

ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი
ეკონომიკის და ბიზნესის ფაკულტეტი
ბაკალავრიატი
ბიზნესის მიმართულება
ბიზნესის მართვა 2010-2014

I. პროგრამის სახელწოდება:

ბიზნესის ადმინისტრირება (Business Administration)

II. მისანიჭებელი კვალიფიკაცია:

ბიზნესის ადმინისტრირების ბაკალავრი (Bachelor of Business Administration)

III. პროგრამის მოცულობა: 240 ECTS კრედიტი

240 კრედიტი ასე ნაწილდება: 170 კრედიტი მოდის ძირითად მაპროფილებელ სპეციალობაზე. დარჩენილი 70 კრედიტის ფარგლებში სტუდენტს აქვს შესაძლებლობა აირჩიოს დამატებითი სპეციალობა 60 კრედიტის მოცულობით და არჩევითი (ე.წ. თავისუფალი კომპონენტები) 10 კრედიტის მოცულობით, ან სულ აითვისოს თავისუფალი კრედიტების სახით. კრედიტების ყოველწლიური რაოდენობა არის 60.

ძირითად მაპროფილებელ სპეციალობაზე 7 არჩევითი მოდულიდან სტუდენტი ირჩევს მხოლოდ ერთს:

1. საერთაშორისო ბიზნესი
2. მენეჯმენტი
3. მარკეტინგი
4. ფინანსები და საბანკო საქმე
5. აღრიცხვა-ანგარიშგება, აუდიტი
6. ტურიზმისა და მასპინძლობის მენეჯმენტი
7. ინფორმაციული მენეჯმენტი

IV. სწავლების ენა: ქართული

V. საგანმანათლებლო პროგრამის მიზანი

პროგრამის მიზანია ბიზნესის ადმინისტრირების ბაკალავრის აკადემიური ხარისხის მქონე კონკურენტუნარიანი სპეციალისტების მომზადება, რომლებიც ბიზნეს-პროცესებისა და ორგანიზაციების ეფექტიან მართვას შეძლებენ. ამაში მათ

დაეხმარება მმართველობითი საქმიანობის თეორიული და პრაქტიკული ასპექტების საფუძვლიანი ცოდნა და პროფესიული კარიერისათვის აუცილებელი უნარ-ჩვევები.

ბიზნესის ადმინისტრირების საბაკალავრო პროგრამის მიზანი შეესაბამება ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის მისიას, რომელიც ითვალისწინებს საზოგადოების ინტელექტუალური, ზნეობრივი, კულტურული და სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების ხელშეწყობას, ინოვაციურ კვლევებსა და სწავლებას, სამეცნიერო კვლევების განვითარებას, სტუდენტზე ორიენტირებულ სწავლებას და კონკურენტუნარიანი კადრების მომზადებას, საერთაშორისო თანამშრომლობის განვითარებას.

VI. პროგრამაზე დაშვების წინაპირობა: ბიზნესის ადმინისტრირების საბაკალავრო პროგრამაზე მიღების წინაპირობაა ერთიანი ეროვნული გამოცდების შედეგები, გარდა კანონმდებლობით განსაზღვრული შემთხვევებისა.

VII. სწავლის შედეგები:

1. ცოდნა და გაცნობიერება.

ბიზნესის ადმინისტრირების საბაკალავრო პროგრამის კურსდამთავრებულს ექნება ბიზნესის მართვის მრავალმხრივი თეორიული და პრაქტიკული ცოდნა. კერძოდ, მას ეცოდინება: ბიზნესის მართვის ფუნდამენტური დებულებების, კონცეფციებისა და ძირითადი პრინციპების დეტალურად ჩამოყალიბება; ქვეყნის ეკონომიკურ განვითარებაში ბიზნესის ადგილისა და როლის შეფასება; ბიზნესის როლის დაკავშირება მდგრადი განვითარების ძირითად პრინციპებთან; ბიზნესის სფეროში არსებული სათანადო ტერმინოლოგიის განმარტება; ორგანიზაციების ეროვნული და გლობალური ეკონომიკური გარემოს აღწერა; საბაზრო ეკონომიკის უმნიშვნელოვანესი პრობლემების ჩამოთვლა; ბიზნესის განვითარების თეორიული პრობლემების გამოკვეთა და მათი გადაჭრის გზების განსაზღვრა; ორგანიზაციასა და საზოგადოებაში სამართლებრივი, ეთიკური და კულტურათაშორისი პასუხისმგებლობის შეცნობა; ბიზნესის სფეროში მუშაობისათვის აუცილებელი რაოდენობრივი და სტატისტიკური მეთოდების შერჩევა; ბიზნეს-გარემოში მიმდინარე ცვლილებების გამოცნობა და მათთან მისადაგება; ბიზნესის ფუნქციონალური სფეროების – ზოგადი და ოპერაციული მენეჯმენტის, მარკეტინგისა და გაყიდვების, ფინანსების, ბუღალტერიის, მართვის საკომუნიკაციო და საინფორმაციო პრობლემების გამოკვეთა და მათი ურთიერთშეპირისპირება.

2. ცოდნის პრაქტიკაში გამოყენების უნარი.

