****

|  |
| --- |
| **ბიზნესის, სამართლისა და სოცაილურ მეცნიერებათა ფაკულტეტი** |

|  |  |
| --- | --- |
| **„ დამტკიცებულია შესწორებებით “**  **რექტორი პროფ. გიორგი ღავთაძე**  **აკადემიური საბჭოს სხდომის ოქმი № 1**  **15 სექტემბერი, 2017 წელი** | **„დამტკიცებულია შესწორებებით “**  **დეკანი ასოც. პროფ. აკაკი ბაკურაძე**  **ფაკულტეტის საბჭოს სხდომის ოქმი № 1**  **5 სექტემბერი, 2017 წელი** |

**სამაგისტრო პროგრამა**

**„ბიზნესის ადმინისტრირება“**

**ქუთაისი, 2017**

**კურიკულუმი**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **პროგრამის დასახელება** | | **ბიზნესის ადმინისტრირება**  (**Business Administration**) |
| **მისანიჭებელი აკადემიური ხარისხი/**  **კვალიფიკაცია** | | **ბიზნესის ადმინისტრირების მაგისტრი**  **Master of Business Administration (MBA)** |
| **ფაკულტეტის დასახელება** | | ბიზნესის, სამართლისა და სოციალურ მეცნიერებათა ფაკულტეტი |
| **პროგრამის ხელმძღვანელი/ხელმძღვანელები/**  **კოორდინატორი** | | ნანა შონია, ბიზნესის ადმინისტრირების დეპარტამენტის პროფესორი |
| **პროგრამის ხანგრძლივობა/მოცულობა (სემესტრი, კრედიტების რაოდენობა)** | | პროგრამის ხანგრძლივობა - 2 სასწავლო წელი, 4 სემესტრი.  კრედიტების რაოდენობა - 120ECTS კრედიტი(major/minor).   * 45 კრედიტი – ზოგადი სასწავლო კურსები, * 15 კრედიტი –თავისუფალი კრედიტები, * 60 კრედიტი – არჩევითი კონცენტრაციები(ფინანსები, საბანკო და სადაზღვევო საქმე, მენეჯმენტი, საბუღალტრო აღრიცხვა და აუდიტი, აგრობიზნესის მენეჯმენტი, მარკეტინგი)   კონცენტრაციის არჩევა ხდება პირველი სემესტრის ბოლოს. თითოეული კონცენტრაცია მოიცავს სამაგისტრო ნაშრომს(30 კრედიტი), პროფესიულ პრაქტიკას(5 კრედიტი) და სპეციალიზაციის სასწავლო კურსებს(25 კრედიტი). |
| **სწავლების ენა** | | ქართული |
| **პროგრამის შემუშავებისა და განახლების თარიღები;** | |  |
| **პროგრამაზე დაშვების წინაპირობები (მოთხოვნები)** | | |
| პროგრამაზე დაიშვება ბაკალავრის აკადემიური ხარისხისადა მასთან გათანაბრებული სტატუსის მქონე პირი, რომელიც ჩააბარებს საერთო სამაგისტრო გამოცდას და პროგრამაზე მისაღებ საუნივერსიტეტო გამოცდას სპეციალობაში. | | |
| **პროგრამის მიზნები** | | |
| „ბიზნესის ადმინისტრირების“ სამაგისტრო პროგრამის მიზანია ბიზნესის სფეროს თეორიულ-მეთოდოლოგიური საკითხების სიღრმისეული შესწავლით სამეცნიერო კვლევისა და შემოქმედებითი მუშაობის უნარების მქონე მოაზროვნე კონკურენტუნარიანი სპეციალისტების მომზადება.  აღნიშნული მიზნის მიღწევას უზრუნველყოფს შემდეგი საკითხების ღრმა და საფუძვლიანი შესწავლა: ლიდერული უნარ–ჩვევების განვითარება, სამეურნეო სუბიექტების სტრატეგიული და ფინანსური მენეჯმენტი, ფინანსური აღრიცხვა და აუდიტის მარწმუნებელი საქმიანობა, ნებისმიერი სახის ბიზნეს სტრუქტურის მარკეტინგული კვლევები, საქართველოს სადაზღვევო ბაზრის რეგულირება და მართვა, კომერციული ბანკების სტრატეგიული, ფინანსური და ინოვაციური მენეჯმენტი, ფასიანი ქაღალდების ბაზრის ფუნდამენტალური და ტექნიკური ანალიზი, ინვესტიციური მენჯმენტი და კომპანიის ფინანსური სტრატეგია, ბიზნეს პროგნოზირება, კონფლიქტებისა და მოლაპარაკებების მართვა, მმართველობითი გადაწყვეტილების შეფასების მეთოდები, მიწის რესურსების მართვა და აგრობიზნესის მენჯმენტი, B2B მარკეტინგი, მარკეტინგ-მენეჯმენტი, ვაჭრობისმარკეტინგი და ბრენდინგი. გარდა ამისა, ხელმძღვანელის მეთვალყურეობით ბიზნესის სფეროში საკონფერენციო და სამაგისტრო ნაშრომის მომზადება და პრეზენტაცია.  **სწავლის გაგრძელების შესაძლებლობა** - „ბიზნესის ადმინისტრირების“ სამაგისტრო პროგრამის წარმატებით გავლა კურსდამთავრებულს უქმნის მყარ საფუძველს სწავლების შემდგომ საფეხურზე - დოქტორანტურაში სწავლის გასაგრძელებლად. | | |
