საგანმანათლებლო პროგრამის სახელწოდება	მარკეტინგი (ინგლისურენოვანი)
პროგრამის ხელმძღვანელი	აფილირებული პროფ. დოქტ. ავთანდილ გაგნიძე, მობილური: +995 597 999 554; ელ. ფოსტა: agagnidze@ibsu.edu.ge;
სწავლების საფეხური	ბაკალავრიატი (უმაღლესი განათლების I საფეხური)
სწავლების ენა	ინგლისური
საგანმანათლებლო პროგრამის ტიპი	აკადემიური, ძირითადი
კრედიტების რაოდენობა	240 ECTS კრედიტი
მისანიჭებელი კვალიფიკაცია	ბიზნესის ადმინისტრირების ბაკალავრი მარკეტინგში / Bachelor of Business Administration in Marketing
დაშვების წინაპირობები	საბაკალავრო საგანმანათლებო პროგრამაზე სტუდენტის ჩარიცხვა ხდება საქართველოს კანონმდებლობით დადგენილი წესით - ერთიანი ეროვნული გამოცდების შედეგების საფუძველზე. საბაკალავრო საგანმანათლებლო პროგრამაზე ჩარიცხვის უფლება აქვს სრული ზოგადი განათლების მქონე პირს. კანონმდებლობით გათვალისწინებულ შემთხვევებში ჩარიცხვა შესაძლებელია კანონმდებლობით დადგენილი წესის შესაბამისად, ერთიანი ეროვნული გამოცდების ჩაბარების გარეშე.
საგანმანათლებლო პროგრამის მიზანი	მარკეტინგის საბაკალავრო პროგრამის მიზანია სტუდენტზე ორიენტირებული სწავლებით კონკურენტუნარიანი სპეციალისტების მომზადება, რომლებიც შეძლებენ ადგილობრივ და საერთაშორისო დონეზე თანამედროვე სტანდარტების შესაბამისი ბიზნესის სხვადასხვა სექტორის საქმიანობის განხორციელებას, რაც უზრუნველყოფს დასაქმების შესაძლებლობას სახელმწიფო, კერძო, და არასამთავრობო სექტორებში; პროგრამის მიზანია აგრეთვე სტუდენტებისათვის ბიზნესის ადმინისტრირებისა და მარკეტინგის დარგის თეორიული და პრაქტიკული ასპექტების საფუძვლიანი ცოდნის, პრაქტიკული უნარებისა და ზოგადი კომპეტენციების უზრუნველყოფა.
სწავლის შედეგები	პროგრამის წარმატებით დასრულების შემთხვევაში კურსდამთავრებულებს ჩამოუყალიბდებათ სპეციალობისთვის აუცილებელი შემდეგი ზოგადი და დარგობრივი კომპეტენციები. **ცოდნა და გაცნობიერება** **კურსდამთავრებულს აქვს** ბიზნესის სფეროს ფართო ცოდნა, რომელიც მოიცავს თეორიებისა და პრინციპების კრიტიკულ გააზრებას და შეუძლია ბიზნესის სფეროს კომპლექსური საკითხების გაცნობიერება.

