

بحث مقدم ضمن مشروع التخرج ببرنامج بكالوريوس التسويق الرقمي

1. دراسة مقارنة لمعرفة أيهما يؤثر بشكل أكبر على ثقة المستهلك ونية الشراء: تقييمات وتجارب العملاء الحقيقية أم محتوى المؤثرين.
2. دراسة تأثير توصيات الخوارزميات، مثل المنتجات التي تظهر للمستخدم بناءً على اهتماماته وسلوكه الرقمي، على سلوك المستهلك وقرارات الشراء.
3. دراسة تأثير كثرة الخيارات والمنتجات والمراجعات والعروض المتاحة في المتاجر الإلكترونية على قدرة المستهلك على اتخاذ قرار الشراء، وهل كثرة الخيارات تزيد احتمالية الشراء أم تؤدي إلى التردد وتأجيل القرار.

إعداد: سعيد ابوسمرة

الرقم الأكاديمي: 233001664



Midocean University

College of Media and Marketing

Bachelor of Digital Marketing

Research submitted as part of the graduation project for the Bachelor of Digital Marketing program

1. .Customer Reviews vs. Influencers. The Impact of Online Customer Reviews Compared to Influencer Marketing on Consumer Purchase Intention,
2. .Algorithmic Recommendations The Impact of Algorithmic Recommendations on Consumer Purchase Behavior in Social Media Platforms
3. .Choice Overload in E-Commerce

The Impact of Choice Overload on Consumer Purchase Intention in E-Commerce

Prepared by: SAEED ABUSAMRA

Academic ID: 233001664

Third Trimester 2026