

تأثير دمج الذكاء الاصطناعي في استراتيجيات التسويق الرقمي على سلوك المستهلك السعودي: دراسة ميدانية على جيل Z وجيل Y

**The Impact of Integrating Artificial Intelligence into Digital Marketing Strategies
on the Behavior of Saudi Consumers: A Field Study on Generation Z and
Generation Y**

الباحثة /

عبير عبدالعزيز عائض الغامدي

مقترحات عناوين أخرى

- أثر استخدام الذكاء الاصطناعي في التسويق الرقمي على سلوك المستهلك السعودي من جيل Z وY

The Effect of AI-Driven Digital Marketing on the Behavior of Saudi Gen Z and Gen Y Consumers

- تحليل العلاقة بين استراتيجيات التسويق الرقمي المدعومة بالذكاء الاصطناعي وسلوك المستهلك السعودي: دراسة على الأجيال الشابة

Analyzing the Relationship Between AI-Enhanced Digital Marketing Strategies and
A Study on Young Generations :Saudi Consumer Behavior

- فعالية الذكاء الاصطناعي في تخصيص المحتوى التسويقي وتأثيره على السلوك الشرائي للمستهلك السعودي من جيل Z و Y

The Effectiveness of AI in Personalizing Marketing Content and Its Impact on the
Purchase Behavior of Saudi Gen Z and Y Consumers

- دور الذكاء الاصطناعي في تحسين نتائج التسويق الرقمي واستجابة المستهلك السعودي: دراسة على جيل Z و Y

The Role of Artificial Intelligence in Enhancing Digital Marketing Outcomes and
A Study on Gen Z and Y :Consumer Response in Saudi Arabia