

## ბიზნესის ადმინისტრირება - მარკეტინგი

საგანმანათლებლო პროგრამის სახელწოდება:	ბიზნესის ადმინისტრირება - მარკეტინგი
მისანიჭებელი კვალიფიკაცია:	Bachelor of Business Administration (BBA) in Marketing/ ბიზნესის ადმინისტრირების ბაკალავრი მარკეტინგში
პროგრამის მოცულობა კრედიტებით:	180 კრედიტი
სწავლების ენა:	ინგლისური
პროგრამაზე დაშვების წინაპირობა:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• აბიტურიენტი ირიცხება საბაკალავრო საგანმანათლებლო პროგრამაზე საქართველოს კანონმდებლობით დადგენილი წესით - ერთიანი ეროვნული გამოცდების შედეგების საფუძველზე. ერთ-ერთი სავალდებულო საგანია: მათემატიკა/ისტორია. გარდა ამისა, აბიტურიენტმა ერთიანი ეროვნულ გამოცდებზე უნდა ჩააბაროს მხოლოდ ინგლისური უცხო ენებში და უნდა გადააჭარბოს 50% + 1-ს.</li> <li>• საბაკალავრო პროგრამაზე ჩარიცხვის უფლება აქვს სრული ზოგადი განათლების მქონე პირს. კანონით გათვალისწინებულ შემთხვევებში ჩარიცხვა შესაძლებელია კანონით დადგენილი წესით, ერთიანი ეროვნული გამოცდების ჩაბარების გარეშე. უცხო ქვეყნის მოქალაქეებისთვის პროგრამაში მიღების პირობები შეგიძლიათ იხილოთ ბმულზე - <a href="https://iro.ibsu.edu.ge/admissions/">https://iro.ibsu.edu.ge/admissions/</a>.</li> <li>• საქართველოს განათლებისა და მეცნიერების მინისტრის №10 ბრძანება (4.02.2010) „უმაღლესი საგანმანათლებლო დაწესებულებიდან სხვა უმაღლეს სასწავლებლებში გადაყვანისა და საფასურის დამტკიცების წესის შესახებ“ სტუდენტების ჩარიცხვა ხდება მობილობის შესაბამისად. წესები.</li> </ul>
საგანმანათლებლო პროგრამის მიზანი::	<p>მარკეტინგის პროგრამის მიზანია:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. მოამზადოს კონკურენტუნარიანი სპეციალისტები დარგის სპეციფიკის გათვალისწინებით, რომლებსაც ექნებათ შესაბამისი თეორიული ცოდნა და პრაქტიკული უნარები, რათა ადგილობრივ და საერთაშორისო დონეზე თანამედროვე სტანდარტების შესაბამისი მარკეტინგის საქმიანობის განხორციელება შეძლონ.</li> </ol>

	<p>2. სტუდენტებში კრიტიკული აზროვნებისა და ანალიტიკური უნარების განვითარება, რაც საშუალებას მათ, ბაზრის თანამედროვე ტენდენციები შეაფასონ და მიიღონ კვლევაზე დაფუძნებული ეფექტიანი მარკეტინგული გადაწყვეტილებები;</p> <p>3. მოამზადოს სტუდენტები, რომლებიც ბიზნეს ცვალებადი გარემოში არსებულ გამოწვევებს უპასუხებენ და მარკეტინგის ინდუსტრიაში ინტეგრირებას შეძლებენ შესაბამისი ეთიკური ნორმების დაცვით.</p>	
<p><b>სწავლის შედეგები</b></p>	<p><b>ცოდნა და გაცნობიერება</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. განმარტავს ბიზნესის ადმინისტრირებისა და მარკეტინგის ძირითად კონცეფციებს, თანამედროვე ტერმინებს, ცნებებს და დებულებებს;</li> <li>2. აღწერს მიზნობრივი ბაზრის შერჩევისა და მარკეტინგული კომპლექსის ელემენტების ფორმირების სტრატეგიებს;</li> <li>3. მიმოიხილავს მარკეტინგული ინფორმაციის სისტემას, მომხმარებელთა ქცევის თავისებურებებს. მარკეტინგის სოციალური პასუხისმგებლობისა და ეთიკის საკითხებს;</li> <li>4. ხსნის ბიზნესგარემოში მიმდინარე პროცესებს თანამედროვე ტექნოლოგიებისა და მარკეტინგული კვლევის უახლესი ასპექტების გათვალისწინებით.</li> </ol>
	<p><b>უნარი</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>5. იყენებს მარკეტინგულ მიდგომებს ბიზნესის სფეროში არსებული პრობლემების გადასაჭრელად;</li> <li>6. აანალიზებს მომხმარებელთა ქცევის თავისებურებებს, ბრენდინგისა და რეკლამის სტრატეგიებს;</li> <li>7. აანალიზებს მარკეტინგულ მონაცემებს უახლესი მეთოდების გამოყენებით და მარკეტინგული კვლევის შედეგებს სათანადო დასკვნების ჩამოსაყალიბებლად;</li> </ol>

