

ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი  
ეკონომიკის და ბიზნესის ფაკულტეტი  
ბაკალავრიატი  
ბიზნესის მიმართულება  
ბიზნესის ადმინისტრირება 2009-2013

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 ათვეისოს თავისუფალი კრედიტების სახით. კრედიტების ყოველწლიური რაოდენობა არის 60.

ძირითად მაპროფილებელ სპეციალობაზე 7 არჩევითი მოდულიდან სტუდენტი ირჩევს მხოლოდ ერთს:

1. საერთაშორისო ბიზნესი
2. მენეჯმენტი
3. მარკეტინგი
4. ფინანსები და საბანკო საქმე
5. აღრიცხვა-ანგარიშგება, აუდიტი
6. ტურიზმისა და მასპინძლობის მენეჯმენტი

7. ინფორმაციული მენეჯმენტი
8. სურსათის ხარისხი და უვნებლობა

#### 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; ორგანიზაციასა 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:

- იდებებს, 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 ძალიან კარგი	დადებითი
71-80%	„C კარგი	დადებითი
61-70%	„D დამაკმაყოფილებელი	დადებითი

51-60%	„E” საკმარისი	დადებითი
41-50%	„FX” 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](mailto:nugzar.todua@tsu.ge) [nugzartodua@yahoo.com](mailto:nugzartodua@yahoo.com)

კონსულტაციების გაწევის დრო: ოთხშაბათი; 14 სთ-დან 17-საათამდე

### სასწავლო გეგმა

ფაკულტეტი: ეკონომიკისა და ბიზნესის

ინსტიტუტი / დეპარტამენტი / კათედრა / მიმართულება: ბიზნესის

საბაკალავრო პროგრამის სახელწოდება: ბიზნესის ადმინისტრირება -2009-2013

საბაკალავრო პროგრამის ხელმძღვანელი/კოორდინატორი: სრული პროფესორი ნუგზარ თოდუა

აკადემიური საბჭოს მიერ პროგრამის დამტკიცების თარიღი, დადგენილების ნომერი: 2010 წლის 25 ივნისი, № 64/2010  
 პროგრამის ამოქმედების თარიღი (სასწავლო წელი): 2009-2010

საფაკულტეტო სასწავლო კურსები / მოდულები						
საფაკულტეტო (საბაზისო) სავალდებულო სასწავლო კურსები / მოდულები						
კოდი	კურსის/მოდულის სახელწოდება	ECTS კრედიტები	საკონტაქტო / დამოუკიდებელი მუშაობის საათების რაოდენობა	საგანზე/მოდულზე დაშვების წინაპირობა	სწავლების სემესტრი (შემოდგომის/გაზაფხულის)	ლექტორი/ლექტორები
	ეკონომიკის პრინციპები 1	5	60/65	_____	1 შემოდგომის,	
	ეკონომიკის პრინციპები 2	5	45/80	ეკონომიკის პრინციპები 1	2 გაზაფხულის	
	მათემატიკა ეკონომისტებისათვის 1	5	60/65	_____	1 შემოდგომის	
	მათემატიკა ეკონომისტებისათვის 2	5	60/65	მათემატიკა ეკონომისტებისათვის 1	2 გაზაფხულის	
	ალბათობის თეორია და მათემატიკური სტატისტიკა	5	60/65	მათემატიკა ეკონომისტებისათვის 1	2 გაზაფხულის	



	ბიზნესის საფუძვლები	10	90/160	_____	1 შემოდგომის	
	ბუღალტერიის საფუძვლები	5	45/80	ეკონომიკის პრინციპები 1	2 გაზაფხულის	
	სტატისტიკა ეკონომიკასა და ბიზნესისთვის 1	5	45/80	ეკონომიკის პრინციპები 1 მათემატიკა ეკონომისტებისათვის 1	2 გაზაფხულის	
	სტატისტიკა ეკონომიკასა და ბიზნესისთვის 2	5	45/80	სტატისტიკა ეკონომიკასა და ბიზნესისათვის 1 მათემატიკა ეკონომისტებისათვის 2	3 შემოდგომის	
	შესავალი ინფორმატიკაში	5	60/65	_____	1 შემოდგომის	
	უცხო ენა 1	5	90/35	_____	1 შემოდგომის	
	უცხო ენა 2	5	90/35	უცხო ენა 1	2 გაზაფხულის	
	უცხო ენა 3	5	90/35	უცხო ენა 2	3 შემოდგომა	
	უცხო ენა 4	5	90/35	უცხო ენა 3	4 გაზაფხულის	

