

მარკეტინგი

საგანმანათლებლო პროგრამის სახელწოდება:	ბიზნესის ადმინისტრირება - მარკეტინგი
მისანიჭებელი კვალიფიკაცია:	ბიზნესის ადმინისტრირების მაგისტრი მარკეტინგში / Master of Business Administration in Marketing
პროგრამის მოცულობა კრედიტებით:	120 კრედიტი
სწავლების ენა:	ინგლისური
პროგრამაზე დაშვების წინაპირობა:	<ul style="list-style-type: none"> • ბაკალავრის ან მასთან გათანაბრებული აკადემიური ხარისხის მქონე პირი, რომელიც ჩაირიცხება საერთო სამაგისტრო გამოცდების შედეგების საფუძველზე. • სტუდენტების ჩარიცხვა ხდება საქართველოს კანონმდებლობის მიხედვით- საერთო სამაგისტრო გამოცდების შედეგების საფუძველზე (საგანმანათლებლო პროგრამაზე მიღება შესაძლებელია მხოლოდ საქართველოს კანონმდებლობით გათვალისწინებულ შემთხვევებში). ინფორმაცია ხელმისაწვდომია –https://iro.ibsu.edu.ge/en/home) • გარდა ამისა, აპლიკანტმა უნდა ჩააბაროს უნივერსიტეტის შიდა გამოცდა სპეციალობასა და ინგლისურ ენაში (B2 დონე) ან/და გაიაროს გასაუბრება. • კანდიდატი, რომელსაც აქვს ინგლისური ენის B2 დონის საერთაშორისო სერტიფიკატი, თავისუფლდება ენის გამოცდის ჩაბარებისგან. ასევე, ის კანდიდატი, რომელმაც დაამთავრა ინგლისური ენის საგანმანათლებლო პროგრამა, თავისუფლდება ინგლისური ენის გამოცდის ჩაბარებისგან. • სტუდენტების ჩარიცხვა მოხდება მობილობის წესების და საქართველოს განათლებისა და მეცნიერების მინისტრის ბრძანება №10 (4.02.2010 წ.) „უმაღლესი საგანმანათლებლო დაწესებულებიდან სხვა უმაღლეს საგანმანათლებლო დაწესებულებებში გადაყვანისა და საფასურის დამტკიცების წესის შესახებ“ რეგულაციის შესაბამისად.
საგანმანათლებლო პროგრამის მიზანი:	პროგრამის მიზანი არის:

