

# მარკეტინგული კამპანიის გავლენა ბრენდის წარმატებაზე

მაგდა სუხიშვილი

ლუკა გულედანი

გიორგი დგებუაძე

ჯგუფი 4

*სამაგისტრო ნაშრომი წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის  
ბიზნესის სკოლის ბიზნესის ადმინისტრირების მაგისტრის აკადემიური ხარისხის  
მინიჭების შესაბამისად*

ხელმძღვანელი: მაგისტრი; მოწვეული ლექტორი ქეთევან ნადირაშვილი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2017

## სარჩევი

შესავალი	3-9
პრობლემის არსი 1.1	10 - 13
კვლევის მიზანი 1.2	4
კვლევის ამოცანა 1.3	15
კვლევის აქტუალობა 1.4	15- 16
განხორციელებული კვლევების მიმოხილვა 1.5	16 – 18
კვლევითი ნაწილი 1.6	19 – 29
დასკვნები; რეკომენდაციები, შემდგომი კვლევები 1.7	30 – 47
ბიბლიოგრაფია	48
დანართი	49-52