السيرة الذاتية



المعلومات الشخصية

محمد محمد عبد العظيم السطوحى

الغربية - مصر

+0201003638046

mhmdelsotohy@gmail.com

ORCID 0000-0002-2444-6141

معلومات إضافية

التعليم

دكتوراه في إدارة الأعمال – كلية التجارة – جامعة المنصورة، 2023.
ماجستير في إدارة الأعمال – كلية التجارة – جامعة المنصورة، 2017
بكالوريوس نظم المعلومات الإدارية – المعهد العالي للحاسبات والمعلومات وتكنولوجيا الإدارة – طنطا، 2012

الاهتمامات البحثية

التسويق الرقمي
المسئولية الاجتماعية للشركات
ريادة الأعمال
نظم المعلومات
السلوك التنظيمي & سلوك العميل
تبني التكنولوجيا
الأبحاث الكمية والنوعية

الخبرة التدريسية

مدرس إدارة الأعمال بالمعهد العالي للعلوم التجارية – بالمحلة الكبرى من تاريخ 2023/06 وحتى الآن.
مدرس إدارة الأعمال بكلية الأعمال – جامعة المنصورة الجديدة (انتداب جزئي) 2025/2024.
مدرس مساعد إدارة الأعمال بالمعهد العالي للعلوم التجارية – بالمحلة الكبرى من تاريخ 2019/10 حتى 2023/6.
معيد إدارة الأعمال بالمعهد العالي للعلوم التجارية – بالمحلة الكبرى من تاريخ 2017/10 حتى 2019./6.

الدورات التدريبية

التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS.
دورة TOT بكلية التجارة جامعة المنصورة.
إعداد أعضاء هيئة التدريس جامعة المنصورة.
مهارات الاتصال في أنواع التعليم المختلفة.
أخلاقيات البحث العلمي.
معايير الجودة في العملية التعليمية.
استخدام التكنولوجيا في التدريس.
مشاريع بحثية تنافسية محلية ودولية.
طرق العرض الفعال.
ورشة عمل حول نمذجة المعادلات الهيكلية (SEM) كلية التجارة جامعة المنصورة.
تفعيل المكتبات الرقمية.
مهارات النشر الدولي.

السيرة الذاتية

الأبحاث المنشورة في المجلات العلمية

Agag, G., Labben, T. G., Abdelwahab, M., Elsotouhy, M. M., Ghonim, M. A., & Khashan, M. A. (2026). Understanding guests' distrust of P2P accommodation: A dual-stage analysis using PLS-SEM and fsQCA. Journal of Hospitality and Tourism Management, 66, 101390.

Ghonim MA, Khashan MA, Mobarak AM, Elsotouhy MM (2026), "Discovering organisational inertia from a dynamic behavioural perspective". International Journal of Organizational Analysis, Vol. 34 No. 1 pp. 57–81.

Khashan MA, Alaskar TH, Ghonim MA, Elsotouhy MM (2026), "Integrating extended TAM, TPB and TTF models to investigate the determinants of blockchain technology adoption in Saudi Arabia". Journal of Science and Technology Policy Management.

Elsotouhy MM, Khashan MA, Alasker TH, Ghonim MA (2026), "An integrated model predicting the drivers of blockchain technology adoption: Evidence from Saudi Arabia". VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems, Vol. 56 No. 3 pp. 902–939.

Elsotouhy MM, Ghonim MA, Khashan MA (2025), "Smartphone advocacy: perceived brand authenticity and love and the need for uniqueness". Management Decision.

Ghonim MA, Goda AEA, Khashaba NM, Elsotouhy MM, Khashan MA (2025), "Impact of organizational energy on digital transformation in healthcare services: the movement of human resources from inertia to flexibility". EuroMed Journal of Business, Vol. 20 No. 4 pp. 945–973.

Khashan, M. A., Alasker, T. H., Ghonim, M. A., & Elsotouhy, M. M. (2025). Understanding physicians' adoption intentions to use Electronic Health Record (EHR) systems in developing countries: an extended TRAM approach. Marketing Intelligence & Planning, 43(1), 1-27.