	<p>1) ბიზნესის ადმინისტრირების მაგისტრის მომზადება მარკეტინგში, რომელიც შეესაბამება მარკეტინგის ამჟამინდელი ბაზრის მოთხოვნებს, აქვს ღრმა და სისტემატური თეორიული და პრაქტიკული ცოდნა თანამედროვე ბიზნესის ადმინისტრირებისა და მარკეტინგის ინდუსტრიაში და აწარმოებს აკადემიურ კვლევებს ამავე სფეროში.</p> <p>2) კურსდამთავრებული, რომელსაც შეუძლია ჩაატაროს სათანადო მარკეტინგული დაგეგმვა და საჯარო და კერძო სუბიექტების მართვა, მათ შორის ბიზნეს ორგანიზაციების და ესმის ბიზნესში ეთიკისა და პასუხისმგებლობის საკითხები.</p> <p>3) კურსდამთავრებული, რომელიც მთელი ცხოვრების მანძილზე შეიძენს ახალ ცოდნას ბაზრის სწრაფად ცვალებად პირობებში - მარკეტინგთან და ბიზნესის ადმინისტრირებასთან დაკავშირებული აქტუალური ცოდნის შექმნა, დახვეწა და განახლება.</p>	
<p>სწავლის შედეგები</p>	<p>ცოდნა და გაცნობიერება</p>	<p>1) აიდენტიფიცირებს საკუთარი ცოდნის საფუძველზე კომპანიის პრობლემებს, ორგანიზაციის საბაზრო წილს, მისი პროდუქტებისა და სერვისების მარკეტინგულ ღირებულებას, აანალიზებს მთელ ბიზნეს სექტორს და ბაზარს და იცის ციფრული მარკეტინგის ინსტრუმენტები და სტრატეგიები.</p> <p>2) ამოიცნობს სამომხმარებლო ბაზრების რაოდენობრივ მახასიათებლებს სამომხმარებლო სეგმენტების მიხედვით, ჰყოფს მათ კატეგორიებად და კლასტერებად, განსაზღვრავს მომხმარებლის მოტივაციას, ატარებს რაოდენობრივ და ხარისხობრივ კვლევას და ზრდის ორგანიზაციის მდგრადობას სწორი სტრატეგიული გადაწყვეტილებების მეშვეობით.</p> <p>3) აღწერს, თუ როგორ უნდა განხორციელდეს ინოვაცია მიღებული ცოდნის გამოყენებით, ბიზნესის ადმინისტრირებისა და მარკეტინგის უახლესი მიღწევების კრიტიკული გააზრების შედეგად.</p>
	<p>უნარი</p>	<p>4) ახორციელებს უცნობ და მულტიდისციპლინურ ბაზრის გარემოში ბაზრისა და ბიზნესის კვლევას და პოულობს ახალ ორიგინალურ გზებს სტრატეგიული მარკეტინგის დაგეგმვაში, ბრენდინგის/რებრენდინგისა და</p>

		<p>მომხმარებლის პოზიციონირების სფეროებში როგორც ადგილობრივ, ისე საერთაშორისო ბაზრებზე.</p> <p>5) ანალიზებს რთულ ან არასრულ ბიზნეს ინფორმაციას, მათ შორის მომხმარებელთა ქვეცნობიერის კრიტიკული ანალიზი უახლესი კვლევებისა და გამოკითხვების საფუძველზე.</p> <p>6) უზრუნველყოფს კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობას და ბიზნეს ეთიკის ნორმების დაცვას ზუსტი და დროული ინფორმაციის ან უკვე განხორციელებულ მარკეტინგულ აქტივობებთან დაკავშირებული საქმიანობის განხორციელებას.</p>
	<p>პასუხისმგებლობა და ავტონომიურობა</p>	<p>7) ავითარებს პროფესიულ პასუხისმგებლობას მომხმარებელთან, კომპანიასთან, განხორციელებულ პროექტებთან, პროდუქტებთან და სერვისებთან მიმართებაში.</p> <p>8) ავითარებს პროფესიულ პასუხისმგებლობას და ლიდერის უნარებს მარკეტინგის ცოდნის განახლებისა და შენარჩუნების მიზნით მთელი ცხოვრების განმავლობაში.</p>
<p>სტუდენტის ცოდნის შეფასების სისტემა</p>	<p>შეფასების მიზანია ხარისხობრივად განსაზღვროს სტუდენტის სწავლის შედეგები აკადემიური პროგრამის მიზნებთან და პარამეტრებთან მიმართებაში.</p> <p>სტუდენტის ცოდნის შეფასება ხორციელდება ზეპირი და/ან წერილობითი ფორმით. სასწავლო კურსის/კომპონენტის მაქსიმალური შეფასება 100 ქულის ტოლია. შეფასება ითვალისწინებს შუალედურ და დასკვნით შეფასებას, რომელთა ჯამი შეადგენს 100 ქულას.</p> <p>შეფასების სისტემა უშვებს:</p> <p>ა) ხუთი სახის დადებით შეფასებას</p> <p>ა) (A) ფრიადი – 91-100 ქულა;</p> <p>ბ) (B) ძალიან კარგი – 81-90 ქულა;</p> <p>გ) (C) კარგი – 71-80 ქულა;</p> <p>დ) (D) დამაკმაყოფილებელი – 61-70 ქულა;</p>	

ე) (E) საკმარისი – 51-60 ქულა.

