



სასწავლო კურსის სილაბუსი

სასწავლო კურსის სახელწოდება (ქართულად და ინგლისურად)	კვლევის მეთოდოლოგია ბიზნესში (Research Methodology in Business)
სასწავლო კურსის ავტორი	ნუგზარ თოდუა
ლექტორი	ნუგზარ თოდუა – ეკონომიკის მეცნიერებათა დოქტორი, ივ.ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტის მარკეტინგის კათედრის პროფესორი. თბილისი, 0186, უნივერსიტეტის ქუჩა N 2, ოთახი N 1111, ტელ: 225-04-84 (კათ); ელ.ფოსტა: nugzar.todua@tsu.ge
სასწავლო კურსის კოდი	
სასწავლო კურსის სტატუსი	ფაკულტეტი: ეკონომიკისა და ბიზნესის სწავლების საფეხური: დოქტორანტურა პროგრამა: ბიზნესის ადმინისტრირების სადოქტორო პროგრამა სტატუსი: სავალდებულო კურსი
ECTS	კრედიტები: 10 საათების საერთო რაოდენობა: 250 სთ. <ul style="list-style-type: none"> • საკონტაქტო საათები: 45 სთ. მათ შორის: <ul style="list-style-type: none"> • ლექცია - 15 სთ; • სემინარი - 10 სთ; • პრაქტიკუმი - 20 სთ. • დამოუკიდებელი მუშაობის საათები: 205 სთ. • შუალედური გამოცდის ჩასაბარებლად განკუთვნილი დრო - 2 სთ; • საბოლოო გამოცდის ჩასაბარებლად განკუთვნილი დრო - 3 სთ;
სასწავლო კურსის მიზანი	კურსის შესწავლის მიზანია, სტუდენტები დაეუფლონ ბიზნესის სფეროში კვლევის თანამედროვე მეთოდებს და შეძლონ მათი გამოყენება სამეცნიერო საქმიანობაში.
სასწავლო კურსზე დაშვების წინაპირობა	წინაპირობა არ აქვს



<p>სწავლის შედეგები აღწერილი დარგობრივი და ზოგადი (ტრანსფერული) კომპეტენციებით</p>	<p>1. ცოდნა და გაცნობიერება. სასწავლო კურსის წარმატებით გავლის შემდეგ დოქტორანტს ექნება ბიზნესის კვლევის სფეროში უახლეს მიღწევებზე დამყარებული ცოდნა, რომელიც მას არსებული ცოდნის გაფართოებისა და ინოვაციური მეთოდების გამოყენების საშუალებას მისცემს. კერძოდ, დოქტორანტს შეეძლება:</p> <ul style="list-style-type: none">• განსაზღვროს მეთოდოლოგიის როლი ბიზნესის კვლევაში;• განმარტოს ბიზნესის კვლევის ეთიკური საკითხები;• გაარჩიოს ბიზნესის კვლევს პროცესი;• ჩამოაყალიბოს ბიზნესის კვლევის დიზაინის ელემენტები;• განასხვავოს თვისებრივი კვლევის, დაკვირვების, ექსპერიმენტისა და გამოკითხვის მეთოდები;• ახსნას გაზომვისა და სკალირების პროცედურები;• განმარტოს კითხვარის შემუშავების პრინციპები;• მიმოიხილოს შერჩევის მეთოდები;• შეარჩიოს შესაბამისი პროცედურები მონაცემების შეგროვებისა და ანალიზისათვის;• აღწეროს კვლევითი შედეგების დაწერის პროცედურა. <p>2. უნარი. სასწავლო კურსის წარმატებით გავლის შემდეგ დოქტორანტს შეეძლება:</p> <ul style="list-style-type: none">• დაგეგმოს კვლევა ბიზნესში აკადემიური კეთილსინდისიერების პრინციპების დაცვით;• შეიმუშაოს კვლევის ახალი მეთოდები და მიდგომები, რომლებიც ბიზნესის სფეროში ახალი ცოდნის შექმნაზე იქნება ორიენტირებული;• დაადგინოს კვლევის კითხვები და ჰიპოთეზები;• გამოიყენოს კვლევის თანამედროვე მეთოდები კონკრეტული ბიზნესსიტუაციების შესწავლისათვის;• გამოიყენოს კვლევის თანამედროვე მეთოდები ახალი, რთული და წინააღმდეგობრივი იდეებისა და მიდგომების კრიტიკული ანალიზის, სინთეზისა და შეფასებისათვის, რაც უზუნველყოფს ბიზნესის კვლევის სფეროში სწორი და ეფექტიანი გადაწყვეტილების დამოუკიდებლად მიღებას;• განაზოგადოს კვლევის შედეგები;• გააკეთოს დასკვნები და რეკომენდაციები ჩატარებული კვლევის საფუძველზე;• წარმოაჩინოს საკუთარი კვლევის შედეგები დასაბუთებულად და გარკვევით როგორც კოლეგებთან, ასევე ფართო საზოგადოებასთან ახალი და არსებული ცოდნის ურთიერთკავშირში.
--	--



