منى حاتم طاهر صالح

الوظيفة: أستاذ مساعد

المعلومات الشخصية

الجنسية | مصرية

تاريخ الميلاد | 1979/9/3

القسم | التسويق

البريد الجامعي الرسمي |mhsaleh@iau.edu.sa

الهاتف الخاص بالمكتب |32236

المهارات اللغوية

اللغة	قراءة	كتابة	تحدث
العربية	ممتاز	ممتاز	ممتاز
الانجليزية	ممتاز	ممتاز	ممتاز
أخرى (المانية)	ممتاز	ممتاز	ممتاز

المؤهلات العلمية والشهادات (بدءا من الأحدث)

التاريخ	الشهادة الأكاديمية	مكان الصدور	العنوان
2016	دكتوراه	جامعة المنصورة – كلية التجارة	مصر
2010	ماجستير	جامعة المنصورة – كلية التجارة	مصر
2000	بكالوريوس	جامعة المنصورة – كلية التجارة	مصر

عنوان بحث كل من الدكتوراة والماجستير والزمالة

الدكتوراة	دور انشطة المسئولية الاجتماعية في دعم نوايا التعامل مع شركات خدمات التليفون المحمول في مصر (دراسة تطبيقية)
الماجتسير	العوامل المؤثرة علي قرار تعامل الشباب الجامعي مع مطاعم الوجبات السريعة
الزمالة	

السجل المهني (بدءا من الأحدث)

رتبة الوظيفة	مكان وعنوان جهة العمل	التاريخ
استاذ مساعد	جامعة الامام عبد الرحمن بن فيصل – كلية الدراسات التطبيقية وخدمة المجتمع	يناير 2017 حتي الان
اسناذ مساعد	معهد الدلتا العالي للحاسبات – الدقهلية – مصر	فبراير 2016 – يناير 2017

محاضر	معهد الدلتا العالي للحاسبات – الدقهلية – مصر	من 2010 - 2016
معيد	معهد الدلتا العالي للحاسبات – الدقهلية – مصر	2000 -2010

المناصب الإدارية (بدءا من الأحدث)

المنصب الإداري	المكتب	التاريخ
منسقة قسم التسويق	كلية الدراسات التطبيقية وخدمة المجتمع – قسم التسويق	2018/9 حتى الان

الإنجازات العلمية

الأبحاث العلمية المنشورة
(بالتسلسل الزمني بدءا من الأحدث)

#	أسماء الباحثين	عنوان البحث	جهة النشر وتاريخ النشر
1	Mona H.T. Saleh, Manal M. El mekebbaty	Using Twitter for Trip Planning in a Saudi Arabian Context	International Journal of Innovation, Creativity and Change, vol 14(8), 2020,
2	Manal M. El mekebbaty, Mona H.T. Saleh, Nagwa I. Al badaly	The relationship between brand experience and brand trust: the moderating role of brand awareness in Saudi mobile banking services	Journal of Advanced Pharmacy Education and Research, vol 10(3) 2020. SPER publications
3	Haitham Fayez Mahmoud Akl, Mohamed Hassan Rabie, Ahmed Alafandi, Walid A.S. Seddik, Mona H. T. Saleh, Sally Ali Mostafa	The vision of Egypt's sports clubs towards sports e-marketing	Journal of Advanced Pharmacy Education & Research, vol 10(1), 2020. SPER publications
4	Mona Saleh, Hayah M. Abouelnaga, Ahmed B. Metwally et al.	A Survey on Educational Technology in Saudi Arabia	International Journal of Applied Engineering Research, Vol,14(22), 2019.
5	Mona Saleh, Ahmed Ebeid, Talaat Asaad	Customers' perception of Corporate Social Responsibility (CSR): Its impact on word-of-mouth and retention	International Journal of Innovative Marketing, Volume 11, Issue 2, 2015

6	منى صالح، منى دكروري، عبد القادر مبارك	"The factors affecting university students' decision on choosing fast food Restaurants"	المجلة المصرية للدراسات التجارية، كلية التجارة، 34(2)، 2010.

