



سيرة ذاتية

أولاً: بيانات عامة

الاسم : أحمد عبد الفتاح محمد شلبي

الوظيفة الحالية: استاذ مساعد ورئيس قسم إدارة الأعمال بالمعهد العالي للعلوم الإدارية – بجناكليس- البحيرة

تاريخ الميلاد: 1976 / 7 / 29

العنوان: ميت عفيف – الباجور- المنوفية

رقم الموبيل: 01004557375

البريد الالكتروني: Ashmo1976@gmail.com

ثانياً: المؤهلات العلمية:

الجامعة/ الكلية	سنة الحصول على الدرجة	الدرجة العلمية
-	2025	استاذ مساعد
كلية التجارة – جامعة قناة السويس	2019	الدكتوراه
كلية التجارة - جامعة المنوفية	2012	الماجستير
كلية التجارة - جامعة المنوفية	2004	البكالوريوس

ثالثاً: الأنشطة المختلفة في مجال الجودة

➤ منسق معياري أعضاء هيئة التدريس.

➤ منسق معيار القيادة والحوكمة.

رابعاً: الخبرة في التدريس

➤ بحوث العمليات

➤ الإدارة العامة

➤ إدارة الانتاج والعمليات

➤ رأس المال البشري

➤ بحوث التسويق

➤ إدارة الجودة الشاملة

- دراسات الجدوى وتقييم المشروعات
- أصول إدارة الأعمال
- نظم المعلومات الإدارية
- الاعلام وقضايا المجتمع
- إدارة اللوجستيات
- إدارة الاستثمار
- اخلاقيات الأعمال
- التفاوض
- التسويق الدولي
- رياضيات الأعمال

خامساً: الكتب والمؤلفات العلمية

- إدارة الجودة الشاملة
- بحوث التسويق
- التسويق الدولي
- سلوك المستهلك

سادساً: الدورات التدريبية التي حصل عليها

- توفيل
- الشهادة الدولية لتدريب المتدربين (TOT)
- --توصيف البرامج الدراسية والمقررات (خرائط منهج)
- -التقويم الذاتي لمؤسسات التعليم العالي
- -المعايير الأكاديمية والبرامج الدراسية
- -المراجعة الخارجية
- -نظم التقويم والامتحانات
- -التخطيط الاستراتيجي
- اتخاذ القرار وحل المشكلات

الأبحاث العلمية المنشورة

م	اسم البحث	الدورية المنشور بها	الناشر	تاريخ النشر	نوع البحث
1	خصائص العملاء كمتغير معدل للعلاقة بين الإعلانات المثيرة للجدل والصورة الذهنية للعلامة التجارية "دراسة تطبيقية على شركة قطونيل للملابس الداخلية"	المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية	كلية التجارة -جامعة دمياط	المجلد الرابع -العدد الثاني - الجزء الثالث- يوليو 2023	مشترك
2	إدارة علاقات العملاء كمتغير وسيط في العلاقة بين مصداقية المشاهير وتعزيز الوعي بالعلامة التجارية "دراسة تطبيقية على عملاء شركة فودافون"	مجلة الدراسات التجارية المعاصرة	كلية التجارة -جامعة كفر الشيخ	العدد السابع عشر – يناير 2024	مشترك
3	هوية العلامة التجارية كمتغير وسيط في العلاقة بين التسويق الحسي وسلوك الشراء الاندفاعي دراسة تطبيقية على شركة اديداس "	مجلة الدراسات التجارية المعاصرة	كلية التجارة -جامعة كفر الشيخ	يوليو 2023	مشترك
4	توسيط حب العلامة في العلاقة بين مصداقية المحتوى ونية الشراء الإلكتروني عبر منصات التواصل الاجتماعي بالتطبيق على عملاء شركة توشيبا العربي على "فيسبوك"	المجلة العلمية التجارة والتمويل	كلية التجارة – جامعة طنطا	المجد 44- العدد الثالث- سبتمبر 2024	مشترك
5	السعادة الوظيفية كمتغير وسيط في العلاقة بين العدالة التنظيمية والاحتراق الوظيفي " دراسة ميدانية على مستشفيات جامعة المنوفية"	المجلة العلمية التجارة والتمويل	كلية التجارة – جامعة طنطا	العدد الأول مارس 2024	مشترك
6	الرضا الوظيفي كمتغير وسيط في العلاقة بين القيادة الاخلاقية والموارد البشرية المستدامة	المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية	كلية التجارة -جامعة دمياط	المجلد الخامس -العدد الأول – الجزء الثالث- يناير 2024	فردى

م	اسم البحث	الدورية المنشور بها	الناشر	تاريخ النشر	نوع البحث
	"دراسة تطبيقية على قطاع البنوك التجارية المصرية"				
7	مشاركة المعرفة كمتغير وسيط في العلاقة بين القيادة الموزعة والميزة التنافسية المستدامة - بالتطبيق على العاملين في الشركة المصرية للاتصالات بمحافظة المنوفية	مجلة الدراسات التجارية المعاصرة	كلية التجارة -جامعة كفر الشيخ	العدد التاسع عشر - يناير 2025	مشترك
8	القيادة الفاضلة كمتغير معدل للعلاقة بين إدمان العمل وسلوكيات العمل المضادة للانتاجية "بالتطبيق على الأطباء العاملين بالقطاع الحكومي بمستشفيات محافظة البحيرة"	مجلة الدراسات التجارية المعاصرة	كلية التجارة -جامعة كفر الشيخ	العدد التاسع عشر - يناير 2025	مشترك
9	الوعي البيئي كمتغير معدل للعلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للمنظمات والسلوك الأخضر للعاملين "بالتطبيق على العاملين بجامعة المنوفية"	المجلة العلمية التجارة والتمويل	كلية التجارة - جامعة طنطا	المجلد 45- العدد الأول- مارس 2025	مشترك
10	الازدهار في العمل كمتغير وسيط في العلاقة بين ممارسات إدارة الإحتواء العالي والإستدامة المؤسسية: دراسة ميدانية	مجلة راية الدولية للعلوم التجارية	معهد راية العالي للإدارة والتجارة الخارجية- بدمياط الجديدة	المجلد الرابع- العدد 13- إبريل 2025	مشترك
11	توسيط التمكين الأخضر في العلاقة بين القيادة التحويلية الخضراء والأداء المستدام- دراسة تطبيقية	مجلة راية الدولية للعلوم التجارية	معهد راية العالي للإدارة والتجارة الخارجية- بدمياط الجديدة	المجلد الرابع- العدد 15- أكتوبر 2025	مشترك