

1. პროგრამის დასახელება: **ბიზნესის მართვა Business Administration**

**2006-2010 წწ**

**პროგრამის ხელმძღვანელი სრული პროფესორი ნუგარ თოდუა**

2. მისანიჭებელი აკადემიური ხარისხი: ბიზნესის მართვის ბაკალავრი  
**Bachelor of Business Administration**

3. პროგრამის ანალოგი. ბიზნესის ადმინისტრირების საბაკალავრო პროგრამით სპეციალისტებს ამზადებენ: მიჩიგანის პენსილვანიის მასაჩუსეტის - <http://www.bus.umich.edu/Admissions/BBA/2006BBAthreeyear.pdf>, <http://www.wharton.upenn.edu/undergrad/subPage.cfm?pageID=14>, <http://www.businessweek.com/bschools/undergraduate/> და სხვა უნივერსიტეტებში. მოცემული პროგრამა ეყრდნობა საერთაშორისო სტანდარტებს. მასში გათვალისწინებულია ბოლონის, სალამანკის, პრადის, როსკალდის, ტუნინგის პროექტის რეკომენდაციები, აგრეთვე ეროვნული თავისებურებები. შესაბამისად, საბაკალავრო პროგრამის პრაქტიკულმა რეალიზაციამ უნდა უზრუნველყოს ევროპულ საგანმანათლებლო სივრცეში ინტეგრაცია და საერთაშორისო აკრედიტაციის მოთხოვნების დაკმაყოფილება. აღნიშნული პროგრამის შემუშავებაში მონაწილეობდა ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის რექტორის სპეციალური მრჩეველი სწავლების ინოვაციისა და ხარისხის უზრუნველყოფის საკითხებში, ბრემენის (გერმანია) უნივერსიტეტის ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტის დეკანი პროფესორი იოჰენ ციმერმანი.

4. საბაკალავრო პროგრამის საკვალიფიკაციო დახასიათება

• მიზანი და ამოცანები

პროგრამის მიზანია ბიზნესის მართვის ბაკალავრის აკადემიური ხარისხის მქონე სპეციალისტის მომზადება, რომელიც შეძლებს ბიზნეს-პროცესებისა და ორგანიზაციების ეფექტიან მართვას, რაშიც მას დაეხმარება მმართველობითი საქმიანობის თეორიული და პრაქტიკული ასპექტების საფუძვლიანი ცოდნა და პროფესიული კარიერისათვის აუცილებელი უნარ-ჩვევები.

პროგრამის ამოცანებში შედის სტუდენტისათვის სწავლების ისეთი პროცესის ორგანიზება, რომელიც უზრუნველყოფს:

- სასწავლო პროგრამის თავისუფალი შერჩევის უფლებას;
- ძირითადი სპეციალობის საბაზისო კურსების დაუფლებას;
- პროგრამით გათვალისწინებული საფაკულტეტო და არჩევითი კურსების შესწავლას;
- არანაკლებ ერთი უცხო ენის შესწავლას უცხოელებთან თავისუფალი კომუნიკაციის დონეზე;
- წერითი და ვერბალური კომუნიკაციის უნარ-ჩვევების შეძენას;
- დამატებით (minor) სპეციალობის დაუფლებას;
- სასწავლო-პროფესიული პრაქტიკის გავლას და პროფესიული გამოცდილების მიღებას.

პროგრამა იძლევა ბიზნესის სხვადასხვა სფეროში საქმიანობის და საერთაშორისო ბაზარზე კონკურენტუნარიან სპეციალისტად ჩამოყალიბებისათვის საჭირო თეორიული და პრაქტიკული ცოდნის მიღების შესაძლებლობას.

• აქტუალურობა.

ბიზნესის მართვის საბაკალავრო პროგრამით სპეციალისტთა მომზადების აქტუალურობა განპირობებულია საქართველოს ინტეგრაციის აუცილებლობით მსოფლიო ეკონომიკაში, საბაზრო ეკონომიკის ადეკვატური ინსტიტუტების და ურთიერთობების ჩამოყალიბების შეუქცევადი ხასიათით ჩვენს ქვეყანაში, რამაც მეწარმეობისა და ბიზნესის სფეროში ათასობით ადამიანის დასაქმება გამოიწვია. შესაბამისად, გაჩნდა და ყოველდღიურად იზრდება ბიზნესის სფეროსათვის კვალიფიციური მენეჯერების მომზადების მოთხოვნა.

- **სწავლის შედეგი.**

ბიზნესის მართვის ბაკალავრის ხარისხი ენიჭებათ სტუდენტებს, რომლებსაც:

- გააჩნიათ საბაზისო ცოდნა ფუნდამენტურ და სპეციალურ დისციპლინებში;
- ფლობენ მართვის მეცნიერების თანამედროვე პრინციპებსა და მეთოდებს, პროფესიული საქმიანობისათვის აუცილებელ ცოდნას;
- განვითარებული აქვთ კრეატიული და ინოვაციური საქმიანობის, პროფესიული კომუნიკაციის უნარ-ჩვევები;
- გააჩნიათ ბიზნეს-გარემოს ანალიზის, მიღებული შედეგების შეჯერებისა და სინთეზის, განზოგადებული დასკვნების გაკეთების უნარი;
- გააჩნიათ თანამედროვე ინფორმაციული ტექნოლოგიების გამოყენების უნარ-ჩვევები;
- ფლობენ პროფესიული ქცევისა და ეთიკის ნორმებს.

- **დასაქმების სფეროები.**

ბიზნესის მართვის პროგრამის ბაკალავრიატის კურსდამთავრებულს შეუძლია ჩაერთოს ბიზნეს-საქმიანობის პროცესში და დაიკავოს ქვედა და საშუალო რგოლების მენეჯერის თანამდებობა ნებისმიერი სფეროს საერთაშორისო და ეროვნულ ფირმებში, მათ შორის ბანკებში, სადაზღვევო კომპანიებში და ა.შ.

- **სწავლის გაგრძელების შესაძლებლობა**

ბიზნესის ადმინისტრირების სპეციალობის ბაკალავრიატის კურსდამთავრებულს შეუძლია სწავლის გაგრძელება მაგისტრატურაში ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტის ნებისმიერ, ასევე მომიჯნავე სპეციალობებზე.

**5.საბაკალავრო პროგრამაზე მიღების წინაპირობები.**

ბიზნესის ადმინისტრირების საბაკალავრო პროგრამის სტუდენტი შეიძლება გახდეს სრული საშუალო განათლების მქონე პირი. კონკურსანტი ახარებს მისაღებ გამოცდებს ეროვნულ საგამოცდო ცენტრში საკონსურსო საგამოცდო პროგრამის მოცულობით.