	<p>3. პასუხისმგებლობა და ავტონომიურობა. სასწავლო კურსის წარმატებით გავლის შემდეგ დოქტორანტს შეეძლება:</p> <ul style="list-style-type: none"> • აკადემიურ კონტექსტში უახლეს მიღწევებზე დამყარებული კვლევითი პროექტების განხორციელება აკადემიური კეთილსინდისიერების პრინციპების დაცვით, აგრეთვე ინოვაციურობისა და დამოუკიდებლობის დემონსტრირებით. 																								
სასწავლო კურსის შინაარსი	იხ. დანართი 1																								
სწავლებისა და სწავლის მეთოდები	<p>მეცადინეოები ჩატარდება სწავლების აქტიური მეთოდების გამოყენებით, როგორცაა: ტესტირება, საქმიანი თამაშები და სიტუაციური ამოცანების განხილვა. სწავლებისას გამოყენებული იქნება როგორც ინდივიდუალური, ისე ჯგუფური სწავლების მეთოდები. შედეგების მიღწევისათვის გამოიყენება სწავლებისა და სწავლის სხვადასხვა მეთოდი, კერძოდ, ვერბალური, წიგნზე მუშაობის, პრეზენტაციის, დისკუსიის, დებატების, დემონსტრირების, ინდუქციის, დედუქციის, ანალიზის, სინთეზის და სხვ.</p>																								
შეფასების სისტემა და კრიტერიუმები	<p>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:</p> <table border="1" data-bbox="537 1234 1411 1808"> <thead> <tr> <th>ქულათა რაოდენობა</th> <th>შეფასება</th> <th>ნიშანი</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>91-100</td> <td>„A“ ფრიადი</td> <td>დადებითი</td> </tr> <tr> <td>81-90</td> <td>„B“ ძალიან კარგი</td> <td>დადებითი</td> </tr> <tr> <td>71-80</td> <td>„C“ კარგი</td> <td>დადებითი</td> </tr> <tr> <td>61-70</td> <td>„D“ დამაკმაყოფილებელი</td> <td>დადებითი</td> </tr> <tr> <td>51-60</td> <td>„E“ საკმარისი</td> <td>დადებითი</td> </tr> <tr> <td>41-50</td> <td>„FX“ ვერ ჩააზარა (სტუდენტს უფლება ეძლევა გავიდეს დამატებით გამოცდაზე)</td> <td>უარყოფითი</td> </tr> <tr> <td>0-40</td> <td>„F“ ჩაიჭრა (სტუდენტმა ხელმეორედ უნდა გაიაროს სასწავლო კურსი)</td> <td>უარყოფითი</td> </tr> </tbody> </table>	ქულათა რაოდენობა	შეფასება	ნიშანი	91-100	„A“ ფრიადი	დადებითი	81-90	„B“ ძალიან კარგი	დადებითი	71-80	„C“ კარგი	დადებითი	61-70	„D“ დამაკმაყოფილებელი	დადებითი	51-60	„E“ საკმარისი	დადებითი	41-50	„FX“ ვერ ჩააზარა (სტუდენტს უფლება ეძლევა გავიდეს დამატებით გამოცდაზე)	უარყოფითი	0-40	„F“ ჩაიჭრა (სტუდენტმა ხელმეორედ უნდა გაიაროს სასწავლო კურსი)	უარყოფითი
ქულათა რაოდენობა	შეფასება	ნიშანი																							
91-100	„A“ ფრიადი	დადებითი																							
81-90	„B“ ძალიან კარგი	დადებითი																							
71-80	„C“ კარგი	დადებითი																							
61-70	„D“ დამაკმაყოფილებელი	დადებითი																							
51-60	„E“ საკმარისი	დადებითი																							
41-50	„FX“ ვერ ჩააზარა (სტუდენტს უფლება ეძლევა გავიდეს დამატებით გამოცდაზე)	უარყოფითი																							
0-40	„F“ ჩაიჭრა (სტუდენტმა ხელმეორედ უნდა გაიაროს სასწავლო კურსი)	უარყოფითი																							