ბიზნესის ადმინისტრირების საბაკალავრო პროგრამის კურსდამთავრებულს შეეძლება: თანამედროვე ბიზნესის განვითარების თავისებურებების დემონსტრირება, ქვეყნის სოციალურ-ეკონომიკური ვითარების ობიექტური ახსნა, ბიზნესის სფეროში მიმდინარე პროცესების გამოცნობა, ბიზნეს-გარემოს ანალიზისათვის შესაბამისი ინსტრუმენტების გამოყენება, ორგანიზაციის საქმიანობაზე მაკრო და მიკროეკონომიკური გავლენის ჩვენება, ორგანიზაციული პროცესების იდენტიფიცირება, ბიზნეს-პროცესის მონაწილეების განსაზღვრა, ორგანიზაციის წინაშე არსებული მმართველობითი პრობლემების აღმოჩენა და მათი გადაჭრა საკუთარი კომპეტენციის ფარგლებში, საბაზისო დოკუმენტების მომზადება, მარკეტინგული მონაცემების მოძიება და ანალიზი, მომხმარებელთა ქცევის თავისებურებების გამოცნობა, ბაზრის კვლევა და მისი შესაძლებლობების განსაზღვრა, მარკეტინგული ღონისძიებების განხორციელება, საბანკო-საფინანსო სფეროში არსებული პრობლემების გამოცნობა, ფინანსური ინფორმაციის მოძიება და ანალიზი, ფინანსური დოკუმენტების მომზადება, ბუღალტრული და ფინანსური სისტემების გამოყენება, ორგანიზაციის ფუნქციონალურ ქვედანაყოფებს შორის თანამშრომლობის შექმნა, ბიზნეს-პროექტების ცალკეული კომპონენტის შემუშავება, ბიზნესის მართვასთან სამართლებრივი და ეთიკური პრინციპების დაკავშირება.

3. დასკვნის უნარი.

ბიზნესის ადმინისტრირების საბაკალავრო პროგრამის კურსდამთავრებულს შეეძლება:

- აბსტრაქტული აზროვნება;
- სხვადასხვა წყაროდან ინფორმაციის მოპოვება, დალაგება, ანალიზი და სინთეზი;
- ბიზნესის სფეროში არსებული ძირითადი პრობლემების იდენტიფიკაცია, გამოცალკავება და ერთმანეთთან შედარება;
- ბიზნესის სფეროში მიმდინარე პროცესებზე მოქმედი ფაქტორების შეპირისპირება და შეფასება;
- ორგანიზაციის ანალიზისათვის შესაბამისი ინსტრუმენტების გამორჩევა;
- ჩატარებული კვლევის შედეგად მიღებული მონაცემების სწორი დიაგნოსტიკა;
- ახალი ინფორმაციის განზოგადება;
- შედეგების ფორმულირება და დასკვნების გამოტანა;
- გადაწყვეტილების მიღებისათვის მომზადება;
- არგუმენტირებული გადაწყვეტილების მიღება, ძირითადად, ოპერაციულ ან ტაქტიკურ დონეზე;
- შეთავაზებული გადაწყვეტილების დაცვა;
- განსახორციელებელი ღონისძიებების შემუშავება და სამოქმედო გეგმის შედგენა;
- ხელმძღვანელობისათვის სამოქმედო გეგმის შეთავაზება.

4. კომუნიკაციის უნარი.

ბიზნესის ადმინისტრირების საბაკალავრო პროგრამის კურსდამთავრებულს შეეძლება:

- იდეების, არსებული პრობლემებისა და გადაჭრის გზების შესახებ დეტალური წერილობითი ანგარიშის მომზადება,
- უცხო ენაზე კომუნიკაცია B2 დონეზე;
- ბიზნესის დარგის სპეციალისტებთან დისკუსიაში მონაწილეობა ქართულ და უცხოურ ენაზე;
- რეფერატული სახის ნაშრომის მომზადება და მისი პრეზენტაცია;
- საქმიანი დოკუმენტის შედგენა ბიზნეს-ტერმინოლოგიის გამოყენებით;
- საკითხის ჩამოყალიბება და მისი წარდგენა როგორც წერილობით, ასევე ზეპირად;
- თანამედროვე საინფორმაციო და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების თავისუფლად გამოყენება;
- ელექტრონული დოკუმენტებთან, ელექტრონულ ცხრილებთან და მონაცემთა ბაზებთან მუშაობა;
- ბიზნესის შესაბამისი საინფორმაციო ბაზებისა და პროგრამების გამოყენება;
- ახალ სიტუაციაში ადაპტირება;
- საკუთარი მოსაზრებების გამოხატვა და დაცვა;
- ჯგუფში მუშაობა და ჯგუფური გადაწყვეტილებების შემუშავებაში მონაწილეობა;
- სოციალური ინტერაქცია და კოოპერაცია;
- სხვა სფეროს ექსპერტებთან კომუნიკაცია და კამათი;
- პროფესიულ მოლაპარაკებასა და კონფლიქტების მოგვარებაში მონაწილეობა.

5. სწავლის უნარი.

ბიზნესის ადმინისტრირების საბაკალავრო პროგრამის კურსდამთავრებულს შეეძლება:

- საკუთარი სწავლის პროცესის თანმიმდევრულად და მრავალმხრივად შეფასება;
- შემდგომი სწავლის საჭიროებების დადგენა;
- ცოდნის განახლება და დამოუკიდებლად, ლიტერატურის გამოყენებით ცოდნის ამაღლება;
- სამეცნიერო დარგობრივ ლიტერატურასთან დამოუკიდებლად მუშაობა;
- ცოდნის რეგულარულად განახლება დარგობრივი ლიტერატურის კითხვით.

6. ღირებულებები.

ბიზნესის ადმინისტრირების საბაკალავრო პროგრამის კურსდამთავრებულს ექნება შემდეგი ღირებულებები:

- ბიზნესის წარმართვასთან დაკავშირებული ღირებულებების ფორმირების პროცესში მონაწილეობა და მათ დასამკვიდრებლად სწრაფვა;

- ეთიკური ნორმების დაცვა;
- გარემოს უსაფრთხოების დაცვა;
- სოციალური და სამოქალაქო პასუხისმგებლობის გაცნობიერება;
- თანაბარი შესაძლებლობებისა და გენდერული პრობლემების გათავისება და დემონსტრირება;
- ადამიანთა მოტივაციისა და საერთო მიზნების მისაღწევად მათი ორგანიზება.

