

სოციალური მედიამარკეტინგის როლი კომპანიების წარმატებაში და
კომპანიების სოციალური იმიჯის გავლენა მომხმარებელთა
დამოკიდებულებაზე

ია სუთიძე
მარიამ აფციაური

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

პროგრამა: ბიზნესის ადმინისტრირება(მენეჯმენტი)

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: ანა ჭელიძე, დოქტორანტი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი
თბილისი, 2015

სარჩევი

1. შესავალი-----	1
1.1. საკითხის აქტუალობა-----	1
1.2. კვლევის მიზნები და ამოცანები-----	4
1.3. კვლევის დიზაინი და მეთოდები-----	5
1.4. კვლევის მოსალოდნელი შედეგი-----	6
2. ლიტერატურის მიმოხილვა-----	7
3. სოციალური მედია მარკეტინგის მნიშვნელობა და განვითარების ისტორია-----	9
3.1 სოციალური მედია მარკეტინგის სპეციფიკა Facebook-ის კუთხით-----	13
4. სოციალური მედიის ანალიზი ქართულ ონლაინ სივრცეში Facebook-ის მაგალითზე-----	20
4.1 სოციალურ მედიაში აქტიური ქართული კომპანიების Facebook გვერდების ანალიზი-----	28
5. კვლევის შედეგების ანალიზი-----	34
5.1 ინტერვიუ ფოკუს ჯგუფებთან-----	35
5.2 რაოდენობრივი კვლევა და მომხმარებლის დამოკიდებულების ანალიზი-----	41
5.3 შედეგების შეჯამება-----	50
6. დასკვნა-----	52
7. ბიბლიოგრაფია-----	54
8. დანართი-----	59