FX-შეფასების შემთხვევაში, სტუდენტს უფლება აქვს გავიდეს დამატებით გამოცდაზე; საგანმანათლებლო პროგრამის კომპონენტში, FX-ის მიღების შემთხვევაში უმაღლესი საგანმანათლებლო დაწესებულება ვალდებულია დამატებითი გამოცდა დანიშნოს დასკვნითი გამოცდის შედეგების გამოცხადებიდან არანაკლებ 5 დღეში. სტუდენტის მიერ დამატებით გამოცდაზე მიღებულ შეფასებას არ ემატება დასკვნით შეფასებაში მიღებული ქულათა რაოდენობა. დამატებით გამოცდაზე მიღებული შეფასება არის დასკვნითი შეფასება და აისახება საგანმანათლებლო პროგრამის კომპონენტის საბოლოო შეფასებაში. დამატებით გამოცდაზე მიღებული შეფასების გათვალისწინებით საგანმანათლებლო კომპონენტის საბოლოო შეფასებაში 0-50 ქულის მიღების შემთხვევაში, სტუდენტს უფორმდება შეფასება F-0 ქულა. F – შეფასების შემთხვევაში, სტუდენტმა განმეორებით უნდა გაიაროს კრედიტი.

სტუდენტის ცოდნის შეფასება მოიცავს შემდეგ კრიტერიუმებს:

ცოდნის შეფასების კრიტერიუმები	ქულა
სემინარულ და პრაქტიკულ მეცადინეობებზე აქტიურობა მათ შორის:	31
• სემინარი;	15
• პრაქტიკუმი	16
შუალედური გამოცდა	25
კვლევითი პროექტის პრეზენტაცია	14
დასკვნითი გამოცდა	30
საბოლოო შეფასება	100

1. სემინარულ და პრაქტიკულ მეცადინეობებზე აქტიურობა მოიცავს შემდეგ კრიტერიუმებს:

ა) სემინარულ მეცადინეობებზე აქტიურობა (მაქსიმალური შეფასება 15 ქულა): სემესტრის განმავლობაში გათვალისწინებულია 5 სასემინარო თემის დამუშავება. სემინარებზე სტუდენტებმა უნდა წარმოადგინონ მასალა შესაბამისი თემის გარკვეული პრობლემის (საკითხის) შესახებ. თემის პრეზენტაცია ხდება Power-point-ში, ზეპირი ფორმით. თითოეული თემა ფასდება მაქსიმუმ 3 ქულით. შესაბამისად,