თავისუფალი კომპონენტებისა და დამატებითი სპეციალობის სწავლის შედეგები ითვალისწინებს სტუდენტის მიერ უნივერსიტეტში არსებული სასწავლო პროგრამებიდან ისეთი სასწავლო კურსები შერჩევას, რომლებიც სტუდენტის ინტერესებიდან გამომდინარე, დამატებითი კომპეტენციების შეძენას განაპირობებენ.

VIII. სწავლის შედეგების მიღწევის მეთოდები

ბიზნესის ადმინისტრირების საბაკალავრო პროგრამით სტუდენტების სწავლებისას, ტრადიციულ ლექციებთან ერთად, გამოიყენება პრაქტიკული და სემინარული მეცადინეობები, პრეზენტაციები და სწავლების სხვა აქტიური მეთოდები.

IX. სტუდენტის ცოდნის შეფასების სისტემა

სტუდენტის ცოდნის შეფასება მოხდება 100 ქულიანი სისტემით. 100 ქულა არის მაქსიმალური შეფასება. კრედიტის მინიჭების წინაპირობაა 100–დან 51 ქულის დაგროვება. შეფასების ამ სისტემაში ქულების განაწილების სქემა ასეთია:

ქულათა მაქსიმალური რაოდენობიდან	შეფასება	ნიშანი
91%-ზე მეტი	„A” ფრიადი	დადებითი
81-90%	„B ძალიან კარგი	დადებითი
71-80%	„C კარგი	დადებითი
61-70%	„D დამაკმაყოფილებელი	დადებითი
51-60%	„E” საკმარისი	დადებითი

41-50%	„FX” ვერ ჩააბარა	უარყოფითი
0-40%	„F” ჩაიჭრა	უარყოფითი

დასკვნით გამოცდაზე გასვლის წინაპირობაა შუალედურ შეფასებებში მინიმუმ 11 –21 ქულის მიღება სასწავლო კურსის შესაბამისად, ხოლო დასკვნითი გამოცდა ითვლება ჩაბარებულად, თუ სტუდენტმა გამოცდაზე მიიღო მაქსიმალური ქულის 50%.

X. სასწავლო გეგმა

ბიზნესის ადმინისტრირების საბაკალავრო პროგრამის ხანგრძლივობაა 4 აკადემიური წელი (8 სემესტრი), მოიცავს 152 კვირას, 6000 საათს და ითვალისწინებს 240 ECTS კრედიტის დაგროვებას. ერთი სასწავლო წელი შედგება ორი – შემოდგომისა და გაზაფხულის სემესტრებისაგან. ერთი სემესტრის ხანგრძლივობა შეადგენს 19 კვირას (15 კვირა სააუდიტორიო მეცადინეობები, 16-ე-19-ე კვირა სასესიო პერიოდი). ერთი კრედიტი უტოლდება 25 საათს, რომელიც ფარავს როგორც სააუდიტორიო, ისე დამოუკიდებელ მუშაობას. ამასთან, სააუდიტორიო მუშაობა შეადგენს დატვირთვის დაახლოებით 40%-ს,

საკონტაქტო პირი:

პროგრამის ხელმძღვანელი სრული პროფესორი ნუგზარ თოდუა

ტელეფონის ნომერი: ტელ. (+995 32) 30 45 92 (ოფისი)

ელექტრონული ფოსტა: nugzar.todua@tsu.ge nugzartodua@yahoo.com

კონსულტაციების გაწევის დრო: ოთხშაბათი; 14 სთ-დან 17-საათამდე

სასწავლო გეგმა

ფაკულტეტი: ეკონომიკისა და ბიზნესის

ინსტიტუტი / დეპარტამენტი / კათედრა / მიმართულება: ბიზნესის

საბაკალავრო პროგრამის სახელწოდება: ბიზნესის ადმინისტრირება 2010-2014

საბაკალავრო პროგრამის ხელმძღვანელი/კოორდინატორი: სრული პროფესორი ნუგზარ თოდუა

აკადემიური საბჭოს მიერ პროგრამის დამტკიცების თარიღი, დადგენილების ნომერი: 2010 წლის 25 ივნისი, № 64/2010

პროგრამის ამოქმედების თარიღი (სასწავლო წელი): 2010-2011

საფაკულტეტო სასწავლო კურსები / მოდულები						
საფაკულტეტო (საბაზისო) სავალდებულო სასწავლო კურსები / მოდულები						
კოდი	კურსის/მოდულის სახელწოდება	ECTS კრედიტები	საკონტაქტო / დამოუკიდებელი	საგანზე/მოდულზე დაშვების	სწავლების სემესტრი (შემოდგომის)	ლექტორი/ლექტორები

			მუშაობის საათების რაოდენობა	წინაპირობა	/ გაზაფხულის)	
	ეკონომიკის პრინციპები 1	5	45/80	_____	1	შემოდგომის,
	ეკონომიკის პრინციპები 2	5	45/80	ეკონომიკის პრინციპები 1	2	გაზაფხულის
	მათემატიკა ეკონომისტების ათვის 1	5	60/65	_____	1	შემოდგომის
	მათემატიკა ეკონომისტების ათვის 2	5	60/65	მათემატიკა ეკონომისტებისა თვის 1	2	გაზაფხულის
	ალბათობის თეორია და მათემატიკური სტატისტიკა	5	75/50	მათემატიკა ეკონომისტებისა თვის 1	2	გაზაფხულის
	ბიზნესის საფუძვლები	10	90/160	_____	1	შემოდგომის
	ბუღალტრული აღრიცხვის საფუძვლები	5	45/80	ეკონომიკის პრინციპები 1	2	გაზაფხულის
	სტატისტიკა ეკონომიკასა და ბიზნესისთვის 1	5	45/80	მათემატიკა ეკონომისტებისა თვის 1	2	გაზაფხულის
	სტატისტიკა ეკონომიკასა და ბიზნესისთვის 2	5	45/80	სტატისტიკა ეკონომიკასა და ბიზნესისათვის 1	3	შემოდგომის

