



جامعة القاهرة
كلية الإعلام
المكتبة

دليل رسائل الدكتوراه والماجستير
بكلية الإعلام - جامعة القاهرة
حتى نهاية عام ٢٠٢٤م

ثالثاً: قسم العلاقات العامة والإعلان

(أ) رسائل الدكتوراه العلاقات العامة والإعلان

١/٥ راسم محمد الجمال

العلاقات العامة في المنظمات الدولية: مع دراسة تطبيقية على مكاتب الأمم المتحدة ومنظوماتها المتخصصة في جمهورية مصر العربية، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ١٩٨٠.

٢/٥ سوسن على عبد المالك

تحليل مضمون الرسالة الإعلانية التليفزيونية: دراسة تحليلية على إعلانات التليفزيون في مصر، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ١٩٨٠.

٣/٥ محمد ناجي الجوهر

دور العلاقات العامة في التنمية: دراسة ميدانية على استخدام العلاقات العامة في بعض مجالات التنمية بالعراق، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ١٩٨١.

٤/٥ هدى محمد عزت صقر

قياس فعالية برامج العلاقات العامة: دراسة تقويمية تجريبية على بعض المنشآت في مصر، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ١٩٨١.

٥/٥ فاتن محمد رشاد بدر الدين

الأسس العلمية في تخطيط الحملات الإعلانية: دراسة تطبيقية على عينة من المعلنين في مصر، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ١٩٨٤.

٦/٥ أحمد مصطفى راغب

السياسات الإعلانية الدولية: دراسة حالات على بعض المنشآت ذات النشاط الدولي، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ١٩٨٤.

٧/٥ معتصم عبد الله عثمان

دور وسائل الإعلام المركزية في تنمية المجتمعات المحلية في السودان: دراسة ميدانية، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ١٩٨٤.

٨/٥ منصور على كد سة

الأسس العلمية لإدارة المؤسسات الإعلامية: دراسة تطبيقية على عينة من المؤسسات الإعلامية بالمملكة العربية، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ١٩٨٥.

٩/٥ نبيل عبد الحميد عشوش

تطور الأساليب والأفكار الإعلانية: دراسة تحليلية مقارنة لإعلانات بعض شركات الطيران الدولية في الفترة من ١٩٧٩ حتى ١٩٨٤، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ١٩٨٦.

١٠/٥ صفوت محمد مصطفى العالم

وسائل وأساليب الدعاية الانتخابية في النظم السياسية المختلفة: دراسة حالة لانتخابات النيابية في مصر ١٩٨٤، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ١٩٨٧.

١١/٥ محمود يوسف مصطفى عبده

دور قادة الرأي الدينيين في معالجة قضايا الشباب: دراسة في الريف المصري، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ١٩٨٧.

١٢/٥ أحمد محمد زيدان

دور الدعاية في تنشيط السياحة مع دراسة تطبيقية على عينة من جمهور السائحين في مصر، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ١٩٨٨.

١٣/٥ سامي السيد عبد العزيز

بناء الاتصال في منظمات الإنتاج وانعكاسه على الصورة على الصورة الذهنية للمنظمات، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ١٩٨٨.

١٤/٥ فيصل محمود خضر

دور الإعلام في التغير الاجتماعي الثقافي في السودان: دراسة ميدانية، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ١٩٨٨.

١٥/٥ عبد الله محمد بو جلال

الإعلام والوعي الاجتماعي لدى الشباب الجزائري: دراسة على عينة من شباب المدارس الثانوية والجامعات، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ١٩٨٩.

١٦/٥ محمد علي العوبني

العلاقات السياسية بين إسرائيل ودول جنوب شرق آسيا ١٩٤٨-١٩٧٢، رسالة دكتوراه، جامعة القاهرة: كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، ١٩٧٤.

١٧/٥ كريمان محمد فريد صادق

المسئولية الاجتماعية للعلاقات العامة في الوحدات الاقتصادية: دراسة ميدانية على عينة من شركات القطاعين العام والخاص، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ١٩٨٩.

١٨/٥ مي عبد الواحد الخاجة

وسائل الاتصال والتنمية السياسية في دولة الإمارات العربية المتحدة ١٩٧١-١٩٨٧، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ١٩٨٩.

١٩/٥ فرج الكامل

(رسالة باللغة الإنجليزية)
المعرفة والتغير الاجتماعي: دراسة حالة في مجال تنظيم الأسرة، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ١٩٨١.

٢٠/٥ بسيوني إبراهيم عبد الحليم حماده

دور وسائل الاتصال المصرية في صناعة القرارات: دراسة تطبيقية على صانعي القرار في مصر، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ١٩٩١.

٢١/٥ نهلة علي محمد الحفناوي

الإعلان عن السلع الأجنبية في مصر: دراسة تحليلية لإعلانات السلع الأجنبية في وسائل الإعلان المصرية في الفترة من ١٩٨٥ - ١٩٨٧، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ١٩٩١.

٢٢/٥ محمد سيد محمد عتران

دور الاتصال في عملية المشاركة السياسية والاجتماعية والاقتصادية: دراسة تطبيقية مقارنة على قريتين مصريتين، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ١٩٩١.