საფაკულტეტო (საბაზისო) არჩევითი სასწავლო კურსები / მოდულები						
კოდი	კურსის/მოდულის სახელწოდება	ECTS კრედიტები	საკონტაქტო / დამოუკიდებელი მუშაობის საათების რაოდენობა	საგანზე/მოდულზე დაშვების წინაპირობა	სწავლების სემესტრი (შემოდგომის/ გაზაფხულის)	ლექტორი/ლექტორები
	<b>თავისუფალი კრედიტები</b>	10	90/160	-----	7 შემოდგომის, 8 გაზაფხულის	
სპეციალობის (სპეციალიზაციის) სავალდებულო კურსები / მოდულები						
კოდი	კურსის/მოდულის სახელწოდება	ECTS კრედიტები	საკონტაქტო / დამოუკიდებელი მუშაობის საათების რაოდენობა	საგანზე/მოდულზე დაშვების წინაპირობა	სწავლების სემესტრი (შემოდგომის/ გაზაფხულის)	ლექტორი/ლექტორები
	საერთაშორისო ბიზნესი	5	45/80	ბიზნესის საფუძვლები	7 შემოდგომა	
	მარკეტინგის საფუძვლები 1	5	45/80	ეკონომიკის პრინციპები 1	4 გაზაფხულის	
	მარკეტინგის	5	45/80	მარკეტინგი საფუძვლები1	5 შემოდგომის	

	საფუძვლები 2					
	ფინანსური აღრიცხვა 1	5	45/80	ბუღალტრული აღრიცხვის საფუძვლები	3 შემოდგომის	
	ფინანსური აღრიცხვა 2	5	45/80	ფინანსური აღრიცხვა 1	4 გაზაფხულის	
	კორპორაციათა ფინანსები	5	45/80	ფინანსური ინსტიტუტები და ბაზრები	6 გაზაფხულის	
	ფინანსური ინსტიტუტები და ბაზრები	5	45/80	ეკონომიკის პრინციპები 2; მათემატიკა ეკონომისტებისათვის 2;	5 შემოდგომის	
	მენეჯმენტის საფუძვლები	5	45/80	ბიზნესის საფუძვლები	3 შემოდგომის	
	ადამიანური რესურსების მართვა	5	45/80	მენეჯმენტის საფუძვლები	4 გაზაფხულის	
	ოპერაციათა მენეჯმენტი	5	45/80	ბიზნესის საფუძვლები მენეჯმენტის საფუძვლები	5 შემოდგომის	
	საერთაშორისო მარკეტინგი	5	45/80	მარკეტინგის საფუძვლები 2	6 გაზაფხულის	

**სპეციალობის (სპეციალიზაციის) არჩევითი კურსები / მოდულები**

რვა მოდულიდან სტუდენტი ირჩევს მხოლოდ ერთ მოდულს

კოდი	კურსის/მოდულის სახელწოდება	ECTS კრედიტები	საკონტაქტო / დამოუკიდებელი მუშაობის საათების რაოდენობა	საგანზე/მოდულზე დაშვების წინაპირობა	სწავლების სემესტრი (შემოდგომის/ გაზაფხულის)	ლექტორი/ლექტორები
	<b>მოდული1 საერთაშორისო ბიზნესი</b>	35			5,7 შემოდგომის, 6,8 გაზაფხულის	
1	ევროკავშირის ბიზნესის გარემო	5	30/95	ბიზნესის საფუძვლები	V შემოდგომის	
2	საქმიანი თამაშები	5	30/95	ბიზნესის საფუძვლები	VI გაზაფხულის	
3	საერთაშორისო საფინანსო-საკრედიტო ურთიერთობები	5	30/95	ეკონომიკის პრინციპები 2	VII შემოდგომის	
4	სადაზღვევო ბიზნესი და რისკების მართვა	5	30/95	ბიზნესის საფუძვლები	VII შემოდგომის	
5	ორგანიზაციის თეორია	5	30/95	ბიზნესის საფუძვლები	VIII გაზაფხულის	
6	საერთაშორისო ბიზნესის	5	30/95	ეკონომიკის პრინციპები 2	VI გაზაფხულის	