Elsotouhy, M. M., Mobarak, A. M., Dakrory, M. I., Ghonim, M. A., & Khashan, M. A. (2025). An integrated model predicting the drivers of mobile payment outcomes: evidence from emerging markets. EuroMed Journal of Business, 20(2), 325-353.

Elsotouhy, M. M., Ghonim, M. A., Khalifa, N., & Khashan, M. A. (2025). Nature-love and sustainable consumption behaviors: does the construal level of psychological distance matter? EuroMed Journal of Business, 20(2), 279-299.

Ghonim, M. A., Khashan, M. A., Mobarak, A. M., & Elsotouhy, M. M. (2025). Discovering organisational inertia from a dynamic behavioural perspective. International Journal of Organizational Analysis.

Khashan, M. A., Ghonim, M. A., Saleh, S. M., & Elsotouhy, M. M. (2025). The impact of perceived service recovery justice on brand evangelism: the mediating role of customer forgiveness and the moderating role of customer religiosity. Journal of Islamic Marketing.

Elsotouhy, M. M., Ghonim, M. A., Alasker, T. H., & Khashan, M. A. (2024). Investigating health and fitness app users' stickiness, WOM, and continuance intention using SOR model: The moderating role of health consciousness. International Journal of Human–Computer Interaction, 40(5), 1235-1250.

Mobarak, A. M., Dakrory, M. I., Elsotouhy, M. M., Ghonim, M. A., & Khashan, M. A. (2024). Drivers of mobile payment services adoption: a behavioral reasoning theory perspective. International Journal of Human–Computer Interaction, 40(7), 1518-1531.

Khashan, M. A., Elsotouhy, M. M., Ashraf Aziz, M., Alasker, T. H., & Ghonim, M. A. (2024). Mediating customer engagement in the relationship between fast-food restaurants' innovativeness and brand evangelism during COVID-19: evidence from emergent markets. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 36(4), 1353-1374.

Ghonim, M. A., Zakaria Elsawy, W., Elsotouhy, M. M., & Khashan, M. A. (2024). The impact of Marketing 4.0 on customer satisfaction and engagement: The distinctive role of brand interaction in the Egyptian hotel Industry. International Journal of Hospitality & Tourism Administration, 25(3), 475-504.

Khashan, M. A., Elsotouhy, M. M., Ghonim, M. A., & Alasker, T. H. (2024). Smart customer experience, customer gratitude, P-WOM and continuance intentions to adopt smart banking services: the moderating role of technology readiness. The TQM Journal, 36(7), 1976-1995.

Khashan, M. A., Ghonim, M. A., Aziz, M. A., Alasker, T. H., & Elsotouhy, M. M. (2024). Value co-creation and positive online reviews: investigating the roles of customer gratitude and price fairness perception toward Egyptian hotels. EuroMed Journal of Business.

السيرة الذاتية

Elsotouhy, M. M., Khashan, M. A., Thabet, M. Z., Galal, H. M., & Ghonim, M. A. (2024). Do the technological anxiety, privacy and physical risks matter in retail customers' adoption of AR apps? An extended UTAUT2 approach. EuroMed Journal of Business.

Ghonim, M. A., Goda, A. E. M. A., Khashaba, N. M., Elsotouhy, M. M., & Khashan, M. A. (2024). Impact of organizational energy on digital transformation in healthcare services: the movement of human resources from inertia to flexibility. EuroMed Journal of Business.

Ghonim, M. A., Elsotouhy, M. M., & Khashan, M. A. (2024). The paradoxical effect of advertising and health consciousness on purchasing behaviour: Analysing frozen convenience foods attributes. International Social Science Journal, 74(253), 929-951.

Battour, M., Mady, K., Salaheldeen, M., Elsotouhy, M., Elbendary, I., & Boğan, E. (2023). AI-enabled technologies to assist Muslim tourists in Halal-friendly tourism. Journal of Islamic Marketing, 14(5), 1291-1309.