| **სწავლის შედეგები ( ზოგადი და დარგობრივი კომპეტენციები)** | | |
| **ცოდნა და გაცნობიერება** | კურსდამთავრებული ღრმად და საფუძვლიანად არის დაუფლებული ლიდერულ უნარ-ჩვევებს, სამეცნიერო წერის საფუძვლებს,მარკეტინგული კვლევის მეთოდებს, ქვეყნის საგადასახადო-საბაჟო პოლიტიკას, კომპანიის სტრატეგიის შემუშავების მეთოდებსა და პრინციპებს, ბიზნეს პროცესების ფინანსურ აღრიცხვას, შეფასებას და მონაცემების ანალიზს.  **ფინანსები, საბანკო და სადაზღვევო საქმის კონცენტრაცით -**მაგისტრანტი სიღრმისეულად არის დაუფლებული სადაზღვევო ბაზრის როლს ბიზნესის მართვაში**,** მენეჯმენტის როლს კომერციული ბანკების მოგების მაქსიმიზაციის პრინციპის სრულყოფაში, საერთაშორისო სავალუტო-საკრედიტო ურთიერთობების როლს საკუთარი ბიზნესის დაწყება-წარმართვაში, ფასიანი ქაღალდების ეროვნული და საერთაშორისო ბაზრების ფუნქციონირების სპეციფიკასა და მათ მნიშვნელობას ბიზნესის მართვაში**,** სახელმწიფო და მუნიციპალური ფინანსების მართვას და ა.შ.  **მენეჯმენტის კონცენტრაციით -** ღრმად და საფუძვლიანად აქვს შესწავლილი კონფლიქტებისა და მოლაპარაკებების როლი ბიზნეს სფეროში, საწარმოო პროცესის მართვის ტექნიკა და ტექნოლოგია, მმართველობითი გადაწყვეტილების მიღების თავისებურებები როგორც ეროვნულ, ისე საერთაშორისო დონეზე, საერთაშორისო გარემოში საბაზრო მოდელის პარამეტრებისა და კრიტერიუმების მოქმედების მექანიზმები, მარკეტინგული არხების, ინტეგრირებული მარკეტინგული კომუნიკაციის, რეკლამის, გაყიდვათა სტიმულირების, საზოგადოებრივი ურთიერთობების მართვის პრინციპები.  **საბუღალტრო აღრიცხვა და აუდიტის კონცენტრაციით -** საფუძვლიანად იცის მმართველობითი აღრიცხვის პრინციპები, ბუღალტრული აღრიცხვის თავისებურებები ისეთ მნიშვნელოვან დარგებში, როგორიცაა: სოფლის მეურნეობა, მშენებლობა, დაზღვევა და მომპოვებელი მრეწველობა. საწარმოთა სამეურნეო ოპერაციებისა და მოვლენების შეფასებისა და ბუღალტრულად დამუშავების კანონზომიერება; შიდა აუდიტის ობიექტის ბუღალტრული აღრიცხვისა დაფინანსური ანგარიშგების შემოწმება საქართველოს კანონმდებლობასთან და სტანდარტებთან მათი შესაბამისობის დადგენის მიზნით; ფინანსური მართვისა და კონტროლის კომპონენტები.  **აგრობიზნესის მენეჯმენტის კონცენტრაციით -**შესწავლილი აქვს აგრობიზნესის სფეროში მიმდინარე მოვლენები და მასზე მომქმედი ეკონომიკური კანონები, აგროსექტორში საწარმოო რესურსების რაციონალური გამოყენების და ეკონომიკური ეფექტიანობის გაზრდისათვის აუცილებელი კომპლექსური ღონისძიებების განხორციელების ხერხები და მეთოდები. აგრობიზნესის მენეჯმენტისა და აგრარული სექტორის საერთაშორისო ეკონომიკური ურთიერთობის საკითხები, მიწის რესურსების მართვის ორგანიზაციული სტრუქტურა, სასოფლო–სამეურნეო პროდუქტების მარკეტინგი. გათვითცნობიერებული აქვს აგრობიზნესის უდიდესი მნიშვნელობა ქვეყნის სასურსათო უსაფრთხოებისუზრუნველყოფის, რეალური ეკონომიკური და პოლიტიკური დამოუკიდებლობის შენარჩუნების საქმეში.  **მარკეტინგის კონცენტრაციით -** საფუძვლიანად აქვს შესწავლილი მარკეტინგის როლი ბიზნესში, ათვისებული აქვს მარკეტინგის თანამედროვე გაგება, კომპანიის მარკეტინგით მართვის თავისებურებანი, მარკეტინგული არხების დაგეგმვა.  