	უსაფრთხოება					
7	კვლევითი პროექტი	5		საერთაშორისო საფინანსო-საკრედიტო ურთიერთობები ან სადაზღვევო ბიზნესი და რისკების მართვა ან ევროკავსირის ბიზნეს გარემო ან საერთაშორისო ბიზნესის უსაფრთხოება	VIII გაზაფხულის	
	<b>მოდული2</b> მენეჯმენტი	35			5,7 შემოდგომის, 6,8 გაზაფხულის	
1	ორგანიზაციული ქცევა	5	30/95	ბიზნესის საფუძვლები, მენეჯმენტის საფუძვლები	V შემოდგომის	
2	საერთაშორისო მენეჯმენტი	5	30/95	ბიზნესის საფუძვლები, მენეჯმენტის საფუძვლები, ოპერაციათა მენეჯმენტი	VII შემოდგომის	
3	პროექტების მართვა	5	30/95	ბიზნესის საფუძვლები, მენეჯმენტის საფუძვლები	VII შემოდგომის	
4	სტრატეგიული მენეჯმენტი	5	30/95	ბიზნესის საფუძვლები, მენეჯმენტის საფუძვლები, ოპერაციათა მენეჯმენტი	VI გაზაფხულის	
5	ბიზნესის გარემოს სამართლებრივ-	5	30/95	ბიზნესის საფუძვლები,	VIII გაზაფხულის	

	ეკონომიკური რეგულირება			მენეჯმენტის საფუძვლები		
6	საზოგადოებრივი ადმინისტრირება	5	30/95	ბიზნესის საფუძვლები, მენეჯმენტის საფუძვლები	VI გაზაფხულის	
7	კვლევითი პროექტი	5		სტრატეგიული მენეჯმენტი ან ორგანიზაციული ქცევა ან საზოგადოებრივი ადმინისტრირება	VIII გაზაფხულის	
	<b>მოდული 3</b> მარკეტინგი	35			5,7 შემოდგომის, 6,8 გაზაფხულის	
1	მომხმარებელთა ქცევა-1	5	30/95	მარკეტინგის საფუძვლები 1	V შემოდგომის	
2	რეკლამა და სტიმულირება	5	30/95	მარკეტინგის საფუძვლები 2	VI გაზაფხულის	
3	მომსახურების მარკეტინგი	5	30/95	მარკეტინგის საფუძვლები 2	VI გაზაფხულის	
4	მარკეტინგული კვლევის პრინციპები	5	30/95	მარკეტინგის საფუძვლები 1	VII შემოდგომის	
5	ინტერნეტ-მარკეტინგი	5	30/95	მარკეტინგის საფუძვლები 2	VII შემოდგომის	
6	საცალო ვაჭრობა	5	30/95	მარკეტინგის საფუძვლები 2	VIII გაზაფხულის	

7	კვლევითი პროექტი	5		რეკლამა და სტიმულირება ან მომხმარებელთა ქცევა 1 ან მარკეტინგული კვლევის პრინციპები	VIII გაზაფხულის	
	<b>მოდული4</b> ფინანსები და საბანკო საქმე	35			5,7 შემოდგომის, 6,8 გაზაფხულის	
1	საბანკო საქმე 1	5	30/95	ეკონომიკის პრინციპები 2,  მათემატიკა ეკონომისტებისათვის 2	V შემოდგომის	
2	საბანკო საქმე 2	5	30/95	საბანკო საქმე 1	VI გაზაფხულის	
3	გადასახადები და დაბეგვრა	5	30/95	ეკონომიკის პრინციპები 2,  მათემატიკა ეკონომისტებისათვის 2	VII შემოდგომის	
4	ინვესტიციები და ინვესტიციური პროექტები	5	30/95	ეკონომიკის პრინციპები 2,  მათემატიკა ეკონომისტებისათვის 2	VIII გაზაფხულის	
5	სადაზღვევო საქმე	5	30/95	ეკონომიკის პრინციპები 2,  მათემატიკა ეკონომისტებისათვის 2	VI გაზაფხულის	
6	ფასიანი ქაღალდების	5	30/95	ეკონომიკის პრინციპები 2,	VII შემოდგომის	