**6. საბაკალავრო პროგრამის სტრუქტურა**

ბიზნესის ადმინისტრირების საბაკალავრო პროგრამის ხანგრძლივობაა 4 აკადემიური წელი (8 სემესტრი) \_ 240 ECTS კრედიტი. ერთი სემესტრის ხანგრძლივობა შეადგენს 15 კვირას. ერთი კრედიტი უტოლდება 25 საათს, რომელიც ფარავს როგორც სააუდიტორიო, ისე დამოუკიდებელ მუშაობას. ამასთან, სააუდიტორიო მუშაობა შეადგენს დატვირთვის დაახლოებით 40%-ს, ხოლო 60% – დამოუკიდებელი მუშაობის წილად მოდის.

ბიზნესის მართვის სპეციალობა საჭიროებს ეკონომიკის ფუნდამენტური კურსების ცოდნას, ამიტომ ბიზნესის ადმინისტრირების ბაკალავრი, ძირითადი სპეციალობის (major) გარდა, სასურველია დაეუფლოს დამატებით (minor) სპეციალობას - ეკონომიკას.

**240 კრედიტი შემდეგნაირად ნაწილდება:**

180 კრედიტი ძირითად სპეციალობაზე (Major)

60 კრედიტი დამატებით სპეციალობაზე (Minor)

ძირითადი სპეციალობის კურსები შემდეგნაირად ნაწილდება:

- საფაკულტეტო სავალდებულო დისციპლინები 50 კრედიტი
- ძირითადი სპეციალობის სავალდებულო დისციპლინები 75 კრედიტი
- ძირითადი სპეციალობის არჩევითი მოდულები 35 კრედიტი
- პრაქტიკა ან თავისუფალი კრედიტები 10 კრედიტი
- არჩევითი დისციპლინები/თავისუფალი კრედიტები 10 კრედიტი

კრედიტების ყოველწლიური რაოდენობა არის 60



2	სტუდენტს შეუძლია აირჩიოს ნებისმიერი ფაკულტეტის ნებისმიერი საგანი	5				5				
<b>ძირითადი სპეციალობის სავალდებულო დისციპლინები – Major</b>		<b>85</b>			<b>5</b>	<b>15</b>	<b>20</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>15</b>
1	ბიზნესის საფუძვლები	10			5	5				
2	მენეჯმენტის საფუძვლები	5				5				
3	ადამიანური რესურსების მენეჯმენტი	5							5	
4	სტრატეგიული მენეჯმენტი	5					5			
5	მარკეტინგის საფუძვლები	10				5	5			
6	ფინანსური აღრიცხვა	10					5	5		
7	მმართველობითი აღრიცხვა	5							5	
8	ფული, ინვესტიციები და საბანკო საქმე	5					5			
9	კორპორაციის ფინანსები	10							5	5
10	საერთაშორისო მარკეტინგი	5						5		
11	ინფორმაციული ტექნოლოგიები ბიზნესში	5						5		
12	პრაქტიკა ან თავისუფალი კრედიტები	10								10
<b>ძირითადი სპეციალობის არჩევითი მოდულები</b>		<b>35</b>	<b>10</b>	<b>10</b>				<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>
1	მსოფლიო ეკონომიკა	5	5							
	ბიზნესის ეთიკა	5	5							
2	საქართველოს ეკონომიკა	5		5						
	შესავალი	5		5						



#	დისციპლინის დასახელება	კრედ.	III კურსი		IV კურსი	
			V	VI	VII	VIII
<i>მოდული: ბიზნესის ორგანიზაცია</i>		15		5	5	5
1	საქმიანი თამაშები	5		5		
2	საერთაშორისო ბიზნესი	5			5	
3	მეწარმეობის ეკონომიკა	5				5

<i>მოდული: მენეჯმენტი</i>		15		5	5	5
1	საზოგადოებრივი ადმინისტრირება	5		5		
2	პროექტების მართვა	5			5	
3	საერთაშორისო მენეჯმენტი	5				5

<i>მოდული: მარკეტინგი</i>		15		5	5	5
1	მომხმარებელთა ქცევა	5		5		
2	მარკეტინგული კვლევის პრინციპები	5			5	
3	რეკლამა და სტიმულირება	5				5

<i>მოდული: ფინანსები და საბანკო საქმე</i>		15		5	5	5
1	საბანკო საქმე	5		5		
2	დაზღვევა	5			5	

3	საგადასახადო საქმე	5				5
---	--------------------	---	--	--	--	---

<b>მოდული: ბუღალტრული აღრიცხვა</b>		<b>15</b>		<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>
1	ბუღალტრული აღრიცხვა ბანკებში	5		5		
2	ეკონომიკური ანალიზი	5			5	
3	აუდიტის საფუძვლები	5				5

<b>მოდული: ტურიზმი</b>		<b>15</b>		<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>
1	ტურიზმის პოლიტიკა	5		5		
2	ტურიზმის მენეჯმენტი	5			5	
3	სასტუმროს მენეჯმენტი	5				5

<b>მოდული: ინფორმაციული მენეჯმენტი</b>		<b>15</b>		<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>
1	დაპროგრამება VBA-ზე	5		5		
2	ეკონომიკური ინფორმაციის ელექტრონული დამუშავების დაპროექტება	5			5	
3	მონაცემთა ბაზები	5				5

**8. მატერიალურ-ტექნიკური ბაზა.** სასწავლო პროცესისათვის გამოიყენება თსუ X კორპუსის აუდიტორიები, ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტის კომპიუტერული ბაზა, ბიბლიოთეკა და ინვენტარი. ინტერნეტში ჩართული და უახლესი პროგრამების პაკეტით აღჭურვილი უახლესი კომპიუტერული კლასი სტუდენტებს მისცემს საჭირო ინფორმაციის მოპოვებისა და ელექტრონული ბიბლიოთეკით სარგებლობის შესაძლებლობას. გარდა ამისა,

სტუდენტებისათვის ხელმისაწვდომი იქნება ელ-ფოსტა, რომლის მეშვეობით მათ ექნებათ მჭიდრო კავშირი ლექტორებს.

**ბიზნესის მართვის საბაკალავრო პროგრამით განსაზღვრული კომპეტენციები:**

### **1. დარგის ცოდნა და გაცნობიერება:**

- იცის ბიზნესისა და მენეჯმენტის საფუძვლები. გააჩნია ორგანიზაციის, მისი გარემოსა და მათი მართვის თეორიების, კონცეფციებისა და ძირითადი პრინციპების ცოდნა;
- გააჩნია ბიზნესის ფუნქციონალური სფეროების: ოპერაციული მენეჯმენტის, პროექტების მართვის, ლოგისტიკის, მარკეტინგისა და გაყიდვების, კადრების მართვის, ფინანსებისა და ბუღალტერიის, ზოგადი მენეჯმენტის, მართვის საკომუნიკაციო და საინფორმაციო ტექნოლოგიების ცოდნა და აცნობიერებს მათ ურთიერთკავშირს;
- ფლობს სათანადო ტერმინოლოგიას ბიზნესის სფეროში;
- იცის ბიზნეს-საქმიანობის ანალიზის და შეფასების რაოდენობრივი და სტატისტიკური მეთოდები;
- აქვს ორგანიზაციების ეროვნული და გლობალური ეკონომიკური გარემოს შესახებ ცოდნა;
- აცნობიერებს სამართლებრივ, ეთიკურ და კულტურათაშორისი შემწყნარებლობის პასუხისმგებლობას ორგანიზაციასა და საზოგადოებაში;
- აცნობიერებს ბიზნესის როლს მდგრადი განვითარების ძირითად პრინციპებთან მიმართებაში.