	<p>სასემინარო თემების შეფასებებთან დაკავშირებული ქულების მაქსიმალური ჯამი იქნება: $5 \times 3 = 15$ ქულა. თითოეული თემის შეფასების კრიტერიუმებია: მასალის დამუშავების დონე - 1 ქულა; მსჯელობის უნარი - 1 ქულა; პრეზენტაციის დონე - 1 ქულა.</p> <p>გ) პრაქტიკულ მეცადინეობებზე აქტიურობა (მაქსიმალური შეფასება 16 ქულა): სემესტრის განმავლობაში გათვალისწინებულია 8 თემასთან დაკავშირებული 8 პრაქტიკული მეცადინეობა. პრაქტიკულ მეცადინეობებზე ხდება სავარჯიშოებისა და სიტუაციური ამოცანების განხილვა. თითოეულ მეცადინეობაზე სავარჯიშოს და სიტუაციური ამოცანის ანალიზი ფასდება მაქსიმუმ 2 ქულით. შესაბამისად, ქულების მაქსიმალური ჯამი იქნება: $8 \times 2 = 16$ ქულა. ქულების დიაპაზონი ასეთია: მასალის დამუშავების დონე - 1 ქულა, ინფორმაციის სიზუსტე - 1 ქულა.</p> <p>2. შუალედური გამოცდა (მაქსიმალური შეფასება 25 ქულა): შუალედური გამოცდა ტარდება წერითი ფორმით. გამოცდაზე სტუდენტს მიეცემა 25 ტესტი. თითოეული ტესტის სწორი პასუხი ფასდება 1 ქულით.</p> <p>3. კვლევითი პროექტის პრეზენტაცია (მაქსიმალური შეფასება 14 ქულა): კვლევითი პროექტის პრეზენტაცია ხდება Power-point-ში, ზეპირი ფორმით. კვლევითი პროექტის შეფასების კრიტერიუმებია: შინაარსობრივი მხარე (საკითხის დასმა, საკითხის გადაწყვეტის გზა, მიღებული შედეგები და მათი არგუმენტირებული დასაბუთება) – 9 ქულა; პრეზენტაციის ტექნოლოგია (კონტაქტი აუდიტორიასთან) – 2 ქულა; ფორმალური მხარე (რეგლამენტის დაცვა, მასალები, გაფორმების ვიზუალურობა) – 2 ქულა.</p> <p>4. საბოლოო გამოცდა (მაქსიმალური შეფასება 30 ქულა): საბოლოო გამოცდა ტარდება წერითი ფორმით. საბოლოო გამოცდაზე სტუდენტს მიეცემა 30 ტესტი. თითოეული ტესტის სწორი პასუხი ფასდება 1 ქულით.</p> <p>საბოლოო გამოცდაზე დაშვების წინაპირობაა შუალედურ შეფასებებში მინიმუმ 21 ქულის მოგროვება. საბოლოო გამოცდა</p>
--	--



	<p>ითვლება ჩაბარებულად, თუ სტუდენტმა გამოცდაზე მიიღო მაქსიმალური ქულის 50%.</p> <p>სემესტრის განმავლობაში გათვალისწინებულია საკვატო მიზეზით გაცდენილი 2 მეცადინეობის აღდგენა (1 შუალედურ გამოცდამდე და 1 შუალედური გამოცდის შემდეგ).</p>
<p>სავალდებულო/ ძირითადი ლიტერატურა და სხვა სასწავლო მასალა</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bryman, A. and Bell, E. (2011). <i>Business Research Methods</i>. 3rd ed. Oxford University Press 2. Cooper, D., and Schindler, P. <i>Business Research Methods</i>. 12th ed. McGraw-Hill Education, 2014 <p>აღნიშნული ლიტერატურის მოძიება შესაძლებელია ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტის ბიბლიოთეკაში.</p>
<p>დამხმარე ლიტერატურა და სხვა სასწავლო მასალა</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bryman, A. (2012). <i>Social Research Methods</i>. 4th ed., Oxford University Press, New York 2. <i>Business Survey Methods</i> (1995). Edited by Brenda G. Cox et al. John Wiley & Sons, Inc. New York. 3. Creswell, J. (2009). <i>Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches</i>. SAGE Publications, Inc. Los Angeles 4. Dul, J., and Hak, T. (2008). <i>Case Study Methodology in Business Research</i>. Published by Elsevier Ltd. 5. <i>Handbook of qualitative research methods in marketing</i>. (2006). Ed. by Belk, R. Edward Elgar Publishing, Inc. Massachusetts 6. Ho, D. G. (2006). The focus group interview. <i>Australian review of applied linguistics</i>, 29(1), 5-1. 7. Kothari, C. (2012). <i>Research Methodology: Methods and Techniques</i>. 2nd ed., Published by New Age International (P) Ltd., New Delhi 8. Kumar, R. (2011). <i>Research Methodology</i>. SAGE Publications Inc. 9. Lancaster, G. (2005). <i>Research Methods in Management: A concise introduction to research in management and business consultancy</i>. Published by Elsevier Ltd. 10. Nia, F. and Niavand, H. (2017). A Glance of Business Research Methodology for Researchers. <i>Journal of Business and Management Sciences</i>, Vol. 5, No. 2, 62-66. 11. Ragab, M. and Arisha, A. (2018). Research Methodology in Business: A Starter's Guid. <i>Management and Organizational Studies</i> Vol. 5, No.1 12. Saunders, M., Lewis, p. and Thornhill, A. (2009). <i>Research Methods for Business Students</i>. Pearson Education Limited, Harlow. 13. Saunders, M., Lewis, Ph., and Thornhill, A. <i>Research methods for business students</i> . —5th ed. Pearson Education Limited, 2009.