٢٣/٥ تحسين منصور رشيد منصور

تنظيم وإدارة العلاقات العامة في الجهاز الحكومي الأردني واتجاهات الإدارة العليا نحوها: دراسة ميدانية، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ١٩٩٣.

٢٤/٥ سلوى محمد يحيى العوادلى

تأثير الإعلان التليفزيوني على السلوك الشرائى للمرأة المصرية، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ١٩٩٥.

٢٥/٥ حنان فاروق محمد جنيد

تأثير العلاقات العامة على فاعلية الوظائف الإدارية للمنشأة: دراسة تحليلية، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ١٩٩٥.

٢٦/٥ فؤاده عبد المنعم البكري

دور الاتصال المباشر في تنمية الوعي الاجتماعي: دراسة ميدانية للنشاط الاتصالي بالجمعيات الثقافية والعلمية في مصر، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ١٩٩٦.

٢٧/٥ عصام الدين احمد فرج

الوظيفة الاتصالية لمنظمة التحرير الفلسطينية، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ١٩٩٦.

٢٨/٥ نجوى محمد الجزار

تأثير القيم التي تعكسها اعلانات التليفزيون على الاتجاهات نحو الاعلان: دراسة تحليلية ميدانية، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ١٩٩٨.

٢٩/٥ فاروق ياسين التركى

دور العلاقات العامة فى تحقيق الرضا الوظيفي: دراسة تطبيقية على العاملين بالخطوط السعودية، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ١٩٩٩.

٣٠/٥ أشرف احمد احمد عبد المغبث

العلاقة المتبادلة بين التعرض المشترك لوسائل الإعلام والعلاقات الاجتماعية، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ١٩٩٩.

٣١/٥ خالد شاكر أحمد جاويش

تمثيل معلومات الرسائل الإعلانية المتناسقة لدى الجمهور، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ١٩٩٩.

٣٢/٥ بطرس جرجس حلاق

العوامل المؤثرة على الرضا الوظيفي لدى العاملين في المؤسسات الإعلامية، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ١٩٩٩.

٣٣/٥ عبد العزيز عبد الستار تركستانى

تأثير الإعلان التليفزيونى الدولى على الجوانب الاجتماعية والثقافية فى المملكة العربية السعودية، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٠٠.

٣٤/٥ بوران برهان الدين

تخطيط حملات التسويق الاجتماعي، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٠١.

٣٥/٥ هبه مسعد أحمد

تأثير التنافر المعرفى على اتجاه المستهلك وسلوكه: دراسة تطبيقية على استخدام نظرية التنافر المعرفى في الإعلان، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٠١.

٣٦/٥ أيمية أحمد معراوى

فهم وتذكر الطفل الاردنى للإعلان التليفزيونى، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٠١.

٣٧/٥ نيفين أحمد غباشى أبو النجا

تأثير برامج التسويق الاجتماعى لقضية التلوث الصناعى فى مصر، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٠٢.

٣٨/٥ أمجد بدر منصور القاضى

أساليب الدعاية الانتخابية وتأثيرها على السلوك الانتخابي فى المملكة الاردنية الهاشمية، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٠٢.

٣٩/٥ دينا أحمد عرابى

دور وسائل الاعلام المحلية والدولية فى تشكيل المعرفة لدى الجمهور فى ظل العولمة، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٠٢.

٤٠/٥ سعود عبد العزيز السخراز (رسالة باللغة الإنجليزية)

صورة مجلس الأمة لدى الشعب الكويتى، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٠٥.

٤١/٥ طارق فتح الله شبل سلطان

فهم وتذكر الأطفال للإعلان التليفزيونى: دراسة تجريبية على عينة من التلاميذ المصريين من (١١-٧) سنة، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٠٦.

٤٢/٥ أبو بكر مبروك الغزالى

العوامل المؤثرة على ممارسة العلاقات العامة في الشركات الليبية، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٠٦.

٤٣/٥ سها على حسن البطروى

استخدام شبكة المعلومات الإلكترونية كوسيلة إعلانية: دراسة مقارنة على عينة من الشركات المصرية والدولية، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٠٦.

٤٤/٥ ماجدة عبد المنعم محمد مخلوف

دور الاتصال في اشباع الحاجات الاجتماعية للجمهور المصري، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٠٧.

٤٥/٥ نرمين زكريا إسماعيل خضر

المعالجة الإعلامية للأحداث الدولية: دراسة على عينة من وسائل الإعلام المصرية والأمريكية، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٠٧.

٤٦/٥ قدرى على عبد المجيد عبد النبى

تأثير المعالجة الإعلامية لقضايا حقوق الإنسان على معارف واتجاهات الجمهور المصري، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٠٧.

٤٧/٥ هياس بن رجاء الحربي

فعالية الأساليب الترويجية في تنمية السياحة الداخلية في المملكة العربية السعودية، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٠٧.

