

VICE PRESIDENT'S OFFICE FOR
POSTGRADUATE STUDIES & RESEARCH
مكتب نائب رئيس الجامعة لشئون الدراسات العليا

	<p>محمد توفيق عبد الرازق عيسوي</p>	<p>الاسم</p>
	<p>Mohamed Tawfik Abdel-Razik Essawy</p>	<p>Name</p>
	<p>Mohamed Essawy</p>	<p>الاسم المستخدم في النشر العلمي</p>
	<p>استاذ بقسم الإدارة الفندقية</p>	<p>الوظيفة الحالية وجهة العمل</p>
	<p>دكتوراه – جامعة ليدز متروبوليتان – إنجلترا</p>	<p>الدرجة العلمية (اسم الجامعة والدولة)</p>
<p>السياحة والفنادق</p>		<p>التخصص العام</p>
<p>إدارة فنادق</p>		<p>التخصص الدقيق</p>
<p>mohamed.tawfik.essawy@gmail.com</p>		<p>البريد الإلكتروني</p>
<p>فبراير ٢٠٠٨ : دكتوراة الفلسفة في إدارة الفنادق من جامعة ليدز متروبوليتان بإنجلترا.</p> <p>مايو ٢٠٠٥ : شهادة منهجية البحث العلمي من جامعة ليدز متروبوليتان بإنجلترا.</p> <p>نوفمبر ١٩٩٩ : ماجستير إدارة الفنادق من جامعة حلوان.</p> <p>يونيو ١٩٩٧ : بكالوريوس إدارة الفنادق من جامعة حلوان.</p>		<p>المؤهلات العلمية</p>
<p><u>خبرات التدريس الجامعي:</u></p> <p><u>من يناير ٢٠١٩ حتى الآن</u></p> <p>استاذ إدارة الفنادق بكلية السياحة والفنادق جامعة حلوان</p> <p><u>من سبتمبر ٢٠١٣ حتى ديسمبر ٢٠١٨:</u></p> <p>استاذ إدارة الفنادق المساعد بكلية السياحة والفنادق جامعة حلوان</p> <p><u>من مارس ٢٠٠٨ حتى اغسطس ٢٠١٣:</u></p> <p>مدرس إدارة الفنادق بكلية السياحة والفنادق جامعة حلوان.</p>		<p>السيرة الذاتية</p>



VICE PRESIDENT'S OFFICE FOR
POSTGRADUATE STUDIES & RESEARCH
مكتب نائب رئيس الجامعة لشئون الدراسات العليا

الابحاث المنشورة

- Essawy, M. (2005a). Exploring the presence and exploitation of e-relationship marketing by UK-based multi-unit hotel brands. In A. Frew (Ed.), *Information and Communication Technologies in Tourism 2005* (pp. 338-350), Springer: New York.
- Essawy, M. (2005b). The online relationship marketing practices of UK-based multi-unit hotel brands: A quantitative and qualitative inquiry. In C. Lashley, & C. Farbrother (Eds.), *Proceedings of the 2005 CHME Hospitality Research Conference* (pp. 81-104), Bournemouth: Bournemouth University Press, UK.
- Essawy, M. (2004). Competing in the digital market: A framework for probing the effectiveness of online relationship marketing of hotel chains. In E. Jones, & C. Haven (Eds.), *Proceedings of the First Combined CHME Hospitality Research and CHME Learning Conference 2004* (pp. 259-268), UWIC Press: Cardiff, UK.
- Essawy, M. (2013). Egyptians' hotel booking behaviour on the Internet. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 13 (4), pp. 341-357.
- M. Essawy (2012). The implementation of relationship marketing by independent Egyptian hotels. *Tourism & Hospitality Research*, 12 (4), pp. 175-187.
- Essawy, M. (2011). Egyptian hotel marketing managers' perceptions of the Internet's impact on marketing. *Tourism & Hospitality Research*, 11 (3), pp. 207-216.
- Essawy, M. (2007). The current state of Internet marketing of UK-based multi-unit hotel brands: Does it allow for customer relationship building? *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 8 (2), pp. 89-106.
- Essawy, M. (2006). Testing the usability of hotel websites:



**VICE PRESIDENT'S OFFICE FOR
POSTGRADUATE STUDIES & RESEARCH**
مكتب نائب رئيس الجامعة لشئون الدراسات العليا

<p>The springboard for customer relationship building. <i>Information Technology & Tourism</i>, 8 (1), pp. 47-70.</p>	
<p>N/A</p>	<p>الجوائز</p>