

დანართი 1

საუნივერსიტეტო უწყვეტი განათლების

სასერტიფიკატო კურსი

| | |
|--|---|
| კურსის სახელწოდება: | ნეირომარკეტინგი და მარკეტინგული კვლევები |
| კურსის მოცულობა: | 30 სთ. |
| კურსის ხელმძღვანელი | მალხაზ პერტაია თემურ მაჭარაშვილი |
| კურსის განხორციელებისათვის აუცილებელი ადამიანური რესურსები | მალხაზ პერტაია თემურ მაჭარაშვილი |
| სწავლების ენა: | ქართული |
| სამიზნე ჯგუფი: | <ul style="list-style-type: none"> • ბიზნესით, მენეჯმენტითა და მარკეტინგით დაინტერესებული სტუდენტები. • მარკეტინგის სფეროში უკვე დასაქმებული ან ის ადამიანები რომლებიც აპირებენ აღნიშნულ სფეროში მუშაობას. • მეწარმეები, ბიზნესის მფლობელები, რომლებსაც სურთ საკუთარი ბიზნესის განვითარებისათვის მარკეტინგული მხარდაჭერა |
| კურსში ჩართვის წინაპირობა მსმენელთათვის: | კურსს არ გააჩნია რაიმე განსაკუთრებული წინაპირობა. |
| კურსის მიზანი: | კურსის მიზანია, მსნელებს შეასწავლოს: |

| | |
|-------------------|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> • ძირითადი მარკეტინგული საკითხები, • ნეირომეცნიერებისა და სოციალური ფსიქოლოგიის უახლესი მიღწევები და მარკეტინგული მიზნებისათვის მათი პრაქტიკული გამოყენების ხერხები, • მარკეტინგული კვლევების ძირითადი პრინციპები. |
| სწავლის შედეგები: | <p>კურსის დასრულების შემდეგ მსმენელები შეძლებენ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ბაზრისა და კონკურენტული გარემოს ანალიზს • მომხმარებელთა ქცევის შესწავლას და საკუთარი მარკეტინგული აქტივობების მათზე მორგებას • მარკეტინგული მიქსის დაგეგმვას და განხორციელებას • მარკეტინგული სტრატეგიის განსაზღვრას, შესრულების ტაქტიკის შერჩევას • მარკეტინგული გეგმის მომზადებას • ბრენდის, როგორც ღირებულების იდენტიფიცირებას • არსებული ბრენდების ანალიზს • ბრენდის ატრიბუტიკის შექმნის მეთოდებს • მომხმარებელთა ქცევაზე ზეგავლენას, სასურველი მიმართულებით შეცვლას • ნეირომეცნიერების თანამედროვე აღმოჩენების შესწავლას • მომხმარებლის აღქმის თავისებურებების ეფექტურად გამოყენებას მარკეტინგული მიზნებისათვის • თვისებრივი და რაოდენობრივი კვლევების |

| | |
|--|---|
| | <p>ეფექტურად გამოყენებას მარკეტინგული მიზნებისთვის</p> |
| <p>სწავლის შედეგების მიღწევის მეთოდები:</p> | <p>შეხვედრები ორიენტირებულია მსმენელების აქტიურ ჩართულობაზე. გამოყენებული იქნება შემდეგი მეთოდები:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ლექცია-დისკუსია • ქვისების განხილვა • თამაშები როლში • ჯგუფური მუშაობა • პრეზენტაცია • პრაქტიკული მუშაობა |
| <p>მსმენელის შეფასების სიტემა:</p> | <p>შეფასების სისტემა არის 100 ქულიანი საიდანაც მსმენელები შეფასდებიან შემდეგი პარამეტრების მიხედვით:</p> <ul style="list-style-type: none"> • აქტიურობა/ჩართულობა(ზეპირი) 20% • პრაქტიკული სავარჯიშოების შესრულება 20% • განხილული მასალის ათვისება. ტესტირება 20% • საბოლოო პრეზენტაცია 40% <p>საბოლოო პრეზენტაციაზე დაშვებისათვის საჭიროა ქულათა მინიმუმ 30% დაგროვება.</p> |
| <p>სერტიფიკატის მინიჭების მოთხოვნები:</p> | <ul style="list-style-type: none"> • აუცილებელია საბოლოო პრეზენტაციის გაკეთება და პრეზენტაციაზე ქულათა მინიმუმ 50% (ჯამური ქულების 20%) მიღება • სერტიფიკატი მისაღებად საჭიროა ჯამში ქულათა მინიმუმ 60%-ის დაგროვება |
| <p>კურსის განხორციელებისათვის საჭირო მატერიალურ-ტექნიკური</p> | <p>პროექტორი და ტრენინგებისათვის საჭირო სხვა სტანდარტული მასალა</p> |

