

ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი
ეკონომიკის და ბიზნესის ფაკულტეტი
ბაკალავრიატი
ბიზნესის მიმართულება
ბიზნესის ადმინისტრირება 2013-2017

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 ათვისოს თავისუფალი კრედიტების სახით.

ძირითადი მაპროფილებელი სპეციალობის კურსები შემდეგნაირად ნაწილდება:

- ▣ საფაკულტეტო სასწავლო კურსები – 45 კრედიტი;
- ▣ საბაკალავრო ნაშრომი – 5 კრედიტი;
- ▣ პრაქტიკა – 5 კრედიტი;
- ▣ მაპროფილებელი სასწავლო კურსები – 115 კრედიტი (მათ შორის არჩევითი მოდულის 20 კრედიტი).

კრედიტების ყოველწლიური რაოდენობა არის 60.

არჩევითი სასწავლო კურსები, რომლებიც გაერთიანებულია მოდულში, ისწავლება VII-VIII სემესტრებში. მოდული ითვალისწინებს 20 კრედიტის მოცულობით მაპროფილებელი სასწავლო კურსების გაღრმავებულ სწავლებას. შემოთავაზებული 7 მოდულიდან სტუდენტი ირჩევს ერთს და ორი სემესტრის განმავლობაში სწავლობს არჩეული მოდულის საგნებს.

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; ორგანიზაციისა 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 შექმნას 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 მაღიან კარგი	დადებითი
71-80%	„C კარგი	დადებითი
61-70%	„D” დამაკმაყოფილებელი	დადებითი
51-60%	„E” საკმარისი	დადებითი
41-50%	„ X” 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 ადმინისტრირება

საბაკალავრო პროგრამის სახელწოდება: ბიზნესის ადმინისტრირება - ძირითადი სპეციალობა (მეიჯორი)

საბაკალავრო პროგრამის ხელმძღვანელი/კოორდინატორი: სრული პროფესორი ნუგზარ თოდუა

აკადემიური საბჭოს მიერ პროგრამის დამტკიცების თარიღი, დადგენილების ნომერი: #57/2011 29 ივნისი, 2011

პროგრამის ამოქმედების თარიღი (სასწავლო წელი): 2013-2017

სასწავლო კურსები / მოდულები

საფაკულტეტო სასწავლო კურსები / მოდულები

კოდი	კურსის/მოდულის სახელწოდება	ECTS კრედიტები	საკონტაქტო მუშაობის საათების რაოდენობა			დამოუკიდებელი მუშაობის საათების რაოდენობა	საგანზე/მოდულზე დაშვების წინაპირობა	სწავლების სემესტრი (შემოდგომის/გაზაფხულის)	ლექტორი/ლექტორები
			სულ	ლექცია	სემინარი/პრაქტიკული				
	უცხო ენა 1	5	125	0	90	35	წინაპირობის გარეშე	I შემოდგომის	
	უცხო ენა 2	5	125	0	90	35	უცხო ენა 1	II გაზაფხულის	
	უცხო ენა 3	5	125	0	90	35	უცხო ენა 2	III შემოდგომის	
	უცხო ენა 4	5	125	0	90	35	უცხო ენა 3	IV გაზაფხულის	
	მათემატიკა ეკონომიკისა და ბიზნესისთვის 1	5	125	30	30	65	წინაპირობის გარეშე	I შემოდგომის	თ. ზერეკიძე
	მათემატიკა ეკონომიკისა და ბიზნესისთვის 2	5	125	30	30	65	მათემატიკა ეკონომიკისა და ბიზნესისთვის 1	II გაზაფხულის	თ. ზერეკიძე
	ალბათობის	5	125	30	45	50	მათემატიკა	II გაზაფხულის	ო. ფურთუხია

	თეორია და მათემატიკური სტატისტიკა						ეკონომიკისა და ბიზნესისთვის 1		
	მიკროეკონომიკის პრინციპები	5	125	15	30	80	წინაპირობის გარეშე	I შემოდგომის	ე. მექვაბიშვილი
	მაკროეკონომიკის პრინციპები	5	125	15	30	80	მიკროეკონომიკის პრინციპები	II გაზაფხულის	ე. მექვაბიშვილი
სულ:		45							

