# **متطلبات تطبيق التسويق الالكتروني للخدمات البحثية بالجامعات المصرية**.

إعـداد

 **م.م/ سمر مصطفى محمد**

**مدرس مساعد بالقسم**

إشراف

|  |  |
| --- | --- |
| **أ.د/ سلامه عبد العظيم حسين** |  **د/ فاطمة أحمد زكي** |
| أستاذ التربية المقارنة والإدارة التعليميةكلية التربية – جامعة بنها | مدرس التربية المقارنة والإدارة التعليميةكلية التربية – جامعة بنها |
|  |

# **مستخلص البحث باللغة العربية:**

استهدف البحث الحالي التعرف *على الخدمات البحثية من حيث مفهومها وتصنيفها بالجامعات المصرية، وكذلك التعرف على التسويق الالكتروني من حيث مفهومه ومراحل تطبيقه ومجالاته وفوائده، للتوصل إلى إجراءات مقترحة لتطبيق التسويق الالكتروني للخدمات البحثية بالجامعات المصرية*، واستخدم البحث الحالي المنهج الوصفي لدراسة المشكلة، وتوصل في نتائجه إلى أن التسويق الالكتروني للخدمات البحثية يساعد الجامعات في جذب قاعدة عريضة من المستفيدين نتيجة إمكانية الدخول اللحظي والدائم فهو متاح للجميع على مدار الساعة طوال العام، يعد وسيلة اتصال ثنائية الاتجاه مما يتيح للجامعات الحصول على تغذية مرتدة مباشرة من المستفيدين.

**مستخلص البحث باللغة الأجنبية**:

**" Requirements for the application of electronic marketing for research services in Egyptian universities. "**

The current research aimed to identify the research services in terms of their concept and classification in Egyptian universities, as well as to identify the electronic marketing in terms of its concept and stages of application, its areas and benefits, to arrive at proposed procedures for the application of electronic marketing of research services in Egyptian universities. The current research used the descriptive approach to study the problem, That the electronic marketing of research services helps universities to attract a broad base of beneficiaries as a result of the possibility of instantaneous and permanent access is available to all around the clock throughout the year, is a two-way communication means allowing JA The aids get direct feedback from the beneficiaries.