### **2. ცოდნის პრაქტიკაში გამოყენება/ პრაქტიკული უნარები :**

- ორგანიზაციაში პროცესების მართვის ძირითადი უნარები: პროცესების იდენტიფიცირება, ეფექტიანობის გაზომვა, ბიზნეს-პროცესის მონაწილეების განსაზღვრა და სხვა;
- ძირითადი მარკეტინგული უნარები: მარკეტინგული მონაცემების თავმოყრა, დაჯგუფება, ანალიზი, ბაზრის კვლევა, მისი შესაძლებლობების განსაზღვრა და პროგნოზირება, მარკეტინგული ღონისძიებების განხორციელება და სხვა;
- ძირითადი ფინანსური უნარები: ფინანსური დოკუმენტების ინტერპრეტაცია, ფინანსური ინფორმაციის თავმოყრა, ანალიზი, ანგარიშების მომზადება და წარდგენა; საბუღალტრო, ფინანსური და მმართველობითი აღრიცხვის სისტემების გამოყენება, ბიუჯეტის მომზადება და სხვა;
- პროექტების მართვის უნარი: მიზნის ფორმულირება; მიზნების, ამოცანებისა და შედეგების ურთიერთკავშირის განსაზღვრა; დროითი ჩარჩოების დაგეგმვა და მართვა; პასუხისმგებლობის ფარგლებში ამოცანების მართვა; შესაბამისი რესურსების განსაზღვრა და მართვა და სხვა;
- ორგანიზაციის ან ფუნქციონალური სფეროს წინაშე მდგარი პრობლემის იდენტიფიცირებისა და დიაგნოსტიკის უნარი. პრობლემის გადასაჭრელად შესაბამისი მეთოდების გამოყენების, მათი დასაბუთებისა და დაცვის უნარი;
- ოპერაციულ, ტაქტიკურ დონეზე გადაწყვეტილების მიღების უნარი. სტრატეგიული და ტაქტიკური გადაწყვეტილების მიღების მიზნების და კრიტერიუმების ფორმულირების უნარი;
- იმ ეთიკური პრობლემების ამოცნობის, გაანალიზების, შესაბამისი გადაწყვეტილებების შერჩევისა და დაცვის უნარი , რომელსაც ადგილი აქვს აფინანსო სფეროში, საბუღალტრო აღრიცხვაში, ადამიანური რესურსების მენეჯმენტსა და მარკეტინგში.

### **3. ზოგადი უნარები**

**3.1 კოგნიტური და მეთოდოლოგიური უნარები:** ანალიზისა და სინთეზის უნარი, პრობლემების გადაჭრა/გადაწყვეტილების მიღება, დროის დაგეგმვისა და ორგანიზების უნარი,

**3.1 კომუნიკაციის უნარი:**

**კომუნიკაცია მშობლიურ ენაზე** შეუძლია მონაწილეობა დისკუსიაში შესაბამისი დარგის სპეციალისტებთან;  
– შეუძლია რეფერატული სახის შრომის მომზადება;  
– შეუძლია საქმიანი დოკუმენტის შედგენა ბიზნეს ტერმინოლოგიის გამოყენებით;



– შეუძლია კომპლექსური საკითხის/ კითხვის ფორმულირება/ჩამოყალიბება, როგორც წერილობით, ასევე ზეპირად წარდგენა /პრეზენტაცია.

### უცხო ენის ცოდნა

- ფლობს უცხო ენას (B1 დონე), როგორც დამოუკიდებელი მოსაუბრე ბიზნესის სფეროში.

**კომუნიკაცია** – შეუძლია უცხო ენაზე გაიგოს კონკრეტული და აბსტრაქტული თემების მქონე რთული ტექსტების არსებითი შინაარსი, ესმის თავისი სპეციალობის სფერო და შეუძლია საქმიანი დისკუსიის წარმართვა; შეუძლია სპონტანური და შეუფერხებელი საუბარი, ნორმალური დიალოგის წარმართვა ენის მატარებელთან ორივე მოსაუბრის მხრიდან დიდი ძალისხმევის გარეშე; შეუძლია მკაფიოდ და დეტალურად ისაუბროს სხვადასხვა თემებზე, განმარტოს გარკვეული აქტუალური საკითხისადმი დამოუკიდებულება და მიუთითოს სხვადასხვა შესაძლებლობების უპირატესობები და ნაკლოვანი მხარეები.

**კითხვა** – შეუძლია დამოუკიდებლად და სწრაფად უცხო ენაზე სხვადასხვა თემებზე დაწერილი ტექსტების კითხვა; ინფორმაციის სხვადასხვა წყაროების გამოყენება; შესაძლოა უჭირდეს იშვიათად გამოყენებადი იდიომების გაგება.

**წერა** – შეუძლია წერილობით უცხო ენაზე მკაფიოდ ჩამოყალიბოს თავის აზრები და შეხედულებები სხვადასხვა თემებზე; შეუძლია ანგარიშის და თხზულების დაწერა, არგუმენტების მოყვანა სხვადასხვა შეხედულებების საწინააღმდეგოდ ან მხარდასაჭერად.

**3.2 საინფორმაციო ტექნოლოგიების გამოყენების უნარები** – იცნობს და თავისუფლად იყენებს თანამედროვე საინფორმაციო და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიებს;

- შეუძლია ელექტრონული დოკუმენტებთან, ელექტრონული ცხრილებთან, პრეზენტაციებთან, მონაცემთა ბაზებთან მუშაობა;
- საინფორმაციო სისტემების ტიპების იდენტიფიცირება;
- ბიზნესის შესაბამისი საინფორმაციო ბაზებისა და პროგრამების გამოყენების უნარი.

**3.3. სოციალური უნარები** – ჯგუფური მუშაობა; ინტერდისციპლინურ ჯგუფში მუშაობის უნარი.

### 3.4. სისტემური უნარები , სწავლის უნარი

– შეუძლია დამოუკიდებლად, ლიტერატურის გამოყენებით, აიმაღლოს ცოდნა;

– შეუძლია საკუთარი ცოდნის შეფასება და შემდგომი სწავლის საჭიროებების განსაზღვრა;

– დამოუკიდებლად მუშაობს სამეცნიერო დარგობრივ ლიტერატურასთან, რეგულარულად ანახლებს ცოდნას დარგობრივი ლიტერატურის კითხვით.

