

دور تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التسويق الرقمي وأثرها على السلوك الشرائي للمستهلكين

The Role of Artificial Intelligence Applications in Digital Marketing and Their
Impact on Consumer Purchasing Behavior

تم تقديم هذا البحث استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة البكالوريوس في التسويق الرقمي
للعام 1447 هـ - 2026 م

إعداد الطالبة: رهام محمد حميد غالب

الرقم الأكاديمي: 232001202

رمز المادة: MKT500

المشرفة الأكاديمية: د. علياء قمر