الأبحاث العلمية المقبولة للنشر

#	أسماء الباحثين	عنوان البحث	المجلة	تاريخ القبول

الأبحاث العلمية المقدمة لتحكيم المؤتمرات العلمية المتخصصة

#	أسماء الباحثين	عنوان البحث	المؤتمر وتاريخ النشر

المشاريع البحثية المنتهية

#	أسماء الباحثين	عنوان البحث	تاريخ البحث

الأبحاث الحالية

#	أسماء الباحثين	عنوان البحث

المساهمات في المؤتمرات والندوات العلمية

#	عنوان المؤتمر	المكان والتاريخ	مجال المساهمة
	ICI	2015/11، المنصورة، مصر	ورقة بحثية

العضويات واللجان المشارك فيها

- **شعبة تطوير البرامج بالكلية.**
- **لجنة سير الاختبارات الفصلية والنهائية والبديلة.**

أنشطة التدريس

الجامعية

#	المقرر	رقم المقرر	مجال المساهمة
1	سلوك تنظيمي	MGMT207	تدريس

2	إدارة علاقات العملاء	MRKT350	تدريس
3	مشروع تخرج تسويق	MRKT320	تدريس
4	استراتيجيات تسعير	MRKT250	تدريس
5	نظرية التنظيم	MGMT390	تدريس
6	تسويق سياحي	MRKT380	تدريس
7	تسويق مباشر	MRKT270	تدريس
8	تسويق خدمات	MRKT410	تدريس
9	إدارة دولية	MGMT583	تدريس
10	تدريب ميداني (تسويق)	MRKT390	تدريس

وصف مختصر لمقررات المرحلة الجامعية التي تم تدريسها (عنوان المقرر- رقم المقرر: شرح المقرر)