ღრმად და საფუძვლიანად არის დაუფლებული: რეკლამისა და სტიმულირების თანამედროვე მეთოდებს და მათ ინტეგრირებულად გამოყენებას; ბრენდინგისმნიშვნელობასმარკეტინგულსტრატეგიაში, სტრატეგიებს, ძლიერი ბრენდის შექმნისა და წინწაწევის მეთოდებს; საწარმოო ბაზრის სტრუქტურას, საწარმოო პროდუქტზე მოთხოვნის წარმოქნის სპეციფიკას. საწარმოო მომხმარებლის ქცევას. ინტეგრირებული მარკეტინგული კომუნიკაციების საქმიანობას საწარმოო პროდუქტისა და მომსახურების სტიმულირებისათვის;  აცნობიერებს ვაჭრობის მარკეტინგის როლსა და მნიშვნელობას. თანამედროვე საინფორმაციო ტექნოლოგებზე დაფუძნებული ახალი ეკონომიკის პირობებში. იცის ვაჭრობის მარკეტინგის ძირითადი ცნებები, კანონზომიერებები, ვაჭრობის ორგანიზაციული ფორმები, მეთოდები და ხერხები. | |
| **ცოდნის პრაქტიკაში გამოყენების უნარი** | კურსდათავრებულს შეუძლია მარკეტინგული კვლევების საფუძველზე წარმატებული ბიზნეს-სტრატეგიების შემუშავება, ბიზნესისქვეყნის პოლიტიკურ და სოციალურ გარემოსთან ადაპტირება, ინვესტიციების ეფექტიანი მართვა, წარმატებული გუნდების ლიდერობა, მართვა და წევრობა, მეცნიერული კვლევების ჩატარება ბიზნესის ადმინისტრირებაში, თეორიული ცოდნის პრაქტიკაში რეალიზების უნარი, საერთო-სახელმწიფოებრივ და რეგიონულ დონეზე აგრარული პოლიტიკის შემუშავება და მათ რეალიზაციაში მონაწილეობის მიღება, კვლევითისამუშაოსდამოუკიდებლად წარმოება და შესრულება(დარგის მიხედვით) წინასწარშეთანხმებულირეკომენდაციების/ინსტრუქციებისგათვალისწინებით;  **ფინანსები, საბანკო და სადაზღვევო საქმის კონცენტრაცით -**კურსდამთავრებულს თავისუფლადშეუძლიაკომერციული ბანკების საქმიანობის სტრატეგიის შემუშავება და მართვა, ბანკის ფინანსური რესურსების მართვა, ბანკის კლიენტის მომსახურების მართვა, ფინანსურ ბაზრებზე არსებული უახლესი ტექნოლოგიების გამოყენება, სადაზღვევო პროდუქტების გაყიდვების მართვა, ვალუტისადაფასიანიქაღალდებისკურსისპროგნოზირებადაგარიგებებისდადება, სამეცნიეროკვლევითინაშრომისდამოუკიდებლადშესრულებადადემონსტრირება, რეკომენდაციებისადაეფექტურიწინადადებებისშემუშავებადაშეთავაზებაინოვაციებითდაინტერესებულიკომ­პანიებისათვის, მოსალოდნელი ტრენდების და შესაძლებლობების შეფასება და მათზე რეაგირება, ქვეყნის საგადასახდელო ბალანსის წაკითხვა და შეფასება.  **მენეჯმენტის კონცენტრაციით-** შეუძლია საერთაშორისო გარემოში კომპანიის მართვის კლასიფიკატორის შემუშავება, საერთაშორისო ვაჭრობის ინსტრუმენტებით მანიპულირება, კონფლიქტების გადაწყვეტისა და მოლაპარაკებების წარმატებულად წარმართვა, საწარმოს მისიის სწორი განსაზღვრა და მიზნების ჩამოყალიბება, ოპტიმალური ორგანიზაციული სტრუქტურისშექმნა, არსებული ეკონომიკური მდგომარეობისანალიზიდასაწარმოს მართვის პრობლემების გადაჭრისათვის ოპტიმალური მეთოდების შერჩევა, კომპანიის განვითარების სტრატეგიის მომზადება და მათი აღსრულება, მარკეტინგული სტრატეგიის შემუშავება და მართვა, მარკეტინგული სამსახურის ჩამოყალიბება და მართვა ბიზნეს სექტორში.  **საბუღალტრო აღრიცხვა და აუდიტის კონცენტრაციით -**შეუძლია სამეურნეო სუბიექტის ფინანსური და ეკონომიკური მდგომარეობის ანალიზი, ფინანსური რისკის იდენტიფიცირება, შეფასება და მართვა, ფინანსური მართვისა და კონტროლის სისტემის შემუშავება და დანერგვა, შიდა აუდიტის სუბიექტების შექმნა ცალკეულ დაწესებულებებში, კორპორაციის სამეურნეო ოპერაციების ასახვა შინაარსის მიხედვით, სააღრიცხვო პოლიტიკის ცვლილებების ასახვა კომპანიის ფინანსურ ანგარიშგებაში.  **აგრობიზნესის მენეჯმენტის კონცენტრაციით -**შეუძლია სწრაფად გაერკვესაგრობიზნესისსფეროშიმიმდინარეეკონომიკურმოვლენებსადაპროცესებში. ინფორმაციის უკმარისობის პირობებში მოძებნოს არსებული პრობლემების გადაწყვეტის ახალი, ორიგინალური გზებიდამიიღოსოპტიმალურიგადაწყვეტილება. ხელმძღვანელთან შეთანხმებისა და კონსულტაციის საფუძველზე დამოუკიდებლად წარმართოს აგრობიზნესის სფეროში სამეცნიერო კვლევითი საქმიანობა. შეუძლია აგრობიზნესის მენეჯმენტის უახლესი მეთოდების გამოყენება, აგრარულ სექტორში სამეურნეო რისკების შეფასება. მიწის რესურსების მართვა და საადგილმამულო ურთიერთობათა რეგულირება. საწარმოო რესურსების რაციონალურად და ეკონომიკურად ეფექტიანად გამოყენება. აგრობიზნესის საინფორმაციო –საკონსულტაციო მომსახურეობა. მარკეტინგული საქმიანობის ორგანიზაცია აგრარულ სექტორში, სასურსათო პროდუქტების რეალიზაციის საშინაო და საგარეო ბაზრების მოძიება და საერთაშორისო აგროეკონომიკური ურთიერთობების დამყარება. აგრობიზნესის განვითარების ბიზნეს–გეგმის შედგენა და განხორციელება.  **მარკეტინგის კონცენტრაციით -** კურსდამთავრებულს თავისუფლად შეუძლია ბაზრის მარკეტინგულ კვლევა, მომხმარებლის ქცევის თავისებურებების გამოვლენა, მოთხოვნის შესწავლა და პროგნოზირება; ნებისმიერი სახის ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის საწარმოში მარკეტინგული სამსახურის ორგანიზება და წარმართვა; მარკეტინგული პრობლემის დასმა და გადაწყვეტის შესაბამისი გზების დასახვა; მარკეტინგული სტრატეგიის და გეგმის შემუშავება; მარ­კე­ტინ­გუ­ლი კო­მუ­ნი­კა­ცი­ური სის­ტე­მის ფორ­მი­რე­ბა; | |
| **დასკვნის უნარი** | კურსდამთავრებული ახდენს ბიზნესსფეროსა და საჯარო მმართველობის ორგანოების შესახებ რთული და არასრული ინფორმაციის კრიტიკული ანალიზის საფუძველზე დასაბუთებული აუდიტორული დასკვნების ჩამოყალიბებას და უახლეს მონაცემებზე დაყრდნობით ინფორმაციის ინოვაციურ სინთეზს. | |
| **კომუნიკაციის უნარი** | კურსდამთავრებულს შეუძლია ბიზნეს სფეროს შესახებ კვლევის შედეგების(ზეპირი და წერილობითი ფორმით) წარდგენა აკადემიური და პროფესიული წრეების წინაშე. | |
| **სწავლის უნარი** | შეუძლია სწავლა/სწავლების თანამედროვე მეთოდების გამოყენებით ბიზნესსფეროს დამოუკიდებლად შესწავლა და კვლევა, დაუფლებულია სწავლის პროცესის თავისებურებებს, კრიტიკულად უდგება შესწავლილ საკითხებს, ახდენს ალტერნატიული მიდგომების რანჟირებას და იყენებს მოდელირების მეთოდს კვლევის დასაბუთების მიზნით; | |
| **ღირებულებები** | შეუძლია სხვადასხვა სახის ღირებულებებისადმი თავისიდა სხვების დამოკიდებულებისშეფასება და ახალიღირებულებებისდამკვიდრებაში საკუთარი წვლილისშეტანა, კერძოდ:   * აფასებს სახელმწიფოებრივ და საზოგადოებრივ ვალდებულებებს, მოქალაქეობრივ პასუხისმგებლობას, ბიზნესგარემოში ურთიერსარგებლიანობის პრინციპს და ბიზნესეთიკის ნორმებს; * ახდენს საკუთარი მიღწევების თვითკრიტიკულ და სხვათა შესაძლებლობებისა და მიღწევების რეალურ შეფასებას და პატივისცემას, ახალი ღირებულებების დამკვიდრებას ბიზნეს სფეროსა და სახელმწიფო დაწესებულებებში. * ავლენს როგორც გუნდური, ისე ინდივიდუალური სამეცნიერო–კვლევითი მუშაობის უნარს | |
| **სწავლებისმეთოდები** | | |
| სწავლის შედეგების მისაღწევად გამოიყენება შემდეგი მეთოდები: ლექცია, მინი ლექცია სემინარი, პრაქტიკულისიტუაციების ანალიზი და სიმულაციები, საქმიანითამაშები, გონებრივი იერიში, მოზაიკა, პროვოცირება, ვენის დიაგრამა, აზრობრივი რუკა, ვიცოდი-მინდა ვიცოდე-ვისწავლე, პროვოცირება, მოლოდინის ხე.  მიღწეული სწავლის შედეგების გაზომვისას გამოიყენება როგორც მაფორმირებელი ისეშემაჯამებელი შეფასების ფორმები - საშინაო დავალებები, ტესტები, ზეპირი და წერითიგამოცდა, პრეზენტაცია, ესეები, ქვიზები, სიტუაციური ამოცანები, პროვოცირება, წყვილებში მუშაობა, აკვარიუმი, პორტფოლიო, პროფესიული პრაქტიკის ანგარიშები, საკონფერენციო და სამაგისტრონაშრომები და სხვა.  - სწავლის სასურველი შედეგის მიღწევის პროცესის მართვისათვისშესაძლებელია სტუდენტმა დამატებით მიმართოს პედაგოგს (საკონსულტაციო დრო მითითებულია ცალკეული კურსის სილაბუსში). | | |