	<p>14. Sekaran, U., and Bougie, R. (2016). Research Methods for Business: a skill building approach. 7th ed., John Wiley & Sons Ltd.</p> <p>15. Singh, B. B., and Guled, C. N. Conceptuality of Research Methodology: Some Introductory Remark. Everyman's Science , 156.</p> <p>16. Sreejesh, S., Mohapatra, S. and Anusree, M. (2014). Business Research Methods. Springer International Publishing, Switzerland.</p> <p>17. The SAGE Encyclopedia of Qualitative Research Methods. (2008). Ed. by Given, L. SAGE Publications, Inc.</p> <p>18. Tracy, s. (2013). Qualitative Research methods: collecting evidence, crafting analysis, communicating impact. John Wiley & Sons, Ltd West Sussex</p> <p>19. Walliman, N. Research Methods: the basics. (2011). Routledge, New York</p> <p>20. Waters, D. (2011). Quantitative methods for business . 5th ed. Pearson Education Limited, Harlow</p> <p>21. Yin, R. (2009). Case Study Research: Design and Methods. 4th ed. SAGE Publications, Inc.</p> <p>22. Zikmund, W., Babin, B., Carr, J. and and Griffin, M. (2013). Business Research Methods. Ninth edition, South-Western College Publishing. Mason, Ohio</p>
<p>სასწავლო კურსის გავლასთან დაკავშირებული დამატებითი ინფორმაცია/პირობები</p>	<p>სტუდენტებმა უნდა დაიცვან ეთიკის ნორმები როგორც სტუდენტებთან, ისე პროფესორებთან დამოკიდებულებაში, სააუდიტორიო მეცადინეობები ჩათვალონ, როგორც საქმიანი შეხვედრები, გამორთონ ელექტრონული მოწყობილობები და ლექციებზე მივიდნენ დაუგვიანებლად. მეცადინეობებზე რეგულარული დასწრების გარეშე საეჭვოა, რომ მასალა მათ წარმატებით დაძლიონ. ასევე, ყველა სტუდენტი ვალდებულია, დაიცვას აკადემიური პატიოსნება, დაუშვებელია გადაწერა და პლაგიატიზმი.</p> <p>სტუდენტებმა უნდა წაიკითხონ მასალები მეცადინეობების დაწყებამდე. ამისათვის საჭიროა კვირაში 6–7 საათი დამოუკიდებელი მუშაობა. სტუდენტებმა უნდა დასვან შეკითხვები და მონაწილეობა მიიღონ დისკუსიებში. ეს საუკეთესო შანსია ტექსტში მოცემული ინფორმაციის გაღრმავებისათვის.</p> <p>სტუდენტებთან კონსულტაციები გაიმართება ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტის ადმინისტრაციასთან შეთანხმებული ცხრილის მიხედვით.</p>