**3.5. კვლევის უნარი** – კვლევით სამუშაოს ასრულებს წინასწარ შეთანხმებული რეკომენდაციების/ინსტრუქციების მიხედვით ხელმძღვანელის მეთვალყურეობით.

**3.6 პროექტის შემუშავების უნარი** – შეუძლია კვლევითი და ბიზნეს პროექტების ცალკეული კომპონენტების შემუშავება.

**3.7 დამოუკიდებლად მუშაობის უნარი** – პასუხს აგებს საკუთარ სამუშაოზე და შეუძლია მისი შეფასება/კრიტიკა; შეუძლია ინიციატივის გამოჩენა; შეუძლია დამოუკიდებელი მუშაობა მინიმალური ხელმძღვანელობის ან კოლეგიალური დახმარების პირობებში წინასწარ შეთანხმებული რეკომენდაციების/ინსტრუქციების შესაბამისად.

## 10 პროგრამის ხელმძღვანელის CV



თსუ ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტის სრული პროფესორი  
**დაბადების თარიღი და ადგილი:** 1964 წლის 1 მაისი, მარტვილის რაიონის სოფ. დიდიჭყონი .

საცხოვრებელი ადგილი: ქ.თბილისი, მიჩურინის ქ.#9.

საკონტაქტო ინფორმაცია: ტელ. (+995 32) 30 45 92 (ოფისი), (+995 32) 91 05 33 (ბინა), (+995 93) 32 16 55 (მობილური).

ვებ გვერდი: www.tsu.ge

ელ. ფოსტა: nuzartodua@yahoo.com ; marketing@tsu.ge

## ნუგზარ თოდუა

### განათლება

- 1982–1986 ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ვაჭრობის ეკონომიკისა და საქონელმცოდნეობის ფაკულტეტი. სპეციალობა „საქონელმცოდნეობა და არასასურსათო საქონლით ვაჭრობის ორგანიზაცია“ (წარჩინებით)
- 1983–1986 ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის საზოგადოებრივ პროფესიათა ფაკულტეტი. სპეციალობა „სამართალმცოდნეობა“
- 1986–1989 ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის და ლენინგრადის საბჭოთა ვაჭრობის ინსტიტუტის ასპირანტურა . სპეციალობა „სამრეწველო საქონელმცოდნეობა“
- 1992–1995 ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის დოქტორანტურა. სპეციალობა „მარკეტინგი“.
- 2002 საერთაშორისო ორგანიზაცია „BUREAU VERITAS“-ის ტრენინგი „თანამედროვე მენეჯმენტის სისტემების სისტემების დანერგვა საქართველოს საწარმოებსა და ორგანიზაციებში“

### სამეცნიერო ხარისხი, წოდება

- 1990 მოსკოვის კომერციის სახელმწიფო ინსტიტუტი. ტექნიკურ მეცნიერებათა კანდიდატი. სპეციალობა „სამრეწველო საქონელმცოდნეობა“.
- 1995 ეკონომიკური და სოციალური პრობლემების სამეცნიერო-კვლევითი ინსტიტუტი. ეკონომიკის მეცნიერებათა დოქტორი. სპეციალობა „მიკროეკონომიკა. მარკეტინგი“.
- 1995 დოცენტის სამეცნიერო-პედაგოგიური წოდება. ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი. სპეციალობა „სამრეწველო საქონელმცოდნეობა“
- 1998 პროფესორის სამეცნიერო-პედაგოგიური წოდება. ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი. სპეციალობა „მიკროეკონომიკა. მარკეტინგი“.

### სამსახურებრივი გამოცდილება

- 2006 წ–დან თსუ სრული პროფესორი, მარკეტინგის კათედრის ხელმძღვანელი დღემდე
- 2006 წ–დან თსუ წარმომადგენლობითი საბჭოს (სენატის) წევრი დღემდე
- 2005–2007 თსუ სამკურნალო-დიაგნოსტიკური ცენტრის სამეთვალყურეო საბჭოს თავმჯდომარის მოადგილე
- 2002–2006 თსუ მარკეტინგის კათედრის გამგე
- 2006–2007 აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტის მოწვეული სპეციალისტი (გამორჩეული რანგით)
- 2001–2005 ნ.მუსხელიშვილის სახელობის ქუთაისის სახელმწიფო ტექნიკური უნივერსიტეტის პროფესორი, მარკეტინგის კათედრის გამგე (შეთავსებით)
- 2001–2003 თბილისის ეკონომიკურ ურთიერთობათა სახელმწიფო ინსტიტუტის პროფესორი (შეთავსებით)
- 1996–2006 თსუ პროფესორი
- 1994–2004 თსუ კომერციისა და მარკეტინგის ფაკულტეტის დეკანის მოადგილე სამეცნიერო მუშაობის დარგში
- 1994–1998 საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის დოცენტი, პროფესორი (შეთავსებით)
- 1994–1998 საქართველოს იუსტიციის სამინისტროს ექსპერტიზისა და სოციალურ გამოკვლევათა ცენტრის სასაქონლო ექსპერტიზის შტატგარეშე სპეციალისტი
- 1992–1996 თსუ დოცენტი
- 1991–1992 თსუ მასწავლებელი
- 1990–1991 თსუ უმცროსი მეცნიერ-თანამშრომელი

### გამოქვეყნებული შრომები

127 სამეცნიერო და სასწავლო-მეთოდური ნაშრომი. მათ შორის:

- სახელმძღვანელო 2
- მონოგრაფია 3

- ლექციების კურსი 2
- სასწავლო მეთოდური მასალები 8
- სამეცნიერო სტატიები 112

#### სამეცნიერო პრემიები

- 1997 ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ჯორჯ შულცის სახელობის ახალგაზრდა მეცნიერთა პრემია
- 1999 ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის სამეცნიერო პრემია სახელმძღვანელოსათვის
- 1997–2004 საქართველოს პრეზიდენტის პირველი ხარისხის ახალგაზრდა მეცნიერთა სტიპენდიატი

#### სამეცნიერო საზოგადოებების, აკადემიების წევრობა

- 1997 წ–დან საქართველოს ბიზნესის მეცნიერებათა აკადემიის ნამდვილი წევრი
- დღემდე
- 2000 წ–დან საქართველოს ეკონომიკურ მეცნიერებათა აკადემიის ნამდვილი წევრი, მიკროეკონომიკის განყოფილების ხელმძღვანელი
- დღემდე

#### სამეცნიერო საბჭოების წევრობა

- 1994–2005 თსუ კომერცისა და მარკეტინგის ფაკულტეტის სამეცნიერო საბჭოს წევრი
- 2001–2004 თსუ სამეცნიერო ხარისხების მიმნიჭებელი სადისერტაციო საბჭოს წევრი (სპეციალობით მარკეტინგი)
- 2001–2005 ნ.მუსხელიშვილის სახელობის ქუთაისის სახელმწიფო ტექნიკური უნივერსიტეტის დიდი სამეცნიერო საბჭოს წევრი
- 2002–2005 თსუ დიდი სამეცნიერო საბჭოს და პროფესორთა საბჭოს წევრი
- 2006 წ–დან თსუ ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტის საბჭოს და სადისერტაციო საბჭოს წევრი
- დღემდე