		8. ამყარებს ურთიერთობებს ბიზნესის დარგის სპეციალისტებთან, დაინტერესებულ მხარეებთან, კომუნიკაციის თანამედროვე ციფრული ტექნოლოგიების გამოყენებით.
	<b>პასუხისმგებლობა და ავტონომიურობა:</b>	9. მარკეტინგულ საქმიანობას წარმართავს ეთიკის ნორმების, კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის და მდგრადი განვითარების პრინციპების დაცვით.
<b>სტუდენტის ცოდნის შეფასების სისტემა</b>	<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> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) (A) ფრიადი –91 - 100 ქულა;</li> <li>2) (B) ძალიან კარგი –81 - 90 ქულა;</li> <li>3) (C) კარგი –71 - 80 ქულა;</li> <li>4) (D) დამაკმაყოფილებელი –61 - 70 ქულა;</li> <li>5) (E) საკმარისი –51 - 60 ქულა.</li> </ol> <p>ბ) ორი სახის უარყოფით შეფასებას</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) (FX) ვერ ჩააბარა –41 - 50 ქულა, რაც ნიშნავს, რომ სტუდენტს ჩასაბარებლად მეტი მუშაობა სჭირდება და ეძლევა დამოუკიდებელი მუშაობით დამატებით გამოცდაზე ერთხელ გასვლის უფლება;</li> <li>2) (F) ჩაიჭრა –40 ქულა და ნაკლები, რაც ნიშნავს, რომ სტუდენტის მიერ ჩატარებული სამუშაო არ არის საკმარისი და მას სასწავლო კურსი/ საგანი ახლიდან აქვს შესასწავლი.</li> </ol> <p>შუალედური და დასკვნითი შეფასებებისთვის განსაზღვრულია მინიმალური კომპეტენციის ზღვარი. დასკვნითი შეფასების მინიმალური კომპეტენციის ზღვრის ხვედრითი წილი არ აღემატება დასკვნითი შეფასების 51%-ს.</p>	

	<p>შუალედური და დასკვნითი შეფასებების ქულობრივი განაწილება, მათი მინიმალური კომპეტენციის ზღვარი და შეფასების რუბრიკები გაწერილია შესაბამისი კომპონენტის სილაბუსში.</p> <p>კრედიტის მიღება შესაძლებელია მხოლოდ სტუდენტის მიერ სილაბუსით დადგენილი სწავლის შედეგების მიღწევის შემდეგ, ქვემოთ მოყვანილი აუცილებელი მოთხოვნების გათვალისწინებით:</p> <p>ა) შუალედური და დასკვნითი შეფასებების მინიმალური კომპეტენციის ზღვრის გადალახვის შემთხვევაში;</p> <p>ბ) საბოლოო შეფასების მაქსიმალური 100 ქულიდან მინიმუმ 51 ქულის მოგროვების შემთხვევაში.</p> <p>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.</p> <p>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>
<p><b>დასაქმების სფერო</b></p>	<p>ბიზნესის ადმინისტრირება - მარკეტინგის საბაკალავრო პროგრამის ფარგლებში შექმნილი ცოდნისა უნარების დახმარებით, კურსდამთავრებულს საშუალება ექნება დასაქმდეს სახელმწიფო და კერძო სექტორში, სხვადასხვა პროფილის ორგანიზაციებში (საწარმოო და ბიზნეს სტრუქტურები), სადაც ის პრაქტიკულად განახორციელებს ძირითად პროფესიულ ფუნქციებს როგორც დამოუკიდებლად, ასევე ჯგუფში მუშაობის დროს. კურსდამთავრებულს შეუძლია სწავლა გააგრძელოს არა მხოლოდ ზოგადად ბიზნესის და მარკეტინგის, არამედ სხვა პროფილითაც, შესაბამის სამაგისტრო პროგრამაზე დაშვების წინაპირობებისა და კანონმდებლობის მოთხოვნების გათვალისწინებით.</p>