ორი სახის უარყოფით შეფასებას:

ა) (FX) ვერ ჩააბარა – 41-50 ქულა, რაც ნიშნავს, რომ სტუდენტს ჩასაბარებლად მეტი მუშაობა სჭირდება და ეძლევა დამოუკიდებელი მუშაობით დამატებით გამოცდაზე ერთხელ გასვლის უფლება;

ბ) (F) ჩაიჭრა – 40 ქულა და ნაკლები, რაც ნიშნავს, რომ სტუდენტის მიერ ჩატარებული სამუშაო არ არის საკმარისი და მას სასწავლო კურსი/საგანი ახლიდან აქვს შესასწავლი.

შუალედური და დასკვნითი შეფასებებისთვის განსაზღვრულია მინიმალური კომპეტენციის ზღვარი. დასკვნითი შეფასების მინიმალური კომპეტენციის ზღვრის ხვედრითი წილი არ აღემატება დასკვნითი შეფასების 60%-ს.

შუალედური და დასკვნითი შეფასებების ქულობრივი განაწილება, მათი მინიმალური კომპეტენციის ზღვარი და შეფასების რუბრიკები გაწერილია შესაბამისი კომპონენტის სილაბუსში.

კრედიტის მიღება შესაძლებელია მხოლოდ სტუდენტის მიერ სილაბუსით დადგენილი სწავლის შედეგების მიღწევის შემდეგ, ქვემოთ მოყვანილი აუცილებელი მოთხოვნების გათვალისწინებით:

ა) შუალედური და დასკვნითი შეფასებების მინიმალური კომპეტენციის ზღვრის გადალახვის შემთხვევაში;

ბ) საბოლოო შეფასების მაქსიმალური 100 ქულიდან მინიმუმ 51 ქულის მოგროვების შემთხვევაში.

დამატებით გამოცდაზე სტუდენტი დაიშვება იმ შემთხვევაში, თუ მან საბოლოო შეფასების მაქსიმალური 100 ქულიდან მოაგროვა 41 - 50 ქულა ან მინიმუმ 51 ქულა, მაგრამ ვერ გადალახა დასკვნითი შესაფებისთვის განსაზღვრული მინიმალური კომპეტენციის ზღვარი.

შუალედური და დასკვნითი შეფასებების კომპონენტების ფორმატი და შეფასების კრიტერიუმები განისაზღვრება თითოეული სასწავლო კურსის/კვლევითი კომპონენტის/პრაქტიკის სილაბუსის მიხედვით, მათი სპეციფიკის გათვალისწინებით და ზემოთ მოყვანილი კრიტერიუმების დაცვით.