თავისუფალი კრედიტები (სასწავლო კურსები / მოდულები)

კოდი	კურსის/მოდულის სახელწოდება	ECTS კრედიტები	საკონტაქტო მუშაობის საათების რაოდენობა			დამოუკიდებელი მუშაობის საათების რაოდენობა	საგანზე/მოდულზე დაშვების წინაპირობა	სწავლების სემესტრი (შემოდგომის/ გაზაფხულის)	ლექტორი/ლექტორები
			სულ	ლექცია	სემინარი/პრაქტიკული				
1	სტუდენტს შეუძლია აირჩიოს ნებისმიერი ფაკულტეტის ნებისმიერი საგანი	5						1 შემოდგომის	
2		5						5 შემოდგომის	
სულ:		10							

მაპროფილებელი სასწავლო კურსები / მოდულები

კოდი	კურსის/მოდულის სახელწოდება	ECTS კრედიტები	საკონტაქტო მუშაობის საათების რაოდენობა			დამოუკიდებელი მუშაობის საათების რაოდენობა	საგანზე/მოდულზე დაშვების წინაპირობა	სწავლების სემესტრი (შემოდგომის/ გაზაფხულის)	ლექტორი/ლექტორები
			სულ	ლექცია	სემინარი/პრაქტიკული				
<i>სავალდებულო სასწავლო კურსები</i>									
1	ბიზნესის ადმინისტრირების საფუძვლები 1 (ბიზნესის გარემო)	5	125	15	30	80	წინაპირობის გარეშე	1 შემოდგომის	თ. შენგელია

2	ბიზნესის ადმინისტრირების საფუძვლები 2 (ბიზნესის ორგანიზაცია და მართვა)	5	125	15	30	80	ბიზნესის ადმინისტრირების საფუძვლები 1 (ბიზნესის გარემო)	2 გაზაფხულის	თ. შენგელია
3	ბუღალტერული აღრიცხვის საფუძვლები	5	125	15	30	80	მიკროეკონომიკის პრინციპები	2 გაზაფხულის	ე. ხარაბაძე
4	სტატისტიკა ეკონომიკისა და ბიზნესისთვის 1	5	125	15	30	80	მათემატიკა ეკონომიკისა და ბიზნესისთვის 1	3 შემოდგომის	ს. გელაშვილი
5	სტატისტიკა ეკონომიკისა და ბიზნესისთვის 2	5	125	15	30	80	სტატისტიკა ეკონომიკისა და ბიზნესისთვის 1	4 შემოდგომის	ს. გელაშვილი
6	ფინანსური აღრიცხვა	10	250	30	60	160	ბუღალტერული აღრიცხვის საფუძვლები	3 შემოდგომა	ე. ხარაბაძე
7	მენეჯმენტის საფუძვლები	5	125	15	30	80	ბიზნესის ადმინისტრირების საფუძვლები 2 (ბიზნესის ორგანიზაცია და მართვა)	4 გაზაფხული	დ. ნარმანია, ე. ჩოხელი
8	მარკეტინგი 1 (მარკეტინგის საბაზისო კურსი)	5	125	15	30	80	მიკროეკონომიკის პრინციპები	4 გაზაფხული	ნ. თოდუა
9	მარკეტინგი 2 (მარკეტინგის კომპლექსი)	5	125	15	30	80	მარკეტინგი 1 (მარკეტინგის საბაზისო კურსი)	5 შემოდგომა	ნ. თოდუა
10	საერთაშორისო მარკეტინგი	5	125	15	30	80	მარკეტინგი 1 (მარკეტინგის საბაზისო კურსი)	6 გაზაფხული	ნ. თოდუა