| **პროგრამის სტრუქტურა** | | |
| პროგრამის მოცულობა - 120კრედიტი, მათ შორის:   * 45 კრედიტი – ზოგადი სასწავლო კურსები, * 15 კრედიტი –თავისუფალი კრედიტები, * 60 კრედიტი – არჩევითი კონცენტრაციები(ფინანსები, საბანკო და სადაზღვევო საქმე, მენეჯმენტი, საბუღალტრო აღრიცხვა და აუდიტი, აგრობიზნესის მენეჯმენტი, მარკეტინგი)   კონცენტრაციის არჩევა ხდება მეორე სემესტრის დასაწყისში. თითოეული კონცენტრაცია მოიცავს სამაგისტრო ნაშრომს(30 კრედიტი), პროფესიულ პრაქტიკას(5 კრედიტი) და სპეციალიზაციის სასწავლო კურსებს(25 კრედიტი).  **სასწავლო გეგმა იხ დანართი 1.** | | |
| **სტუდენტის ცოდნის შეფასების სისტემა და კრიტერიუმები/** | | |
| **აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტში არსებული შეფასების სისტემა იყოფა შემდეგ კომპონენტებად:**  საგანმანათლებლო პროგრამის კომპონენტის შეფასების საერთო ქულიდან (100 ქულა) შუალედური შეფასების ხვედრითი წილი შეადგენს ჯამურად 60 ქულას, რომელიც თავის მხრივ მოიცავს შემდეგი შეფასების ფორმებს:   * **სტუდენტის აქტივობა სასწავლო სემესტრის განმავლობაში*(მოიცავს შეფასების სხვადასხვა კომპონენტებს)*-30 ქულა;** * **შუალედური გამოცდა- 30 ქულა;** * **დასკვნითი გამოცდა - 40 ქულა.**   დასკვნით გამოცდაზე გასვლის უფლება ეძლევა სტუდენტს, რომელის შუალედური შეფასებების კომპონენტებში მინიმალური კომპეტენციის ზღვარი ჯამურად შეადგენს არანაკლებ 18 ქულას.  **შეფასების სისტემა უშვებს:**  ა) **ხუთი სახის დადებით შეფასებას:**  ა.ა) **(A) ფრიადი** – შეფასების 91-100 ქულა;  ა.ბ) (**B) ძალიან კარგი** – მაქსიმალური შეფასების 81-90 ქულა;  ა.გ) (**C) კარგი –** მაქსიმალური შეფასების 71-80 ქულა;  ა.დ) **(D) დამაკმაყოფილებელი** – მაქსიმალური შეფასების 61-70 ქულა;  **ა.ე) (E) საკმარისი** – მაქსიმალური შეფასების 51-60 ქულა.  **ბ) ორი სახის უარყოფით შეფასებას:**  **ბ.ა) (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;  **ბ.ბ) (F) ჩაიჭრა** – მაქსიმალური შეფასების 40 ქულა და ნაკლები, რაც ნიშნავს, რომ სტუდენტის მიერ ჩატარებული სამუშაო არ არის საკმარისი და მას საგანი ახლიდან აქვს შესასწავლი.  საგანმანათლებლო პროგრამის სასწავლო კომპონენტში, FX-ის მიღების შემთხვევაში დამატებითი გამოცდა დაინიშნება დასკვნითი გამოცდის შედეგების გამოცხადებიდან არანაკლებ 5 დღეში (აღნიშნული ვალდებულება არ ვრცელდება დისერტაციის, სამაგისტრო პროექტის/ნაშრომის, შემოქმედებითი/საშემსრულებლო ნამუშევრის ან სხვა სამეცნიერო პროექტის/ნაშრომის მიმართ).   * დამატებით გამოცდაზე მიღებული შეფასება არის სტუდენტის საბოლოო შეფასება, რომელშიც არ მოიაზრება ძირითად დასკვნით გამოცდაზე მიღებული უარყოფითი ქულა. * თუ სტუდენტმა დამატებით გამოცდაზე მიიღო 0-დან 50 ქულამდე, საბოლოო საგამოცდო უწყისში სტუდენტს უფორმდება შეფასება (F) -0 ქულა. * დასკვნით გამოცდაზე სტუდენტის მიერ მიღებული შეფასების მინიმალური ზღვარი განისაზღვრება 15 ქულით. * სტუდენტის მიერ დამატებით გამოცდაზე მიღებულ შეფასებას არ ემატება დასკვნით შეფასებაში მიღებული ქულათა რაოდენობა. დამატებით გამოცდაზე მიღებული შეფასება არის დასკვნითი შეფასება და აისახება საგანმანათლებლო პროგრამის სასწავლო კომპონენტის საბოლოო შეფასებაში. დამატებით გამოცდაზე მიღებული შეფასების გათვალისწინებით საგანმანათლებლო კომპონენტის საბოლოო შეფასებაში 0-50 ქულის მიღების შემთხვევაში, სტუდენტს უფორმდება შეფასება F-0 ქულა.   ***შენიშვნა:*** შუალედური და დასკვნითი (დამატებითი) გამოცდები ჩატარდება ფორმალიზებული წესით:  *საფუძველი:* საქართველოსგანათლებისადამეცნიერებისმინისტრის 2007 წლის 5 იანვრის ბრძანება №3.  **სტუდენტის მიღწევების შეფასების დამატებითი კრიტერიუმებიგანისაზღვრება სასწავლო კურსების სილაბუსით.** | | |
