

მარკეტინგის მენეჯმენტი

ლექტორები

ანა გელაშვილი

კურსის დრო

34 შეხვედრა (68 საათი)
12 პრაქტიკული დავალება
4 ფიზიკური აქტივობა

სასწავლო კურსის მიზნები

კურსის მიზანია სტუდენტებს მიაწოდოს საფუძვლიანი და პრაქტიკაზე დაფუძნებული ცოდნა მარკეტინგის სფეროს შესახებ. სწორედ ამიტომ, კურსის თითოეული თემა ასახავს და მოიცავს მარკეტინგის შემადგენელ კომპონენტებს, რათა სტუდენტმა მიიღოს და დააგროვოს არა მხოლოდ თეორიული ცოდნა არამედ განივითაროს პრაქტიკული უნარებიც, რაც თანამედროვე ბიზნეს გარემოში მარკეტინგის სპეციალისტს ეფექტურსა და მაღალკონკურენტუნარიანს გახდის. კურსის საშუალებით სტუდენტები შეისწავლიან თუ როგორ უნდა დაგეგმონ, განახორციელონ და შეაფასონ მარკეტინგული კამპანიები.

სასწავლო კურსის შინაარსი

ლექცია 1: მარკეტინგის ფილოსოფია - შესავალი

ლექცია 2: ბაზრის კვლევა ნაწილი #1 - ბაზრის კვლევის ძირითადი ასპექტები, ბაზრის კვლევის ტიპები და მათი გამოყენების საშუალებები

ლექცია 3: ბაზრის კვლევა ნაწილი #2 - ვინ არის ჩვენი მომხმარებელი და როგორ მივწვდეთ მას. თარგეთირება და პოზიციონირება (დავალება #1)

ლექცია 4: მარკეტინგული მიქსი

ლექცია 5: მარკეტინგული სტრატეგიის შექმნა, განვითარება და განხორციელება (დავალება #2)

ლექცია 6: მარკეტინგის ანალიტიკა - შექმნა, გაზომვა, შეფასება

ლექცია 7: ბიუჯეტირება (დავალება #3)

ლექცია 8: ბრენდინგი ნაწილი #1 - შესავალი

ლექცია 9: ბრენდინგი ნაწილი #2 - ბრენდ მენეჯმენტი

ლექცია 10: ინსაიტები - მათი მნიშვნელობა და მიგნების ხერხები (დავალება #4)

ლექცია 11: მარკეტინგული კამპანიების ტიპები

ლექცია 12: შუალედური #1

ლექცია 13: მარკეტინგის გუნდის ფორმები, საქმიანობა და სტრუქტურა კომპანიის შიგნით

ლექცია 14: გასვლითი შეხვედრა #1 (სააგენტოში ვიზიტი)

ლექცია 15: სააგენტოს ტიპები, მათი სტრუქტურა და სერვისები

ლექცია 16: მარკეტინგის გუნდისა და სააგენტოს კოლაბორაცია

ლექცია 17: გასვლითი შეხვედრა #2 (სააგენტოში ვიზიტი)

ლექცია 18: კრეატიული და ტექნიკური ბრიფის შექმნა ნაწილი #1

ლექცია 19: კრეატიული და ტექნიკური ბრიფის შექმნა ნაწილი #2 - სიმულაციური აქტივობა (ფიზიკური)

ლექცია 20: ციფრული მარკეტინგი - შესავალი (დავალება #5)

ლექცია 21: სოციალური მედია არხები და მათი სპეციფიკა - ნაწილი #1

ლექცია 22: სოციალური მედია არხები და მათი სპეციფიკა - ნაწილი #2 (დავალება #6)

ლექცია 23: ქოფირაითინგი (დავალება #7)

ლექცია 24: სთორითელინგი (დავალება #8)

ლექცია 25: მულტიმედია საშუალებები (დავალება #9)

ლექცია 26: კონტენტმარკეტინგი

ლექცია 27: შუალედური #2

ლექცია 28: ინფლუენსერ მარკეტინგი (სტუმარი) (დავალება #10)

ლექცია 29: AI მარკეტინგში (დავალება #11)

ლექცია 30: ინოვაციები მარკეტინგში (დავალება #12)

ლექცია 31: რეპორტიინგი - მარკეტინგული აქტივობების შეფასება

ლექცია 32: ეთიკა, დილემები და კანონები

ლექცია 33: მომხმარებელთან ურთიერთობის მენეჯმენტი CRM, LOYALTY PROGRAMS

ლექცია 34: ფინალური პრეზენტაცია (ფიზიკურად)

სასწავლო კურსის სწავლის შედეგები

კურსის მსმენელებს ეცოდინებათ და შეძლებენ:

- შექმნან მარკეტინგული სტრატეგიები და აწარმოონ მარკეტინგული აქტივობები;
- შექმნან სოციალური მედიის სტრატეგია;
- შექმნან, მართონ და განახორციელონ მარკეტინგული, კომბინირებული კამპანიები;
- შეაფასონ და ეფექტურად გამოიყენონ მარკეტინგის ფუნდამენტური კომპონენტები, კონცეფციები და პრინციპები;
- ესმოდეთ ბაზრის კვლევის კომპონენტები და შეძლონ მისი შედეგების შეფასება;
- განსაზღვრონ სამიზნე აუდიტორიები, ჩამოაყალიბონ მომხმარებლის პერსონები და მოახდინონ მათზე ეფექტური თარგეთირება და პოზიციონირება;
- მარკეტინგული სტრატეგიებისა და საქმიანობებისას სრულად ესმოდეთ მარკეტინგული მიქსის კომპონენტების მნიშვნელობა;
- შექმნან, განავითარონ და განახორციელონ მარკეტინგული სტრატეგიები;
- გაანალიზონ ანალიტიკური მექანიზმებით კამპანიები და პროექტები;

- იცოდნენ რა კომპონენტებისგან შედგება მარკეტინგული ბიუჯეტი და მიიღონ მონაწილეობა მის ფორმირებაში;
- ესმოდეთ და აანალიზებდნენ ბრენდინგის მნიშვნელობას, მის შემადგენელ კომპონენტებსა და ბრენდის მენეჯმენტს;
- ესმოდეთ მარკეტინგის და სააგენტოს გუნდების ფორმირების, ერთმანეთთან თანამშრომლობისა და ურთიერთობის კომპონენტები. დასაქმების შემთხვევაში მარტივად გახდნენ სრულფასოვანი გუნდის წევრები;
- შექმნან და გაანალიზონ კრეატიული და ტექნიკური ბრიფი;
- ესმოდეთ ციფრული მარკეტინგის კომპონენტების მნიშვნელობა და იყენებდნენ მას ეფექტურად;
- გამოიყენონ სოციალური მედია არხები ეფექტურად;
- ქოფირაითინგის, სთორითელინგისა, კონტენტ მარკეტინგის და მულტიმედია საშუალებების კომპონენტების პრაქტიკულ გამოყენებას, შეფასებას და ანალიზს;
- ინფლუენსერებთან ეფექტურ თანამშრომლობას, გამოცდილებებზე დაყრდნობილი პრინციპების მიხედვით;
- AI პლატფორმებისა და პროდუქტების გამოყენებას მარკეტინგულ საქმიანობაში;
- განივითარონ ინოვაციური აზროვნება მარკეტინგში;
- აღმოაჩინონ ინსაიტები და დააშენონ მათზე მარკეტინგული გადაწყვეტილებები;
- შეაფასონ მარკეტინგული აქტივობები და აწარმოონ რეპორტი;
- დაიცვან ეთიკის ნორმები, მართონ პროფესიული დილემები და აწარმოონ მარკეტინგული აქტივობები კანონების დაცვით;
- მართონ მომხმარებლების უფრთიერთობები და კოორდინირება გაუწიონ CRM & Loyalty პროგრამებს.

ლექტორის შესახებ

- ანა გელაშვილი 2021 წლიდან დღემდე იკავებს გენერალური მენეჯერის პოზიციას Ogilvy Georgia-ში, რომელსაც კი 2019 წელს შეუერთდა;
- 2021 წლიდან დღემდე არის მოწვეული ლექტორი ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტში, სადაც საზოგადოებასთან ურთიერთობის მაგისტრის საფეხურის სტუდენტებს ასწავლის პრაქტიკულ კურსს კონტენტის შექმნის პრინციპების შესახებ სოციალური მედიისთვის;
- ასევე 2020-2021 წლებში იყო მოწვეული მენტორი და ტრენერი Spark-ში, სადაც მენტორშიფს უწევდა სტარტაპებს მათი მარკეტინგული სტრატეგიების განვითარებისთვის;
- დღემდე აქტიურად არის ჩართული მცირე და საშუალო ბიზნესებისა და სტარტაპების ხელშეწყობა სამენტორო პროგრამებში მარკეტინგისა და PR-ის მიმართულებით;
- ანა 2017 წლიდან სოციალური მედიის მენეჯერის პოზიციას იკავებდა სააგენტოებსა და სხვადასხვა პროფილის კომპანიებში;
- ანა არის საზოგადოებრივი ურთიერთობების მაგისტრი და ბიზნეს ადმინისტრირების ბაკალავრი.