

სოციალური მედია-მენეჯმენტის სპეციფიკა ტრადიციულ მედიასთან მიმართებაში
ფეისბუქ-მარკეტინგის კუთხით

ავტორები: თეონა დაუშვილი

თეონა გოგაძე

თეონა ჩიხლაძე

გიორგი კენჭუაშვილი

დემურ სანებლიძე

*სამაგისტრო ნაშრომი წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიზნეს
სკოლის მაგისტრის აკადემიური ხარისხის
მინიჭების მოთხოვნების შესაბამისად*

პროგრამა: მენეჯმენტი

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: ანა ჭელიძე, დოქტორანტი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2014

გეგმა

1. შესავალი	2
1.1. საკითხის აქტუალობა	2
1.2. კვლევის მიზნები და ამოცანები	4
1.3. კვლევის დიზაინი და მეთოდები	5
1.4. კვლევის მოსალოდნელი შედეგი	7
2. ლიტერატურის მიმოხილვა	8
2.1. მიმდინარე კვლევის ადგილი არსებულ სამეცნიერო დისკურსში	13
3. სოციალური მედიის უპირტესობები ტრადიციულ მედიასთან	14
3.1 მედია კამპანია	23
4. კვლევის შედეგების ანალიზი	32
4.1 კვლევის შემდეგი მეთოდი - ფოკუს ჯგუფებთან სიღრმისეული ინტერვიუ	3
4.2 შედეგების შეჯამება	46
5. დასკვნა	47
6. ბიბლიოგრაფია	50
7. დანართები	52
7.1. კითხვარი	53