

عنوان البحث العلمي

- 1- دور المؤثرين في وسائل التواصل الاجتماعي في التأثير على قرارات الشراء
- 2- تفاعل الجمهور مع المحتوى الإعلامي عبر شبكات التواصل الاجتماعي
- 3- تأثير المحتوى الرقمي على السلوك والقيم الاجتماعية لدى الجمهور