	ეკონომიკური ინფორმატიკის შესავალი	5	30/95	_____	1	შემოდგომის
	უცხო ენა 1	5	90/35	_____	1	შემოდგომის
	უცხო ენა 2	5	90/35	უცხო ენა 1	2	გაზაფხულის
	უცხო ენა 3	5	90/35	უცხო ენა 2	3	შემოდგომა
	უცხო ენა 4	5	90/35	უცხო ენა 3	4	გაზაფხულის

საგაკულტეტო (საბაზისო) არჩევითი სასწავლო კურსები / მოდულები

კოდი	კურსის/მოდულის სახელწოდება	ECTS კრედიტები	საკონტაქტო / დამოუკიდებელი მუშაობის საათების რაოდენობა	საგანზე/მოდულზე დაშვების წინაპირობა	სწავლების სემესტრი (შემოდგომის / გაზაფხულის)	ლექტორი/ლექტორები
	თავისუფალი კრედიტები	10	90/160	----- ----	7 შემოდგომის, 8 გაზაფხულის	

სპეციალობის (სპეციალიზაციის) სავალდებულო კურსები / მოდულები

კოდი	კურსის/მოდულის სახელწოდება	ECTS კრედიტები	საკონტაქტო / დამოუკიდებელი მუშაობის საათების რაოდენობა	საგანზე/მოდულზე დაშვების წინაპირობა	სწავლების სემესტრი (შემოდგომის / გაზაფხულის)	ლექტორი/ლექტორები

)	
საერთაშორისო ბიზნესი	5	45/80 (1 ლექცია+2 სემინარი/პრაქტიკული)	ბიზნესის საფუძვლები	7	შემოდგომა	
მარკეტინგი 1 (მარკეტინგის საბაზისო კურსი)	5	45/80	ეკონომიკის პრინციპები 1	4	გაზაფხულის	
მარკეტინგი 2 (მარკეტინგის კომპლექსი)	5	45/80	მარკეტინგი 1 (მარკეტინგის საბაზისო კურსი)	5	შემოდგომის	
ფინანსური აღრიცხვა 1	5	45/80	ბუღალტრული აღრიცხვის საფუძვლები	3	შემოდგომის	
ფინანსური აღრიცხვა 2	5	45/80	ფინანსური აღრიცხვა 1	4	გაზაფხულის	
კორპორაციული ფინანსები	5	45/80	ფინანსური ინსტიტუტები და ბაზრები	5	შემოდგომის	
ფინანსური ინსტიტუტები და ბაზრები	5	45/80	ეკონომიკის პრინციპები 2; მათემატიკა ეკონომისტებისათვის 2	4	გაზაფხულის	
მენეჯმენტის საფუძვლები	5	45/80	ბიზნესის საფუძვლები	3	შემოდგომის	

	ადამიანური რესურსების მართვა	5	45/80 (1 ლექცია+2 სემინარი/პრაქ ტიკული)	მენეჯმენტის საფუძვლები	6 გაზაფხულის	
	ოპერაციათ ა მენეჯმენტ ი	5	45/80	ბიზნესის საფუძვლები მენეჯმენტის საფუძვლები	5 შემოდგომის	
	საერთაშორ ისო მარკეტინგ ი	5	45/80 (1 ლექცია+2 სემინარი/პრაქ ტიკული)	მარკეტინგი2 (მარკეტინგის კომპლექსი)	6 გაზაფხულის	ნ.თოდუა
სპეციალობის (სპეციალიზაციის) არჩევითი კურსები / მოდულები შვიდი მოდულიდან სტუდენტი ირჩევს მხოლოდ ერთ მოდულს						
კო დი	კურსის/მოდ ულის სახელწოდებ ა	ECTS კრედიტე ბი	საკონტაქტო / დამოუკიდებე ლი მუშაობის საათების რაოდენობა	საგანზე/მოდულ ზე დაშვების წინაპირობა	სწავლების სემესტრი (შემოდგომის / გაზაფხულის)	ლექტორი/ლექ ტორები
	მოდული1 საერთაშორი სო ბიზნესი	35			5,7 შემოდგომის, 6,8 გაზაფხულის	
1	ევროკავშირი ს ბიზნესის გარემო	5	30/95	ბიზნესის საფუძვლები	V შემოდგომის	
2	საქმიანი თამაშები	5	30/95	ბიზნესის საფუძვლები	VI გაზაფხულის	
3	საერთაშორი სო საფინანსო–	5	30/95	ეკონომიკის პრინციპები 2	VII შემოდგომის	

	საკრედიტო ურთიერთობები					
4	საერთაშორისო ბიზნესის მართვა	5	30/95	ბიზნესის საფუძვლები	VIII გაზაფხულის	
5	ორგანიზაციის თეორია	5	30/95	ბიზნესის საფუძვლები	VII შემოდგომა	
6	საერთაშორისო ბიზნესის უსაფრთხოება	5	30/95	ეკონომიკის პრინციპები 2	VI გაზაფხულის	
7	კვლევითი პროექტი	5		საერთაშორისო საფინანსო-საკრედიტო ურთიერთობები ან ორგანიზაციის თეორია	VIII გაზაფხულის	
	მოდული 2 მენეჯმენტი	35			5,7 შემოდგომის, 6,8 გაზაფხულის	
1	ორგანიზაციული ქცევა	5	30/95	ბიზნესის საფუძვლები, მენეჯმენტის საფუძვლები	V შემოდგომის	
2	საერთაშორისო მენეჯმენტი	5	30/95	ბიზნესის საფუძვლები, მენეჯმენტის საფუძვლები, ოპერაციათა მენეჯმენტი	VII შემოდგომის	
3	პროექტების მართვა	5	30/95	ბიზნესის საფუძვლები, მენეჯმენტის	VII შემოდგომის	

