

სტრატეგიული დაგეგმვა ციფრულ მარკეტინგსა და სოციალურ მედიაში

ანა ნადირაძე

*სამაგისტრო ნაშრომი წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის
ბიზნესის, ტექნოლოგიისა და განათლების ფაკულტეტზე ბიზნესის
ადმინისტრირების მაგისტრის აკადემიური ხარისხის მინიჭების მოთხოვნების
შესაბამისად*

მენეჯმენტი

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: საბა ჯაჯანიძე, ასისტენტ პროფესორი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2022

განაცხადი

”როგორც წარდგენილი სამაგისტრო ნაშრომის ავტორი, ვაცხადებ, რომ ნაშრომი წარმოადგენს ჩემს ორიგინალურ ნამუშევარს და არ შეიცავს სხვა ავტორების მიერ აქამდე გამოქვეყნებულ, გამოსაქვეყნებლად მიღებულ ან დასაცავად წარდგენილ მასალებს, რომლებიც ნაშრომში არ არის მოხსენიებული ან ციტირებული სათანადო წესების შესაბამისად.“

ანა ნადირაძე

03/07/2022

ანოტაცია

მოცემულ ნაშრომში განხილულია სტრატეგიული დაგეგმვის მნიშვნელობის საკითხი ციფრულ მარკეტინგსა და სოციალურ მედიაში. წინამდებარე ნაშრომი სამი ნაწილისაგან შედგება. პირველი ნაწილი დათმობილია სოციალური მედიის მარკეტინგის დანიშნულების და ტაქტიკების განხილვისთვის. ნაშრომის მეორე ნაწილში განხილული არის კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის მნიშვნელობა ონლაინ მედიაში. მესამე ნაწილი კი დათმობილია კვლევის შედეგების ანალიზისა და განხილვისთვის.

ნაშრომის ფარგლებში ჩატარებული კვლევა და ლიტერატურის მიმოხილვაში განხილული წყაროები იძლევა იმის გაანალიზების შესაძლებლობას, რომ გამოიკვეთოს სტრატეგიული დაგეგმვის როლი ინტერნეტ მარკეტინგის სივრცეში, გამოვლინდეს ძირითადი ტენდენციები, რასაც მომხმარებლები აქცევენ ყურადღებას სოციალურ მედიაში ამა თუ იმ ბრენდისა თუ კომპანიის მარკეტინგული სტრატეგიების მიმართ.

ძირითადი საძიებო სიტყვები: კონტენტი, მარკეტინგი, ბრენდი, მომხმარებელი, სტრატეგია, ციფრული, მედია, სოციალური.

Annotation

This paper discusses the importance of strategic planning in digital marketing and social media. The present work consists of three parts. The first part is devoted to the purpose and tactics of social media marketing. The second part of the paper discusses the importance of corporate social responsibility in online media. The third part is dedicated to the analysis and discussion of research results.

The research conducted within the paper and the sources reviewed in the literature review provide an opportunity to analyze, highlight the role of strategic planning in the Internet marketing space, identify key trends that users pay attention to on social media for marketing strategies of the brand or company.

Key Words: Content, Marketing, Communication, Branding, Customer, Strategy, Digital, Media, Social.