#### სამეცნიერო კონფერენციებში მონაწილეობა (ბოლო 5 წელი)

- 2004 წ. ახალგაზრდა მეცნიერთა ასოციაციის მე-2 რესპუბლიკური კონფერენცია (ქუთაისი)
- 2006 წ. ივანე ჯავახიშვილის დაბადების 130 წლისთავისადმი მიძღვნილი თსუ სამეცნიერო კონფერენცია (თსუ)
- 2008 წ. სამეცნიერო კონფერენცია „ქრისტიანობა და ეკონომიკა“ (თსუ)
- 2008 წ. სამეცნიერო კონფერენცია „ბიზნესი და საყოველთაო კეთილდღეობა“ (თსუ)
- 2008 წ. საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენცია „ვერბალური კომუნიკაციური ტექნოლოგიები“ (საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი)
- 2008 წ. საქართველოში აშშ საელჩოსა და გორის სახელმწიფო უნივერსიტეტის მიერ ორგანიზებული კონფერენცია „განათლების რეფორმების კვალდაკვალ საქართველოში: უმაღლესი ეკონომიკური და პროფესიული განათლების დასახმარებლად“, გორის სახელმწიფო უნივერსიტეტი
- 2008 წ. საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენცია „მიმდინარე გამოწვევები ცოდნის მართვაში - ცოდნის ცხოვრებისათვის“. გორის სახელმწიფო უნივერსიტეტი
- 2008 წ. I საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენცია „გლობალიზაცია და საქართველოს ეკონომიკის მდგრადი განვითარების პერსპექტივები“. თსუ
- 2008 წ. საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენცია „ეკონომიკური ინტეგრაციის პერსპექტივები ცენტრალურ კავკასიაში“. თბილისის ეკონომიკურ ურთიერთობათა სახელმწიფო უნივერსიტეტი
- 2008 წ. ნიკო ნიკოლაძის დაბადებიდან 175 წლისთავისადმი მიძღვნილი საუნივერსიტეტო საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენცია „საქართველოს ეკონომიკური პრობლემები 2008 – მეცნიერული ხედვა“. თბილისი.
- 2009 წ. საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენცია „გლობალური კრიზისი და საქართველოს ეკონომიკა“. საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი
- 2009 წ. მეოთხე საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია „ინტერნეტი და საზოგადოება. ინსო-2009“. აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტი
- 2009 წ. საუნივერსიტეტო საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია „მსოფლიო ფინანსური კრიზისი და საქართველო“. თსუ
- 2009 წ. საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია „გლობალიზაცია, მსოფლიო კრიზისი და სამხრეთ კავკასია“. აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, ქუთაისი,

- 2009 წ. I საუნივერსიტეტთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია „საქართველოს ეკონომიკა მსოფლიო კონკურენტუნარიანობის მაჩვენებლებში: პრობლემები, პერსპექტივები“. თსუ
- 2009წ. საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენცია „ბიზნესი და საყოველთაო კეთილდღეობა“ თსუ,
- 2009 წ. Eighteenth World Business Congress „Management Challenges in an Environment of Increasing Regional and Global Concerns“. International Black Sea University, Tbilisi.

**სამეცნიერო კონფერენციების საორგანიზაციო კომიტეტების წევრობა**

- 1996–2009 თსუ სტუდენტთა ყოველწლიური საუნივერსიტეტო სამეცნიერო კონფერენციების ჟიურის წევრი
- 2002–2004 სტუდენტთა რესპუბლიკური სამეცნიერო კონფერენციების ჟიურის წევრი დისციპლინაში „მარკეტინგი“
- 2000–2004 სტუდენტთა და ახალგაზრდა მეცნიერთა რესპუბლიკური სამეცნიერო კონფერენციის „ ტურიზმი და საქართველოს მომავალი“ საორგანიზაციო კომიტეტის წევრი (2000 წ), თავმჯდომარე (2001–2003 წლები) და სარედაქციო კომიტეტის წევრი (2004 წ)
- 2001–2004 სტუდენტთა და ახალგაზრდა მეცნიერთა რესპუბლიკური სამეცნიერო კონფერენციის „მარკეტინგის განვითარების პრობლემები და პერსპექტივები საქართველოში“ საორგანიზაციო კომიტეტის თავმჯდომარე
- 2008 საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენციის „მიმდინარე გამოწვევები ცოდნის მართვაში – ცოდნა ცხოვრებისათვის“ პროგრამული კომიტეტის წევრი, ეკონომიკის სექციის თავმჯდომარე
- 2009 საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენციის „ახალი მიმართულებები განათლებასა და კვლევაში“ ეკონომიკის, ბიზნესისა და მართვის სექციის ხელმძღვანელი.

**სარედაქციო კოლეგიების წევრობა**

- 1997–2005 თსუ სამეცნიერო შრომების კრებულის „მარკეტინგის აქტუალური საკითხები“ (თსუ გამომცემლობა) სარედაქციო კოლეგიის თავმჯდომარე (1997 წ) და პასუხისმგებელი რედაქტორი (1998–2005)
- 2002 საქართველოს პრეზიდენტის სტიპენდიატ ახალგაზრდა მეცნიერთა სამეცნიერო შრომების კრებულის (თსუ გამომცემლობა) სარედაქციო კოლეგიის წევრი
- 2004 ნ.მუსხელიშვილის სახელობის ქუთაისის სახელმწიფო ტექნიკური უნივერსიტეტის სამეცნიერო შრომების კრებულის სარედაქციო კოლეგიის წევრი
- 2006 წ–დან საერთაშორისო რეფერირებადი და რეცენზირებადი სამეცნიერო–პრაქტიკული ჟურნალის „ახალი ეკონომისტის“ სარედაქციო კოლეგიის წევრი
- 2007–2009 თსუ ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტის სარედაქციო–საგამომცემლო კოლეგიის წევრი
- 2008 წ–დან საერთაშორისო რეფერირებადი და რეცენზირებადი სამეცნიერო–პრაქტიკული ჟურნალის „ეკონომიკა და ბიზნესის“ სარედაქციო კოლეგიის წევრი
- 2009 წ–დან საუნივერსიტეტთაშორისო სამეცნიერო–ანალიტიკური ჟურნალის „ბიზნესი და მენეჯმენტის“ (ბათუმის სახელმწიფო უნივერსიტეტის გამომცემლობა) სარედაქციო კოლეგიის წევრი

**სამეცნიერო ნაშრომების ხელმძღვანელობა, ოპონირება**

- 3 სადოქტორო დისერტაციის ხელმძღვანელი
- 2 საკანდიდატო დისერტაციის ხელმძღვანელი
- 1 სადოქტორო დისერტაციის ოპონენტი
- 2 საკანდიდატო დისერტაციის ოპონენტი
- 45 სამაგისტრო ნაშრომის ხელმძღვანელი.