1	**سلوك تنظيمي-MGMT207-** مقرر يتناول التعريف بمفهوم السلوك التنظيمي وأهميته وأهداف السلوك التنظيمي وعلاقته بالعلوم الأخرى، ويتناول بالتفصيل دراسة العوامل المتفاعلة في السلوك التنظيمي والتعرف على العوامل الداخلية والخارجية المؤثرة على الدافعية والحفز الانساني في المنظمات وأثرها على الانتاجية ومن بينها الادراك والتعلم والشخصية والاتجاهات والقيم، ويعرض المقرر بالتفصيل كيفية تعامل ادارة المنظمات مع تلك العوامل بما يتيح لها معرفة وفهم السلوك التنظيمي للأفراد والجماعات وتفسيره وادارته والتحكم فيه. ويشتمل المقرر على العديد من الحالات العملية والتطبيقية المرتبطة بموضوعات المقرر.
2	**إدارة علاقات العملاء-MRKT350-** يسعى هذا المقرر إلى مناقشة مفاهيم التسويق بالعلاقات RM وهي من المفاهيم الحديثة في مجال التسويق وبيان العلاقة بين تطور هذا المفهوم وتطور الأنشطة التسويقية بصفة عامة. وبيان اهمية ادارة علاقات العملاء وتأثيرها على تحقيق الأهداف التسويقية. وترتبط الدراسة في هذا المقرر بين سلوك العميل، وكيفية توظيفه لبناء الولاء والعلاقات المربحة بين المنظمة والعملاء. كما ويستخدم هذا المقرر منهج " بناء المهارات" لإكساب الدارسين مهارات إدارة علاقات العملاء. ويشتمل المقرر على تطبيقات عملية لشركات تطبق مفاهيم ادارة علاقات العملاء.
3	**مشروع تخرج تسويق-MRKT320-** مشروع التخرج هو فكرة معينة تهدف لحل مشكلة حقيقة في أي مجال كان مع مراعاة أن تكون الفكرة جديدة وأن يكون أسلوب الحل مبتكر يتبع ذلك تخطيط سليم للقدرات وللوقت والجهد. كما يمثل مشروع التخرج اختبارا حقيقا للطالب إذ يكشف عن قدرات الطلبة في الميدان العملي وتحليل المشاكل وابتكار حلول جديدة لها عن طريق تصميم مشروع باستخدام المعارف والمهارات التي أتم دراستها قبل الوصول لمشروع التخرج، كما يقدم مشروع التخرج تجربة فعلية هامة للطالب تكون مقدمة للحياة العملية له بعد التخرج إذ يعتمد الطالب في عمل المشروع على إبداعه اعتمادا كليا.
4	**استراتيجيات تسعير-MRKT250-** يتناول المقرر التعريف بالمفاهيم الاساسية لعملية التسعير كأحد عناصر المزيج التسويقي. كما يهدف لإعداد الطلاب لوضع الخطط والسياسات والاستراتيجيات الفعالة واتخاذ القرارات السليمة في مجال التسعير. بالإضافة إلى ذلك فهو يمكن الطلاب من معالجة القضايا الاستراتيجية والتكتيكية للتسعير ويتطرق لحالات خاصة مثل تسعير الخدمات، التسعير الدولي وتسعير المنتجات الصناعية. بالإضافة إلى ذلك، يتناول هذا المقرر إعداد الطالب مهنياً من خلال الحضور في ورش عمل بالاستعانة بخبراء من مديرين ومسؤولين في مجال التسويق، والقيام ببعض الزيارات الميدانية إلى شركات سعودية أو اجنبية.
5	**نظرية التنظيم-MGMT390-** يتناول المقرر العديد من الموضوعات الأساسية الهامة في علم التنظيم. أولا: نظرة عامة عن التنظيم، من حيث مفهوم المنظمة، والنظام، وخصائصه، ودورة حياة التنظيم). ثانيا: أهم النظريات العلمية الادارية (نظريات المدرسة الكلاسيكية، نظريات المدرسة الانسانية، نظريات المدرسة الموقفية، ونظريات مدرسة النظم). ثالثا: أبعاد الهيكل التنظيمي (الرسمية، التطور والتعقيد، والتسلسل الرئاسي) ومحدداته الرئيسية والتي تشتمل على (التكنولوجيا، والاستراتيجية، والبيئة التنظيمية، وحجم المنظمة، والصراع على السلطة والنفوذ). رابعا: أنواع المنظمات: البيروقراطية، والادهوقراطية، والافتراضية.
6	**تسويق سياحي-MRKT380-** يتناول المقرر مفهوم التسويق السياحي واهميته، والاتجاهات الحديثة في التسويق السياحي، ودراسة تفصيلية لعناصر المزيج التسويقي في النشاط السياحي (المنتج السياحي، التسعير، التوزيع، الترويج، البيئة المادية، العمليات، الموارد البشرية) ويعرض المقرر دراسة اتجاهات وسلوكيات العملاء في القطاع السياحي. ويعرض المقرر لعناصر التسويق الفندقي والاتجاهات الحديثة في هذا المجال، ويتناول بالتفصيل دراسة المتغيرات البيئية