დანართი 1

სასწავლო კურსის შინაარსი

შეხვედრის N	ლექციის/სემინარის/სამუშაო ჯგუფის/პრაქტიკუმის/ლაბორატორიული სამუშაოს და ა.შ. თემა	ლიტერატურა და სხვა სასწავლო მასალა
1	I თემა: შესავალი ბიზნესის კვლევის მეთოდოლოგიაში (ლექცია 1 სთ, სემინარი 2 სთ) <u>ლექცია:</u> <ul style="list-style-type: none">მეცნიერების არსი და ცოდნისადმი მიდგომები;	[1, თავი 1]; [2, თავი 1].



	<ul style="list-style-type: none"> • მეთოდოლოგიის როლი კვლევაში; • ბიზნესის კვლევის ბუნება; • ბიზნესის კვლევის ინფორმაციული უზრუნველყოფა; • ბიზნესის კვლევაზე მოქმედი ტენდენციები; • ბიზნესში გამოყენებული კვლევების სხვადასხვა სახეები; • კვლევის სტრატეგიები ბიზნესში. <p><u>სემინარის თემა:</u> ცოდნის მოპოვების მეცნიერული მიდგომები და მათი როლი ბიზნესში</p>	
2	<p>II თემა: ბიზნესის კვლევის ეთიკა (ლექცია 1 სთ, სემინარი 2 სთ)</p> <ul style="list-style-type: none"> • ეთიკის როლი კვლევაში; • ინფორმირებული თანხმობის მნიშვნელობა კვლევაში; • მეცნიერის პასუხისმგებლობა; • საიდუმლოების, ანონიმურობისა და კონფიდენციალობის დაცვა კვლევის ჩატარების დროს. <p><u>სემინარის თემა:</u> ეთიკის კოდექსის როლი კვლევაში</p>	[1, თავი 5]; [2, თავი 2].
3	<p>III თემა: ბიზნესის კვლევის პროცესის ზოგადი დახასიათება (ლექცია 1 სთ, სემინარი 2 სთ)</p> <p><u>ლექცია:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • კონცეპტუალური მოსაზრებები ბიზნესის კვლევის შესახებ; • თეორიები, მოდელები და ემპირიული კვლევები ბიზნესში; • კვლევის პრობლემის განსაზღვრისა და ჰიპოთეზების ფორმულირებისადმი მიდგომები; • კვლევის პროცესის ეტაპები; • კვლევის მიზნები და საკვლევი 	[1, თავი 3, თავი 4] [2, თავი 3, თავი 4, თავი 5]



	<p>კითხვების ჩამოყალიბება;</p> <ul style="list-style-type: none"> • ლიტერატურული მიმოხილვა; • კვლევის პროცესთან დაკავშირებულ სირთულეები და მათი გადაჭრის გზები. <p><u>სემინარის თემა:</u> კვლევის ჰიპოთეზების ფორმირების თავისებურებების განხილვა ბიზნესის კონკრეტული სფეროს მაგალითზე</p>	
4	<p>IV თემა: კვლევის დიზაინის შემუშავება (ლექცია 1 სთ, სემინარი 2 სთ)</p> <p><u>ლექცია:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • კვლევის დიზაინის კლასიფიკაცია; • საძიებო კვლევები; • აღწერითი კვლევები; • კაუზალური კვლევები; • კვლევის ტექტიკა და მისი ჩატარების უზრუნველყოფა. <p><u>სემინარის თემა:</u> კვლევის დიზაინის კომპონენტებისა და ტიპების შედარებითი ანალიზი</p>	<p>[1, თავი 2, გვ. 40-45, გვ. 53-69]; [2, თავი 6]</p>
5	<p>V თემა: თვისებრივი კვლევის მეთოდები (ლექცია 1 სთ, სემინარი 2 სთ)</p> <p><u>ლექცია:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • თვისებრივი და რაოდენობრივი კვლევების ერთმანეთთან შედარება; • თვისებრივი კვლევის მეთოდების კლასიფიკაცია; • თვისებრივი კვლევის პროცესი; • ფოკუს ჯგუფები; • ჩადრმავებული ინტერვიუ; • საპროექციო მეთოდები; • ექსპერტული შეფასებები; • გამორჩეული შემთხვევების შესწავლა • თვისებრივი კვლევის მეთოდების კომბინირება და გადაფარვა. 	<p>[1, თავი 16; თავი 18- 19]; [2, თავი 7]</p>



