

كلية الاعلام والتسويق الرقمي

أثر التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي على قرار
الشراء لدى المستهلكين في المملكة العربية السعودية

The Impact of Social Media Marketing on
Consumer Purchasing Decisions in Saudi Arabia

إعداد

خلود سعيد سنان

إشراف

د.علياء قمر