	ბაზარი			მათემატიკა ეკონომისტებისათვის 2		
7	კვლევითი პროექტი	5		საბანკო საქმე 2  ან  გადასახადები და დაბეგვრა ან სადაზღვევო საქმე ან ფასიანი ქაღალდების ბაზარი	VIII გაზაფხულის	
	<b>მოდული 5</b> აღრიცხვა-ანგარიშგება, აუდიტი	35			5,7 შემოდგომის, 6,8 გაზაფხულის	
1	ფინანსური ანგარიშგება	5	30/95	ფინანსური აღრიცხვა 2	V შემოდგომის	
2	აუდიტის საფუძვლები	5	30/95	ფინანსური აღრიცხვა 2, ეკონომიკური ანალიზი	VIII გაზაფხულის	
3	ეკონომიკური ანალიზი	5	30/95	ფინანსური აღრიცხვა 2	VII შემოდგომის	
4	ინფორმაციული ტექნოლოგიები ბუღალტერიაში	5	30/95	ბუღალტერიის საფუძვლები,  ფინანსური აღრიცხვა 2, შესავალი ინფორმატიკაში	VII შემოდგომის	
5	ბუღალტრული აღრიცხვა საჯარო	5	30/95	ფინანსური აღრიცხვა 2	VI გაზაფხულის	



	სამართლის სუბიექტებში					
6	ბუღალტრული აღრიცხვა კომერციულ ბანკებში	5	30/95	ფინანსური აღრიცხვა 2	VI გაზაფხულის	
7	კვლევითი პროექტი	5		ფინანსური ანგარიშგება ან ბუღალტრული აღრიცხვა საჯარო სამართლის სუბიექტებში ან ბუღალტრული აღრიცხვა კომერციულ ბანკებში	VIII გაზაფხულის	
	<b>მოდული</b> ტურიზმისა და მასპინძლობის მენეჯმენტი	35			5,7 შემოდგომის, 6,8 გაზაფხულის	
1	შესავალი ტურიზმსა და მასპინძლობის მენეჯმენტში 1	5	30/95	წინაპირობის გარეშე	V შემოდგომის	
2	შესავალი ტურიზმისა და მასპინძლობის მენეჯმენტში 2	5	30/95	შესავალი ტურიზმსა და მასპინძლობის მენეჯმენტში 1	VI გაზაფხულის	
3	ტურიზმის პოლიტიკა	5	30/95	წინაპირობის გარეშე	VI გაზაფხულის	
4	ტურიზმის მენეჯმენტი	5	30/95	ტურიზმის პოლიტიკა	VII შემოდგომის	

5	სასტუმროს მენეჯმენტი	5	30/95	ტურიზმის პოლიტიკა	VII შემოდგომის	
6	ეკოტურიზმი	5	30/95	ტურიზმის პოლიტიკა	VIII გაზაფხულის	
7	კვლევითი პროექტი	5		ტურიზმის პოლიტიკა/ შესავალი ტურიზმსა და მასპინძლობის მენეჯმენტში 2	VIII გაზაფხულის	
	<b>მოდული7</b> ინფორმაციული მენეჯმენტი	35			5,7 შემოდგომის, 6,8 გაზაფხულის	
1	ალგორითმიზაციის საფუძვლები და ალგორითმული ენები	5	30/95	შესავალი ინფორმატიკაში	V შემოდგომის	
2	დაპროგრამების ენა VBA	5	30/95	ალგორითმიზაციის საფუძვლები და ალგორითმული ენები	VI გაზაფხულის	
3	ფირმის მონაცემების ელექტრონული დამუშავება	5	30/95	შესავალი ინფორმატიკაში	VIII გაზაფხულის	
4	ეკონომიკური ინფორმაციის ელექტრონული დამუშავების დაპროექტება 1	5	30/95	შესავალი ინფორმატიკაში	VI გაზაფხულის	