Khashan, M. A., Elsotouhy, M. M., Alasker, T. H., & Ghonim, M. A. (2023). Investigating retailing customers' adoption of augmented reality apps: integrating the unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT2) and task-technology fit (TTF). Marketing Intelligence & Planning, 41(5), 613-629.

Elsotouhy, M. M., Mobarak, A. M., Dakrory, M. I., Ghonim, M. A., & Khashan, M. A. (2023). Integrating ISS and SOR models to investigate the determinants of continuance intention toward using m-payment for donations (Sadaqah): the moderating role of Islamic religiosity. International Journal of Bank Marketing, 41(7), 1640-1670.

Ghonim, M. A., Zakaria Elsawy, W., Elsotouhy, M., & Khashan, M. A. (2022). Market orientation and new product development performance in Egyptian food industry: the mediating role of marketing technical integration. Journal of Food Products Marketing, 28(4), 193-209

Elsotouhy, M., Ashry, T., Khalifa, N., & Al-Najjar, H. (2022). Servant leadership and ambidexterity: the mediating role of talent management in pharmaceutical companies at Egypt. International Journal of Technology Transfer and Commercialisation, 19(1), 97-116.

Battour, M., Salaheldeen, M., Mady, K., & Elsotouhy, M. (2021). Halal tourism: What is next for sustainability. Journal of Islamic Tourism, 1, 80-91.

Elsotouhy, M., Jain, G., & Shrivastava, A. (2021). Disaster Management during pandemic: A big data-centric approach. International Journal of Innovation and Technology Management, 18(04), 2140003.

الأبحاث المنشورة في المؤتمرات العلمية

Battour, M., Mady, K., Elsotouhy, M., Salaheldeen, M., Elbendary, I., Marie, M., & Elhabony, I. (2022). Artificial intelligence applications in halal tourism to assist Muslim tourist journey. In *Proceedings of International Conference on Emerging Technologies and Intelligent Systems: ICETIS 2021 Volume 2* (pp. 861-872). Springer International Publishing.

Mady, K., Elsotouhy, M., & Battour, M. (2022). The Role of Digital Platforms in Alleviating the Fear of Entrepreneurial Failure: A New Conceptual Framework. In *Proceedings of International Conference on Emerging Technologies and Intelligent Systems: ICETIS 2021 Volume 2* (pp. 837-847). Springer International Publishing.

الفصول في الكتب

Elsotouhy, M. M. (2020). Changing Customer Behavior in Sustainable Fashion Industry. In *Circular Economy and Re-Commerce in the Fashion Industry* (pp. 31-39). IGI Global.

المهارات التقنية

Microsoft Office (بما في ذلك حزمة أدوات التحليل Excel)
شهادة ICDL.
برنامج SPSS
برنامج STATA
نمذجة المعادلات الهيكلية (AMOS, PLS-SEM)

السيرة الذاتية

المجلات التي تم التحكيم فيها

International Journal of Human–Computer Interaction.
Marketing Intelligence & Planning.
EuroMed Journal of Business.
Journal of Islamic Marketing.

المواد التي تم تدريسها

مبادئ التسويق
بحوث التسويق
الإدارة الاستراتيجية
إدارة الجودة الشاملة.
مبادئ الإدارة
ادارة مالية
إدارة الإنتاج والعمليات
الإعلان والعلاقات العامة
السلوك التنظيمي
ريادة الأعمال والمشروعات الصغيرة

أساتذة يمكن الرجوع إليهم

أ.م.د/ محمد عبد النبي خشان
أستاذ إدارة الأعمال المساعد – كلية التجارة – جامعة المنصورة - مصر
m_khashan@mans.edu.eg

أ.د/ منى ابراهيم دكروري
أستاذ التسويق – كلية التجارة – جامعة المنصورة - مصر
monadak@mans.edu.eg

أ.د/ محمد بطور
أستاذ إدارة الأعمال – جامعة الشرقية - عمان
Prof. Mohamed Battour
mohamedbator@gmail.com