

ციფრული მარკეტინგი და ელ-კომერცია ქართულ საგამომცემლო სფეროში

ქეთევან დათუკიშვილი

სამაგისტრო ნაშრომი წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის *ბიზნესის, ტექნოლოგიისა და განათლების სკოლის*, საზოგადოებრივი ურთიერთობების მაგისტრის ხარისხის მინიჭების მოთხოვნის შესაბამისად

პროგრამა: საზოგადოებრივი ურთიერთობები

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: თორნიკე გურული



ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი

2020

განაცხადი

როგორც წარდგენილი 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.

ქეთევან დათუკიშვილი

01.01.2020

აბსტრაქტი

მოცემულ ნაშრომში განხილულია ქართულ საგამომცემლო სფეროში ციფრული მარკეტინგის და ელ-კომერციის წარმატებული გამოყენების მაგალითები. გამომცემლობების წარმომადგენელთა და დარგის ექსპერტთა ინტერვიუებზე დაყრდნობით. განხილულია ქართულ ბაზარზე, ციფრული მარკეტინგისა და ელექტრონული კომერციის საჭიროება და როლი 21-ე საუკუნეში, ასევე მათი წარმომავლობა სახეები და შესაძლებლობები. კვლევამ აჩვენა, რომ დღევანდელ დროში როგორც ოფლაინ, ასევე ონლაინ გაყიდვებზე ძალიან დიდ გავლენას ახდენს ციფრული მარკეტინგი და მომხმარებელთან სწორად შერჩეული კომუნიკაცია, რაც გააზრებულად უნდა დაიგეგმოს და დიდი ყურადღება მიექცეს.

კვლევის ფარგლებში გაკეთებულია ჩაღრმავებული კვლევა 3 ქართული გამომცემლობის მაგალითზე - „ბაკურ სულაკაურის გამომცემლობა“, გამომცემლობა „წიგნები ბათუმში“ და გამომცემლობა „ინტელექტი“ რომელმაც საშუალება მომცა გამეკეთებინა, ციფრული მარკეტინგისა და ელექტრონული კომერციის ფუნქციური ანალიზი. შედეგად გამოყოფილია გამომცემლობების მთავარი საკომუნიკაციო კამპანიები, რომლებიც გაყიდვების სტიმულირების ერთ-ერთი მთავარი ხერხია, როგორც ციფრულ, ასევე რეალურ სამყაროში.

საკვანძო სიტყვები: ციფრული მარკეტინგი, გამომცემლობა, ელ-კომერცია, სოციალური მედია, მარკეტინგული კომუნიკაციები, წიგნები

A b s t r a c t

The present thesis reviews the examples of successful use of digital marketing and e-commerce in Georgian publishing field. Based on interviews with publishing house representatives and industry experts, the necessity and the role of the digital marketing and e-commerce in the 21st century as well as their origins, types and opportunities in Georgian market are being discussed. The research has shown that nowadays the digital marketing and the proper way of communication with the customer have the huge impact on offline as well as online sales, which should be thoughtfully planned and given great attention.

In-depth research is done on 3 examples of the Georgian publishing houses – „Bakur Sulakauri Publishing“, „Books in Batumi“ and „Intellect“ Publishing in frames of the review, which enabled me to perform a functional analysis of digital marketing and e-commerce.

As a result, the major communications campaigns for publishing houses have been separated, which are the one of the main ways to stimulate sales in both the digital and the real world.

Keywords: digital marketing, publishing house, e-commerce, social media, marketing communications, books