

1/ أثر استراتيجيات الإعلام الرقمي على سلوك الجمهور في التفاعل مع الحملات التوعوية:

دراسة تطبيقية على حملات وزارة الصحة السعودية

The impact of digital media strategies on audience behavior in responding to awareness campaigns: A case study on Saudi Ministry of Health campaigns

2/ دور المحتوى الرقمي التفاعلي في تعزيز ولاء الجمهور للعلامات التجارية على منصات التواصل الاجتماعي : دراسة تطبيقية على شركة UTURN Entertainment في المملكة العربية السعودية

The Role of Interactive Digital Content in Enhancing Audience Loyalty to Brands on Social Media Platforms: A Case Study of UTURN Entertainment in Saudi Arabia

3/ دور الإعلام الرقمي في تشكيل الرأي العام حول المشاريع الوطنية الكبرى في المملكة العربية السعودية: دراسة تطبيقية على شركة نيوم (NEOM)

The Role of Digital Media in Shaping Public Opinion on Major National Projects in Saudi Arabia: A Case Study of NEOM