| | |
|------------|--|
| რესურსები: | |
|------------|--|

კურსის სტრუქტურა და შინაარსი

I მოდული

| # | თემა / სესია | საათების რაოდენობა თითოეული თემისათვის | მეთოდები | სასწავლო მასალა* |
|---|---|--|---|---|
| 1 | <ul style="list-style-type: none"> მარკეტინგის არსი, ფუნქცია და ამოცანები ბაზრისა და მომხმარებლის ზოგადი თვისებები მარკეტინგული კონცეფციები მარკეტინგული გარემო ბაზრისა და მომხმარებლის ზოგადი თვისებები მარკეტინგული კონცეფციები | 2 საათი | <ul style="list-style-type: none"> ლექცია-დისკუსია ქვისების განხილვა ჯგუფური მუშაობა | Marketing Management – Phillip Kotler. ტრენინგისთვის მომზადებული საკითხავი მასალა. |
| 2 | <ul style="list-style-type: none"> გადაწყვეტილების მიღების პროცესი მომხმარებლების ქცევაზე მოქმედი ფაქტორები რეფერენტული ჯგუფები მომხმარებლის ქცევა | 2 საათი | <ul style="list-style-type: none"> ლექცია-დისკუსია ქვისების განხილვა ჯგუფური მუშაობა პრაქტიკული მუშაობა | Marketing Management – Phillip Kotler. ტრენინგისთვის მომზადებული საკითხავი მასალა. |

| | ციფრულ ეპოქაში | | | |
|---|---|---------|--|---|
| 3 | <ul style="list-style-type: none"> • ბაზრის სეგმენტაცია • პოზიციონირება | 2 საათი | <ul style="list-style-type: none"> • ლექცია-დისკუსია • ქეისების განხილვა • ჯგუფური მუშაობა • პრეზენტაცია • პრაქტიკული მუშაობა | Marketing Management – Phillip Kotler. ტრენინგისთვის მომზადებული საკითხავი მასალა. |
| 4 | პროდუქტი | 2 სთ | <ul style="list-style-type: none"> • ლექცია-დისკუსია • ქეისების განხილვა • ჯგუფური მუშაობა • პრეზენტაცია • პრაქტიკული მუშაობა | Marketing Management – Phillip Kotler. ტრენინგისთვის მომზადებული საკითხავი მასალა. |
| 5 | ფასი და ადგილი | 2 სთ | <ul style="list-style-type: none"> • ლექცია-დისკუსია • ქეისების განხილვა • ჯგუფური მუშაობა • პრაქტიკული მუშაობა | Marketing Management – Phillip Kotler. ტრენინგისთვის მომზადებული საკითხავი მასალა. |
| 6 | რეკლამა 1 | 2 საათი | <ul style="list-style-type: none"> • ლექცია-დისკუსია • ქეისების განხილვა • თამაშები როლში | Marketing Management – Phillip Kotler. |