٤٨/٥ علياء سامي عبد الفتاح

دور وسائل الاتصال الحديثة في تشكيل العلاقات الاجتماعية للشباب الجامعي: دراسة مقارنة بين مستخدمي وسائل الاتصال التقليدية والإنترنت، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٠٧.

٤٩/٥ خالد سيف محمد الصوفي

تأثير الأنماط الاتصالية على صورة الأحزاب السياسية لدى الجمهور اليمني: رسالة ميدانية، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٠٧.

- ٥٠/٥ داليا محمد عبد الله محمود حسن
العوامل المؤثرة على فاعالية أساليب التسويق المباشر في مصر: دراسة مقارنة على الوسائل والجمهور، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٠٨.
- ٥١/٥ فؤاد على حسين سعدان
أدوار ونماذج العلاقات العامة في الجمهورية اليمنية: دراسة مسحية على عينة من أجهزة العلاقات العامة في القطاعين العام والخاص، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٠٩.
- ٥٢/٥ ريم أحمد عادل طه
تشخيص الإستراتيجيات الاتصالية لإدارة القضايا: دراسة مقارنة على عينة من شركات قطاع الأعمال العام والشركات الاستثمارية العاملة في مصر، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٠٩.
- ٥٣/٥ عمر مقبول أحمد عبرين
إستراتيجيات الإعلانات التليفزيونية الفضائية وأثرها على المستهلك في الجمهورية اليمنية: دراسة تحليلية - ميدانية، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٠٩.
- ٥٤/٥ عبد العزيز جاسم قبلان
دور وسائل الإعلام في عملية قضاء وقت الفراغ في المجتمع المصري: دراسة متعددة المداخل على عينة من سكان القاهرة الكبرى، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٠٩.
- ٥٥/٥ نها أنور سليمان رضوان
دور وسائل الإعلام العربية في تكوين معارف الصفة المصرية واتجاهاتها نحو السياسة الأمريكية بشان قضايا الإصلاح في المنطقة العربية، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٠٩.
- ٥٦/٥ إيمان محمد محمد زهرة
تأثير الأنشطة الاتصالية المتكاملة على العلاقة بين الجمهور المصري والعلامات التجارية، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٠٩.

٥٧/٥ جيهان مصطفى كمال البيطار

الممارسات الإعلانية وعلاقتها بمفهوم حماية المستهلك المصري : دراسة على عينة من المستهلكين والشركات المعلنة في مصر، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٠٩.

٥٨/٥ أمل محمد فوزي منتصر

إدارة هوية المنشآت المعاصرة : دراسة تطبيقية مقارنة بين منظمات الأعمال المصرية والدولية في مصر، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٠.

٥٩/٥ سماح رضا زكي محمود

دور الخطاب الرئاسي في بناء أجندة وسائل الإعلام والصفوة المصرية، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٠.

٦٠/٥ طارق فؤاد أبو شنب

المعالجة الإعلامية لقضايا الإصلاح في المملكة العربية السعودية : دراسة تحليلية ميدانية عن الفترة من ٢٠٠٨/١٢/١٣ إلى ٢٠٠٨/١/١، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٠.

٦١/٥ نجلاء عبد الحميد فهمي الجمال

اعتماد الشباب على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة كمصدر لمعارفهم الثقافية، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٢.

٦٢/٥ إنجي محمد أبو سريع خليل

كفاءة إدارة علاقات المنظمة مع مجموعات المصالح، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١١.

٦٣/٥ منى على محمد عبد الرحمن

الاتصال المباشر بين البرلمانيين والرأي العام وعلاقته بصورة البرلمانيين لدى الجماهير: دراسة ميدانية، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٢.

٦٤/٥ أحمد محمد خطاب

محددات تأثير الاتصالات التسويقية للهوية التجارية على الأنماط الثقافية للجمهور المصري،
رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٢.

٦٥/٥ سلمان فيحان فيصل بن لبده

تأثير استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الاستراتيجيات الاتصالية للعلاقات العامة في
المؤسسات السعودية: دراسة ميدانية تحليلية، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان،
٢٠١٢.

٦٦/٥ وجدي عبد الرحمن شيخ باوزير

دور الدعاية الانتخابية في تفعيل المشاركة السياسية في اليمن: دراسة ميدانية وتحليلية،
رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٣.

٦٧/٥ إسلام سعد عبد الله عبد الرحمن عز

اتجاهات الرأي العام المصري نحو المعالجة الإعلامية لقضايا النووي، رسالة دكتوراه، قسم
العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٣.

٦٨/٥ شريفة رحمة الله سليمان

استخدام تكنولوجيا الاتصال في نشر مفهوم التربية الإعلامية بمدارس دولة الإمارات العربية
المتحدة، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٣.

٦٩/٥ عبير فايز محمد زهري

إدارة عملية تشكيل الصورة الذهنية للبورصة الليبية: دراسة مسحية، رسالة دكتوراه، قسم
العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٣.

٧٠/٥ هزاع مرشد أحمد شرف

حدود تأثير استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة على العلاقات الاجتماعية لطلاب الجامعات
في اليمن: دراسة مقارنة على الإنترن特 والهاتف المحمول، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة
و والإعلان، ٢٠١٣.

