

# კრიზისული მარკეტინგი საქართველოში

გიორგი ჭეიშვილი

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

პროგრამა: ბიზნესის ადმინისტრირება(მენეჯმენტი, საბანკო და საფინანსო საქმე, ტურიზმის  
მენეჯმენტი)

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: ნინო ენუქიძე, აკადემიური ხარისხი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

## სარჩევი

შესავალი.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
თავი 1 ფინანსური კრიზისი და მარკეტინგი.....	6
1.1 ფინანსური კრიზისის განსაზღვრება.....	6
1.2 კრიზისული მრკეტინგი .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
თავი2 კრიზისი განვითარებულ ქვეყნებში და საქართველოში	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1 ეკონომიკური კრიზისი განვითარებულ ქვეყნებში .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2 ეკონომიკური კრიზისი საქართველოში .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
თავი 3 ანტიკრიზისული სტრატეგია.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1 მარკეტინგ-მიქსი და გაყიდვების ანტიკრიზისული სტრატეგია	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2 მარკეტინგული სტრატეგიების ფორმირება ანტიკრიზისულ მართვაში.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
დასკვნა .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
გამოყენებული ლიტერატურა.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>