

أثر الإعلانات المخصصة في تطبيق سناب شات على السلوك الشرائي للمستهلك السعودي

The Impact of Personalized Advertising in Snapchat on the Purchasing
Behavior of Saudi Consumers

قُدِّمَ 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