- ٧١/٥ إيمان عبد المقصود عبد الله عيسى (رسالة باللغة الإنجليزية)
تأثير المحددات الثقافية والتكنولوجية على بحوث الرأي العام: دراسة تطبيقية في مصر والولايات المتحدة، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٣.
- ٧٢/٥ عبد الله حمديه المرضي
العوامل المؤثرة في الرضا الوظيفي لدى العاملين بالعلاقات العامة: دراسة ميدانية على الشركات الخدمية والإنتاجية في ليبيا، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٤.
- ٧٣/٥ أسامة عبد الحميد محمد محمد
العلاقة بين الصور الإعلامية المتباينة وال العلاقات الإجتماعية بين العرب والأمريكيين: دراسة مسحية، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٤.
- ٧٤/٥ عبد الخالق عبد الرحمن عبد الخالق محمود
ممارسة العلاقات العامة في الشركات الدولية العاملية في ليبيا: دراسة ميدانية، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٤.
- ٧٥/٥ مروة صبحي محمد
قياس فاعلية الاتصالات الترويجية لبرامج المسئولية الإجتماعية وتأثيرها على سمعة المنظمة: دراسة حالة على عينة من الشركات المصرية والمتعددة الجنسيات، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٤.
- ٧٦/٥ خالد عبد الله النامي
دور حملات التسويق الإجتماعي في دعم التغيير في المملكة العربية السعودية: دراسة تطبيقية على حملات الحوار الوطني السعودي، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٤.
- ٧٧/٥ أسماء أبو بكر الصديق حسن حجازي
دور الأنشطة الاتصالية في نشر الوعي بقضايا حقوق الإنسان، دراسة تطبيقية على عينة من المنظمات العاملة في مصر، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٥.

٧٨/٥ فهيمة عبد الله محمد عبد الله

تصور مقترن لقياس أداء أجهزة العلاقات في ضوء معايير الجودة الشاملة، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٥.

٧٩/٥ السيد عبد الرحمن على عبد الرحمن

العلاقة بين ملكية وسائل الإعلام ومعالجتها لقضايا التحول الديمقراطي وصنع القرار السياسي، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٥.

٨٠/٥ ابتسام محمد السويدى

مشكلات ذوي الإعاقة في دولة الإمارات ودور وسائل الإعلام في نشرها، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٤.

٨١/٥ حردان هادى صايل

دور الواقع الإسلامية الإفتراضية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي العراقي نحو القضايا الدينية المعاصرة: دراسة تحليلية ميدانية، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٥.

٨٢/٥ أمجد السيد محمد أحمد شاهين

المعالجة الاتصالية للأزمات: دراسة حالة على القوات المسلحة المصرية في الفترة من ٢٠١١/٢/١٢ حتى ٢٠١٢/٨/١٢، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٥.

٨٣/٥ معصم بلال جمعه عبد الله المعصم

دور وسائل الإتصال الحديثة في تفعيل العلاقة مع الجمهور الخارجي: دراسة تطبيقية على المؤسسات الحكومية في دولة الامارات، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٦.

٨٤/٥ عبد الله عبد العالى جاد الله

استخدام العاملين في العلاقات العامة بشركات النفط الليبية لتقنيات الاتصال الحديثة وعلاقته بالجوانب الإدارية والإتصالية، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٥.

- ٨٥/٥ لبنى مسعود عبد العظيم
فاعالية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في ممارسة الإتصالات التسويقية للمنظمة: دراسة حالة على شركة إيفون وأوريغليم، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٦.
- ٨٦/٥ إنجي كاظم مصطفى فهيم
تقييم خبرات المستخدمين من كبار السن لـ تكنولوجيا الاتصال، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٦.
- ٨٧/٥ نرمين على السيد إبراهيم
المعالجة الإعلامية لحقوق المرأة المصرية وعلاقتها باتجاهات الجماهير نحوها، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٦.
- ٨٨/٥ إيمان رمضان عبد التواب
دور وسائل الإعلام في القضايا القومية: دراسة تطبيقية على عينة من حملات ترشيد السلوك، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٦.
- ٨٩/٥ إيمان أسامة أحمد
تقييم فاعالية استخدام الوسائل الإعلامية التفاعلية في التأثير على النوايا الشرائية، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٧.
- ٩٠/٥ محمد مصطفى رفعت محرم عزت
اتجاهات الرأي العام الإلكتروني لمستخدمي الشبكات الاجتماعية نحو إحداث التحول الديمقراطي في مصر: دراسة تطبيقية لما بعد ٣٠ يونيو ٢٠١٣، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٧.
- ٩١/٥ ندى جابر خالد الصبع
دور وسائل الإعلام الكويتية في تزويد النخب الكويتية بالمعلومات عن القضايا السياسية الداخلية والخارجية: دراسة تحليلية وميدانية، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٧.

٩٢/٥ أحمد عبد السلام سيد أحمد دياب

علاقة الاستراتيجيات الإعلانية بالهوية الاجتماعية المدركة لدى الشباب المصري، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٧.

