

სოციალური ქსელების გავლენა ტრადიციულ რეკლამაზე

ეკატერინე ხვედელიძე

სამაგისტრო ნაშრომის წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის
ბიზნესის, განათლებისა და ტექნოლოგიების ფაკულტეტზე მაგისტრატურის
ხარისხის მინიჭების მოთხოვნების შესაბამისად

ხელმძღვანელი : ირინე ჭელიძე

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

2022 წელი

განაცხადი

როგორც წარმოდგენილი 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.

ეკატერინე ხვედელიძე

აბსტრაქტი

წინამდებარე კვლევის მიზანია გამოვარკვიოთ თუ რა გავლენას ახდენს სოციალური ქსელები ტრადიციულ რეკლამაზე, გამოვკვეთოთ მომხმარებლის დამოკიდებულება ციფრული რეკლამის სანდოობასთან მიმართებაში.გავეცნოთ რეკლამის განვითარების ისტორიას მსოფლიო მასშტაბით ,მის პროგრესს.რა გზა გამოიარა სანამ მივიღებდით რეკლამის ისეთ ფორმებს როგორიც გვაქვს დღეს.გავარკვიოთ თუ როგორი გავლენა იქონია Covid-19-ით გამოწვეულმა ფაქტორებმა ციფრულ მარკეტინგზე და როგორ იმოქმედა აღნიშნულმა პანდემიამ საქართველოს ბაზარზე და მომხმარებლის ქცევაზე.განვიხილავთ ტრადიციული რეკლამის ჩანაცვლებას ციფრული ინსტრუმენტებით ქართული ბრენდების მაგალითზე,რა პრობლემების წინაშე დადგა ქართული ბიზნესი და როგორ გაუმკლავდნენ აღნიშნულ სიტუაციას,ასევე განვიხილავთ ციფრული მარკეტინგის დადებით და უარყოფით მხარეებზე.კვლევების (კვლევებით დადგენილი მაგალითები რომ მომხმარებელი ყოველდღიურად იყენებს სოც ქსელებს და ამიტომ უკეთ ადევნებს თვალს პროდუქტის ახალ შეთავაზებებზე თუ სიახლეებზე.)

Abstract

The purpose of this study is to find out what role social networks play in traditional advertising, determining consumers' attitudes towards digital marketing. To get acquainted with the history of advertising development worldwide and its progress. What a path we took before we got to the forms of advertising we have today. Find out how the factors caused by Covid-19 had an impact on digital marketing and how the pandemic affected the Georgian market and consumer behavior. We will discuss the replacement of traditional advertising with digital tools on the example of Georgian brands, what problems Georgian businesses faced and how to deal with this situation. We also discuss the pros and cons of digital marketing.