				საფუძვლები. ოპერაციათა მენეჯმენტი		
4	სტრატეგიული მენეჯმენტის საფუძვლები	5	30/95	ბიზნესის საფუძვლები, მენეჯმენტის საფუძვლები, ოპერაციათა მენეჯმენტი	VI გაზაფხულის	
5	ბიზნესის გარემოს სამართლებრივ- ეკონომიკური რეგულირება	5	30/95	ბიზნესის საფუძვლები, მენეჯმენტის საფუძვლები	VIII გაზაფხულის	
6	საზოგადოებრივი ადმინისტრირება	5	30/95	ბიზნესის საფუძვლები, მენეჯმენტის საფუძვლები	VI გაზაფხულის	
7	კვლევითი პროექტი	5		სტრატეგიული მენეჯმენტი ან ორგანიზაციული ქცევა ან საზოგადოებრივი ადმინისტრირება	VIII გაზაფხულის	
	მოდული3 მარკეტინგი	35			5,7 შემოდგომის, 6,8 გაზაფხულის	
1	მომხმარებელთა ქცევა-1	5	30/95	მარკეტინგი1 (მარკეტინგის საბაზისო	V შემოდგომის	

				კურსი)		
2	რეკლამა	5	30/95	მარკეტინგი 2 (მარკეტინგის კომპლექსი)	VI გაზაფხულის	
3	მომსახურების მარკეტინგი	5	30/95	მარკეტინგი 2 (მარკეტინგის კომპლექსი)	VI გაზაფხულის	
4	მარკეტინგული კვლევის პრინციპები	5	30/95	მარკეტინგი 1 (მარკეტინგის საბაზისო კურსი)	VII შემოდგომის	
5	ინტერნეტ- მარკეტინგი	5	30/95	მარკეტინგი 2 (მარკეტინგის კომპლექსი)	VII შემოდგომის	
6	საცალო ვაჭრობა	5	30/95	მარკეტინგი 2 (მარკეტინგის კომპლექსი)	VIII გაზაფხულის	
7	კვლევითი პროექტი	5		რეკლამა და სტიმულირება ან მომხმარებელთა ქცევა 1 ან მარკეტინგული კვლევის პრინციპები	VIII გაზაფხულის	
	მოდული 4 ფინანსები და საბანკო საქმე	35			5,7 შემოდგომის, 6,8 გაზაფხულის	
1	საბანკო საქმე 1	5	30/95	ეკონომიკის პრინციპები 2, მათემატიკა ეკონომისტებისა თვის 2	V შემოდგომის	
2	საბანკო საქმე	5	30/95	საბანკო საქმე 1	VI	

	2				გაზაფხულის	
3	გადასაქმადე ბი და დაბეგვრა	5	30/95	ეკონომიკის პრინციპები 2, მათემატიკა ეკონომისტებისა თვის 2	VII შემოდგომის	
4	ინვესტიციებ ი და ინვესტიციუ რი პროექტები	5	30/95	ეკონომიკის პრინციპები 2, მათემატიკა ეკონომისტებისა თვის 2	VIII გაზაფხულის	
5	სადაზღვევო საქმე	5	30/95	ეკონომიკის პრინციპები 2, მათემატიკა ეკონომისტებისა თვის 2	VI გაზაფხულის	
6	ფასიანი ქალაქების ბაზარი	5	30/95	ეკონომიკის პრინციპები 2, მათემატიკა ეკონომისტებისა თვის 2	VII შემოდგომის	
7	კვლევითი პროექტი	5		საბანკო საქმე 2 ან გადასაქმადე და დაბეგვრა ან სადაზღვევო საქმე ან ფასიანი ქალაქების ბაზარი	VIII გაზაფხულის	
	მოდული 5 აღრიცხვა– ანგარიშგება, აუდიტი	35			5,7 შემოდგომის, 6,8 გაზაფხულის	

1	ფინანსური ანგარიშგება	5	30/95	ფინანსური აღრიცხვა 2	V შემოდგომის	
2	აუდიტის საფუძვლები	5	30/95	ფინანსური აღრიცხვა 2, ეკონომიკური ანალიზი	VIII გაზაფხულის	
3	ეკონომიკური ანალიზი	5	30/95	ფინანსური აღრიცხვა 2	VII შემოდგომის	
4	ინფორმაციული ტექნოლოგიები ბუღალტერი აში	5	30/95	ბუღალტრული აღრიცხვის საფუძვლები, ფინანსური აღრიცხვა 2, ეკონომიკური ინფორმატიკის შესავალი	VII შემოდგომის	
5	ბუღალტრული აღრიცხვა საჯარო სამართლის სუბიექტებში	5	30/95	ფინანსური აღრიცხვა 2	VI გაზაფხულის	
6	ბუღალტრული აღრიცხვა კომერციულ ბანკებში	5	30/95	ფინანსური აღრიცხვა 2	VI გაზაფხულის	
7	კვლევითი პროექტი	5		ფინანსური ანგარიშგება ან ბუღალტრული აღრიცხვა საჯარო სამართლის სუბიექტებში ან ბუღალტრული აღრიცხვა კომერციულ	VIII გაზაფხულის	