5	ეკონომიკური ინფორმაციის ელექტრონული დამუშავების დაპროექტება 2	5	30/95	ეკონომიკური ინფორმაციის ელექტრონული დამუშავების დაპროექტება 1	VII შემოდგომის	
6	მონაცემთა ბაზები	5	30/95	დაპროგრამების ენა VBA	VII შემოდგომის	
7	კვლევითი პროექტი	5		დაპროგრამების ენა VBA/ალგორითმიზაციის საფუძვლები და ალგორითმული ენები	VIII გაზაფხულის	
	<b>მოდული 8</b> სურსათის ხარისხი და უვნებლობა	35			5,7 შემოდგომის, 6,8 გაზაფხულის	
1	სურსათის მეცნიერების საფუძვლები	5	30/95	მენეჯმენტის საფუძვლები	5 შემოდგომის	
2	სურსათის უვნებლობისა და რისკების მართვა 1	5	30/95	მენეჯმენტის საფუძვლები	7 შემოდგომის	
3	სურსათის უვნებლობისა და რისკების მართვა 2	5	30/95	სურსათის უვნებლობისა და რისკების მართვა 1	8 გაზაფხულის	
4	სურსათის წარმოების ჯაჭვი (მცენარეული	5	30/95	მენეჯმენტის საფუძვლები	6 გაზაფხულის	

	პროდუქტები)					
5	სურსათის წარმოების ჯაჭვი (ცხოველური პროდუქტები)	5	30/95	სურსათის წარმოების ჯაჭვი (მცენარეული პროდუქტები)	6 გაზაფხულის	
6	სასმელების ინდუსტრია	5	30/95	მენეჯმენტის საფუძვლები	7 შემოდგომის	
7	კვლევითი პროექტი	5		მენეჯმენტის საფუძვლები / სურსათის უვნებლობისა და რისკების მართვა 1	8 გაზაფხულის	

**პრაქტიკა**

		ECTS კრედიტები	საკონტაქტო / დამოუკიდებელი მუშაობის საათების რაოდენობა	პრაქტიკის სტატუსი (სავალდებულო/არჩევითი)	სწავლების სემესტრი/სემესტრები	პრაქტიკის ხელმძღვანელი
	პრაქტიკა	5	—————	სავალდებულო (წინაპირობა: შესაბამისი მოდულიდან ათვისებული მინიმუმ 15 კრედიტი)	8 გაზაფხულის	

**საბაკალავრო ნაშრომი**

	საბაკალავრო ნაშრომი	ECTS კრედიტები	საკონტაქტო / დამოუკიდებელი	საბაკალავრო ნაშრომის სტატუსი (სავალდებულო/არჩევითი)	სწავლების სემესტრი/სემესტრები	საბაკალავრო ნაშრომების ხელმძღვანელები
--	------------------------	-------------------	-------------------------------	---	----------------------------------	--

			მუშაობის საათების რაოდენობა			
	დამატებითი სპეციალობა	60 კრედიტი				
	სულ	240				

დამატებითი სპეციალობა (მაინორი) სხვა სპეციალობის სტუდენტებისათვის

**სასწავლო გეგმა**

ფაკულტეტი: ეკონომიკისა და ბიზნესის

ინსტიტუტი / დეპარტამენტი / კათედრა / მიმართულება: ბიზნესის

საბაკალავრო პროგრამის სახელწოდება: ბიზნესის ადმინისტრირება 2009-2013 - დამატებითი სპეციალობა (მაინორი)

საბაკალავრო პროგრამის ხელმძღვანელი/კოორდინატორი: სრული პროფესორი ნუგზარ თოდუა

აკადემიური საბჭოს მიერ პროგრამის დამტკიცების თარიღი, დადგენილების ნომერი: 2010 წლის 25 ივნისი, № 64/2010

პროგრამის ამოქმედების თარიღი (სასწავლო წელი): 2009-2010

დამატებითი სპეციალობის „ბიზნესის ადმინისტრირება“ სასწავლო გეგმა

დისციპლინის დასახელება	წინაპირობები	კრედიტები	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII
------------------------	--------------	-----------	---	----	-----	----	---	----	-----	------

<b>დამატებითი სპეციალობა – Minor</b> <i>(ნებისმიერი მაინორი)</i>			60			10	10	10	10	10	10
1	საერთაშორისო ბიზნესი	ბიზნესის საფუძვლები	5			5					
2	მენეჯმენტის საფუძვლები	ბიზნესის საფუძვლები	5						5		
	ადამიანური რესურსების მართვა	მენეჯმენტის საფუძვლები	5							5	
3	ოპერაციათა მენეჯმენტი	ბიზნესის საფუძვლები მენეჯმენტის საფუძვლები	5								5
4	მარკეტინგის საფუძვლები 1	ეკონომიკის პრინციპები 1	5				5				
	მარკეტინგის საფუძვლები 2	მარკეტინგის საფუძვლები 1	5					5			
5	ფინანსური აღრიცხვა 1	ბუღალტერიის საფუძვლები	5			5					
	ფინანსური აღრიცხვა 2	ფინანსური აღრიცხვა 1	5				5				