| **დასაქმების სფეროები** | | |
| ბიზნესის ადმინისტრირების სამაგისტროპროგრამის კურსდამთავრებულები შეიძლება დასაქმდნენ ეკონომიკის დარგების, ნებისმიერი სახის ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის საწარმოებსა და ორგანიზაციებში, ფონდებსა და გაერთიანებებში საშუალო და მაღალი დონის ხელმძღვანელ თანამდებობებზე, კერძოდ:   1. სახელმწიფო სამსახურებსა და მათ შესაბამის სტრუქტურულ ერთეულებში; 2. უმაღლეს საგანმანათლებლო დაწესებულებებსა და კვლევით ინსტიტუტებში; 3. საფინანსო-საკრედიტო ინსტიტუტებში; 4. კერძო სექტორისროგორც საფინანსო-ეკონომიკურ სამსახურებში, ისე სხვადასხვა სტრუქტურული ერთეულების ხელმძღვანელ პოზიციებზე; 5. აგროსექტორში   „ბიზნესის ადმინისტრირების“ პროგრამის კურსდამთავრებულის შემდგომ დასაქმებაზე და წარმატებული კარიერის ფორმირებაზე მნიშვნელოვან ზეგავლენას ახდენს მის მიერ პროგრამის ფარგლებში არჩეული კონცენტრაცია. | | |
| **სწავლისათვის აუცილებელი დამხმარე პირობები/რესურსები** | | |
| **საგანმანათლებლო პროგრამის განხორციელებისათვის აუცილებელიადამიანური რესურსები:** პროგრამას ემსახურება სხვადასხვა მიმართულების როგორც აკადემიური პერსონალი, ისე მოწვეული პრაქტიკოსი სპეციალისტები, მათ შორის:სრული პროფესორი - 5;ასოცირებული პროფესორი - 25;ასისტენტ პროფესორი - 2;დოქტორანტები - 3.  **საგანმანათლებლო პროგრამის განხორციელებისათვის აუცილებელი მატერიალური რესურსები:** ბიზნესის ადმინისტრირების სამაგისტრო პროგრამის განსახორციელებლად გამოიყენება შემდეგი მატერიალური რესურსები: აწსუ-სსასწავლო კორპუსები (მისამართი: ქუთაისი, თამარ მეფის ქუჩა №59, № 1, 3 სასწავლო კორპუსი, ვასილ ჩანტლაძის სახელობის აუდიტორია და ი.ჭავჭავაძის გამზირი №21), ბიბლიოთეკა და სამკითხველო დარბაზები;დეპარტამენტშიარსებული სალიტერატუროფონდი, უნივერსიტეტისკომპიუტერულიცენტრის აუდიტორიები, აწსუ „პროფესიულიწვრთნის,გადამზადებისადაუწყვეტიეკონომიკურიგანათლების“სასწავლოცენტრშიარსებულიტექნიკა,სამედიცინოპუნქტი, ხანძარსაწინააღმდეგოსაშუალებები. | | |
|  | | |

**დანართი1**

****

**სასწავლო გეგმა2016-2020**

**პროგრამის დასახელება: ბიზნესის ადმინისტრირება**

**მისანიჭებელი კვალიფიკაცია: ბიზნესის ადმინისტრირების მაგისტრი**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № | | | კურსის დასახელება | კრ | | დატვირთვის მოცულობა, სთ-ში | | | | | | | | | | | | | | სემესტრი | | | | | |
| სულ | | საკონტაქტო | | | | | | | | | | დამ | | I | II | | III | | IV |
| ლექცია | | | | ჯგ. მუშ. | გამოცდა | | | | სულ |  | |  |  | |  | |  |
| 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | 5 | | | | 6 | 7 | | | | 8 | 9 | | 10 | 11 | | 12 | | 13 |
|  | | **I.ზოგადი სასწავლო კურსები** | |  | |  | |  | | | |  |  | | | |  |  | |  |  | |  | |  |
| I.1 | | | სამეცნიერო წერის საფუძვლები | 5 | | 125 | | 15 | | | | 30 | 3 | | | | 48 | 77 | | x |  | |  | |  |
| I.2 | | | ფინანსური მენეჯმენტი | 5 | | 125 | | 15 | | | | 30 | 3 | | | | 48 | 77 | | x |  | |  | |  |
