

განახლებულია 01.05.2026 წ.

საგანმანათლებლო დაწესებულების დასახელება	საჯარო სამართლის იურიდიული პირი - ბათუმის შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტი
საგანმანათლებლო პროგრამის დასახელება	მარკეტინგი/Marketing
მისანიჭებელი კვალიფიკაცია	პირველი ნაწილი: ბიზნესის ადმინისტრირების მაგისტრი მარკეტინგში/Master of Business Administration (MBA) in Marketing მეორე ნაწილი: კვლევის მაგისტრი მარკეტინგში/Research Master in Marketing
პროგრამის ხელმძღვანელ(ებ)ი	გელა მამულაძე, პროფესორი - mamuladze.gela@bsu.edu.ge
პროგრამის სტრუქტურა/ECTS-მოცულობა, სასწავლო გეგმა (იხ. დანართი №1)	პირველი ნაწილი - 60 ECTS მეორე ნაწილი - 60 ECTS
სწავლების ენა	ქართული ენა
საგანმანათლებლო პროგრამაზე დაშვების წინაპირობა	პირველი ნაწილი: ✓ საერთო სამაგისტრო გამოცდა; ✓ შიდა საუნივერსიტეტო გამოცდები: ინგლისური ენა - B2 დონე და სპეციალობა; ✓ მობილობის წესით ჩარიცხვა; ✓ ერთიანი ეროვნული გამოცდების გარეშე, კანონმდებლობით დადგენილი წესით. მეორე ნაწილი: ✓ პროგრამის პირველი ნაწილი; ✓ მობილობის წესით ჩარიცხვა.
საგანმანათლებლო პროგრამის მიზანი	პირველი/მეორე ნაწილი: ✓ მოამზადოს შრომის ბაზრის მოთხოვნების შესაბამისი კომპეტენციის მქონე, პრაქტიკული უნარების მქონე მარკეტოლოგი, რომელსაც აქვს ღრმა და სისტემური ცოდნა ორგანიზაციებს ან/და ინდივიდებს შორის პროდუქციისა და მომსახურების გაცვლის პროცესების შესახებ; შეუძლია მიზნობრივი ბაზრისთვის ფასეულობების შექმნის, ფასწარმოქმნის, კომუნიკაციისა და მიწოდების შესაბამისი სტრატეგიების შესახებ ინფორმაციის ანალიზი და დასკვნების ჩამოყალიბება მენეჯერული გადაწყვეტილების მიზნით; ✓ მოამზადოს კონკურენტუნარიანი, სამეცნიერო კვლევითი და შემოქმედებითი უნარების მქონე ლიდერი, რომელსაც აქვს ცოდნა მარკეტინგის თანამედროვე ინსტრუმენტების შესახებ. კვლევის უახლოესი მეთოდების გამოყენებით და აკადემიური კეთილსინდისიერების პრინციპების

	<p>დაცვით კურსდამთავრებულმა შეუძლია ბიზნესის ცვალებად გარემოში არსებული ინფორმაციის შეგროვება/კრიტიკული ანალიზი; ასევე ინოვაციური მარკეტინგის ინსტრუმენტების, PR ღონისძიებების ორგანიზება და კრიზისების მართვა სოციალური პასუხისმგებლობისა და ბიზნესის ეთიკის პრინციპების დაცვით;</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ კურსდამთავრებულმა შეძლოს სწავლა და საქმიანობა როგორც ინდივიდუალური, ასევე გუნდური მუშაობის პრინციპებისა და უნარების გამოყენებით; კვლევის განხორციელების პროცესში ინდივიდუალური სასწავლო საჭიროებების განსაზღვრა და საკუთარი პროფესიული განვითარების უზრუნველყოფა.
<p>სწავლის შედეგები</p>	<p>პირველი ნაწილი:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ სიღრმისეულად განიხილავს მარკეტინგის კონცეფციებს, კვლევის მეთოდებს, მარკეტინგული კომპლექსის პროგრამებს; აყალიბებს არგუმენტირებულ მოსაზრებებს მიზნობრივი ბაზრისათვის ფასეულობის შექმნასთან, მიწოდებასთან, წინ წაწევასთან და ციფრული მარკეტინგის ინსტრუმენტების გამოყენებასთან დაკავშირებით; ✓ მარკეტინგული გადაწყვეტილების მიღების მიზნით აანალიზებს ბაზარზე არსებულ მდგომარეობას; იყენებს მარკეტინგულ მიდგომებს ბიზნესის პრობლემების გამოვლენის/გადაჭრის გზების მოძიებისა და კვლევის დამოუკიდებლად განხორციელებისათვის; ✓ აკადემიური კეთილსინდისიერების ნორმების დაცვით ასრულებს კვლევით და წარუდგენს საზოგადოებას; დამოუკიდებლად წარმართავს სწავლის პროცესს, საკუთარი შესაძლებლობების თანმიმდევრული და მრავალმხრივი შეფასების საფუძველზე. <p>მეორე ნაწილი:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ სიღრმისეულად განიხილავს ინოვაციური მარკეტინგის კონცეფციებს, პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის კრიტერიუმებს, საზოგადოებასთან ურთიერთობის პროგრამებს; აცნობიერებს ინოვაციური მარკეტინგის ინსტრუმენტების გამოყენების აუცილებლობას, ბიზნესის ეთიკისა და სოციალური პასუხისმგებლობის პრინციპებს; ახდენს ბიზნესის მართვაში ინოვაციური იდეების გენერირებას; ✓ იყენებს მარკეტინგულ მიდგომებს ბიზნესში არსებული პრობლემების გამოვლენისა/გადაჭრისათვის; ასევე ლიდერისთვის დამახასიათებელ და კრიზისული სიტუაციების მართვის შესაბამის მიდგომებს; გადაწყვეტილების მიღების მიზნით აფასებს ბაზარზე არსებულ მდგომარეობას; გადაწყვეტილების მიღების დროს ხელმძღვანელობს სოციალური პასუხისმგებლობისა და ბიზნესის ეთიკის პრინციპებით; ✓ აკადემიური კეთილსინდისიერების ნორმების დაცვით ასრულებს კვლევით და წარუდგენს საზოგადოებას; დამოუკიდებლად წარმართავს სწავლის პროცესს, საკუთარი შესაძლებლობების თანმიმდევრული და მრავალმხრივი შეფასების საფუძველზე.