**წიგნის/კრებულის რედაქტორობა, რეცენზირება** 2 მონოგრაფიის და 6 სახელმძღვანელოს რედაქტორი, 3 მონოგრაფიის და 5 სახელმძღვანელოს რეცენზენტი

**ძირითადი სალექციო კურსები** (ბოლო 5 წელი) მარკეტინგის საფუძვლები (ბაკალავრიატი) საერთაშორისო მარკეტინგი (ბაკალავრიატი) მარკეტინგული კვლევები (მაგისტრატურა) საერთაშორისო მარკეტინგის მართვა (მაგისტრატურა) გლობალური მარკეტინგი (მაგისტრატურა)

საზღვარგარეთ სტაჟირება  
1996

ზაარლანდის უნივერსიტეტის(გერმანია)  
საერთაშორისო მარკეტინგის კათედრა

2000

აშშ სახელმწიფო დეპარტამენტის განათლებისა და კულტურის საკითხთა  
ბიუროს მიერ ორგანიზებულ საერთაშორისო სტუმრის პროგრამაში „  
უმალესი განათლების მართვა აშშ-ში“ მონაწილეობა

საზოგადოებრივ ორგანიზაციებში  
მონაწილეობა

ასოციაცია „მარკეტინგული კვლევის ცენტრის“  
დამფუძნებელი (2001 წ) და თავმჯდომარე (2001 წლიდან დღემდე)

ენების ცოდნა

რუსული – კარგად  
გერმანული– დამაკმაყოფილებლად  
ინგლისური–მწირად

კომპიუტერული პროგრამების ცოდნა

საოფისე პროგრამების (Ms-Windows, Ms-Word, Ms- Excel, Poverprint, Internetexplorer) ცოდნა კარგად.

ოჯახური მდგომარეობა

დაოჯახებული (მეუღლე და სამი შვილი)

#### პროფესორ ნ. თოდუას მიერ ბოლო 5 წლის განმავლობაში გამოქვეყნებული მეცნიერული შრომების სია

1. მოთხოვნის მოცულობის განსაზღვრა ტურისტულ პროდუქციაზე. ჟურნალი „ეკონომიკა“, 2004 წ. # 1/2, გვ. 98-103. (თანაავტორი ე.ზახტაძე).
2. საწარმოთა კონკურენტუნარიანობის შეფასება ინოვაციური პარამეტრების მიხედვით. ჟურნალი „ეკონომიკა“, 2004 წ. # 3, გვ.176-181. (თანაავტორები ნ. მახარაძე, ე. ბარათაშვილი).
3. მინერალური წყლების ბაზრის მარკეტინგული კვლევა დასავლეთ საქართველოს მაგალითზე. ქუთაისის ნ. მუსხელიშვილის სახელობის სახელმწიფო ტექნიკური უნივერსიტეტის (ქსტუ) სამეცნიერო შრომების კრებული. ქსტუ-ს გამომცემლობა, ქუთაისი, 2004 წ. # 1 (14), გვ. 61-63. (თანაავტორები ზ. გიორგაძე, დ. უკლება, ი. ბრეგვაძე).
4. მინერალური წყლების მსოფლიო ბაზარი. ქუთაისის ნ.მუსხელიშვილის სახელობის სახელმწიფო ტექნიკური უნივერსიტეტის (ქსტუ) სამეცნიერო შრომების კრებული. ქსტუ-ს გამომცემლობა, ქუთაისი, 2004 წ. # 2(15), გვ. 33-37. (თანაავტორები ზ. გიორგაძე, ი. ბრეგვაძე, თ. გამსახურდია).
5. აჭარის რეგიონის ტურისტული ბაზრის მარკეტინგული კვლევა და მისი განვითარების პერსპექტივები. ახალგაზრდა მეცნიერთა ასოციაციის მე-2 რესპუბლიკური კონფერენციის სამეცნიერო შრომების კრებული. ქუთაისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის გამომცემლობა, ქუთაისი, 2004 წ. გვ. 310- 313. (თანაავტორი ე. ზახტაძე)
6. საწარმოთა კონკურენტუნარიანობის განსაზღვრის ახალი მეთოდი და მისი შედეგები აჭარაში. ახალგაზრდა მეცნიერთა ასოციაციის მე-2 რესპუბლიკური კონფერენციის სამეცნიერო შრომების კრებული. ქუთაისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის გამომცემლობა, ქუთაისი, 2004 წ. გვ. 324-326. (თანაავტორი ნ. მახარაძე).
7. რეგიონული მარკეტინგის გამოყენების თავისებურებანი და პერსპექტივები საქართველოში. ჟურნალი „ეკონომიკა“, 2005 წ. # 7/8, გვ. 111-116. (თანაავტორები ნ. ქარქაშაძე, მ. გიგოლაშვილი).
8. საქართველოს საგანმანათლებლო დაწესებულებებში მარკეტინგის გამოყენების შესახებ. სამეცნიერო ნაშრომთა კრებული „მარკეტინგის აქტუალური საკითხები“ , გამოშვება V1, თსუ გამომცემლობა, თბ. 2005, გვ. 22-39. (თანაავტორები თ. ვალიშვილი, ე. უროტაძე).
9. იმერეთის რეგიონის ლუდის ბაზრის პოტენციალისა და კონკურენტული გარემოს ანალიზი. სამეცნიერო ნაშრომთა კრებული „მარკეტინგის აქტუალური საკითხები“ , გამოშვება V1, თსუ გამომცემლობა, თბ. 2005, გვ. 33-41. (თანაავტორები თ. კუპრაშვილი, ე. უროტაძე).

