

أثر الإعلان الدوائي المباشر للزبائن على قراراتهم الشرائية:

دراسة تطبيقية على الزبائن في المملكة الأردنية الهاشمية

**The Impact of Direct-to-Customer Advertising (DTCA) on  
Customers Decision Making: A study on Hashemite  
Kingdom of Jordan Customers**

إعداد :

رامي عطا محمد الخطيب

المشرف :

الدكتور حمزة خريم

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير تخصص إدارة الأعمال

قسم إدارة الأعمال

كلية الأعمال

جامعة الشرق الأوسط