11	ფინანსური ინსტიტუტები და ბაზრები	5	125	15	30	80	მიკროეკონომიკის პრინციპები	5 შემოდგომა	ი. კოვზანაძე
12	კორპორაციათა ფინანსები	5	125	15	30	80	ფინანსური ინსტიტუტები და ბაზრები	6 გაზაფხული	ხ. ბარბაქაძე
13	საჯარო ფინანსები	5	125	15	30	80	მიკროეკონომიკის პრინციპები	7 შემოდგომა	მ. ჩიკვილაძე, ე. ჯგერენაია, თ. კოპალეიშვილი
14	ოპერაციათა მენეჯმენტი	5	125	15	30	80	მენეჯმენტის საფუძვლები	5 შემოდგომა	ე. ჩოხელი
15	ადამიანური რესურსების მენეჯმენტი	5	125	15	30	80	მენეჯმენტის საფუძვლები	6 გაზაფხული	ნ. პაიჭაძე
16	ბიზნეს-ინფორმატიკა	5	125	0	45	80	წინაპირობის გარეშე	1 შემოდგომა	ე. ლავგილავა, ვ. გოგიჩაიშვილი, რ. სეთურიძე, დ. სიჭინავა, მ. ტიკიშვილი, თ. ჩალიგავა, თ. მელქოშვილი
17	ბიზნეს-სამართალი	5	125	15	30	80	წინაპირობის გარეშე	6 გაზაფხული	თ. ჩაჩანიძე
18	საერთაშორისო ბიზნესი	5	125	15	30	80	ბიზნესის ადმინისტრირების საფუძვლები 2 (ბიზნესის ორგანიზაცია და მართვა)	7 შემოდგომა	ე. ლეკაშვილი
სულ		95							
არჩევითი სასწავლო კურსები (შვიდი მოდულიდან სტუდენტი ირჩევს ერთს)									
1	მოდული საბუღალტრო აღრიცხვა	20						7 შემოდგომა 8 გაზაფხული	
2	მოდული	20						7 შემოდგომა	

	მარკეტინგი							8 გაზაფხული	
3	მოდული მენეჯმენტი	20						7 შემოდგომა 8 გაზაფხული	
4	მოდული ფინანსები და საბანკო საქმე	20						7 შემოდგომა 8 გაზაფხული	
5	მოდული ტურიზმისა და მასპინძლობის მენეჯმენტი	20						7 შემოდგომა 8 გაზაფხული	
6	მოდული საერთაშორისო ბიზნესი	20						7 შემოდგომა 8 გაზაფხული	
7	მოდული ინფორმაციული ტექნოლოგიების მენეჯმენტი	20						7 შემოდგომა 8 გაზაფხული	
სულ		20							
მოდული: საბუღალტრო აღრიცხვა									
1	ბუღალტრული აღრიცხვა კომერციულ ბანკებში	5	30	15	15	95	ბუღალტრული აღრიცხვის საფუძვლები	7 შემოდგომა	ი. ჭილაძე
2	ბუღალტრული აღრიცხვა საჯარო სამართლის სუბიექტებში	5	30	15	15	95	ფინანსური აღრიცხვა	7 შემოდგომა	მ. ვარდიაშვილი
3	ეკონომიკური ანალიზი	5	30	15	15	95	ფინანსური აღრიცხვა	8 გაზაფხული	მ. ჯიქია
4	აუდიტის	5	30	15	15	95	ფინანსური აღრიცხვა	8 გაზაფხული	ნ. სრესელი

	საფუძვლები								
სულ		20							
	მოდული: მარკეტინგი								
1	მარკეტინგული კვლევის პრინციპები	5	30	15	15	95	მარკეტინგი 1 (მარკეტინგის საბაზისო კურსი)	7 შემოდგომა	ე. უროტაძე
2	მომხმარებელთა ქცევა I	5	30	15	15	95	მარკეტინგი 1 (მარკეტინგის საბაზისო კურსი)	7 შემოდგომა	მ. ვეშაგური
3	რეკლამა	5	30	15	15	95	მარკეტინგი 2 (მარკეტინგის კომპლექსი)	8 გაზაფხული	ჩ. ჯაში
4	ინტერნეტ-მარკეტინგი	5	30	15	15	95	მარკეტინგი 2 (მარკეტინგის კომპლექსი)	8 გაზაფხული	ნ.თოდუა
სულ		20							
	მოდული: მენეჯმენტი								
1	სტრატეგიული მენეჯმენტის საფუძვლები	5	30	15	15	95	მენეჯმენტის საფუძვლები	7 შემოდგომა	ე. ჩოხელი ბ. რამიშვილი
2	ორგანიზაციული ქცევა	5	30	15	15	95	მენეჯმენტის საფუძვლები	7 შემოდგომა	ნ. ფარესაშვილი
3	პროექტების მართვა	5	30	15	15	95	მენეჯმენტის საფუძვლები	8 გაზაფხული	გ. შიხაშვილი ვ. კიკუტაძე