6	მმართველობითი აღრიცხვა	ფინანსური აღრიცხვა 1 ფინანსური აღრიცხვა 2	5					5			
7	საერთაშორისო მარკეტინგი	მარკეტინგის საფუძვლები 2	5						5		
8	კორპორაციათა ფინანსები	ფინანსური ინსტიტუტები და ბაზრები	5								5
9	ფინანსური ინსტიტუტები და ბაზრები	ეკონომიკის პრინციპები 2 მათემატიკა ეკონომისტებისათვის 2	5							5	

გვარი, სახელი	ნუგზარ თოდუა
აკადემიური ხარისხი თანამდებობა	ეკონომიკის მეცნიერებათა დოქტორი, თსუ სრული პროფესორი
სამუშაო ადგილი	ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი
საკონტაქტო ინფორმაცია:  <ul style="list-style-type: none"> <li>• მისამართი</li> <li>• ტელეფონი</li> <li>• მობილური</li> <li>• ელ.ფოსტა</li> </ul>	ქ.თბილისი, მიჩურინის ქ.#9.  ტელ. (+995 32) 30 45 92 (თსუ) ; (+995 32) 91 05 33 (ბინა), (+995 93) 32 16 55 (მობილური).  <a href="mailto:nugzartodua@yahoo.com">nugzartodua@yahoo.com</a> ; <a href="mailto:nugzar.todua@tsu.ge">nugzar.todua@tsu.ge</a>
განათლება:  <ul style="list-style-type: none"> <li>• თარიღი</li> <li>• დაწესებულება</li> <li>• კვალიფიკაცია/ხარისხი</li> <li>• დიპლომის # (წარმოადგინეთ დანართები)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2006 წ. – ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ვაჭრობის ეკონომიკისა და საქონელმცოდნეობის ფაკულტეტი. სპეციალობა „საქონელმცოდნეობა და არასასურსათო საქონლით ვაჭრობის ორგანიზაცია“ (წარჩინებით)</li> <li>• 1989 წ. – ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის და ლენინგრადის საბჭოთა ვაჭრობის ინსტიტუტის ასპირანტურა . სპეციალობა „სამრეწველო საქონელმცოდნეობა“</li> <li>• 1990 წ. – მოსკოვის კომერციის სახელმწიფო ინსტიტუტი. ტექნიკურ მეცნიერებათა კანდიდატი. სპეციალობა „სამრეწველო საქონელმცოდნეობა“.</li> <li>• 1995 წ. – ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის დოქტორანტურა. სპეციალობა „მარკეტინგი“.</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1995 წ. – ეკონომიკური და სოციალური პრობლემების სამეცნიერო-კვლევითი ინსტიტუტი. ეკონომიკის მეცნიერებათა დოქტორი. სპეციალობა „მიკროეკონომიკა. მარკეტინგი“.</li> <li>• 1995 წ. – დოცენტის სამეცნიერო-პედაგოგიური წოდება. ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი. სპეციალობა „სამრეწველო საქონელმცოდნეობა“</li> <li>• 1998 წ. – პროფესორის სამეცნიერო-პედაგოგიური წოდება. ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი. სპეციალობა „მიკროეკონომიკა. მარკეტინგი“.</li> </ul>
<p>სამსახურებრივი (პროფესიული) გამოცდილება (ბოლო 10 წელი):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• თარიღი</li> <li>• დამქირავებელი ორგანიზაცია</li> <li>• თანამდებობა</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2006 წ. დან დღემდე – თსუ სრული პროფესორი, მარკეტინგის კათედრის ხელმძღვანელი;</li> <li>• 2006 წ. დან დღემდე – თსუ წარმომადგენლობითი საბჭოს (სენატის) წევრი;</li> <li>• 2005–2007 წ. – თსუ სამკურნალო-დიაგნოსტიკური ცენტრის სამეთვალყურეო საბჭოს თავმჯდომარის მოადგილე;</li> <li>• 2002–2006 წწ. – თსუ მარკეტინგის კათედრის გამგე;</li> <li>• 1996– 2006 წწ.– თსუ პროფესორი;</li> <li>• 1994–2004 წწ. – თსუ კომერციისა და მარკეტინგის ფაკულტეტის დეკანის მოადგილე სამეცნიერო მუშაობის დარგში</li> </ul>
<p>გამოქვეყნებული შრომების საერთო რაოდენობა</p>	<p>135</p>
<p>მიუთითეთ ბოლო 10 წლის განმავლობაში გამოქვეყნებული 10–მდე სამეცნიერო</p>	<p>1. რეგიონის კონკურენტუნარიანობის შეფასების საკითხი. ჟურნალი „ეკონომიკა“, 2006 წ. # 4, გვ. 50-58.</p>