10. სამამულო საწარმოებში მარკეტინგის სამსახურის ჩამოყალიბების ძირითადი მიმართულებები. სამეცნიერო ნაშრომთა კრებული „მარკეტინგის აქტუალური საკითხები“ , გამოშვება VI, თსუ გამომცემლობა, თბ. 2005, გვ. 58-69. (თანაავტორები ნ. ქარქაშაძე, შ. უკლება).
11. რეგიონის კონკურენტუნარიანობის შეფასების საკითხი. ჟურნალი „ეკონომიკა“, 2006 წ. # 4, გვ. 50-58. (თანაავტორები ნ. ქარქაშაძე, ა. მუშუქლიანი).
12. პროდუქციის ხარისხსა და ფასს შორის ურთიერთდამოკიდებულების განსაზღვრა კონკურენტუნარიანობის საფუძველზე. ჟურნალი „ეკონომიკა“, 2006 წ. # 4, გვ. 104-112. (თანაავტორები თ. კუპრაშვილი, ე. უროტაძე).
13. მსოფლიოს ინტერნეტ-ბაზარი და საქართველო. ჟურნალი „საქართველოს ეკონომიკა“, 2006 წ. #4, გვ. 76-82; #5, გვ. 74. (თანაავტორი რ. აბულაძე).
14. იმერეთის ლუდის ბაზრის ანალიზი. ჟურნალი „ეკონომიკა“, 2006 წ. # 5, გვ. 104-112. (თანაავტორი თ. კუპრაშვილი).
15. პროდუქციის კონკურენტუნარიანობის შეფასება მარკეტინგული კვლევის საფუძველზე (ლუდის მაგალითზე). ჟურნალი „ეკონომიკა“, 2006 წ. # 5, გვ. 184-193. (თანაავტორი თ. კუპრაშვილი, ე. უროტაძე, შ. უკლება).
16. სამედიცინო მომსახურების ხარისხის მართვის სრულყოფის გზები. ჟურნალი „ეკონომიკა“, 2006 წ. # 6, გვ. 76-79. (თანაავტორი დ. ლომინაძე).
17. სამედიცინო მომსახურების ბაზრის ფორმირების თავისებურებანი საქართველოში. ჟურნალი „ეკონომიკა“, 2006 წ. # 6, გვ. 148-152. (თანაავტორი დ. ლომინაძე).
18. მოთხოვნის პროგნოზირება იმერეთის რეგიონში. ჟურნალი „ეკონომიკა“, 2006 წ. # 8, გვ.111-116 (თანაავტორები ნ. ქარქაშაძე, ე. უკლება).
19. სასაქონლო პოლიტიკის მარკეტინგული სტრატეგიები აბრეშუმის ქსოვილების ბაზარზე. მონოგრაფია. გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი, 2006 წ. -107 გვ. (თანაავტორი ე. უროტაძე).
20. ტურიზმის ბაზრის მარკეტინგული კვლევა და მისი განვითარების სტრატეგიები აჭარაში. მონოგრაფია. გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი, 2006 წ. -219 გვ. (თანაავტორი ე. ბახტაძე).
21. საქართველოს უმაღლესი საგანმანათლებლო ბაზრის მარკეტინგული კვლევა. ივანე ჯავახიშვილის დაბადების 130 წლისთავისადმი მიძღვნილი თსუ სამეცნიერო კონფერენციის მასალები. თბილისი, 2006 წ. (თანაავტორები ე. უროტაძე, მ. ჯაფარიძე).
22. მარკეტინგის გამოყენების თავისებურებანი საკურორტო მედიცინაში. ჟურნალი „ეკონომიკა“, 2007 წ. #1-2, გვ.125-132 (თანაავტორი დ. ლომინაძე).
23. სამკურნალო-სარეაბილიტაციო მედიცინისა და კურორტოლოგიის ცენტრებში მარკეტინგული საქმიანობის ორგანიზაციის ალგორითმი. ჟურნალი „ეკონომიკა“, 2007 წ. # 1-2, გვ. 161-165 (თანაავტორი დ. ლომინაძე).
24. საგანმანათლებლო მომსახურების ბაზრის განვითარების ტენდენციები საქართველოში. ჟურნალი „ეკონომიკური პროფილი“, 2007 წ. # 2, გვ. 38-41 (თანაავტორი თ. ვალიშვილი).
25. სანატორიულ-საკურორტო საწარმოების კონკურენტუნარიანობის მართვისადმი პროგრამულ-მინორბრივი მიდგომა. ჟურნალი „ეკონომიკა“, 2007 წ. # 3-4, გვ. 91-96 (თანაავტორი დ. ლომინაძე).
26. ელექტრონული ბიზნესის განვითარების თანამედროვე ტენდენციები მსოფლიოში. ჟურნალი „ახალი ეკონომისტი“, 2008 წ. # 1, გვ. 18-30 (თანაავტორი რ. აბულაძე).
27. საქართველოს ინტერნეტ-ბაზრის მარკეტინგული კვლევა. მონოგრაფია. გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი, 2008 წ. -151 გვ. (თანაავტორი რ. აბულაძე).
28. საეკლესიო ქართული აბრეშუმის ქსოვილების წარმოების განვითარების პერსპექტივები საქართველოში. სამეცნიერო კონფერენციის „ქრისტიანობა და ეკონომიკა“ მოხსენებათა კრებული. თსუ, 2008 წლის 30 მაისი, თსუ გამომცემლობა, თბილისი, 2008 წ. გვ. 67-71 (თანაავტორები ეკა უროტაძე, ეთერ უროტაძე).
29. საქართველოს ინტერნეტ-ბაზარზე არსებული კომუნიკაციების მარკეტინგული კვლევა. საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენციის „ვერბალური კომუნიკაციური ტექნოლოგიები“ მასალები. საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი, თბილისი, 2008 წლის 16-19 ოქტომბერი, საგამომცემლო სახლი „ტექნიკური უნივერსიტეტი“, თბილისი, 2008 წ. გვ. 387-391 (თანაავტორები ე. ბარათაშვილი, რ. აბულაძე).
30. საქართველოს ინტერნეტ-მომხმარებელთა მარკეტინგული კვლევა. ჟურნალი „ეკონომიკა“, 2008 წ. #7-8, გვ.173-183 (თანაავტორი რ. აბულაძე).
31. უმაღლესი ეკონომიკური განათლების პრობლემები და პერსპექტივები საქართველოში. საქართველოში აშშ საელჩოსა და გორის სახელმწიფო უნივერსიტეტის მიერ ორგანიზებული კონფერენციის „განათლების რეფორმების კვალდაკვალ საქართველოში: უმაღლესი ეკონომიკური და პროფესიული განათლების დასახმარებლად“ მასალები, გორის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, 2008 წლის 25-27 ივლისი, გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი, 2008 წ. გვ. 68-74.

