

خطة بحثية مقدمة لنيل درجة البكالوريوس في التسويق الرقمي

أثر مصداقية التقييمات والتعليقات الإلكترونية على نية الشراء لدى المستهلك السعودي ودور الثقة بالعلامة التجارية في هذه العلاقة: دراسة ميدانية

A Research Plan Submitted for the Bachelor's Degree in Digital Marketing

The Impact of Online Reviews and Comments Credibility on Saudi Consumers' Purchase Intention and the Role of Brand Trust in This Relationship: A Field Study

إعداد: نهى بنت عبد الله بن إبراهيم ادهم

الرقم الأكاديمي: 232001133

Prepared by: Nuha Abdullah Ibrahim Adham

Academic ID: 232001133

تحت إشراف د. عبيد أحمد