

ონლაინ მარკეტინგის განვითარების თავისებურებები

მარი გაჩეჩილაძე

თორნიკე თურმანიძე

გიორგი ჯაღმაიძე

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

პროგრამა: ბიზნესის ადმინისტრირება(მენეჯმენტი)

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: გურამ შეროზია

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2015

სარჩევი

შესავალი.....	2
რა არის ონლაინ მარკეტინგი?	3
რატომ უნდა შევისწავლოთ და გამოვიყენოთ ონლაინ მარკეტინგი?	5
ვისთვის იქნება სასარგებლო ჩვენი ნაშრომი.....	7
ინტერნეტი და ონლაინ მარკეტინგი	8
საძიებო ძრავის ოპტიმიზაცია (Search Engine Optimization)	8
Google AdWords ანუ ფასიანი საძიებო შედეგები	12
საძიებო სისტემა მარკეტინგის სამყაროში	13
როგორ მოვძებნოთ საიტის მაგიური საკვანძო სიტყვები და ფრაზები?	14
საძიებო სისტემის მუშაობის პრინციპი და სირთულეები	17
Google AdSense ანუ Google ფასიანი მიზნობრივი ბანერული რეკლამა	18
ბანერული ტიპის სარეკლამო საშუალებები.....	22
როგორ შევაფასოთ მარკეტინგული კამპანიის შედეგები (Web Analytics)?	25
რემარკეტინგი Remarketing.....	26
Content მარკეტინგი	29
რატომ უნდა დავიწყოთ კონტენტ მარკეტინგის გამოყენება?	30
სოციალური მედია მარკეტინგი	37
Twitter	42
Facebook	43
LinkedIn	46
YouTube.....	47
E-MAILმარკეტინგი.....	47
კვლევის მიმოხილვა.	51
სამომხმარებლო კვლევა:	51
ორგანიზაციების მარკეტინგული კვლევა.....	58
დასკვნა	66