სასწავლო კურსი / პრაქტიკა / კვლევითი კომპონენტი	სტატუსი	კრედიტების რაოდენობა	კრედიტების განაწილება სასწავლო კურსებისა და სემესტრების მიხედვით						საათების განაწილება						
			I ს.წ.		II ს.წ.		III ს.წ.		საკონტაქტო					დამოუკიდებელი მუშაობა	ჯამური საათები
			I სემესტრი	II სემესტრი	III სემესტრი	IV სემესტრი	V სემესტრი	VI სემესტრი	ლექცია	სემინარი/ჯგუფური მუშაობა/პრაქტიკული სამუშაო	შუალედური გამოცდ(ა)ები	დასკვნითი გამოცდა	სულ საკონტაქტო		
სავალდებულო თავისუფალი კომპონენტი			20 ECTS												
აკადემიური წერა	სავალდებულო	5	5						14	14	2	2	32	93	125
კომპიუტერული უნარები	სავალდებულო	5	5						14	14	2	2	32	93	125
ზოგადი ინგლისური B2.1	სავალდებულო	5	5						28	28	2	4	62	63	125
ზოგადი ინგლისური B2.2	სავალდებულო	5		5					28	28	2	4	62	63	125
ძირითადი სპეციალობის სავალდებულო კომპონენტი			130 ECTS												
მათემატიკა I	სავალდებულო	5	5						14	28	2	2	46	79	125
ეკონომიკის საფუძვლები	სავალდებულო	5	5						14	14	2	2	32	93	125
ბიზნესის ადმინისტრირების საფუძვლები	სავალდებულო	5	5						14	14	2	2	32	93	125
მათემატიკა II	სავალდებულო	5		5					14	28	2	2	46	79	125

მენეჯმენტის საფუძვლები	სავალდებულო	5		5			14	14	2	2	32	93	125
მარკეტინგის საფუძვლები	სავალდებულო	5		5			14	14	2	2	32	93	125
მონაცემთა ანალიზი და მოდელირება ელექტორნული ცხრილებით	სავალდებულო	5		5			14	14	2	2	32	93	125
ბულალტრული აღრიცხვის საფუძვლები	სავალდებულო	5		5			15	13	2	2	32	93	125
ბიზნესის სამართლებრივი გარემო	სავალდებულო	4		4			14	14	2	2	32	68	100
სტატისტიკა და ალბათობა ბიზნესისათვის	სავალდებულო	6		6			14	28	2	2	46	109	150
ბრენდინგის საფუძვლები	სავალდებულო	5		5			14	14	2	2	32	93	125
ფინანსების საფუძვლები	სავალდებულო	5		5			16	12	2	2	32	93	125
საზოგადოებასთან ურთიერთობები	სავალდებულო	4		4			14	14	2	2	32	68	100
საერთაშორისო მარკეტინგი	სავალდებულო	5		5			14	14	2	2	32	93	125
ციფრული მარკეტინგის საფუძვლები	სავალდებულო	5		5			14	14	2	2	32	93	125
საცალო ვაჭრობა	სავალდებულო	4		4			14	14	2	2	32	68	100
რეკლამა	სავალდებულო	4		4			14	14	2	2	32	68	100
გაყიდვების მენეჯმენტი	სავალდებულო	5				5	14	14	2	2	32	93	125
მარკეტინგის მენეჯმენტი	სავალდებულო	6				6	14	28	2	2	46	104	150
მომსახურების მარკეტინგი	სავალდებულო	5				5	14	14	2	2	32	93	125

მომხმარებელთა ქცევა	სავალდებულო	5					5	14	14	2	2	32	93	125
მარკეტინგული კვლევა	სავალდებულო	6					6	14	28	2	2	46	104	150
სტრატეგიული მარკეტინგი	სავალდებულო	5					5	14	14	2	2	32	93	125
საბაკალავრო ნაშრომი	სავალდებულო	6					6	6						150
პრაქტიკა	სავალდებულო	10					10	10						250
<b>ძირითადი სპეციალობის არჩევითი კომპონენტი</b>		<b>15 ECTS</b>												
ადამიანური რესურსების მართვა	არჩევითი	5				5		14	14	2	2	32	93	125
პითონი ბიზნესისა და ეკონომიკისთვის	არჩევითი	5				5		14	14	2	2	32	93	125
ბიზნეს ურთიერთობების მარკეტინგი	არჩევითი	5				5		14	14	2	2	32	93	125
პერსონალური ბრენდინგი	არჩევითი	5				5		14	14	2	2	32	93	125
ინტეგრირებული მარკეტინგული კომუნიკაციები	არჩევითი	5				5		14	14	2	2	32	68	100
ლოგისტიკა	არჩევითი	4				4		14	14	2	2	32	68	100
პროდუქტის მენეჯმენტი	არჩევითი	5				5		14	14	2	2	32	93	125

კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა და მდგრადი მარკეტინგი	არჩევითი	4					4		14	14	2	2	32	68	100
სტარტაპ აქსელერატორი	არჩევითი	5					5	5	14	14	2	2	32	93	125
ხელოვნური ინტელექტისა და მარტექსის საფუძვლები	არჩევითი	5						5	14	14	2	2	32	93	125
თავისუფალი არჩევითი კომპონენტი									15ECTS						
სულ		180	30	30	30	30	30	30							