

تقييم الفصل الثالث رسالة الدكتوراه

تأثير التسويق الرقمي للقطاع العقاري عبر مواقع التواصل الاجتماعي على قرارات الشراء لدى

المستهلك السعودي

دراسة ميدانية

الباحثة:

سارا سعد الودعاني الدوسري

1- المراجعة والتدقيق اللغوي والتوثيق السليم.

2- الغلاف (كلية الإعلام والتسويق).

**الفصل الثالث:

3- مرجع (العنبي) مكرر في مواضع كثيرة.

4- الكتب العلمية قليلة، مقارنة بالاعتماد المتكرر على التقارير والدراسات السابقة.