

### عناوين البحث :

- ١- تأثير كثافة التفاعلات على وسائل التواصل الاجتماعي في قرار الشراء لدى المستهلك السعودي .
- ٢- تأثير كثافة التفاعلات على وسائل التواصل الاجتماعي للعلامة التجارية على اهتمام المستهلك السعودي بالمنتج وقرار الشراء .
- ٣- تأثير التفاعلات على وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الثقة لدى المستهلك السعودي وقراره الشرائي .
- ٤- تأثير التفاعل على وسائل التواصل الاجتماعي على الثقة بالعلامة التجارية و قرار الشراء .
- ٥- العوامل المؤثرة في متابعة المستخدمين للعلامات التجارية على انستغرام .
- ٦- تأثير الإعلانات المولدة بالذكاء الاصطناعي على قرارات الشراء لدى المستهلكين في السعودية .