

السيرة الذاتية

الاسم:		ميثاق احمد عبدالمجيد سلام	
الجنس :	ذكر	الجنسية :	يمني
الحالة الاجتماعية	متزوج	عدد أفراد الأسرة	13
مكان وتاريخ الميلاد	1968/8/23 تعز - اليمن		
الكلية التابع لها	كلية العلوم الادارية		
القسم	ادارة الاعمال		
التخصص الدقيق	تسويق		
المرتبة العلمية	استاذ مساعد		
تاريخ الترقية	2009		
العنوان الحالي	العريسة- نجران		
المؤهلات العلمية	دكتوراه		
التاريخ الوظيفي والأكاديمي	2010 من جامعة نجران		
المنح والجوائز المحلية أو العالمية	حائز على جائزة من رئيس الجامعة كوني رئيس المعيار الأول والخاص بـ "الرسالة المؤسسية" من الفترة 2011/1/1—2011/12/26 م، ومشارك في الإعداد والترتيب لنيل شهادة الاعتماد الأكاديمي COE. والخاص بكلية المجتمع، جامعة نجران والممنوح من الهيئة العالمية للاعتماد الأكاديمي		
الأنشطة الأخرى وعضوية اللجان			
المؤتمرات والندوات والدورات التدريبية	1- مقالة بعنوان أثر مصداقية الشركة على توجهات المستهلكين اليمنيين وانواياهم الشرائية: دور المنتج المعروف (سمن القمرية). 2006 في مؤتمر التجارة العالمية. كلية التجارة جامعة بورابا		

بانكوك. تايلند. من الفترة 2006-6-23-22.

2- مقالة بعنوان أثر مصداقية عارض الاعلان على توجهات المستهلكين اليمنيين وانواياهم الشرائية: دور المنتج المعروف (سمن القمرية). 2006 في مؤتمر التجارة العالمية. كلية التجارة جامعة بورابا بانكوك. تايلند. من الفترة 2006-6-23-22.

3- مقالة بعنوان: أثر مصداقية الشركة على توجهات المستهلكين ونواياهم الشرائية (دراسة على سمن القمرية). 2006. جامعة ترينيسكاتي. المؤتمر العلمي الثاني للخدمات الصناعية. بوكت تتجي. اندونيسيا. من الفترة 2006-8-5-2.

4- مقالة بعنوان: دور توجهات المستهلك نحو علامة المنتج: التطبيق في منشآت صغار التجار (دراسة على سمن القمرية). 2006. جامعة العلوم الماليزية كلية العلوم الادارية. مؤتمر التسويق وصغار التجار. بينانج. ماليزيا. 2006-11-20. فندق سياتل بينانج. ماليزيا.

5- مقالة بعنوان: أثر مصداقية عارض الاعلان على توجهات المستهلكين نحو الاعلان، المنتج والنوايا الشرائية (دراسة على سمن القمرية). 2007. مؤتمر الاكاديمية الماليزية للادارة. كلية العلوم الادارية جامعة العلوم الماليزية. 2007-5-25-21. فندق رويال بارك بينانج. ماليزيا.

6- مقالة بعنوان: الحضارة الاسلامية والحاجة البشرية. مؤتمر عالمي في الحضارة الاسلامية تحت عنوان الاسلام اساس الحضارة المستقبلية. مدينة ايفو، كولا كانسر، بيرق، ماليزيا. 2008-7-10-9. كلية دار الرضوان ببيراق.

7- مقالة بعنوان: اثر التوجه نحو الاعلان الصحفي على التوجه نحو المنتج: دور المنتج المعروف (دراسة على سمن القمرية). مؤتمر عالمي في جامعة انقرة بتركيا من الفترة 6-9 ابريل 2009 ميلادية.

<p>الدورات التدريبية:</p> <p>1- دورة في الدوز والويندوز والاكسل والورد (1998).</p> <p>2- دورة في الحزمة الاحصائية spss 1999 اليمن.</p> <p>3- 6 دورات لغة انجليزي في ماليزيا كولا لمبور من الفترة 2003-1-29 وحتى الفترة 2003-7-3</p> <p>4- دورة في طرق بحث من الفترة 2007-5-29 وحتى 2007-6-2. ماليزيا.</p> <p>5- دورة في تحليل البيانات من الفترة 2007-7-24-28-2007. ماليزيا.</p> <p>1- دورة القيادات الأكاديمية، السعودية، 2011.</p> <p>2- دورة في إعداد البحوث التنافسية، السعودية، 2012.</p>	
<p>مبادئ التسويق. ادارة الانتاج والعمليات. اساليب البحث في الادارة. اصول الادارة. سلوك تنظيمي، ادارة الاعمال المكتبية. ادارة نظم المعلومات</p>	<p>التدريس (المقررات)</p>
<p>البحوث العلمية:</p> <p>1- مقالة بعنوان: تأثير توجهات المستهلك اليمني (الاناث) نحو الاعلان على النوايا الشرائية والتوجه نحو المنتج. مجلة الابحاث العالمية للادارة والاعمال. عدد 3 رقم 1 لسنة 2011. صفحة 21-29. http://www.bookpump.com/upb/pdf-b/2330347b.pdf</p> <p>2- مقالة بعنوان : تأثير مصداقية الشركة وعارض الاعلان على توجهات المستهلك السعودي ونواياه الشرائية. المجلة العالمية لدراسات التسويق. تورنتو، عدد 3. رقم 4. لسنة 2011. صفحة 63-77. http://www.ccsenet.org/journal/index.php/ijms/article/view/12901/9062</p> <p>3- مقالة بعنوان: اثر عارض الاعلان على توجهات المستهلك اليمني ونواياه الشرائية. مجلة بحوث الأعمال الدولية. عدد 5. رقم 4. ابريل 2012. http://ccsenet.org/journal/index.php/ibr/article/view/15897</p> <p>4- اثر مصداقية العلامة التجارية على التواصل الشفهي للمستهلك: دور التزام العلامة التجارية كملطف في العلاقة بين المتغير التابع والمستقل. المجلة العالمية لدراسات التسويق، فاليوم 6 عدد 5 اكتوبر 2014م. http://www.ccsenet.org/journal/index.php/ijms/article/view/40900/22598</p> <p>5- اثر صورة العلامة التجارية وهويتها على حب العلامة التجارية واتخاذ قرار الشراء: دور حديث</p>	<p>البحوث والمؤلفات</p>

اللسان كملطف. مجلة بحوث الأعمال الدولية. فاليوم 7 عدد 10 اكتوبر 2014م.

<http://ccsenet.org/journal/index.php/ibr/article/view/41077/22628>

6- اثر الرضا وهوية العلامة التجارية على حب وعدالة العلامة التجارية: دور الولاء للعلامة التجارية كوسيط. المجلة الدولية للاقتصاد والتجارة والادارة، فاليوم 3، العدد 2، فبراير 2015م

<http://ijecm.co.uk/wp-content/uploads/2015/02/3218.pdf>

الكتب:

1- كتاب مصادر المصدقية ونوايا المستهلك الشرائية، اكااديمية ليمارت للنشر، المانيا. لغة النشر انجليزي. 2012.

http://www.bod.com/index.php?id=3435&objk_id=64797

2- كتاب مصداقية التسويق بين العاطفة والعقل. ما يزال تحت المراجعة، 2018م

البريد الالكتروني Methaq68@hotmail.com