

إستراتيجية الإعلام والتنمية

دكتور

يسرى محمد أبو العلا

أستاذ ورئيس قسم المالية والاقتصاد
وكيل الكلية لشئون الدراسات العليا والبحوث
وعميد الكلية سابقاً
كلية الحقوق - جامعة بنها

دار الفكر الجامعى

٣٠ شارع سوتير - الاسكندرية
ت : ٤٨٤٣١٣٢

فهرس الموضوعات

الموضوع	الصفحة
مقدمة البحث	١
- نظرة تاريخية	٣
- الشركات المتعددة الجنسيات	٤
- اتفاقيات الامتياز	٨
- التنمية والإعلام	٨
الفصل الأول: الإعلام والتنمية	١٠
- استراتيجية التنمية	١٢
- مفهوم الاستراتيجية	١٢
- معنى الإعلام	١٤
- الإعلام الضريبي	٢٢
- الإعلام الآلي كقياس للتنمية	٢٥
الفصل الثاني: تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال	٢٩
- تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال على المجتمع	٣١
- تقنين الإعلام	٣٣
- الإعلام والتقدم العلمي	٣٦
- مشروعية الإعلام	٣٨
- توجيه الاستثمارات والإعلام	٤١

٤٣

الفصل الثالث: الطابع الدولي للاقتصاد

٤٦

المبحث الأول: دولنة الاقتصاد

٥٣

المبحث الثاني: الإعلام والموارد البشرية

٥٨

المبحث الثالث: الإعلام والاقتصاد الإسلامي

٥٨

- كثرة المتعاملين

٥٩

- حرية الدخول والخروج

٦٠

- العلم بالسوق

٦٤

الفصل الرابع: غاية النظام الإعلامي الجديد

٦٧

- نقـد

٧٣

- غاية النظام

٧٤

- قواعد النظام العالمي

٧٦

- الإعلام في الموائيق الدولية

٨٣

- معالم النظام العالمي الجديد

٨٧

خاتمة البحث

٩٠

- الإعلام والحكومة

٩١

- الإعلام ووكالات التنمية الدولية

٩٤

المراجع

٩٦

- المراجع العربية

١٠٣

- المراجع الأجنبية

فهرس الموضوعات