32. მომხმარებელთა ქცევის თავისებურებანი საქართველოს უმაღლესი საგანმანათლებლო მომსახურების ბაზარზე. საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენციის „მიმდინარე გამოწვევები ცოდნის მართვაში - ცოდნა ცხოვრებისათვის“ მასალები. გორის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, 2008 წლის 3-4 ოქტომბერი, გამომცემლობა „უნივერსალი“, 2008 წ. გვ. 90-95 (თანაავტორი ე. უროტაძე).
33. საქართველოში კომპიუტერის მომხმარებელთა ბაზრის მარკეტინგული კვლევა. ჟურნალი „ეკონომიკა და ბიზნესი“, 2008 წ. #5, გვ. 89-99 (თანაავტორი რ.აბულაძე).
34. სახელმწიფოს როლი ჯანდაცვის სისტემის გაუმჯობესებაში. საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენციის „ბიზნესი და საყოველთაო კეთილდღეობა“ შრომების კრებული. თსუ, 2008 წლის 16 მაისი, გამომცემლობა „ლამპარი“, თბილისი, 2008 წ. გვ. 256-261 (თანაავტორი დ.ლომინაძე).
35. Determining Consumer Ethnocentrism in Georgia”, First Annual International Conference on Current Challenges in Knowledge Management, Gori, 3-4 October 2008. pp.88-90. (with Ali Riza Apil).
36. გლობალიზაცია და ინტერნეტ-ბაზრის განვითარების ტენდენციები საქართველოში. I საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენციის „გლობალიზაცია და საქართველოს ეკონომიკის მდგრადი განვითარების პერსპექტივები“ მასალები. თსუ, 2008 წლის 22-24 ოქტომბერი, გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი, 2008 წ. გვ. 78-81 (თანაავტორი რ.აბულაძე).
37. გლობალიზაცია და ინტერნეტ-პროვადერების ბაზრის განვითარების ტენდენციები საქართველოში. საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენციის „ეკონომიკური ინტეგრაციის პერსპექტივები ცენტრალურ კავკასიაში“ მასალები. თბილისის ეკონომიკურ ურთიერთობათა სახელმწიფო უნივერსიტეტი, 2008 წლის 29 ნოემბერი. გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი, 2008 წ. გვ. 124-129.
38. Georgian Consumers Perception of domestic and foreign Products. Part I. Journal „Sakartvelos Ekonomika“, 2008, # 11 (132), pp. 30-33. (with Ali Riza Apil).
39. Georgian Consumers Perception of domestic and foreign Products. Part II. Journal „Sakartvelos Ekonomika“, 2008, # 12 (133), pp. 29-33. (with Ali Riza Apil).
40. Georgian Consumers Evolution of Products Sourced From a Geographically Close Proximity Country. USA. „Journal of Euromarketing“, 17 (2008), No. 3/4, pp.199-218. (with Ali Riza Apil, Erdener Kaynak)
41. Обработка шерстяных тканей натуральными биозащитными красителями. // Georgian Engineering Neus. 2008, # 4, с. 193 – 195 (соавторы Ахвледиани М. Е., Гинтибидзе Н. Г. )
42. Georgian Consumers Evaluation of Domestic Products. ნიკო ნიკოლაძის დაბადებიდან 175 წლისთავისადმი მიძღვნილი საუნივერსიტეტო საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენციის „საქართველოს ეკონომიკური პრობლემები 2008 – მეცნიერული ხედვა“ სამეცნიერო მოხსენებების კრებული. გამომცემელი ჟურნალი „საქართველოს ეკონომიკა“, თბილისი, 2008 წ. გვ. 84–113 (თანაავტორი ა.აპილი).
43. Georgian Consumers Evolution of Domestic Products. Journal „Economics and Business“. 2009, #1, pp. 106 126. (with Ali Riza Apil).
44. Consumer Attitudes Toward Domestic and Foreign Products and Marketing Practices. Part I. Journal „Economy of Georgia“, 2009, # 1 (134), pp. 32-34. (with Ali Riza Apil).
45. Consumer Attitudes Toward Domestic and Foreign Products and Marketing Practices. Part II. Journal „Economy of Georgia“ 2009, # 2 (135), pp. 45-50. (with Ali Riza Apil).
46. საერთაშორისო საგანმანათლებლო მომსახურების ბაზრის მარკეტინგული კვლევა. ჟურნალი „ეკონომიკა“, 2009 წ. #1/2, გვ. 228–237 (თანაავტორი თ.ვალიშვილი).
47. გლობალიზაცია და ინტერნეტ-რესურსებისადმი ქართველი მომხმარებლების დამოკიდებულების საკითხი. საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენციის „გლობალური კრიზისი და საქართველოს ეკონომიკა“ მასალები. საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი, 2009 წლის 27-28 მარტი. გამომცემლობა „ინოვაცია“, თბილისი, 2009 წ. გვ. 145-150 (თანაავტორები ე.უროტაძე, რ.აბულაძე).
48. გლობალიზაციასთან დაკავშირებული პრობლემები მსოფლიო ეკონომიკური კრიზისის პირობებში. საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენციის „გლობალიზაცია, მსოფლიო კრიზისი და სამხრეთ კავკასია“ მასალები. აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, ქუთაისი, 2009 წლის 16-17 მაისი. გამომცემლობა „ინოვაცია“, თბილისი, 2009 წ. გვ. 47 - 50 (თანაავტორები თ.გამსახურდია, ა.მუშკუდიანი, ს.ნემსაძე).
49. მომხმარებელთა ქცევის თავისებურებანი საქართველოს ინტერნეტ-ბაზარზე. მეოთხე საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენციის „ინტერნეტი და საზოგადოება. ინსო-2009“ მასალები. აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, 2009 წლის 5 ივნისი. აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტის გამომცემლობა, ქუთაისი, 2009 წ. გვ. 8-12 (თანაავტორები ე.უროტაძე, რ.აბულაძე).
50. გლობალური კრიზისის გავლენა ინტერნეტ-ბაზრის განვითარებაზე. საუნივერსიტეტო საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენციის „მსოფლიო ფინანსური კრიზისი და საქართველო“ მასალები. თსუ 2009 წლის 6 ივნისი. გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი, 2009 წ. გვ.186-188 (თანაავტორები ე.უროტაძე, რ.აბულაძე).

51. ლუდის ბაზრის განვითარების გლობალური ასპექტები. საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენციის „ბიზნესი და საყოველთაო კეთილდღეობა“ შრომების კრებული. თსუ, 2009 წლის ივნისი, გამომცემლობა „ლამპარი“, თბილისი, 2009 წ. გვ. 77-82 (თანაავტორი თ.კუპრაშვილი).
52. რეგიონის კონკურენტუნარიანობის შეფასების მათემატიკური მოდელი. I საუნივერსიტეტთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენციის „საქართველოს ეკონომიკა მსოფლიო კონკურენტუნარიანობის მაჩვენებლებში: პრობლემები, პერსპექტივები“ მოხსენებათა კრებული. თსუ 2009 წლის 25 ივნისი. გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი, 2009 წ. გვ. 34-39 (თანაავტორები ე.უროტაძე, ნ.ქარქაშაძე).
53. 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 (with Ali Riza Apil, Erdener Kaynak).
54. საქართველოს სადაზღვევო ბაზარზე მომხმარებელთა ქცევის მარკეტინგული კვლევა. საუნივერსიტეტთაშორისო სამეცნიერო-ანალიტიკური ჟურნალი „ბიზნესი და მენეჯმენტი“, შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტის გამომცემლობა, ბათუმი, 2009 წ. # 1, გვ. 124-132 (თანაავტორი ე. უროტაძე).
55. საზღვაო ტრანსპორტის მსოფლიო ბაზრის განვითარების თანამედროვე ტენდენციები. ჟურნალი „ეკონომიკა და ბიზნესი“, 2009წ. #4, გვ. 111-125 (თანაავტორი მ.დოლიძე).
56. მარკეტინგის საფუძვლები. ლექციების კურსი. გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი, 2009 წ. გვ.578 (თანაავტორი ბ.მღებრიშვილი).