4	საზოგადოებრივი ადმინისტრირება	5	30	15	15	95	მენეჯმენტის საფუძვლები	8 გაზაფხული	დ. ნარმანია ვ. კიკუტაძე
სულ		20							
მოდული: ფინანსები და საბანკო საქმე									
1	საბანკო საქმე 1	5	30	15	15	95	ფინანსური ინსტიტუტები და ბაზრები	7 შემოდგომა	ი. კოვზანაძე
2	საბანკო საქმე 2	5	30	15	15	95	საბანკო საქმე 1	8 გაზაფხული	ი. კოვზანაძე
3	სადაზღვევო საქმე	5	30	15	15	95	ფინანსური ინსტიტუტები და ბაზრები	7 შემოდგომა	ნ. კაკაშვილი
4	გადასახადები და დაბეგვრა	5	30	15	15	95	ფინანსური ინსტიტუტები და ბაზრები	8 გაზაფხული	მ. ჩიკვილაძე, თ. კოპალეიშვილი
სულ		20							
მოდული: ტურიზმისა და მასპინძლობის მენეჯმენტი									
1	შესავალი ტურიზმისა და მასპინძლობის მენეჯმენტში 1	5	30	15	15	95	წინა პირობა არა აქვს	7 შემოდგომა	მ. მარგველაშვილი
2	შესავალი ტურიზმისა და მასპინძლობის მენეჯმენტში 2	5	30	15	15	95	შესავალი ტურიზმისა და მასპინძლობის მენეჯმენტში 1	8 გაზაფხული	მ. მარგველაშვილი
3	ტურიზმის ეკონომიკა	5	30	15	15	95	მაკროეკონომიკის პრინციპები	7 შემოდგომა	მ. მარგველაშვილი

4	ტურიზმის დაგეგმვა და მენეჯმენტი	5	30	15	15	95	შესავალი ტურიზმისა და მასპინძლობის მენეჯმენტში 1	8 გაზაფხული	მ. მარგველაშვილი
სულ		20							
მოდული: საერთაშორისო ბიზნესი									
1	ევროკავშირის ბიზნესის გარემო	5	30	15	15	95	ბიზნესის ადმინისტრირების საფუძვლები 1 (ბიზნესის გარემო)	7 შემოდგომა	რ. ფუტყარაძე
2	საერთაშორისო საფინანსო საკრედიტო ურთიერთობები	5	30	15	15	95	ბიზნესის ადმინისტრირების საფუძვლები 1 (ბიზნესის გარემო)	7 შემოდგომა	ი. მესხია
3	საერთაშორისო ბიზნესის მართვა	5	30	15	15	95	ბიზნესის ადმინისტრირების საფუძვლები 1 (ბიზნესის გარემო)	8 გაზაფხული	ხ. ბერიშვილი
4	ორგანიზაციის თეორია	5	30	15	15	95	ბიზნესის ადმინისტრირების საფუძვლები 1 (ბიზნესის გარემო)	8 გაზაფხული	ლ. ქადაგიშვილი
სულ		20							
მოდული: ინფორმაციული ტექნოლოგიების მენეჯმენტი									
1	ალგორითმიზაციის საფუძვლები და დაპროგრამების თანამედროვე საშუალებები	5	30	15	15	95	ბიზნეს-ინფორმატიკა	7 შემოდგომა	დ. სიჭინავა

2	ეკონომიკური საინფორმაციო სისტემების თეორია	5	30	15	15	95	ბიზნეს-ინფორმატიკა	7 შემოდგომა	ე. ლავგილავა, მ. კონიაშვილი
3	ეკონომიკური საინფორმაციო სისტემების დაპროექტება	5	30	15	15	95	ბიზნეს-ინფორმატიკა	8 გაზაფხული	ე. ლავგილავა, მ. კონიაშვილი
4	მონაცემთა ბაზების დაპროექტება და მართვა	5	30	15	15	95	ბიზნეს-ინფორმატიკა; ეკონომიკური საინფორმაციო სისტემების თეორია	8 გაზაფხული	თ. მელქოშვილი
სუ ლ		20							
დამატებითი სპეციალობის სასწავლო კურსები									
სუ ლ		60 (10 კრედიტი თითოეულ სემესტრში)						3,5,7 შემოდგომა 4,6,8 გაზაფხული	
პრაქტიკა									
		ECTS კრედიტები	საკონტაქტო მუშაობის საათების რაოდენობა	დამოუკიდებელი მუშაობის საათების რაოდენობა	პრაქტიკის სტატუსი (სავალდებულო/ა რჩევითი)	დაშვების წინაპირობა	სწავლების სემესტრი/სემესტრები	პრაქტიკის ხელმძღვანელი	
	პრაქტიკა	5	75	50	სავალდებულო	შესაბამისი მოდულის 5 კრედიტის	VIII გაზაფხულის		