	კურსდამთავრებულმა იცის: ✓ ეროვნული და გლობალური ეკონომიკური და ბიზნეს გარემოს კრიტიკული გააზრების და აღწერის მეთოდები; ✓ ბიზნეს-გარემოში მიმდინარე პროცესების შინაარსი, საბაზრო ეკონომიკის ინფრასტრუქტურა; ✓ ბიზნესის კვლევისა და წარმართვისათვის რაოდენობრივი და სტატისტიკური მეთოდების გამოყენების პრინციპები და მათი სარგებლიანობა. ✓ ორგანიზაციასა და საზოგადოებაში სამართლებრივი, ეთიკური და კულტურათაშორისი პასუხისმგებლობის ბიზნეს–გარემოში მიმდინარე ცვლილებების ანალიზის პრინციპები; ✓ ბიზნეს-სექტორის ადგილი და როლი ქვეყნის ეკონომიკურ სისტემაში, მისი მნიშვნელობა ქვეყნის მდგრადი და უსაფრთხო განვითარებისათვის; ✓ ბიზნესის ადმინისტრირების ძირითად მეთოდოლოგიასა და მეთოდებზე დაყრდნობილი საბაზრო ეკონომიკის ძირითადი პრინციპების და დებულებები, შესაბამისი ცნებების და კონცეფციების განმარტება და შინაარსი, პრობლემების გამოკვეთის და მათი გადაჭრის გზების განსაზღვრის მეთოდები; ✓ ზოგადი მენეჯმენტის, მარკეტინგის, ფინანსების, ბუღალტერიის, ტურიზმის მენეჯმენტის ძირითადი პრინციპები და მათი ურთიერთკავშირები; ✓ ბიზნესის კვლევისა და წარმართვისათვის რაოდენობრივი და სტატისტიკური მეთოდების გამოყენების პრინციპები და მათი სარგებლიანობა. ✓ ფინანსური მენეჯმენტის როლი ბიზნესის განვითარებაში; სტრატეგიული მარკეტინგის პრინციპები; ✓ მარკეტინგის მართვის პრინციპები და მათი ურთიერთკავშირები; ✓ ბაზრის მარკეტინგული კვლევის მნიშვნელობა და ჩატარების მეთოდები; ✓ მომხმარებელთა ქცევის შესწავლის და გათვალისწინების მთავარი პრინციპები და მეთოდები; ✓ კომპანიის ბრენდის მნიშვნელობა და ბრენდის შექმნისა და მართვის მეთოდები. **ცოდნის პრაქტიკაში გამოყენების უნარი** **კურსდამთავრებულს შეუძლია:** ✓ ქვეყნის სოციალურ–ეკონომიკური მდგომარეობის, ბიზნესის გარემოს ობიექტური რეალობის ახსნა, ბიზნეს-ფირმაზე, კომპანიაზე მიკროეკონომიკური და მაკროეკონომიკური პროცესების იდენტიფიცირება, თავისებურებების დემონსტრირება;

	✓ საბაზრო ეკონომიკის ინსტრუმენტების გამოყენება პრაქტიკულ საქმიანობაში, შესაბამისი სტაჟირების გავლის შემდეგ საბაზრო გარიგებების დამოუკიდებლად ჩატარება; ✓ ბიზნეს-ფირმების, კომპანიების კონკურენციული უპირატესობების მიღწევისა და შენარჩუნებისათვის გზების დასახვა, ბაზრის მდგომარეობის ანალიზი, ეფექტიანი მენეჯმენტური და მარკეტინგული სტრატეგიის განხორციელება, ფინანსური დოკუმენტების, საბუღალტრო ანგარიშგების ფორმების მომზადება; ✓ ბიზნესის სფეროსათვის დამახასიათებელი მეთოდების (მიზნის დასახვა, შესაძლებლობების ანალიზი, საქმიანი გარემოს შესწავლა, ბიზნესის წარმოების სტრატეგიის შემუშავება, ოპერატიული გეგმის შედგენა, სიტუაციური ანალიზი, გადაწყვეტილების მიღება და რეალიზაციის დაგეგმვა, შესრულების კონტროლი და პროცესის კორექცია) გამოყენება საშუალო სირთულის პრობლემების გადასაჭრელად; ✓ მმართველობითი გადაწყვეტილებების მიღება, პრობლემების აღმოჩენა და საკუთარი კომპეტენციის ფარგლებში მათი გადაჭრა, სამუშაო დროის რაციონალურად დაგეგმვა და ორგანიზება. ✓ მარკეტინგისა და გაყიდვების მართვის სხვადასხვა მეთოდების გამოყენება და ოპტიმიზაცია; ✓ ბაზრის მარკეტინგული კვლევის ჩატარება (დამოუკიდებლად ან ჯგუფში) და მათი შედეგების ანალიზი; ✓ მომხმარებელთა ქცევის მთავარი პრინციპების გამოყენებით გაყიდვების და ბრენდის მართვის გეგმის შემუშავება და განხორციელება. **დასკვნის უნარი** **კურსდამთავრებულს აქვს:** ✓ რაციონალური აზროვნების