				ბანკებში		
	მოდული ტურიზმისა და მასპინძლობ ის მენეჯმენტი	35			5,7 შემოდგომის, 6,8 გაზაფხულის	
1	შესავალი ტურიზმსა და მასპინძლობ ის მენეჯმენტში 1	5	30/95	წინაპირობის გარეშე	V შემოდგომის	
2	შესავალი ტურიზმისა და მასპინძლობ ის მენეჯმენტში 2	5	30/95	შესავალი ტურიზმსა და მასპინძლობის მენეჯმენტში 1	VI გაზაფხულის	
3	ტურიზმის პოლიტიკა	5	30/95	წინაპირობის გარეშე	VI გაზაფხულის	
4	ტურიზმის მენეჯმენტი	5	30/95	ტურიზმის პოლიტიკა	VII შემოდგომის	
5	სასტუმროს მენეჯმენტი	5	30/95	ტურიზმის პოლიტიკა	VII შემოდგომის	
6	ეკოტურიზმ ი	5	30/95	ტურიზმის პოლიტიკა	VIII გაზაფხულის	
7	კვლევითი პროექტი	5		ტურიზმის პოლიტიკა/ შესავალი ტურიზმსა და მასპინძლობის მენეჯმენტში 2	VIII გაზაფხულის	

	მოდული7 ინფორმაციული მენეჯმენტი	35			5,7 შემოდგომის, 6,8 გაზაფხულის	
1	ალგორითმი ზაციის საფუძვლები და ალგორითმული ენები	5	30/95	ეკონომიკური ინფორმატიკის შესავალი	V შემოდგომის	
2	დაპროგრამების ენა VBA	5	30/95	ალგორითმიზაციის საფუძვლები და ალგორითმული ენები	VI გაზაფხულის	
3	ფირმის მონაცემების ელექტრონული დამუშავება	5	30/95	ეკონომიკური ინფორმატიკის შესავალი	VIII გაზაფხულის	
4	ეკონომიკური ინფორმაციის ელექტრონული დამუშავების დაპროექტება 1	5	30/95	ეკონომიკური ინფორმატიკის შესავალი	VI გაზაფხულის	
5	ეკონომიკური ინფორმაციის ელექტრონული დამუშავების დაპროექტება 2	5	30/95	ეკონომიკური ინფორმაციის ელექტრონული დამუშავების დაპროექტება 1	VII შემოდგომის	

6	მონაცემთა ბაზები	5	30/95	დაპროგრამების ენა VBA	VII შემოდგომის	
7	კვლევითი პროექტი	5		დაპროგრამების ენა VBA/ალგორითმ იზაციის საფუძვლები და ალგორითმული ენები	VIII გაზაფხულის	

პრაქტიკა

		ECTS კრედიტები	საკონტაქტო / დამოუკიდებელი მუშაობის საათების რაოდენობა	პრაქტიკის სტატუსი (სავალდებულო/ არჩევითი)	სწავლების სემესტრი/სემესტრები	პრაქტიკის ხელმძღვანელი
	პრაქტიკა	5	_____	სავალდებულო (წინაპირობა:შესაბამისი მოდულიდან ათვისებული მინიმუმ 15 კრედიტი)	8 გაზაფხულის	

საბაკალავრო ნაშრომი

	საბაკალავრო ნაშრომი	ECTS კრედიტები	საკონტაქტო / დამოუკიდებელი მუშაობის საათების	საბაკალავრო ნაშრომის სტატუსი (სავალდებულო/ არჩევითი)	სწავლების სემესტრი/სემესტრები	საბაკალავრო ნაშრომების ხელმძღვანელები

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

პროგრამის ხელმძღვანელის CV

გვარი, სახელი	ნუგზარ თოდუა
აკადემიური ხარისხი	ეკონომიკის მეცნიერებათა დოქტორი,
თანამდებობა	თსუ სრული პროფესორი
სამუშაო ადგილი	ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი
საკონტაქტო ინფორმაცია:	ქ.თბილისი, მიჩურინის ქ.#9.
<ul style="list-style-type: none"> • მისამართი • ტელეფონი • მობილური • ელ.ფოსტა 	<p>ტელ. (+995 32) 30 45 92 (თსუ) ; (+995 32) 91 05 33 (ბინა), (+995 93) 32 16 55 (მობილური).</p> <p>nugzartodua@yahoo.com ; nugzar.todua@tsu.ge</p>
განათლება:	<ul style="list-style-type: none"> • 2006 წ. – ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ვაჭრობის ეკონომიკისა და საქონელმცოდნეობის ფაკულტეტი. სპეციალობა „საქონელმცოდნეობა და არასასურსათო საქონლით ვაჭრობის ორგანიზაცია“ (წარჩინებით) • 1989 წ. – ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის და ლენინგრადის საბჭოთა ვაჭრობის ინსტიტუტის ასპირანტურა . სპეციალობა „სამრეწველო საქონელმცოდნეობა“ • 1990 წ. – მოსკოვის კომერციის სახელმწიფო ინსტიტუტი. ტექნიკურ მეცნიერებათა კანდიდატი. სპეციალობა „სამრეწველო საქონელმცოდნეობა“.
<ul style="list-style-type: none"> • თარიღი • დაწესებულება • კვალიფიკაცია/ხარისხი • დიპლომის # (წარმოადგინეთ დანართები) 	