٩٣/٥ عواطف حسن حيدر اليافعي

تقييم فعالية استراتيجيات المسئولية الاجتماعية للشركات في التأثير على استجابات مستهلكيها: دراسة تطبيقية على عينة من الشركات اليمنية، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٧.

٩٤ / ٥
أمانى محمد السيد

صورة مصر في وسائل الإعلام الأجنبية بعد ثورة ٢٥ يناير، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٧.

۹۵/۵ عباس سید طاهر ایمان

دور الاتصال الداخلى فى تحقيق الارتباط الوظيفي للعاملين فى المنظمات المصرية، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٧.

۹۶/۵ ایمان محمد سلیمان

توجهات عملية الإصلاح الإعلامي في مصر بعد ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١: دراسة على اتجاهات الصحفة وممارسات النظام السياسي، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٨.

٩٧/٥ صالح عابر صالح الشمرى

التربيـة الإلـاعـامـية وطـرـق تـضـمـينـها فـي الإـطـار العـام لـلـمنـاهـج فـي المؤـسـسـات التـعـلـيمـيـة فـي دـولـة الـكـوـيـت، رسـالـة دـكـتوـرـاه، قـسـم الـعـلـاقـات العـامـة وـالـإـعلـانـ، ٢٠١٨.

٩٨/٥ مسعد السعيد صالح عبد الرحمن

العلاقة بين التعرض للإعلان التليفزيوني وقيم العلاقات الأسرية في المجتمع المصري، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٨.

٩٩/٥ حياة بدر قرنى محمد يوسف

تقييم معايير التنوع الإعلامى فى وسائل الإعلام المصرية، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٨.

١٠٠/٥ مها السيد بهنسي

استخدام الشبكات الاجتماعية فى التعبئة السياسية للجماهير فى مصر، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٨.

١٠١/٥ ياسمين محمد إبراهيم السيد

استخدام موقع التواصل الاجتماعى وعلاقته بالاتجاه نحو أداء الحكومة، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٨.

١٠٢/٥ رضا هانى عبد الرؤوف سالم

استخدام الاتصال التفاعلى فى إدارة علاقات المنظمة مع العملاء: دراسة مقارنة بين الاتصالات التقليدية والإلكترونية لعينة من البنوك المصرية والبنوك الأجنبية العاملة فى مصر، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٨.

١٠٣/٥ حاتم محمد عاطف

الشائعات وعلاقتها بتكون الرأى العام وصناعة القرار فى مصر: دراسة تطبيقية، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٨.

١٠٤/٥ مى محمود عبد اللطيف

تقييم كفاءة مخرجات عملية إدارة أزمات وعلاقات المنظمات بجماهيرها الخارجية: دراسة حالات، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٨.

١٠٥/٥ ماريان مراد أنيس

العلاقة بين استخدام موقع التواصل الاجتماعى ودرجة الوعى بحقوق الإنسان لدى الشباب المصرى، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٨.

- ١٠٦/٥ هبة أحمد مرسى أحمد
تأثير الخطاب الإعلامي الأيدلوجى فى مصر بعد ثورة يناير ٢٠١١ على الأمن القومى المصرى، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٨.
- ١٠٧/٥ إيمان عادل عبد المنعم أحمد
تقييم فعالية الاستراتيجية التسويقية لمنتجات المشروعات الصغيرة عبر موقع التواصل الاجتماعى، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٨.
- ١٠٨/٥ نجمة بنت سعيد بن خميس السريرى
معالجة وسائل الإعلام العمانية لقضايا المرأة ودورها فى تشكيل معارف، واتجاهات الجمهور نحوها، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٩.
- ١٠٩/٥ هالة سمير محمد محمود
دور وسائل الاتصال فى تشكيل مفهوم التربية الإعلامية فى المدارس المصرية، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٩.
- ١١٠/٥ سلطان بن عجمى بن منيخر
دور وسائل الإعلام فى تشكيل صورة المنظمات الدولية والإقليمية لدى الجمهور السعودى (دراسة تحليلية - ميدانية)، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٤.
- ١١١/٥ محمود سيد محمد على
تحليل أبعاد الخطاب الإعلامي للجماعات الإرهابية عبر موقع التواصل الاجتماعى واستشراف رؤى النخبة فى كيفية التصدى له: دراسة نقدية - سيميولوجية، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٩.
- ١١٢/٥ تغريد مجدى فوزى أحمد
دور الاتصالات المؤسسية الداخلية فى عملية التعلم التنظيمى وعلاقتها بتطوير القدرة الابتكارية للعاملين : دراسة حالة على عينة من المنظمات العاملة فى مصر، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٩.

١١٣/٥ حازم محمد الصالح

دور قادة الرأى فى تشكيل اتجاهات الشباب الكويتى الجامعى نحو الحراك السياسى فى دولة الكويت، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٩.