	<p><u>პრაქტიკული სამუშაო:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • სტუდენტებისგან ფოკუს ჯგუფის ფორმირება და ბიზნესის კონკრეტული სფეროს მაგალითზე რომელიმე მოვლენის განხილვა • ექსპერტული შეფასების მოწყობა ბიზნესის კონკრეტული სფეროს მაგალითზე 	
6	<p>VI თემა: დაკვირვების მეთოდები (ლექცია 1 სთ, პრაქტიკუმი 2 სთ)</p> <p><u>ლექცია:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • დაკვირვების მეთოდების გამოყენება ბიზნესში; • დაკვირვების მეთოდების განვითარება; • სტრუქტურირებული და არასტრუქტურირებული დაკვირვება; • ღია და ფარული დაკვირვება; • ბუნებრივ და ხელოვნურ პირობებში დაკვირვება; • პერსონალური დაკვირვება; • ტექნიკური საშუალებების მიხედვით დაკვირვება; • კონტენტ ანალიზი; • კვალის ანალიზი <p><u>სემინარის თემა:</u> დაკვირვების მეთოდების შედარებითი ანალიზი</p>	<p>[1, თავი 11] [2, თავი 8]</p>
7	<p>VII თემა: ექსპერიმენტი (ლექცია 1 სთ, პრაქტიკუმი 2 სთ)</p> <p><u>ლექცია:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • ექსპერიმენტის მეთოდის განვითარება; • მიზეზ-შედეგობრივი კავშირის არსებობის პირობები; • ექსპერიმენტის სანდოობა; • ექსპერიმენტთან დაკავშირებული გვერდითი ფაქტორები; • ექსპერიმენტის მოდელები 	<p>[1, თავი 2, გვ. 45-53]; [2, თავი 9]</p>



	<ul style="list-style-type: none"> • საბაზრო და ლაბორატორიულ პირობებში ჩატარებული ექსპერიმენტები; • ფაქტორები, რომლებიც ექსპერიმენტის ჩატარებას ზღუდავენ. <p><u>სემინარის თემა:</u> ექსპერიმენტის როლი ბიზნეს კვლევებში</p>	
8	<p>შემაჯამებელი შეხვედრა (ლექცია 1 სთ, პრაქტიკუმი 2 სთ)</p>	
9	<p>VIII თემა: გამოკითხვის მეთოდები (ლექცია 1 სთ, პრაქტიკუმი 2 სთ)</p> <p><u>ლექცია:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • კომუნიკაციური მიდგომის მახასიათებლები; • თვითადმინისტრირებადი გამოკითხვა; • სატელეფონო გამოკითხვა; • პერსონალური ინტერვიუს მეშვეობით გამოკითხვა; • ინტერნეტ გამოკითხვა; • გამოკითხვის ოპტიმალური მეთოდის შერჩევა. <p><u>პრაქტიკული სამუშაო:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • რომელიმე კონკრეტულ ბიზნესსიტუაციაში გამოკითხვის მეთოდის გამოყენება. 	<p>[1, თავი 8]; [2, თავი 10]</p>
10	<p>IX თემა: გაზომვა და სკალირება (ლექცია 1 სთ, პრაქტიკუმი 2 სთ)</p> <p><u>ლექცია:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • გაზომვის ბუნება; • გაზომვის დონეები; • გაზომვის შეცდომა და სანდოობა; • სკალების ძირითადი სახეები; • სკალირების მეთოდების შეპირისპირება; 	<p>[1, თავი 6] [2, თავი 11, თავი 12]</p>