								ათვისება	
საბაკალავრო ნაშრომი									
საბაკალავრო ნაშრომი	ECTS კრედიტები	საკონტაქტო მუშაობის საათების რაოდენობა			დამოუკიდებელი მუშაობის საათების რაოდენობა	საბაკალავრო ნაშრომის სტატუსი (სავალდებულო/არჩევითი)	დაშვების წინაპირობა	სწავლების სემესტრი/სემესტრები	საბაკალავრო ნაშრომების ხელმძღვანელები
საბაკალავრო ნაშრომი	5	30			95	სავალდებულო	შესაბამისი მოდულის 10 კრედიტის ათვისება	VIII გაზაფხულის	
სულ ძირითად სპეციალობაზე	180								
დამატებითი სპეციალობა	60								
სულ:	240								

დამატებითი სპეციალობა (მაინორი) სხვა სპეციალობის სტუდენტებისათვის

სასწავლო გეგმა

ფაკულტეტი: ეკონომიკისა და ბიზნესის

ინსტიტუტი / დეპარტამენტი / კათედრა / მიმართულება: ბიზნესის

საბაკალავრო პროგრამის სახელწოდება: ბიზნესის ადმინისტრირება - დამატებითი სპეციალობა (მაინორი)

საბაკალავრო პროგრამის ხელმძღვანელი/კოორდინატორი: სრული პროფესორი ნუგზარ თოდუა

აკადემიური საბჭოს მიერ პროგრამის დამტკიცების თარიღი, დადგენილების ნომერი: #57/2011 29 ივნისი, 2011

პროგრამის ამოქმედების თარიღი (სასწავლო წელი): 2013-2017

სასწავლო კურსები / მოდულები

კოდი	კურსის/მოდულის სახელწოდება	ECTS კრედიტები	საკონტაქტო მუშაობის საათების რაოდენობა			დამოუკიდებელი მუშაობის საათების რაოდენობა	საგანზე/მოდულზე დაშვების წინაპირობა	სწავლების სემესტრი (შემოდგომის/გაზაფხულის)	ლექტორი/ლექტორები
			სულ	ლექცია	სემინარი/პრაქტიკული				
1	ფინანსური აღრიცხვა	10	250	30	60	160	ბუღალტრული აღრიცხვის საფუძვლები	3 შემოდგომა	ე. ხარაბაძე
2	მენეჯმენტის საფუძვლები	5	125	15	30	80	ბიზნესის ადმინისტრირების საფუძვლები 2 (ბიზნესის ორგანიზაცია და მართვა)	5 შემოდგომა	დ. ნარმანია, ე. ჩოხელი
3	მარკეტინგი 1 (მარკეტინგის საბაზისო კურსი)	5	125	15	30	80	მიკროეკონომიკის პრინციპები	4 გაზაფხული	ნ. თოდუა
4	მარკეტინგი 2 (მარკეტინგის კომპლექსი)	5	125	15	30	80	მარკეტინგი 1 (მარკეტინგის საბაზისო კურსი)	5 შემოდგომა	ნ. თოდუა
5	საერთაშორისო	5	125	15	30	80	მარკეტინგი 1	6 გაზაფხული	ნ. თოდუა

