السيرة الذاتية

الاســـــــــم: أمنية عبد العظيم عبد الحليم هلال
محل الميــلاد: الزقازيق ، محافظة الشرقية.
تاريخ الميــلاد: 1981/7/27
مـحـل الاقـامـة: الزقازيق، الشرقية
الوظيفة الحالية: أستاذ مساعد بقسم إدارة الأعمال، بكلية التجارة، جامعة الزقازيق
مناصب أخرى: نائب مدير وحدة التميزي الإداري-جامعة الزقازيق
منسق وحدة تعليم الكبار بكلية التجارة، جامعة الزقازيق.
مدير وحدة رعاية الموهوبين و النوابغ بكلية التجارة، جامعة الزقازيق.
الـهـواتــف: 0552352300 – 01000141384
البريد الالكتروني: **omnia_hilal@zu.edu.eg**
الموقع الالكتروني: http://www.oahelal.faculty.zu.edu.eg/
https://scholar.google.com/citations?user=XvcBkUMAAAAJ&hl=ar

الدرجات العلمية :

1- البكالوريوس في إدارة الأعمال باللغة الإنجليزية عام 2002 بتقدير عام جيد جداً.
2- الماجستير في إدارة الاعمال عام 2010 بعنوان "تقويم نظام معلومات الفرص الاستثمارية المتاحة ببيئة الأعمال المصرية"
3- دكتوراه الفلسفة في إدارة الأعمال عام 2019 بعنوان The Influence of Social Media Marketing on Consumer Brand Relationships: The Effect of Demographics and Psychographics "An applied study on smartphone users in Egypt"تأثير التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي على علاقات العملاء بالعلامة التجارية: الدور الوسيط للعوامل الديموغرافية و السيكوجرافية"

الدورات التدريبية:

- مهارات الاتصال الفعال.
- الجوانب القانونية و الاخلاقية بالجامعة.
- مهارات التفكير.
- مشروعات البحوث التنافسية.
- مواصفة الايزو 9001:2008.
- مهارات التفكير العلمي و حل المشكلات.
- المراجعة الداخلية.
- تحكيم الابحاث العلمية.
- مكافحة الفساد
- تنظيم المؤتمرات العلمية
- ادارة الوقت و الاجتماعات
- التقويم الذاتي لكليات التعليم العالي.
- كتابة المقترحات البحثية.
- القيادة الفعالة.
- النشر الدولي للبحوث العلمية.
- الكتابة العلمية و ادارة المراجع.
- التحليل الاحصائي.
- القياس و التقويم.

الأبحاث العلمية:

1. دور العوامل الديموجرافية و السيكوجرافية في العلاقة بين التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي و ولاء العملاء للعلامة التجارية(2018)، مجلة الدراسات و البحوث التجارية، كلية التجارة-جامعة بنها.
2. Hilal, O. A., (2018), The role of Demographics and Psychographics in the relationship between social media Marketing and Brand awareness among smartphone users in Egypt (2018) المجلة العلمية للدراسات التجارية و البيئية، جامعة الاسماعيلية

3. Hilal, O. A., (2018), "The Effect of Facebook Marketing on Brand Engagement: The role of Demographics and Psychographics An empirical study on smartphone users in Egypt", 2018 ,مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية، كلية التجارة، جامعة الإسكندرية
4. Hilal, O. A., & Tantawy, A. A. (2022). Entrepreneurial marketing and bank performance in Egypt: is environmental turbulence a missing link?. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, *14*(2), 252-273.
5. Hilal, O. A., (2021), The moderating role of self-efficacy in the relationship between workplace envy and social undermining, *Global Business and Organizational Excellence*, 40 (6), pp. 28-40.
6. Ismail, S. S. M., & Hilal, O. A. (2022). Behaving green.. who takes the lead? The role of responsible leadership, psychological ownership, and green moral identity in motivating employees green behaviors. *Global Business and Organizational Excellence*.
7. Hilal, O. A. (2022). The Role of Organizational Stress in the Relationship between Leader–Member Exchange and Workplace Envy. *Business Perspectives and Research*, 22785337211070371.
8. خليل، عصام عبد الهادي علي & هلال، أمنية عبد العظيم، (2022)، أثر العوامل التنظيمية على أبعاد الرشاقة التسويقية دراسة ميدانية على شركات المحمول المصرية، *المجلة العلمية للدراسات التجارية و البيئية* المجلد 13، العدد 1، يناير، الصفحة 353-295.
9. Hilal, O. A. (2022). A Moderation and Mediation Model of Social Media Marketing and Brand Loyalty among Smartphone Users in Egypt. International Journal of Customer Relationship Marketing and Management (IJCRMM), 13(1), 1-21.
10. هل يلعب التسويق من خلال الشخصية الافتراضية دوراً في تحقيق أي نواتج تسويقية إيجابية (2023)، مجلة جامعة الاسكندرية للعلوم الإدارية، المجلد 60، العدد 4.
11. أمل أحمد عبد الخالق، البنوى، مها محمد، هلال، أمنية عبد العظيم (2024)، العلاقة بين ممارسات المسئولية الاجتماعية للشركات والالتزام التنظيمي دراسة ميدانية، مجلة البحوث التجارية، 855-822 ,(2)46 .
12. Hilal, O. A. A. (2024). Mediation and Moderation Model of the Relationship between Live Streaming Promotion and Online Impulsive Buying Behavior: An Empirical Study on Egyptian Fashion Wear Customers, ***Scientific Journal for Financial and Commercial Studies and Research***, Faculty of Commerce, Damietta University, 5(2)1, 869- 912.

13. Haider, B., Khizar, H. M. U., Kallmuenzer, A., & Hilal, O. A. (2025). Unraveling social undermining at the workplace: A systematic review of past achievements and future promises. *Strategic Change*, 34(2), 119-136.

التدريس (باللغة العربية و الانجليزية):

- إدارة المبيعات.
- حقوق الانسان.
- السلوك التنظيمي.
- بحوث التسويق.
- استراتيجية التسويق.
- مناهج البحث العلمي.
- التسويق الإجتماعي.
- إدارة الانتاج و العمليات.
- الإدارة الاستراتيجية.
- إدارة التسويق
- التمويل و الادارة المالية.
- الإعلان والعلاقات العامة.
- التسويق الدولي.
- إدارة المؤسسات المالية
- أساسيات الإدارة
- التطوير التنظيمي
- دراسات متقدمة في التسويق
- سلوك المستهلك
- دراسات الجدوى و تقييم المشروعات
- الاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تطوير المنتجات الجديدة والتسعير.
- إدارة الموارد البشرية
- نظرية المنظمة
- الاتصالات الادارية و العلاقات العامة.

الانتدابات:

- كلية التجارة شعبة اللغة الانجليزية كلية التجارة جامعة قناة السويس بالاسماعيلية
- كلية التجارة شعبة اللغة الانجليزية بالاكاديمية العربية للعلوم و التكنولوجيا و النقل البحري
- كلية التجارة جامعة الزقازيق الاهلية.
- الأكاديمية المصرفية للعلوم الادارية و المالية و المصرفية.
- الكلية الجوية