

تقييم الفصل الاول

تأثير التسويق الرقمي للقطاع العقاري عبر مواقع التواصل الاجتماعي على قرارات الشراء لدى المستهلك السعودي: دراسة ميدانية في مدينة الرياض

دراسة ميدانية

الباحثة:

سارا سعد الودعاني الدوسري

1- تعديل صياغة العنوان لتتطابق مع العنوان الذي تم تسجيله من قبل إدارة الجامعة ، تحذف مدينة الرياض من العنوان ، كما يلي (تأثير التسويق الرقمي للقطاع العقاري عبر مواقع التواصل الاجتماعي على قرارات الشراء لدى المستهلك السعودي: دراسة ميدانية).

ويمكن التطرق وتناول مدينة الرياض داخل الرسالة

بالتوفيق ان شاء الله