	მარკეტინგი						(მარკეტინგის საბაზისო კურსი)		
6	ფინანსური ინსტიტუტები და ბაზრები	5	125	15	30	80	მიკროეკონომიკის პრინციპები	4 გაზაფხული	ი. კოვზანაძე
7	კორპორაციათა ფინანსები	5	125	15	30	80	ფინანსური ინსტიტუტები და ბაზრები	6 გაზაფხული	ხ. ბარბაქაძე
8	საჯარო ფინანსები	5	125	15	30	80	მიკროეკონომიკის პრინციპები	8 გაზაფხული	მ. ჩიკვილაძე, ე. ჯგერენაია, თ. კოპალეიშვილი
9	ოპერაციათა მენეჯმენტი	5	125	15	30	80	მენეჯმენტის საფუძვლები	8 გაზაფხული	ე. ჩოხელი
10	ადამიანური რესურსების მენეჯმენტი	5	125	15	30	80	მენეჯმენტის საფუძვლები	7 შემოდგომა	ნ. პაიჭაძე
11	საერთაშორისო ბიზნესი	5	125	15	30	80	ბიზნესის ადმინისტრირების საფუძვლები 2 (ბიზნესის ორგანიზაცია და მართვა)	7 შემოდგომა	ე. ლეკაშვილი
სულ:		60							

CV

გვარი, სახელი	ნუგზარ თოდუა
აკადემიური ხარისხი თანამდებობა	ეკონომიკის მეცნიერებათა დოქტორი, თსუ სრული პროფესორი

სამუშაო ადგილი	ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი
საკონტაქტო ინფორმაცია:) მისამართი) ტელეფონი) მობილური) ელ.ფოსტა	ქ.თბილისი, მიჩურინის ქ.#9. ტელ. (+995 32) 30 45 92 (ოსუ) ; (+995 32) 91 05 33 (ბინა), (+995 93) 32 16 55 (მობილური). nugzartodua@yahoo.com ; nugzar.todua@tsu.ge
განათლება:) თარიღი) დაწესებულება) კვალიფიკაცია/ხარისხი) დიპლომის #(წარმოადგინეთ დანართები)) 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“.) 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.

	<p>ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი. სპეციალობა „მიკროეკონომიკა. მარკეტინგი“.</p>
<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 სამეცნიერო ნაშრომი, რომლითაც დასტურდება შესაბამის დარგში (იგულისხმება სასწავლო კურსი, რომელსაც თქვენ ახორციელებთ) თქვენი კომპეტენტურობა.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. რეგიონის კონკურენტუნარიანობის შეფასების საკითხი. ჟურნალი „ეკონომიკა“, 2006 წ. # 4, გვ. 50-58. 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 Evoluation of Products Sourced From a Geographically Close

	<p>Proximity Country. USA. `Journal of Euromarketing~, 17 (2008), No. 3/4, pp.199-218.</p> <p>8. Georgian Consumers Evoluation of Domestic Products. Journal `Economics and Business~. 2009, #1, pp. 106 – 126.</p> <p>9. მარკეტინგის გამოყენების თავისებურებები საზღვაო ტრანსპორტის მომსახურების სფეროში. ჟურნალი „ეკონომიკა და ბიზნესი“, თბილისი, 2010, #1, გვ.124–136</p> <p>10. ინტერნეტ მარკეტინგი. სახელმძღვანელო. გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი, 2011 წ. 319 გვ.</p>
<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-პროვაიდერების ბაზრის განვითარების ტენდენციები 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. 3. გლობალური კრიზისის გავლენა ინტერნეტ-ბაზრის განვითარებაზე. საუნივერსიტეტაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენციის „მსოფლიო ფინანსური კრიზისი და საქართველო“ (თსუ, 2009 წლის 6 ივნისი) სამეცნიერო შრომების კრებული. გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი, 2009 წ. გვ.186-188 4. რეგიონის კონკურენტუნარიანობის შეფასების მათემატიკური მოდელი. I საუნივერსიტეტაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენციის „საქართველოს ეკონომიკა მსოფლიო კონკურენტუნარიანობის მაჩვენებლებში: პრობლემები, პერსპექტივები“ (თსუ 2009 წლის 25 ივნისი)

	<p>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 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</p>
--	--

	<p>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 მდგრადი განვითარების სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემები“ (ქუთაისის უნივერსიტეტი, ქუთაისი, 2010 წლის 18 დეკემბერი) სამეცნიერო შრომების კრებული, გამომცემლობა „მზმ-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</p>
--	---

	<p>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>
--	--