١١٤/٥ مريم عبد الحق عبد الحليم جاد

تقييم فعالية استخدام الأساليب التسويقية الإبداعية الصادمة على ادراك الشباب للعلامات التجارية: دراسة تجريبية على عينة من الشباب المصري، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٩.

١١٥/٥ محمود إبراهيم الدسوقي محمود

تقييم كفاءة الاستراتيجيات الإتصالية لوزارة الداخلية وأثرها على الجمهور المصرى : دراسة تحليلية ميدانية، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٢٠.

١١٦/٥ هند محمد محمد على

العلاقة بين كفاءة التسويق الداخلى للعلامة التجارية واتجاهات العملاء نحوها : دراسة على عينة من المصارف العاملة فى مصر، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٢٠.

١١٧/٥ ياسمين محمد عبد الله على الدين

العلاقة بين أساليب نشر الثقافة التنظيمية والأداء المؤسسي الرشيد : دراسة مقارنة على عينة من المؤسسات المالية المصرية والأجنبية فى مصر، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٩.

١١٨/٥ محمود محمد محمد مهنى

تأثير نمط القيادة التنظيمية على استراتيجيات المسئولية الاجتماعية: دراسة ميدانية على عينة من المنظمات الحكومية والاستثمارية العاملة فى مصر، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٩.

١١٩/٥ محمد وسمى صاوي الشمرى

تقييم فعالية وسائل التواصل الاجتماعى فى تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسات الحكومية الكويتية: دراسة تطبيقية، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٢٠.

- ١٢٠/٥ العنود ناصر إبراهيم ابداح الرشيد
تقييم فعالية العلاقات العامة في البنوك الكويتية وتأثيرها على العملاء: دراسة مقارنة على
عينة من البنوك الكويتية، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٢٠.
- ١٢١/٥ أحمد حسين دسوقي
دور البرامج الدرامية الاتصالية لأفراد وضباط الشرطة المصرية في تأهيلهم للتعامل مع قضايا
المواطنة، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٢٠.
- ١٢٢/٥ آلاء فوزي السيد عبد اللطيف
قضايا بناء الدولة في الخطاب الرئاسي وعلاقتها بأجندة الإعلام والجمهور، رسالة دكتوراه، قسم
العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٢٠.
- ١٢٣/٥ ولاء مسعد إسماعيل
الخطاب الإعلامي الأيديولوجي لنقضايا الديمقراطية في مصر: دراسة مقارنة بين وسائل الإعلام
التقليدية والجديدة على البناء الفكري للجماهير، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان،
٢٠٢٠.
- ١٢٤/٥ نعم محيي الدين عبد الغفار أحمد
تقييم دور الاتصالات المؤسسية الداخلية في نشر مفهوم حوكمة الشركات بين العاملين
وانعكاسات ذلك على الأداء المؤسسي، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٢٠.
- ١٢٥/٥ إيمان سامي حسين عشري
الاستراتيجيات الاتصالية للعلاقات العامة في إدارة سمعة المؤسسات السعودية: دراسة
تطبيقية، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٢٠.
- ١٢٦/٥ نيرفانا أحمد علي حسن
العلاقة بين الاتصال التفاعلي عبر موقع التواصل الاجتماعي ومستوى الدافعية للإنجاز
الأكاديمي للشباب الجامعي المصري، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٢١.

١٢٧/٥ لبني أحمد علي بيلي

العلاقة بين استراتيجية إدارة العلاقات مع العملاء ودعم الصورة الذهنية لمنتجات المؤسسات التجارية، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٢١.

١٢٨/٥ أمنية عبد الرحمن توفيق الديب

تقييم كفاءة الاستراتيجيات الاتصالية للحكومة المصرية مع الجمهور أثناء التحولات الاقتصادية والسياسية، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٢١.

١٢٩/٥ مي حسام حسني حسن

تأثير العدالة المدركة على إلتزام العميل في العلاقة مع العالمة التجارية ، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٢١.

١٣٠/٥ مصطفى أحمد عبد الوارث

تأثير الاتصالات التسويقية على ولاء العملاء للخدمات التأمينية، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٢١.

١٣١/٥ فتحية صبري عبدالرحمن السيد

تقييم فاعلية الاتصالات والسياسات البيئية في تعزيز المكانة التسويقية للشركات المصرية: دراسة حالة، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٢١.

١٣٢/٥ هدى صلاح عبدالحميد أبوحرب

العوامل المؤثرة على ولاء المستهلك للعلامات التجارية عبر صفحاتها الرسمية على الفيسبوك: دراسة حالة، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٢١.

١٣٣/٥ حاتم علي حيدر مقابل الصالحي

تقييم فاعلية استراتيجيات إدارة العلاقات مع الجمهور في بناء سمعة المنظمة: دراسة حالة، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٢١.

١٣٤/٥ خلف لافي الحلبا الحماد

العلاقة بين صورة منظمات المجتمع المدني كما يقدمها الإعلام الأردني واتجاهات الجمهور نحوها: دراسة تحليلية ميدانية، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٨.