	<p>კვლევითი კომპონენტის შეფასება: შეფასებისთვის გამოიყენება ზემოთ მოყვანილი შეფასების სისტემა სტუდენტის მიერ ზემოთ მოყვანილი (FX) პუნქტით გათვალისწინებული შეფასების მიღების შემთხვევაში მაგისტრანტს უფლება ეძლევა გადამუშავებული სამაგისტრო ნაშრომი წარადგინოს მომდევნო სემესტრის განმავლობაში, ხოლო (F) პუნქტით გათვალისწინებული შეფასების მიღების შემთხვევაში მაგისტრანტი კარგავს იგივე ნაშრომის წარდგენის უფლებას.</p>
<p>დასაქმების სფერო</p>	<p>მარკეტინგის სამაგისტრო პროგრამის ფარგლებში შეძენილი მრავალმხრივი სექტორული და ზოგადი (ტრანსფერირებადი) უნარებით კურსდამთავრებულები შეიძლება დასაქმდნენ კერძო და საჯარო სექტორში, ბიზნეს სტრუქტურებში საქართველოს გარეთ და შიგნით, კომპანიებსა და კორპორაციებში, განსაკუთრებით მარკეტინგისა და გაყიდვების დეპარტამენტებში, ასევე კვლევისა და განვითარების განხრით (Research & Development). გარდა ამისა, სამაგისტრო პროგრამის კურსდამთავრებულები შეიძლება დასაქმდნენ სახელმწიფო/საჯარო დაწესებულებებში, სადაც მათ შეუძლიათ განახორციელონ ბიზნესის დაგეგმვა, მართვა და წარმართონ ოპერაციული საკითხები, ასევე ხელი შეუწყონ სერვისების გაცვლას კორპორაციებსა და ინდივიდებს შორის, იკვლიონ ისეთი საკითხები, როგორცაა მომხმარებელთა ქცევა და მოთხოვნები, ბიზნესის განვითარება და დაგეგმვა. კურსდამთავრებული შეიძლება დასაქმდეს არასამთავრობო და არაკომერციული ორგანიზაციების მარკეტინგის განყოფილებებში და იმუშაოს ამ ორგანიზაციების მარკეტინგის მიმართულებით. კურსდამთავრებულებს ეცოდინებათ დაწესებულებებისა და ორგანიზაციების საქმიანობისა და ფუნქციონირების დაგეგმვა, მართვა და სამუშაო/ოპერატიული საკითხები. ისინი ასევე შეისწავლიან მომხმარებელთა ქცევას და მათ მოთხოვნებს.</p> <p>მარკეტინგის სამაგისტრო პროგრამის კურსდამთავრებულებს შეუძლიათ გააგრძელონ სწავლა არა მხოლოდ მარკეტინგის, არამედ ეკონომიკისა და ბიზნესის ადმინისტრირების ფართო პროფილის შესაბამისი სადოქტორო საფეხურის კვალიფიკაციებით.</p>

მოდული / სტაჟირება / კვლევითი კომპონენტი	კოდი	სტატუსი	კრედიტის რაოდენობა	კრედიტების განაწილება კურსებისა და სემესტრების მიხედვით				საათების განაწილება						
				I წელი		II წელი		ლექცია	საკონტაქტო საათები				დამოუკიდებელი მუშაობ	საკონტაქტო საათების
				I სემესტრი	II სემესტრი	III სემესტრი	IV სემესტრი		სემინარი / ჯგუფური მუშაობა / ლაბორატორიული სამუშაო / პროექტული შუალედური გამოცდები	დასკვნითი გამოცდა	საკონტაქტო საათების საერთო			
სასწავლო კომპონენტი		სავალდებულო	80											
სავალდებულო სასწავლო კურსები														
მენეჯერული ეკონომიკა	FIN1013	სავალდებულო	8	8				14	14	2	2	32	168	200
რაოდენობრივი ანალიზი ბიზნესისთვის	BUS1021	სავალდებულო	8		8			16	26	2	2	46	154	200
პროფესიული წერა	BUS1020	სავალდებულო	6	6				14	14	2	2	32	118	150
სტრატეგიული მენეჯმენტი	MGT1034	სავალდებულო	8	8				14	14	2	2	32	168	200
კვლევის მეთოდები ბიზნესისთვის	BUS1008	სავალდებულო	5		5			14	14	2	2	32	93	125
მარკეტინგის ქეისები და ანალიზი	MKT1006	სავალდებულო	5	5				11	17	2	2	32	93	125
ციფრული მარკეტინგი	MKT1028	სავალდებულო	5		5			19	9	2	2	32	93	125
სოციალური მედიის გამოყენება	MKT1007	სავალდებულო	5		5			14	14	2	2	32	93	125
ადამიანური რესურსების სტრატეგიული მართვა	MGT1038	სავალდებულო	6		6			16	12	2	2	32	118	150

