) يوليو/ ديسمبر 2023 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:

1- الدراسة الأولى: عنوانها: " دور الإعلام الرقمي في رفع مستوى الوعي المروري بالمجتمع الكويتي لتحقيق أهداف التنمية المستدامة" للدكتور/ عامر سالم علي الحصينان، الأستاذ المشارك بأكاديمية سعد العبدالله للعلوم الأمنية.

2- الدراسة الثانية: عنوانها: " تحليل مشاعر الجمهور العربي نحو العلاقات العامة وممارسيها عبر تويتر: دراسة باستخدام تحليلات البيانات الضخمة **Big Data Analytics**" للدكتور/ عطيه محمد عطيه مرق، المدرس بقسم الإعلام بكلية الآداب- جامعة طنطا.

3- الدراسة الثالثة: عنوانها: "التسويق المكاني للعلامة التجارية للمدن: مدينة العلمين الجديدة أنموذجًا" للدكتورة/ فاطمة الزهراء سعد محمد طه، المدرس بقسم الإعلام بكلية الآداب – جامعة الوادي الجديد.

4- الدراسة الرابعة: عنوانها: " العلاقة بين تعرض المرأة المصرية للإعلانات النسائية للمؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتشكيل الهوية الاجتماعية لديهن" للدكتورة/ هناء عكاشة طالبة، المدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بالمعهد الدولي العالي للإعلام-أكاديمية الشروق/القاهرة.

- 5- الدراسة الخامسة: عنوانها: "تأثير التسويق عبر خدمة البث المباشر (Live Streaming) على قرار الشراء الاندفاعي لدى المستهلك المصري: دراسة ميدانية" للدكتورة/ مروى السعيد السيد حامد، الأستاذ المساعد بقسم الإعلام بكلية الآداب-جامعة المنصورة.
- 6- الدراسة السادسة: عنوانها: "توظيف تقنية البث المباشر (Live Streaming) ضمن حملات التسويق الرقمي وعلاقتها بالنوايا الشرائية للمستهلك" للدكتورة/ عبير عزي، الأستاذ المساعد بكلية اللغة والإعلام بالأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري.
- 7- الدراسة السابعة: عنوانها: "توظيف المؤثرات البصرية في الإعلانات المتحركة باستخدام تقنية الهولوجرام: دراسة تحليلية" للدكتورة/ ساره محي الدين محمد عبدالسلام، المدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال- جامعة جنوب الوادي.
- 8- الدراسة الثامنة: عنوانها: "فاعلية الحملات الإعلامية الرقمية لتسويق الاستراتيجيات البيئية للحكومة المصرية: دراسة تحليلية على حملات إعادة تدوير المخلفات" للدكتورة/ ساره عبدالفتاح السيد، المدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الدراسات الإسلامية والعربية- جامعة الأزهر.
- 9- الدراسة التاسعة: عنوانها: "تعرض الشباب الجامعي السعودي للإعلانات عبر قنوات اليوتيوب وتأثيرها على السلوك الشرائي لديهم: دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم الإعلام بجامعة طيبة" للدكتور/ حسن نهار حسن محاسنه، الأستاذ المساعد بقسم الاتصال والإعلام بكلية الآداب والعلوم الإنسانية- جامعة طيبة.

أبحاث من متطلبات الحصول على درجتى الماجستير والدكتوراه:
10- الدراسة العاشرة: عنوانها: " إدارة النخبة السياسية الفلسطينية لسمعتها
الرقمية عبر منصة فيسبوك " للأستاذ/ راسم أصلان، الباحث في قضايا
الإعلام والاتصال والحاصل على درجة الماجستير في تخصص العلاقات
العامة المعاصرة من الجامعة العربية الأمريكية – فلسطين، إشراف: الدكتور
عمر أبو عرقوب، المحاضر الإعلام والاتصال بكلية الدراسات العليا بالجامعة
العربية الأمريكية – فلسطين.

11- الدراسة الحادية عشر: عنوانها: " تأثير العوامل التنظيمية على واقع
التسويق الرقمي للمنظمات المصرية: دراسة ميدانية" للأستاذة/ مرام حسين
محمود حافظ، المدرس المساعد بكلية الاتصال والإعلام -الجامعة البريطانية-
مصر.

أبحاث علمية محكمة باللغة الإنجليزية

12- الدراسة الثانية عشر: عنوانها:

"Egyptians' dependency on Medication Pamphlets as a Source of Health Information and its Impact on their Health awareness and Behavior: A Field Study" Dr. Adel Refaat A. Mustafa, Associate prof., Media Faculty, Menofia University, Egypt.

ونأمل أن يسهم هذا العدد فى إثراء كافة مجالات البحوث المعاصرة فى مجال
تخصص القسم.

والله ولى التوفيق

مدير تحرير المجلة

رئيسة قسم العلاقات العامة والإعلان

أ.د. ثريا أحمد البدوي