١٣٥/٥ سليمان فرحان سليمان الخوالده

تقييم اللاجئين السوريين للدور الاتصالي للعلاقات العامة في المنظمات الدولية العاملة في الأردن: دراسة حالة، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٨.

١٣٦/٥ سالمة أحمد محمود شرف

إدراك الجمهور المصري للاتصالات الترويجية المضللة وعلاقتها بالصورة الذهنية للشركات: دراسة مقارنة بين الوسائل التقليدية والحديثة، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٢١.

١٣٧/٥ إيمان محمد أحمد محمد حمادة

تأثير الثقافة المجتمعية والعوامل التنظيمية على كفاءة إدارة اتصالات الأزمات: دراسة حالة على عينة من المنظمات العاملة في مصر، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٢١.

١٣٨/٥ محمد شعبان محمد عبد الفتاح العيسوي

دور برامج التنمية المجتمعية عبر وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز ولاء الجمهور للمنظمة: دراسة تحليلية وميدانية، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٢١.

١٣٩/٥ رانيا محمد علي حيدر

علاقة الألوان بشخصية العلامات التجارية المدركة لدى المستهلك المصري: دراسة تطبيقية على عينة من العلامات التجارية لفناles سلعية وخدمية مختلفة، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٢١.

١٤٠/٥ هناء حمدي أحمد بيومي

استخدام تطبيقات تسويق العلامات التجارية عبر الهواتف الذكية وعلاقته بولاء المستهلك لها: دراسة حالة، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٢١.

١٤١/٥ معتز محمد نبيل حلمي مصطفى

تقييم مدى فاعلية الحملات الإعلانية الموجهة للأسوق المتخصصة Niche Market في تحقيق الاستجابة السلوكية للمستهلك، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٢٢.

١٤٢/٥ آيات صلاح نور الدين

علاقة الثقافة الوطنية بمضامين حملات التسويق الاجتماعي: دراسة تحليلية مقارنة على عينة من الحملات العربية والأجنبية، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٢١.

١٤٣/٥ نوران عبد الرحمن عدلي محمد

تقييم فعالية استراتيجية تمكين المستهلك من المشاركة في ابتكار المنتجات الجديدة: دراسة حالة، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٢٢.

١٤٤/٥ سيف فالح العجمي

معايير الحوكمة الإلكترونية عبر موقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بصناعة القرار السياسي في دولة الكويت، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٢٢.

١٤٥/٥ محمد عشري مسعود احمد

تقييم فعالية الإستراتيجيات الإعلانية المستخدمة في تسويق الخدمات العقارية عبر الإنترنٌت في التأثير على استجابات الجمهور المصري، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٢٢.

١٤٦/٥ مرام حسين محمود حافظ الفراز

تأثير العوامل التنظيمية على واقع التسويق الرقمي للمنظمات المصرية: دراسة تطبيقية مقارنة على عينة من المنظمات العاملة في مصر، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٢٢.

١٤٧/٥ شريف محمد نبيل مصطفى

الصورة الذهنية للتنظيمات الدينية المتشددة وعلاقتها باستخدامات موقع التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية - تحليلية، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٢٢.

- ١٤٨/٥ آية أحمد محمد عبد الجود عياد
توظيف المواطن الرقمي لتقنولوجيا الاتصال في أنشطة التنمية الإجتماعية، رسالة دكتوراه،
قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٢٢.
- ١٤٩/٥ هبة الشاهد (رسالة باللغة الإنجليزية)
المعرفة الرقمية والخصوصية عبر الإنترت: دراسة لممارسات الشباب بالمعرفة الرقمية وأنماط
الخصوصية على شبكات التواصل الاجتماعي، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان،
٢٠٢٢.
- ١٥٠/٥ علي عبد الله محمد الشهري
تقييم فاعلية مخرجات الاتصالات الترويجية للمسؤولية الاجتماعية وتأثيرها على الجمهور ،
رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٢٣.
- ١٥١/٥ وفاء كامل محمد إبراهيم
تقييم مخرجات ممارسات المسؤولية الاجتماعية الداخلية للشركات على الإتجاهات والسلوكيات
التنظيمية للموظفين: دراسة حالات، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٢٢.
- ١٥٢/٥ هبه صادق عبده عبد المجيد الحلو
اتصالات القوة الناعمة الصينية في مصر ودورها في تعزيز قدرتها التنافسية، رسالة دكتوراه،
قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٢٣.
- ١٥٣/٥ أسماء عز الدين خالد صالح
الصورة المُدركَة للأداء الاجتماعي للشركات وعلاقتها بسلوكيات مواطنة العملاء: دراسة حالة،
رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٢٣.
- ١٥٤/٥ ميار جمال عبد التواب محمد
محددات تقبل العملاء لتغيير العلامة التجارية للشركات وعلاقتها بالوزن النسبي لها: دراسة
حالات على عينة من المنظمات، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٢٣.