გზით ეკონომიკური გადაწყვეტილებების მიღებისა და რესურსების ეფექტიანად მართვის, ოპტიმალური გადაწყვეტილებების მიღების უნარი; ✓ ბიზნესის სფეროში არსებული საშუალო სირთულის პრობლემების ამოცნობის, მასზე მოქმედი ფატორების ანალიზისა და სინთეზის, დასაბუთებული დასკვნების ჩამოყალიბების უნარი; ✓ ბიზნესის სფეროში არსებული სამეცნიერო ნაშრომების, თეორიებისა და ჰიპოთეზების ანალიზის და არგუმენტირებული დასკვნის ჩამოყალიბების უნარი; ✓ სტატისტიკური ინფორმაციის მონაცემების შეგროვების, დამოუკიდებლად შესწავლისა და განზოგადების, მომგებიანობისა შეფასების უნარი. **კომუნიკაციის უნარი** **კურსდამთავრებულს აქვს:**

	✓ ბიზნესთან დაკავშირებული იდეების, პრობლემებისა და მათი გადაჭრის გზების შესახებ დეტალური წერილობითი ანგარიშის, საჯარო გამოსვლის ტექსტის მომზადების უნარი; ✓ პრაქტიკული ხასიათის ნაშრომის მომზადების უნარი; ✓ დისკუსიაში პროფესიული ტერმინოლოგიის გამოყენებით მონაწილეობის და აუდიტორიის კითხვებზე არგუმენტირებული პასუხის გაცემის უნარი; ✓ სპეციალისტებისა და არასპეციალისტებისათვის ბიზნესთან დაკავშირებული ინფორმაციის ზეპირად გადაცემის უნარი, როგორც ქართული, ისე ინგლისურ ენაზე; ✓ გუნდური მუშაობისა და ჯგუფური გადაწყვეტილებების შემუშავებაში მონაწილეობის, კონფლიქტების მოგვარების უნარი; ✓ სწავლის პროცესში თანამედროვე საინფორმაციო და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების, არსებული უახლესი ელექტრონული რესურსების შემოქმედებითად გამოყენების უნარი. **სწავლის უნარი** **კურსდამთავრებულს აქვს:** ✓ ბიზნესის სფეროში საკუთარი ცოდნის თანმიმდევრულად და სსვადასხვა კუთხით შეფასებისა და შემდგომი სწავლის საჭიროებების განსაზღვრის უნარი; ✓ შემდგომ საფეხურზე სწავლის გაგრძელების უნარი. **ღირებულებები** **კურსდამთავრებულს აქვს:** ✓ ეთიკის ნორმების ცოდნა, ინტელექტუალური საკუთრებისადმი პატივისცემის გრძნობა, აკადემიური პატიოსნების პრინციპების დაცვის უნარი; ✓ დაკისრებული მოვალეობებისადმი პასუხისმგებლობის გრძნობა; ✓ პიროვნების თავისუფლების პატივისცემა, ტოლერანტობისა და საკუთარი ერის წინაშე მოქალაქეობრივი პასუხისმგებლობის გრძნობა. ✓ ღირებულების ფორმირების პროცესში მონაწილეობისადმი სწრაფვა.
სტუდენტის ცოდნის შეფასების სისტემა	შეფასების მიზანია ხარისხობრივად განსაზღვროს სტუდენტის სწავლის შედეგები აკადემიური პროგრამის მიზნებთან და პარამეტრებთან მიმართებაში. 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. შეფასების სისტემა უშვებს: ა) ხუთი სახის დადებით შეფასებას 1) (A) ფრიადი – შეფასების 91 - 100 ქულა; 2) (B) ძალიან კარგი – მაქსიმალური შეფასების 81 - 90 ქულა; 3) (C) კარგი – მაქსიმალური შეფასების 71 - 80 ქულა; 4) (D) დამაკმაყოფილებელი – მაქსიმალური შეფასების 61 - 70 ქულა; 5) (E) საკმარისი – მაქსიმალური შეფასების 51 - 60 ქულა. ბ) ორი სახის უარყოფით შეფასებას 1) (FX) ვერ ჩააბარა – მაქსიმალური შეფასების 41 - 50 ქულა, რაც ნიშნავს, რომ სტუდენტს ჩასაბარებლად მეტი მუშაობა სჭირდება და ეძლევა დამოუკიდებელი მუშაობით დამატებით გამოცდაზე ერთხელ გასვლის უფლება; 2) (F) ჩაიჭრა – მაქსიმალური შეფასების 40 ქულა და ნაკლები, რაც ნიშნავს, რომ სტუდენტის მიერ ჩატარებული სამუშაო არ არის საკმარისი და მას 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.
დასაქმების სფერო	მარკეტინგის საბაკალავრო პროგრამის ფარგლებში შეძენილი 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.