	<ul style="list-style-type: none"> • შედარებითი სკალირების მეთოდები; • არაშედარებითი სკალირების მეთოდები • რეიტინგული სკალები; • სკალირებასთან დაკავშირებული პრობლემები და მათი გადაჭრის გზები. <p><u>პრაქტიკული სამუშაო:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • ბიზნესის სხვადასხვა სიტუაციაში სკალის სახეების განსაზღვრა; • დამოკიდებულების, აღქმისა და უპირატესობების გაზომვა. 	
<p>11</p>	<p>X თემა: კითხვარის შემუშავება (ლექცია 1 სთ, პრაქტიკუმი 2 სთ)</p> <p><u>ლექცია:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • კვლევის კითხვების იერარქიის გადახედვა; • კითხვის შინაარსი, ტიპები და ფორმატი; • გასაზომი კითხვების კონსტრუქცია და დაზუსტება; • კითხვების თანმიმდევრობა; • საფრთხეები კითხვარის შედგენაში; • საბოლოო კითხვარის შედგენა და გადამუშავება. <p><u>პრაქტიკული სამუშაო:</u> კონკრეტული ბიზნესსიტუაციის კვლევისათვის კითხვარის შემუშავება</p>	<p>[1, თავი 9- 10] [2, თავი 13]</p>
<p>12</p>	<p>XI თემა: შერჩევის განსაზღვრა (ლექცია 1 სთ, პრაქტიკუმი 2 სთ)</p> <p><u>ლექცია:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • შერჩევის მიზანი; • შერჩევის დიზაინის ეტაპები; • შერჩევის მეთოდების კლასიფიკაცია; • ალბათური და არალბათური შერჩევის მეთოდები; • შერჩევის მოცულობის განსაზღვრა. 	<p>[1, თავი 7] [2, თავი 14]</p>



	<p><u>პრაქტიკული სამუშაო:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • ბიზნესის კონკრეტული სფეროს მაგალითზე შერჩევის განსაზღვრის სხადასხვა მეთოდის გამოყენება. 	
13	<p>XII თემა: მონაცემების შეგროვება და ანალიზი (ლექცია 1 სთ, პრაქტიკუმი 2 სთ)</p> <p><u>ლექცია:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • სავლელ სამუშაოების ჩატარება; • კოდირება; • მონაცემების გასუფთავება; • მონაცემების კორექტირება; • ჰიპოთეზების ტესტირება; • კვლევის შედეგების სტატისტიკური ანალიზის მეთოდების დახასიათება. <p><u>პრაქტიკული სამუშაო:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • კვლევის შედეგების ანალიზი და შესაბამისი დიაგრამების აგება. 	<p>[1, თავი 14] [2, თავი 15-17]</p>
14	<p>XIII თემა: კვლევის შედეგების ანგარიშის მომზადება და პრეზენტაცია (ლექცია 1 სთ, პრაქტიკუმი 2 სთ)</p> <p><u>ლექცია:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • კვლევის ანგარიშის მნიშვნელობა; • კვლევითი ანგარიშის კომპონენტები; • კვლევითი ანგარიშის დაწერის პროცედურა; • კვლევითი ანგარიშის პრეზენტაცია. <p><u>სემინარის თემა:</u> კვლევის ჩატარების პრობლემები და გამოყენების პერსპექტივები საქართველოს ბიზნესსექტორში</p>	<p>[1, თავი 27]; [2, თავი 19]</p>
15	<p>შემაჯამებელი ლექცია და კვლევითი პროექტის პრეზენტაცია (ლექცია 1 სთ, პრაქტიკული 2 სთ)</p>	



	<p>ლექციაზე მოხდება განვილილ თემებთან დაკავშირებული საკითხების შეჯამება, ხოლო პრაქტიკულ მეცადინეობაზე ჩატარდება კვლევითი პროექტის პრეზენტაცია.</p>	
--	--	--