

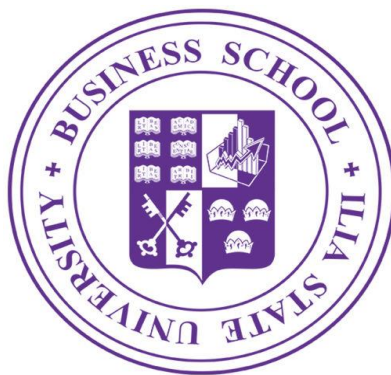
# კომუნიკაციის თანამედროვე ინსტრუმენტები ქართულ კომპანიებში

ქეთევან უბილავა

თეკლა გავაშელაშვილი

ნინო ტაბატაძე

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



სამეცნიერო ხელმძღვანელი: სანდრო ასათიანი, ასოცირებული პროფესორი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2018

## აბსტრაქტი

21-ე საუკუნე ციფრული ტექნოლოგიების საუკუნეა. ინტერნეტისა და ტექნოლოგიების განვითარებამ ბევრი რამ შეცვალა, გაამარტივა პროცესები, შეცვალა ურთიერთობები და ინფორმაცია ხელმისაწვდომი გახდა. ინფორმაციის მიღებასა და გავრცელებას ხელს უწყობს ინტერნეტი, განსაკუთრებით სოციალური მედია.

აღნიშნული ნაშრომი წარმოადგენს თანამედროვე ტექნოლოგიებისა და მასში ინტეგრირებული სერვისების გამოყენების პრაქტიკას, საქართველოში მოქმედი კომპანიების მიერ.

ნაშრომი ორ ძირულ ცვლილებას იკვლევს: როგორ შეცვალეს თანამედროვე ტექნოლოგიებმა, კომპანიების მომხმარებელთან ურთიერთობის და ინფორმაციის გავრცელების მეთოდები, სადაც განსაკუთრებული აქცენტი გაკეთებული სოციალურ მედია მარკეტინგზე, რომელიც იძლევა საშუალებას ნაკლები დანახარჯით მოხდეს მომხმარებელთან კომუნიკაცია. ასევე, როგორ შეცვალეს ტექნოლოგიებმა კომპანიის შიგნით, თანამშრომლებს შორის კომუნიკაციის მეთოდები, სადაც იგულისხმება ონლაინ საკომუნიკაციო არხების გამოყენება ინფორმაციის გასავრცელებლად, პროცესების დასაგეგმად და სამართავად.

კვლევის დასკვნით ნაწილში აქცენტი გაკეთებულია მომხმარებელზე, როგორც მიზნობრივ აუდიტორიაზე და იმის ანალიზზე, თუ როგორაა აღქმული ბრენდი სოციალურ მედიაში, რა იქცევს მომხმარებლის ყურადღებას და რამდენადაა ჩართული მომხმარებელი კომპანიების მიერ ინიცირებულ ონლაინ პროცესებში.

## **Abstract**

The 21st century is the century of technologies and digital era. The development of internet and technologies have made a lot of changes: simplified processes, changed relationships and made information accessibility possible. Internet is promoting, sending and receiving information, especially the social media.

The research objective is about modern technologies and using its integrated services by the companies operating in Georgia. This project studies two main changes: the changes in customer relationship services and dissemination of information methods.

The essential emphasis is made on social media marketing, which allows to communicate with the customers with less expenses. It is important to indicate the changes made by technologies inside the company, including the communicating methods. It means using online communication channels for spreading information, planning and managing processes.

The conclusion of the research points out that the customer, is a target audience. It analyses the brand awareness in social media: the content of catching customers' attention and their engagement in the online processes initiated by the company.