	المؤثرة على الأنشطة السياحية والفندقية. ويعرض تجارب عالمية واقليمية في التسويق السياحي.
7	**تسويق مباشر-MRKT270**- يتناول المقرر عناصر مزيج التسويق المباشر، وأدواته، وأساليبه، وتطبيقاته المختلفة في البيئة المحلية، والبيئة العالمية. وهو يكسب الطالب مهارات تحليل البيئة التسويقية، وتصميم المزيج التسويقي المناسب، والتواصل مع العميل بأدوات اتصالية حديثة ومتطورة. ويعرض المقرر اساسيات بناء قواعد البيانات التسويقية، ويشتمل على اساسيات التسويق الإلكتروني وبناء استراتيجيات التسويق المباشر وادارة الحملات التسويقية المباشرة، ويعرض المقرر عناصر التسويق الدولي المباشر، ويشتمل المقرر على حالات عملية وتطبيقية مرتبطة بموضوعات المقرر
8	**تسويق خدمات- MRKT410** -تناول هذا المقرر عرض تفصيلي للأسس العلمية لأنشطة تسويق الخدمات ويتضح في المكونات المختلفة للمقرر الطبيعة الخاصة لأنشطة تسويق الخدمات والتي تختلف في العديد من الأوجه عن أنشطة تسويق السلع، ويعرض المقرر معرفة تفصيلية تتعلق بعناصر المزيج التسويقي للخدمة وتشتمل بالتفصيل على الخدمة والتسعير والتوزيع والترويج والبيئة المادية والعمليات والموارد البشرية، كما يتناول المقرر موضوع الابداع وتقديم الخدمات الجديدة، كما يشتمل المقرر على العديد من التطبيقات العملية التي تمكن الطالب من اتقان الأساليب والمهارات العملية في تسويق الخدمة.
9	**إدارة دولية-MGMT583**- يتناول هذا المقرر تعريف إدارة الأعمال الدولية وأهميتها البالغة في الوقت الحاضر خاصة في ظل انتشار ظاهرة العولمة، وكذلك أهم نظريات التجارة الخارجية ونظريات الاستثمار وميزان المدفوعات، وطرق دخول الاسواق الأجنبية (التصدير، الترخيص، الامتياز، تسليم المفتاح) والمفاضة بين هذه الطرق، واسعار العملات وهذا ما تضمنه الجزء الأول. أما الجزء الثاني فقد اشتمل على بيئة إدارة الأعمال الدولية السياسية والقانونية والاجتماعية والمالية. اما الجزء الثالث فقد تناول تنظيم ووظائف إدارة الأعمال الدولية والتي تشتمل على: الادارة المالية الدولية، والتسويق الدولي، والموارد البشرية الدولية.
10	**تدريب ميداني (تسويق)-MRKT390**- يتناول المقرر الاهتمام بالمشاركة الايجابية للطلبة في أماكن التدريب والمتابعة المستمرة لهم والتأكد من جانبي الحضور الفعال والتعلم المستمر. ربط الإطار النظري بالواقع العملي من خلال متابعة متطلبات سوق العمل التي يتم التدرب بها في المملكة العربية السعودية. تحديث المراجع الدراسية بصفة دورية لتواكب التطورات المعرفية لمحتوى المقرر. زيادة الاهتمام بتنمية القدرة على التعلم الذاتي من خلال الممارسة الفعلية أثناء التدريب.

الدراسات العليا

#	المقرر	رقم المقرر	مجال المساهمة

وصف مختصر لمقررات المرحلة الجامعية التي تم تدريسها (عنوان المقرر- رقم المقرر: شرح المقرر)

1	
2	

الإرشاد الأكاديمي للطلاب

#	المرحلة	عدد الطلاب	من	إلى
1	الجامعية	41	2020	2021/2020
2	الجامعية	40	2019	2019/2020

الإشراف على رسائل الماجستير والدكتوراة

#	الشهادة العلمية	العنوان	الجهة	التاريخ

الإشراف على الأبحاث الجارية

#	الشهادة العلمية	العنوان	الجهة	التاريخ

المهمات الإدارية واللجنات وخدمة المجتمع (بداءا من الأحدث)

المهمات الإدارية

#	من	إلى	المنصب	الجهة

عضوية اللجنات

#	من	إلى	المنصب	الجهة

الاستشارات العلمية

#	من	إلى	الجهة	وقت كامل - وقت جزئي

العمل التطوعي

#	من	إلى	نوع التطوع	الجهة

الكفاءات والمهارات الشخصية (الحاسب, تقنية المعلومات, التقنية .. الخ)

1	الحاسب
2	

آخر تحديث

15/12/2020