ფინანსური მენეჯმენტი	BUS1009	სავალდებულო	8	8			14	14	2	2	32	168	200
მარკეტინგული გეგმა და ანალიზი	MKT1001	სავალდებულო	5		5		12	16	2	2	46	79	125
სტრატეგიული მარკეტინგის ქეისები და ანალიზი	MKT1125	სავალდებულო	5		5		19	9	2	2	32	93	125
პროექტების მართვის გაძლიერებული კურსი	MGT1002	სავალდებულო	6		6		14	14	2	2	32	118	150
კვლევითი კომპონენტი - სამაგისტრო ნაშრომი	BUS1025	სავალდებულო	30			30	30			2	32	718	750
არჩევითი კურსები		არჩევითი	10		5/5/6								
ნეირომარკეტინგი	MKT1123	არჩევითი	6		*		16	12	2	2	32	118	150
კონკურენცია და მარეგულირებელი კანონი	FIN1001	არჩევითი	5		*		14	14	2	2	32	93	125
ელექტრო ბიზნესი	MKT1124	არჩევითი	6		*		16	12	2	2	32	118	150
საზოგადოებასთან ურთიერთობის ქეისები და ანალიზი	MKT1004	არჩევითი	5		*	*	14	14	2	2	32	93	125
პოლისტიკური მარკეტინგი	MKT1008	არჩევითი	6		*		15	13	2	2	32	118	150
ბრენდინგის მეთოდები და ანალიზი	MKT1003	არჩევითი	5			*	15	13	2	2	32	93	125
ფასების პოლიტიკა და ტაქტიკა	MKT1126	არჩევითი	6			*	13	15	2	2	32	118	150
ბიზნეს სიმულაციები და ანალიზი	BUS1007	არჩევითი	6			*	12	16	2	2	32	118	150
3D დიზაინი და პროდუქტის განვითარება	MKT1127	არჩევითი	5			*	14	14	2	2	32	93	125
სტაჟირება	BUS1024	არჩევითი	10			*				1		249	250
სულ			120										

კომპიუტერული მეცნიერება

საგანმანათლებლო პროგრამის სახელწოდება:	კომპიუტერული მეცნიერება
მისანიჭებელი კვალიფიკაცია:	კომპიუტერული მეცნიერების მაგისტრი /Master of Computer Science
პროგრამის მოცულობა კრედიტებით:	120 ECTS
სწავლების ენა:	ინგლისური
პროგრამაზე დაშვების წინაპირობა:	<p>სამაგისტრო პროგრამაზე სტუდენტთა ჩარიცხვა ხდება საქართველოს კანონმდებლობის შესაბამისად - საერთო სამაგისტრო გამოცდების შედეგების საფუძველზე (კანონმდებლობით გათვალისწინებულ შემთხვევებში საერთო სამაგისტრო გამოცდების ჩაბარების გარეშე).</p> <p>სამაგისტრო პროგრამის სტუდენტი შეიძლება გახდეს ბაკალავრის ან მასთან გათანაბრებული აკადემიური ხარისხის მქონე პირი. გარდა ამისა, პროგრამაზე სწავლის მსურველმა უნდა ჩააბაროს შიდა საუნივერსიტეტო გამოცდა სპეციალობასა და ინგლისურ ენაში (B2 დონე). მისაღები გამოცდების საკითხები და შეფასების სისტემა წინასწარ განთავსდება უნივერსიტეტის ვებ გვერდზე. ინგლისური ენის გამოცდის ჩაბარებისგან თავისუფლდებიან პირები, რომელთაც დამთავრებული აქვთ ინგლისურენოვანი საგანმანათლებლო პროგრამა ან აქვთ ინგლისური ენის B2 დონეზე ფლობის დამადასტურებელი საერთაშორისო სერტიფიკატი. დაწვრილებითი ინფორმაცია იხილეთ სამაგისტრო სწავლების დებულებაში. გამოცდები ინგლისურსა და სპეციალობაში განაწილებულია შემდეგი კოეფიციენტის მიხედვით: 40%-60% შესაბამისად.</p> <p>უცხო ქვეყნის მოქალაქეები პროგრამაზე ირიცხებიან საქართველოს კანონმდებლობის შესაბამისად, ერთიანი ეროვნული გამოცდების გარეშე. პროგრამაზე დაშვების წინაპირობები განთავსებულია ვებ გვერდზე: https://iro.ibsu.edu.ge/en/home</p>
საგანმანათლებლო პროგრამის მიზანი:	<p>კომპიუტერულ მეცნიერებაში სამაგისტრო პროგრამის მიზანია</p> <p>(1) კომპიუტერული მეცნიერების მაგისტრანტს შესთავაზოს სამეცნიერო კვლევებზე დაფუძნებული სწავლება, რომლის საშუალებითაც სტუდენტი გაიღრმავებს ცოდნას კომპიუტერული მეცნიერების</p>