	<ul style="list-style-type: none"> • 1995 წ. – ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის დოქტორანტურა. სპეციალობა „მარკეტინგი“. • 1995 წ. – ეკონომიკური და სოციალური პრობლემების სამეცნიერო-კვლევითი ინსტიტუტი. ეკონომიკის მეცნიერებათა დოქტორი. სპეციალობა „მიკროეკონომიკა. მარკეტინგი“. • 1995 წ. – დოცენტის სამეცნიერო-პედაგოგიური წოდება. ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი. სპეციალობა „სამრეწველო საქონელმცოდნეობა“ • 1998 წ. – პროფესორის სამეცნიერო-პედაგოგიური წოდება. ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი. სპეციალობა „მიკროეკონომიკა. მარკეტინგი“.
<p>სამსახურებრივი (პროფესიული) გამოცდილება (ბოლო 10 წელი):</p> <ul style="list-style-type: none"> • თარიღი • დამქირავებელი ორგანიზაცია • თანამდებობა 	<ul style="list-style-type: none"> • 2006 წ. დან დღემდე – თსუ სრული პროფესორი, მარკეტინგის კათედრის ხელმძღვანელი; • 2006 წ. დან დღემდე – თსუ წარმომადგენლობითი საბჭოს (სენატის) წევრი; • 2005–2007 წ. – თსუ სამკურნალო-დიაგნოსტიკური ცენტრის სამეთვალყურეო საბჭოს თავმჯდომარის მოადგილე; • 2002–2006 წწ. – თსუ მარკეტინგის კათედრის გამგე; • 1196–2006 წწ.– თსუ პროფესორი; • 1994–2004 წწ. – თსუ კომერციისა და მარკეტინგის ფაკულტეტის დეკანის მოადგილე სამეცნიერო მუშაობის დარგში
<p>გამოქვეყნებული შრომების საერთო რაოდენობა</p>	<p>135</p>
<p>მიუთითეთ ბოლო 10 წლის განმავლობაში გამოქვეყნებული 10–მდე</p>	<p>1. რეგიონის კონკურენტუნარიანობის შეფასების საკითხი. ჟურნალი „ეკონომიკა“, 2006 წ. # 4, გვ. 50-58.</p>

<p>სამეცნიერო ნაშრომი, რომლითაც დასტურდება შესაბამის დარგში (იგულისხმება სასწავლო კურსი, რომელსაც თქვენ ახორციელებთ) თქვენი კომპეტენტურობა.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 2. მოთხოვნის პროგნოზირება იმერეთის რეგიონში. ჟურნალი „ეკონომიკა“, 2006 წ. # 8, გვ.111-116 3. სასაქონლო პოლიტიკის მარკეტინგული სტრატეგიები აბრეშუმის ქსოვილების ბაზარზე. მონოგრაფია. გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი, 2006 წ. -107 გვ. 4. ტურიზმის ბაზრის მარკეტინგული კვლევა და მისი განვითარების სტრატეგიები აჭარაში. მონოგრაფია. გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი, 2006 წ. - 219 გვ. 5. საქართველოს ინტერნეტ-ბაზრის მარკეტინგული კვლევა. მონოგრაფია. გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი, 2008 წ. -151 გვ. 6. Georgian Consumers Perception of domestic and foreign Products. Part I. Journal `Sakartvelos Ekonomika~, 2008, # 11 (132), pp. 30-33. # 12 (133), pp. 29-33 7. Georgian Consumers Evaluation of Products Sourced From a Geographically Close Proximity Country. USA. `Journal of Euromarketing~, 17 (2008), No. 3/4, pp.199-218. 8. Georgian Consumers Evaluation of Domestic Products. Journal `Economics and Business~. 2009, #1, pp. 106 – 126. 9. მარკეტინგის გამოყენების თავისებურებები საზღვაო ტრანსპორტის მომსახურების სფეროში. ჟურნალი „ეკონომიკა და ბიზნესი“, თბილისი, 2010, #1, გვ.124–136 10. ინტერნეტ მარკეტინგი. სახელმძღვანელო. გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი, 2011 წ. 319 გვ.
<p>სხვა აქტივობა, რომლითაც დასტურდება შესაბამის დარგში თქვენი კომპეტენტურობა (სასწავლო და სამეცნიერო გრანტში, კონფერენციაში მონაწილეობა).</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. მომხმარებელთა ქცევის თავისებურებანი საქართველოს უმაღლესი საგანმანათლებლო მომსახურების ბაზარზე. საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენციის „მიმდინარე გამოწვევები ცოდნის მართვაში - ცოდნა ცხოვრებისათვის“ (გორის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, 2008 წლის 3-4 ოქტომბერი) სამეცნიერო შრომების კრებული. გამომცემლობა „უნივერსალი“, 2008 წ. გვ. 90-95 2. გლობალიზაცია და ინტერნეტ-პროვადერების ბაზრის განვითარების ტენდენციები

	<p>საქართველოში. საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენციის „ეკონომიკური ინტეგრაციის პერსპექტივები ცენტრალურ კავკასიაში“(თბილისის ეკონომიკურ ურთიერთობათა სახელმწიფო უნივერსიტეტი, 2008 წლის 29 ნოემბერი) სამეცნიერო შრომების კრებული. გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი, 2008 წ. გვ. 124-129.</p> <p>3. გლობალური კრიზისის გავლენა ინტერნეტ-ბაზრის განვითარებაზე. საუნივერსიტეტთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენციის „მსოფლიო ფინანსური კრიზისი და საქართველო“ (თსუ, 2009 წლის 6 ივნისი) სამეცნიერო შრომების კრებული. გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი, 2009 წ. გვ.186-188</p> <p>4. რეგიონის კონკურენტუნარიანობის შეფასების მათემატიკური მოდელი. საუნივერსიტეტთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენციის „საქართველოს ეკონომიკა მსოფლიო კონკურენტუნარიანობის მაჩვენებლებში: პრობლემები, პერსპექტივები“ (თსუ 2009 წლის 25 ივნისი) სამეცნიერო შრომების კრებული. გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი, 2009 წ. გვ. 34-39</p> <p>5. Product Preference Differences of High and Low Ethnocentric Consumers in Georgia. Eighteenth World Business Congress `Management Challenges in an Environment of Increasing Regional and Global Concerns`. July 1-5, 2009. International Black Sea University, Tbilisi. International Management Development Association. Research Yearbook. Volume XVIII. 2009. pp.531-539</p> <p>6. საქართველოს სადაზღვევო ბაზრის მარკეტინგული კვლევა. მეორე საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენციის „ახალი მიმართულებები განათლებასა და კვლევაში“ (გორის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, 2009 წლის 2-3 ოქტომბერი) სამეცნიერო შრომების კრებული, გამომცემლობა „უნივერსალი“, 2009 წ. გვ. 142-147</p> <p>7. ტურიზმის განვითარების მარკეტინგული კონცეფცია აჭარის რეგიონში. საქართველოში აშშ</p>
--	---

