

„ილიაუნის ბიზნესის სკოლის სტრატეგიული დაგეგმვის მარკეტინგული  
კონცეფცია და საკომუნიკაციო სტრატეგია”

გიორგი მახარაძე  
ანა კალატოზი  
ევა ბოლქვაძე  
ჯგუფის ნომერი #1 (3)

*სამაგისტრო პროექტის ანგარიში წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის  
ბიზნესის სკოლაში. საზოგადოებასთან ურთიერთობის მაგისტრის აკადემიური  
ხარისხის მინიჭების მოთხოვნების შესაბამისად*

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: გიორგი ქადაგიძე, ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის  
პროფესორი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2018

*“როგორც წარდგენილი სამაგისტრო ნაშრომის ავტორები, ვაცხადებთ, რომ ნაშრომი წარმოადგენს ჩვენს 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.”*

გიორგი მახარაძე

ანა კალატოზი

ევა ბოლქვაძე

18. 06.2018

## აბსტრაქტი

სამაგისტრო ნაშრომში წარმოდგენილია, ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიზნესის სკოლის სტრატეგიული გეგმის შემუშავების რეკომენდაციები. კერძოდ, მარკეტინგული კონცეფციის ჭრილში. სამაგისტრო პროექტი მიზნად ისახავს ბრენდის პლატფორმის, კამპანიებისა და საკომუნიკაციო სტრატეგიის ფორმირებას, მარკეტინგული კონცეფციის მეინსტრიმული ნარატივის მიხედვით. ნაშრომის წინაშე არსებული მთავარი გამოწვევა ქმედითი სტრატეგიული დოკუმენტის შექმნისთვის არსებითი რეკომენდაციების გაწევაა.

სამაგისტრო პროექტის ფარგლებში დასახული ამოცანების შესასრულებლად შეირჩა კომბინირებული კვლევითი პროექტი, რომელიც ითვალისწინებდა, როგორც თვისებრივი ასევე, რაოდენობრივი მეთოდების გამოყენებას. კვლევის დიზაინის სტრუქტურირებისას პრიორიტეტს წარმოადგენდა საიმედოობის კოეფიციენტის მაღალი მაჩვენებლის (<90%) მიღწევა, საიმიჯო პარამეტრების მნიშვნელოვნების დადგენა და პრაქტიკული რეკომენდაციების შემუშავება. კვლევითი პროექტის ფარგლებში გამოვიყენეთ ფოკუს ჯგუფები (n=2) და ინტერვიუები (n=3) მიღებული იმპლიკაციების საფუძველზე ჩატარდა რაოდენობრივი კვლევაც. (n=150) კვლევაში მონაწილეობა მიიღეს, როგორც ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის, ისე სხვა სასწავლო დაწესებულებების სტუდენტებმა, ასევე ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის აკადემიურმა პერსონალმა და სფეროს ექსპერტებმა.

კვლევითი პროექტის შედეგების საფუძველზე შემუშავდა რეკომენდაციები - მარკეტინგული სტრატეგიის, ბრენდის პლატფორმის, საიმჯო პარამეტრების, პარამეტრების ლოიალურობის ინდექსის, კამპანიებისა და საკომუნიკაციო სტრატეგიის შესახებ. კვლევამ გამოავლინა ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის ირგვლივ არსებული პერცეფციები, პერსონიფიცირების ატრიბუტები, პოზიციონირების შესაძლებლობები. ასევე რესპონდენტებმა შეაფასეს და

დააფიქსირეს, თავისი აზრი კომუნიკაციის პლატფორმების, შესაძლებლობების და კომუნიკაციის პროცესის ეფექტურობის შესახებ.

ზემოაღნიშნული საკითხების შესაბამისად სამაგისტრო ნაშრომის სტრუქტურა შემდეგია: შესავალი, ლიტერატურის მიმოხილვა, კვლევითი პროექტის მეთოდოლოგიური საყრდენი, კვლევითი პროექტის ემპირიული ნაწილი, შედეგების განხილვა და დასკვნა.

ძირითადი საძიებო სიტყვები: სტრატეგია, მარკეტინგი, ლოიალურობა, ბრენდის პლატფორმა, საიმიჯო პარამეტრი.

## Abstract

Following master's thesis represents recommendations for strategic plan, specifically marketing concept of the plan, of Business School of Ilia State University. Main goal of the master's thesis represents development of brand platform, marketing campaign and communication strategy according to mainstream narrative of marketing concept. Main challenge facing the thesis, represents creation of recommendations for acting strategic document for the entity.

Complex combined research project was developed within master's project to achieve main goals of the thesis. Research project included both, qualitative and quantitative methodology. Priority for research design structuring was achievement of high coefficient of loyalty (>90%), identifying value of image parameters. Within the research project focus groups (n=2) and interviews (n=3) was used, based on accepted implications. Qualitative research (n=150) was also conducted, participation in which took students, academic personal and experts from Ilia state university as well as other educational institutions.

Based on the research project, recommendations for marketing strategy, brand platform, image parameters, loyalty index of parameters, marketing campaign and communication strategy was developed. Research revealed, perceptions surrounding Ilia State University, attributes of personification, opportunities for positioning. In additions, respondents gave their opinion, regarding communication platform, opportunities and effectiveness of communication process.

Based on the above discussed topics, master's thesis is structured in a following way: Introduction, Literature Review, Research project methodology, Empirical part of research project, Discussion of results and conclusion.

Keywords: Strategy, Marketing, Loyalty, Brand platform, Image parameter.

## მადლობა

სამაგისტრო პროექტის მომზადების პროცესში ფასდაუდებელი დახმარების გაწევისათვის გვსურს გულწრფელი და უღრმესი მადლობა გადავუხადოთ თემის სამეცნიერო ხელმძღვანელს, პროფესორ გიორგი ქადაგიძეს. ნაშრომზე მუშაობისას, ყველა ეტაპზე, მუდმივად ვგრძნობდით აკადემიური ხელმძღვანელის მხარდაჭერასა და თანადგომას. მან საკუთარ გამოცდილებაზე, ცოდნასა და აკადემიურ უნარებზე დაყრდნობით უმნიშვნელოვანესი დახმარება გაგვიწია.

აგრეთვე, გვსურს დიდი მადლობა გადავუხადოთ ყველა იმ ადამიანს, რომელიც სამაგისტროს პროექტის მომზადების პროცესში მხარდაჭერას გვიცხადებდა და პრაქტიკული რეკომენდაციებით სწორ მიმართულებას გვაძლევდა.

მადლობა, ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის აკადემიურ და ადმინისტრაციულ პერსონალს; ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტისა და სხვა უნივერსიტეტების სტუდენტებს, რომელთაც კვლევით პროექტში მიიღეს მონაწილეობა; სფეროს ექსპერტებს, რომელთა რჩევებსაც ფასდაუდებელი მნიშვნელობა ჰქონდა სამაგისტრო პროექტისათვის.