<p>ნაშრომი, რომლითაც დასტურდება შესაბამის დარგში (იგულისხმება სასწავლო კურსი, რომელსაც თქვენ ახორციელებთ) თქვენი კომპეტენტურობა.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. მოთხოვნის პროგნოზირება იმერეთის რეგიონში. ჟურნალი „ეკონომიკა“, 2006 წ. # 8, გვ.111-116</li> <li>3. სასაქონლო პოლიტიკის მარკეტინგული სტრატეგიები აზრეშუმის ქსოვილების ბაზარზე. მონოგრაფია. გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი, 2006 წ. -107 გვ.</li> <li>4. ტურიზმის ბაზრის მარკეტინგული კვლევა და მისი განვითარების სტრატეგიები აჭარაში. მონოგრაფია. გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი, 2006 წ. -219 გვ.</li> <li>5. საქართველოს ინტერნეტ-ბაზრის მარკეტინგული კვლევა. მონოგრაფია. გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი, 2008 წ. -151 გვ.</li> <li>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</li> <li>7. Georgian Consumers Evoluation of Products Sourced From a Geographically Close Proximity Country. USA. `Journal of Euromarketing~, 17 (2008), No. 3/4, pp.199-218.</li> <li>8. Georgian Consumers Evoluation of Domestic Products. Journal `Economics and Business~. 2009, #1, pp. 106 – 126.</li> <li>9. მარკეტინგის გამოყენების თავისებურებები საზღვაო ტრანსპორტის მომსახურების სფეროში. ჟურნალი „ეკონომიკა და ბიზნესი“, თბილისი, 2010, #1, გვ.124–136</li> <li>10. ინტერნეტ მარკეტინგი. სახელმძღვანელო. გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი, 2011 წ. 319 გვ.</li> </ol>
<p>სხვა აქტივობა, რომლითაც დასტურდება შესაბამის დარგში თქვენი კომპეტენტურობა (სასწავლო და სამეცნიერო გრანტში, კონფერენციაში მონაწილეობა).</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>2. გლობალიზაცია და ინტერნეტ-პროვაიდერების ბაზრის განვითარების</li> </ol>

	<p>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.</p> <p>3. გლობალური კრიზისის გავლენა ინტერნეტ-ბაზრის განვითარებაზე. საუნივერსიტეტოშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენციის „მსოფლიო ფინანსური კრიზისი და საქართველო“ (თსუ, 2009 წლის 6 ივნისი) სამეცნიერო შრომების კრებული. გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი, 2009 წ. გვ.186-188</p> <p>4. რეგიონის კონკურენტუნარიანობის შეფასების მათემატიკური მოდელი. I საუნივერსიტეტოშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენციის „საქართველოს ეკონომიკა მსოფლიო კონკურენტუნარიანობის მაჩვენებლებში: პრობლემები, პერსპექტივები“ (თსუ 2009 წლის 25 ივნისი) 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</p>
--	---

	<p>ორგანიზებული კონფერენციის „საქართველოს ეკონომიკური განვითარების დასახმარებლად: ხვალინდელი 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 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 სტაჟიორი;</p> <p>2000 წ- აშშ სახელმწიფო დეპარტამენტის განათლებისა და კულტურის საკითხთა ბიუროს მიერ ორგანიზებულ საერთაშორისო სტუმრის პროგრამაში</p>
--	--

	<p>„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>
--	---