	<p>საელჩოსა და გორის სახელმწიფო უნივერსიტეტის მიერ ორგანიზებული კონფერენციის „საქართველოს ეკონომიკური განვითარების დასახმარებლად: ხვალისდელი ტურიზმის საგანმანათლებლო და კვლევითი ასპექტები“ (გორის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, 2009 წლის 28-29 ნოემბერი) სამეცნიერო შრომების კრებული, გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი, 2010 წ. გვ. 20-36.</p> <p>8. ინოვაციური საქონლით ბაზარზე გასვლის მარკეტინგული სტრატეგიები. საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენციის „ინოვაციები ბიზნესში“ (ბათუმის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, ბათუმი, 2010 წლის 16–17 აპრილი) სამეცნიერო შრომების კრებული, გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი, 2010 წ. გვ. 79–82.</p> <p>9. ეკოტურისტული ბაზრის განვითარების ტენდენციები საქართველოში. საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენციის „ტურიზმი: ეკონომიკა და ბიზნესი“ (ბათუმის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, შავი ზღვის ტექნიკური უნივერსიტეტი, ბათუმი – ტრაპიზონი, 2010 წლის 5–6 ივნისი) სამეცნიერო შრომების კრებული, გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი, 2010 წ. გვ. 487–495.</p> <p>10. სამედიცინო მომსახურების ბაზრის განვითარების ტენდენციები საქართველოში. საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენციის „ეკონომიკის აქტუალური პრობლემები განვითარების თანამედროვე ეტაპზე“ (პაატა გუგუშვილის ეკონომიკის ინსტიტუტი, თბილისი, 2010 წლის 8–9 ივლისი) სამეცნიერო შრომების კრებული, პაატა გუგუშვილის ეკონომიკის ინსტიტუტის გამომცემლობა, თბილისი, 2010 წ. გვ. 560–565</p> <p>11. განათლების როლი საზოგადოებისა და ქვეყნის განვითარებაში. პროფესორ-მასწავლებელთა მე–2 რესპუბლიკური სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენციის „საქართველოს ეკონომიკა და</p>
--	--

	<p>მდგრადი განვითარების სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემები“ (ქუთაისის უნივერსიტეტი, ქუთაისი, 2010 წლის 18 დეკემბერი) სამეცნიერო შრომების კრებული, გამომცემლობა „მბმ-პოლიგრაფი“, ქუთაისი, 2010 წ. გვ. 60–63</p> <p>12. საქართველოს ზამთრის ტურიზმის ბაზრის მარკეტინგული კვლევა.საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენციის „ტურიზმი: ეკონომიკა და ბიზნესი“ (ბათუმის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, ბათუმი, 2011 წლის 4–5 ივნისი) სამეცნიერო შრომების კრებული, გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი, 2011 წ. გვ. 343–349.</p> <p>1997 წ. – ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო – უნივერსიტეტის ჯორჯ შულცის სახელობის ახალგაზრდა მეცნიერთა პრემია;</p> <p>1999 წ. – ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის სამეცნიერო პრემია სახელმძღვანელოსათვის;</p> <p>1997–2004 – საქართველოს პრეზიდენტის პირველი ხარისხის ახალგაზრდა მეცნიერთა სტიპენდიატი.</p> <p>1997 წ–დან დღემდე – საქართველოს ბიზნესის მეცნიერებათა აკადემიის ნამდვილი წევრი</p> <p>2006 –2011 წწ. – 7 სადოქტორო და 2 საკანდიდატო დისერტაციის ხელმძღვანელი</p> <p>1996 წ. – ზაარლანდის უნივერსიტეტის საერთაშორისო მარკეტინგის კათედრის სტაჟიორი;</p> <p>2000 წ– აშშ სახელმწიფო დეპარტამენტის განათლებისა და კულტურის საკითხთა ბიუროს მიერ ორგანიზებულ საერთაშორისო სტუმრის პროგრამაში „უმაღლესი განათლების მართვა აშშ–ში“ მონაწილეობა.</p>
--	---

	<p>2001 წ–დან დღემდე – ასოციაცია „მარკეტინგული კვლევის ცენტრის“ თავმჯდომე</p> <p>2006 წ–დან დღემდე – საერთაშორისო რეფერირებადი და რეცენზირებადი სამეცნიერო–პრაქტიკული ჟურნალის „ახალი ეკონომისტის“ სარედაქციო კოლეგიის წევრი;</p> <p>2008 წ–დან დღემდე – საერთაშორისო რეფერირებადი და რეცენზირებადი სამეცნიერო–პრაქტიკული ჟურნალის „ეკონომიკა და ბიზნესის“ სარედაქციო კოლეგიის წევრი;</p> <p>2009 წ–დან დღემდე – საუნივერსიტეტო საერთაშორისო სამეცნიერო–ანალიტიკური ჟურნალის „ბიზნესი და მენეჯმენტის“ (ბათუმის სახელმწიფო უნივერსიტეტის გამომცემლობა) სარედაქციო კოლეგიის წევრი</p>
--	---