| I.3 | | | მარკეტინგული კვლევები | 5 | | 125 | | 15 | | | | 30 | 3 | | | | 48 | 77 | | x |  | |  | |  |
| I.4 | | | სტარატეგიული მენეჯმენტი | 5 | | 125 | | 15 | | | | 30 | 3 | | | | 48 | 77 | | x |  | |  | |  |
| I.5 | | | ბუღალტრული აღრიცხვის საერთაშორისო სტანდარტები | 5 | | 125 | | 15 | | | | 30 | 3 | | | | 48 | 77 | | x |  | |  | |  |
| I.6 | | | საგადასახადო-საბაჟო პოლიტიკა | 5 | | 125 | | 15 | | | | 30 | 3 | | | | 48 | 77 | |  | x | |  | |  |
| I.7 | | | ლიდერული უნარ-ჩვევების განვითარება | 5 | | 125 | | 15 | | | | 30 | 3 | | | | 48 | 77 | |  | x | |  | |  |
| I.8 | | | ბიზნეს პროგნოზირება | 5 | | 125 | | 15 | | | | 30 | 3 | | | | 48 | 77 | |  | x | |  | |  |
| I.9 | | | ინვესტიციური მენეჯმენტი და კომპანიის ფინანსური სტრატეგია | 5 | | 125 | | 15 | | | | 30 | 3 | | | | 48 | 77 | |  |  | | x | |  |
| **სულ** | | | | **45** | | **1125** | | **135** | | | | **270** | **27** | | | | **432** | **693** | |  | | | | | |
| II | | | **II.თავისუფალი კრედიტები\*** | 15 | | 375 | | **360** | | | |  |  | | | |  |  | | x | x | | x | |  |
|  | | | **III.ძირითადი სპეციალობის არჩევითი კონცენტრაციები** |  | |  | |  | | | |  |  | | | |  |  | |  |  | |  | |  |
| **III. 1** | | | **ფინანსები, საბანკო და სადაზღვევო საქმე** |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| III. 1.1 | | | საბანკო მენეჯმენტი | 5 | | 125 | | 15 | | 30 | | | | 3 | | 48 | | 77 | |  | x | |  | |  |
| III. 1.2 | | | საქართველოს თანამედროვე სადაზღვევო ბაზარი | 5 | | 125 | | 15 | | 30 | | | | 3 | | 48 | | 77 | |  | x | |  | |  |
| III. 1.3 | | | საერთაშორისო სავალუტო-საკრედიტო ურთიერთობები | 5 | | 125 | | 15 | | 30 | | | | 3 | | 48 | | 77 | |  |  | | x | |  |
| III.1.4 | | | სახელმწიფო და მუნიციპალური ფინანსები | 5 | | 125 | | 15 | | 30 | | | | 3 | | 48 | | 77 | |  |  | | x | |  |
| III.1.5 | | | ფასიანი ქაღალდების ბაზარი | 5 | | 125 | | 15 | | 30 | | | | 3 | | 48 | | 77 | |  |  | | x | |  |
| III.1.6 | | | პროფესიული პრაქტიკა | 5 | | 125 | | - | | 80 | | | | 2 | | 82 | | 43 | |  |  | | x | |  |
| III.1.7 | | | სამაგისტრო ნაშრომი | 30 | | 750 | | - | | - | | | | 1 | | 45 | | 704 | |  |  | |  | | x |
| **სულ** | | | | **60** | | **1500** | | **75** | | **230** | | | | **18** | | **367** | | **1132** | |  | | | | | |
| **III. 2** | | | **მენეჯმენტის კონცენტრაცია** |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **III. 2.1** | | | მენეჯმენტი გლობალურ გარემოში | 5 | | 125 | | 30 | | | 15 | | | | 3 | 48 | | 77 | |  | x | |  | |  |
| **III. 2.2** | | | კონფლიქტების და მოლაპარაკების მართვა | 5 | | 125 | | 15 | | | 30 | | | | 3 | 48 | | 77 | |  | x | |  | |  |
| **III. 2.3** | | | საწარმოო და ოპერაციული მენეჯმენტი | 5 | | 125 | | 15 | | | 30 | | | | 3 | 48 | | 77 | |  |  | | x | |  |
| **III. 2.4** | | | მმართველობითი გადაწყვეტილების შემუშავება | 5 | | 125 | | 15 | | | 30 | | | | 3 | 48 | | 77 | |  |  | | x | |  |
| **III. 2.5** | | | მარკეტინგ-მენეჯმენტი | 5 | | 125 | | 15 | | | 30 | | | | 3 | 48 | | 77 | |  |  | | x | |  |
| **III. 2.6** | | | პროფესიული პრაქტიკა | 5 | | 125 | | - | | | 80 | | | | 2 | 82 | | 43 | |  |  | | x | |  |
| **III. 2.7** | | | სამაგისტრო ნაშრომი | 30 | | 750 | | - | | | - | | | | 1 | 45 | | 704 | |  |  | |  | | x |