- ١٥٥/٥ أسماء صلاح الدين فؤاد أحمد
دور اتصالات إدارة المعرفة التنظيمية في تمكين العاملين وعلاقتها بالاداء التنظيمي، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٢٣.
- ١٥٦/٥ ناصر راشد الكعبى
دور موضع التواصل الاجتماعى فى تشكيل اتجاهات الرأى العام الإماراتى نحو اتفاقية السلام بين الإمارات وإسرائيل، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٢٣.
- ١٥٧/٥ كريمة محمد سلامة محمد الدهان
دور الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في بناء اتجاهات الجمهور المصرى نحو الخدمات الحكومية الإلكترونية، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٢٣.
- ١٥٨/٥ شيريهان محمد نشأت المنيري
دور الدبلوماسية العامة الرقمية في الترويج لسياسة الخارجية المصرية، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٢٣.
- ١٥٩/٥ أميرة محمد أحمد عبدالحميد
تأثير الإستراتيجيات التسويقية عبر محركات البحث في النوايا والاستجابات السلوكية لمستخدمي الإنترنط ، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٢٣.
- ١٦٠/٥ ياسمين كاسب إبراهيم بيومي
(رسالة باللغة الإنجليزية)
تأثير الإدارة الرقمية للعلامة التجارية للمؤسسات الخيرية على أبعاد الوزن النسبي لها ، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٢٣.
- ١٦١/٥ خلود ماهر الياس خميس
تقييم دور الرسالة الإعلانية التليفزيونية المسئولة اجتماعياً في التأثير على الاستجابات السلوكية للجمهور المصري، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٢٤.

١٦٢/٥ ندى عبدالله بخيت محمد

تأثير الأنشطة التسويقية عبر منصات التواصل الاجتماعي على وزن العلامة التجارية وسلوك المستهلك المصري اتجاهها: دراسة حالات، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٢٤.

١٦٣/٥ ساره محمود احمد السعيد خاطر

دور منصات التواصل الاجتماعي في بناء ارتباط الشباب المصري بالسلع المعن عنها على هذه المنصات: دراسة على عينة من الشركات المصرية، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٢٤.

١٦٤/٥ حسين عايض ظافر القحطاني

تأثير المعالجة الاعلامية لقضايا الصراع في الشرق الاوسط على تشكيل الرأي العام: دراسة حالة لقضىي اليمن وايران ، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٢٤.

١٦٥/٥ محمد احمد محمد علاء الدين مهابة

اتصالات الحرب النفسية في ادارة الصراع العالمي الصراع الصيني الروسي - الامريكي: دراسة تطبيقية ، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٢٤.

١٦٦/٥ لمياء احمد شعبان عواد

دور التربية الاعلانية في زيادة قدرة الاطفال على تمييز المحتوى الاعلاني عبر تطبيقات الهواتف الذكية: دراسة تجريبية، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٢٤.

١٦٧/٥ بسمة اشرف زكريا ابراهيم ابو الخير

دور العلاقات العامة في تنمية الوعى بقضايا الشمول المالى لدى الجمهور المصرى، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٢٤.

١٦٨/٥ دعاء سليمان عاشور محمد حسن

علاقة استراتيجيات الاتصال التنظيمى بمخرجات عملية ادارة الجودة الشاملة: دراسة على عينة من المنظمات العاملة فى قطاع الصناعات الغذائية فى مصر، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٢٤.

١٦٩/٥ راشد سعيد الحسانى

الاستراتيجيات الاتصالية للحكومة الاماراتية لمواجهة الازمات عبر صفحاتها الرسمية على موقع التواصل الاجتماعي، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٢٤.

١٧٠/٥ محمد محمود انيس عبد الحميد

المعالجة الاعلامية لازمات محليات على الواقع الالكتروني وصفحات التواصل الاجتماعي وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحو ادائها، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٢٤.

١٧١/٥ رشدية محمد ياسين

اتجاهات الجمهور المصري نحو تناول الاعلام الرقمي لمبادرة "حياة كريمة" ، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٢٤.

١٧٢/٥ اميرة احمد عبد المجيد حسن

تأثير العوامل التسويقية على استجابات الجمهور المصري نحو المنتجات الخضراء ، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٢٤.

١٧٣/٥ رحاب عبد المعز عبد الله مبروك

تأثير استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في التسويق على اضفاء الطابع الشخصى للعلامة التجارية، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٢٤.

١٧٤/٥ امينة حلمى رشاد موسى

استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في ادارة العلاقة مع العملاء وانعكاسه على تعزيز الثقة بالمنظمات ، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٢٥.

١٧٥/٥ اسلام محمد فتحي الشيوبي

دور العلاقات العامة في المؤسسات النسائية في تعزيز تمكين المرأة الإماراتية ودعم مشاكلتها المجتمعية، رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٢٤.

١٧٦/٥ غنية محمد عمر سريح

دور الاتصالات الرقمية في تشكيل الصورة الذهنية للمرأة الإماراتية في المجال الدبلوماسي،
رسالة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٢٤.

١٧٧/٥ نهى محمد ياسين محمد

دور العلاقات العامة الرقمية في مواجهة الازمات بالمؤسسات الحكومية الاردنية، رسالة
دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٢٥.