	<p>თეორიულ და პრაქტიკულ საკითხებში. კერძოდ, სამაგისტრო პროგრამა ფოკუსირებულია სტუდენტს ღრმად შეასწავლოს კურსები კომპიუტერული მეცნიერების სამი მიმართულებიდან: თეორიული კომპიუტერული მეცნიერება, სისტემების დიზაინი და უსაფრთხოება, ხელოვნური ინტელექტი.</p> <p>(2) კომპიუტერული მეცნიერების დარგში მაგისტრანტის ინდუსტრიისთვის საჭირო ცოდნის გაღრმავება; რაც ნიშნავს, მაგისტრანტი დააოსტატოს ინდუსტრიისთვის სპეციფიკური ამოცანების ფორმულირებაში, ანალიზში, გადაჭრაში და რეალიზაციაში. ასევე, მაგისტრანტს გაუღრმავოს ტექნიკური დოკუმენტაციის მომზადებისთვის, მიებისთვის და დარგის სპეციალისტებთან კომუნიკაციისთვის საჭირო უნარ-ჩვევები.</p> <p>(3) მოამზადოს მაგისტრანტები აკადემიური განათლების შემდეგ საფეხურზე სწავლის გასაგრძელებლად კომპიუტერული მეცნიერების, კომპიუტერული ინჟინერიის, საინფორმაციო მეცნიერებების, ხელოვნური ინტელექტის და ინფორმაციული ტექნოლოგიების სპეციალობებით.</p>
<p>სწავლის შედეგები</p>	<p>კომპიუტერული მეცნიერების სამაგისტრო პროგრამის დასრულების შემთხვევაში კურსდამთავრებულს ჩამოუყალიბდება სპეციალობით საქმიანობისათვის აუცილებელი შემდეგი კომპეტენციები:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. სიღრმისეულად და კრიტიკულად განიხილავს ალგორითმების და მოდელირების თეორიის, პროგრამული ენებისა და სისტემების იმპლემენტაციის, მონაცემების მოპოვების, დაცვისა და დამუშავების საკითხებს. 2. განსაზღვრავს კომპიუტერული მეცნიერების გამოყენების შესაძლებლობებს პრაქტიკული და თეორიული ამოცანების გადასაწყვეტად. დეტალურად აღწერს ინდუსტრიისთვის საჭირო კომპიუტერულ სისტემებს. აყალიბებს პრობლემის მოდელირებისა და გადაჭრის გზებს. 3. ახდენს კვლევის მეთოდების კლასიფიცირებას, განიხილავს კომპიუტერული მეცნიერების სფეროს შესაბამის ტექნიკურ ლიტერატურას, რეპორტის მომზადების, სამაგისტრო ნაშრომის წერის და მოხსენების გაკეთების საშუალებებს. 4. კეთილსინდისიერების პრინციპების დაცვით წარმართავს კოლაბორაციულ კვლევას, ქმნის და იყენებს პროგრამულ უზრუნველყოფას კომპიუტერული მეცნიერების სფეროს შესაბამისი