

რეკლამა სოციალურ მედიაში და მისი გავლენა ბიზნესზე

მიხეილ გავაშელიშვილი

თამარ ბახტაძე

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

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.

თამარ ბახტაძე _____ 07.22.2015

მიხეილ გავაშელიშვილი _____ 07.22.2015

სარჩევი

1. შესავალი-----	4
1.1. საკითხის აქტუალობა-----	4
2. სოციალური მედიის უპირტესობები ტრადიციულ მედიასთან მიმართებაში-	8
3. კვლევის მიზნები და ამოცანები-----	12
3.1 კვლევის დიზაინი და მეთოდები-----	16
4. სოციალური მედიის გავლენა ბიზნესის წარმოებაზე-----	17
4.1 სოციალურ მედიაში მოქმედების რჩევები და ინსტრუქციები----	20
5. ქართული კომპანიები სოციალურ მედიაში -----	22
6. კვლევა -----	25
7. დასკვნა-----	42
ბიბლიოგრაფია-----	44
დანართი-----	46