| **სულ** | | | | **60** | | **1500** | | **75** | | | **230** | | | | **18** | **367** | | **1132** | |  | | | | | |
| **III. 3** | **საბუღალტრო აღრიცხვა და აუდიტის კონცენტრაცია** | | |
| **III. 3.1** | აღრიცხვა და აუდიტი ფინანსურ ინსტიტუტებში | | | 5 | 125 | | 15 | | 30 | | | | | | 3 | | 48 | | 77 |  | x |  | |  | |
| **III. 3.2** | კორპორაციული ანგარიშგება | | | 5 | 125 | | 15 | | 30 | | | | | | 3 | | 48 | | 77 |  | x |  | |  | |
| **III. 3.3** | აღრიცხვის თავისებურებანი დარგების მიხედვით | | | 5 | 125 | | 15 | | 30 | | | | | | 3 | | 48 | | 77 |  |  | x | |  | |
| **III. 3**.4 | ფინანსური ანალიზი | | | 5 | 125 | | 15 | | 30 | | | | | | 3 | | 48 | | 77 |  |  | x | |  | |
| **III. 3.5** | ფინანსური და შესაბამისობის აუდიტი | | | 5 | 125 | | 15 | | 30 | | | | | | 3 | | 48 | | 77 |  |  | x | |  | |
| **III. 3.6** | პროფესიული პრაქტიკა | | | 5 | 125 | | - | | 80 | | | | | | 2 | | 82 | | 43 |  |  | x | |  | |
| **III. 3.7** | სამაგისტრო ნაშრომი | | | 30 | 750 | | - | | - | | | | | | 1 | | 45 | | 704 |  |  |  | | x | |
|  | **სულ** | | | **60** | **1500** | | **75** | | **230** | | | | | | **18** | | **367** | | **1132** |  |  |  | |  | |
| **III. 4** | **აგრობიზნესის მენეჯმენტის კონცენტრაცია** | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| III. 4.1 | მიწის რესურსების მართვა | | | 5 | 125 | | 15 | | 30 | | | | | | 3 | | 48 | | 77 |  | x |  | |  | |
| III. 4.2 | სასოფლო–სამეურნეო პროდუქტების მარკეტინგი | | | 5 | 125 | | 15 | | 30 | | | | | | 3 | | 48 | | 77 |  | x |  | |  | |
| III. 4.3 | აგროსექტორის საგარეო-ეკონომიკური ურთიერთობები | | | 5 | 125 | | 15 | | 30 | | | | | | 3 | | 48 | | 77 |  |  | x | |  | |
| III.4.4 | საინფორმაციო–საკონსულტაციო მომსახურება აგრობიზნესში | | | 5 | 125 | | 15 | | 30 | | | | | | 3 | | 48 | | 77 |  |  | x | |  | |
| III.4.5 | აგრობიზნესის მენეჯმენტი | | | 5 | 125 | | 15 | | 30 | | | | | | 3 | | 48 | | 77 |  |  | x | |  | |
| III.4.6 | პროფესიული პრაქტიკა | | | 5 | 125 | | - | | 80 | | | | | | 2 | | 82 | | 43 |  |  | x | |  | |
| III.4.7 | სამაგისტრო ნაშრომი | | | 30 | 750 | | - | | - | | | | | | 1 | | 45 | | 704 |  |  |  | | x | |
|  | **სულ** | | | **60** | **1500** | | **75** | | **230** | | | | | | **18** | | **367** | | **1132** |  |  |  | |  | |
| **III. 5** | **მარკეტინგის კონცენტრაცია** | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| III. 5.1 | B2B მარკეტინგი | | | 5 | 125 | | 15 | | 30 | | | | | | 3 | | 48 | | 77 |  | x |  | |  | |
| III. 5.2 | მარკეტინგ-მენეჯმენტი | | | 5 | 125 | | 30 | | 15 | | | | | | 3 | | 48 | | 77 |  | x |  | |  | |
| III. 5.3 | ვაჭრობის მარკეტინგი | | | 5 | 125 | | 15 | | 30 | | | | | | 3 | | 48 | | 77 |  |  | x | |  | |
| III.5.4 | რეკლამა და სტიმულირება | | | 5 | 125 | | 30 | | 15 | | | | | | 3 | | 48 | | 77 |  |  | x | |  | |
| III.5.5 | ბრენდინგი | | | 5 | 125 | | 15 | | 30 | | | | | | 3 | | 48 | | 77 |  |  | x | |  | |
| III.5.6 | პროფესიული პრაქტიკა | | | 5 | 125 | | - | | 80 | | | | | | 2 | | 82 | | 43 |  |  | x | |  | |
| III.5.7 | სამაგისტრო ნაშრომი | | | 30 | 750 | | - | | - | | | | | | 1 | | 45 | | 704 |  |  |  | | x | |
|  | **სულ** | | | **60** | **1500** | | **105** | | **200** | | | | | | **18** | | **367** | | **1132** |  |  |  | |  | |