| | | | | |
|---|-------------------|---------|--|---|
| | | | <ul style="list-style-type: none"> • ჯგუფური მუშაობა • პრეზენტაცია • პრაქტიკული მუშაობა | ტრენინგისთვის მომზადებული საკითხავი მასალა. |
| 7 | რეკლამა 2 | 2 საათი | <ul style="list-style-type: none"> • ლექცია-დისკუსია • ქვისების განხილვა • თამაშები როლში • ჯგუფური მუშაობა • პრეზენტაცია • პრაქტიკული მუშაობა | Marketing Management – Phillip Kotler. ტრენინგისთვის მომზადებული საკითხავი მასალა. |
| 8 | ბრენდინგი | 2 საათი | <ul style="list-style-type: none"> • ლექცია-დისკუსია • ქვისების განხილვა • პრაქტიკული მუშაობა | Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team – Alina Wheeler Thomas Gad – 4D branding ტრენინგისთვის მომზადებული საკითხავი მასალა. |
| 9 | ნეირომარკეტინგი 1 | 2 საათი | <ul style="list-style-type: none"> • ლექცია-დისკუსია • ქვისების განხილვა • თამაშები როლში • ჯგუფური მუშაობა | Influence: The Psychology of Persuasion- Robert Cialdini Predictably Irrational – Dan Arlay |

| | | | | |
|----|--|---------|--|--|
| | | | | ტრენინგისთვის მომზადებული საკითხავი მასალა. |
| 10 | ნეირომარკეტინგი 2 | 2 საათი | <ul style="list-style-type: none"> • ლექცია-დისკუსია • ქეისების განხილვა • თამაშები როლში • ჯგუფური მუშაობა • პრეზენტაცია | <p>Influence: The Psychology of Persuasion- Robert Cialdini</p> <p>Predictably Irrational – Dan Arlay</p> <p>ტრენინგისთვის მომზადებული საკითხავი მასალა.</p> |
| | რაოდენობრივი კვლევის მეთოდები | 2 საათი | <ul style="list-style-type: none"> • ლექცია-დისკუსია • ქეისების განხილვა • პრეზენტაცია | <p>Introducing Marketing Research, (Paul Baines; Bal Chansarkar Wiley, 2002)</p> <p>ტრენინგისთვის მომზადებული საკითხავი მასალა.</p> |
| | რაოდენობრივი კვლევის დაგეგმარება (კვლევის დიზაინი) | 2 საათი | <ul style="list-style-type: none"> • ლექცია-დისკუსია • ჯგუფური მუშაობა • პრეზენტაცია • პრაქტიკული მუშაობა | <p>Introducing Marketing Research, (Paul Baines; Bal Chansarkar Wiley, 2002)</p> <p>ტრენინგისთვის მომზადებული</p> |

| | | | | საკითხავი მასალა. |
|--|--|---------|--|--|
| | რაოდენობრივი კვლევის ანალიზი (შედეგების ინტერპრეტაცია) | 2 საათი | <ul style="list-style-type: none"> • ლექცია-დისკუსია • ქვისების განხილვა • პრეზენტაცია | <p>Introducing Marketing Research, (Paul Baines; Bal Chansarkar Wiley, 2002)</p> <p>ტრენინგისთვის მომზადებული საკითხავი მასალა.</p> |
| | თვისებრივი კვლევის მეთოდები | 2 საათი | <ul style="list-style-type: none"> • ლექცია-დისკუსია • თამაშები როლში • ჯგუფური მუშაობა • პრეზენტაცია • პრაქტიკული მუშაობა | <p>Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (John W. Creswell, 2003)</p> <p>ტრენინგისთვის მომზადებული საკითხავი მასალა.</p> |
| | თვისებრივი კვლევის დაგეგმარება და ანალიზი | 2 საათი | <ul style="list-style-type: none"> • ლექცია-დისკუსია • ქვისების განხილვა • ჯგუფური მუშაობა • პრეზენტაცია • პრაქტიკული მუშაობა | <p>Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (John W. Creswell, 2003)</p> <p>ტრენინგისთვის მომზადებული საკითხავი მასალა.</p> |

- გთხოვთ, დანართის სახით წარმოადგინოთ ერთ-ერთი თემის / სესიის სასწავლო მასალის სრული კომპლექტი.