კავკასიის უნივერსიტეტი
კავკასიის ბიზნესის სკოლა
ბიზნესის ადმინისტრირების სამაგისტრო პროგრამა
სასწავლო კურსების კატალოგი

სასწავლო კურსის კოდი	წინაპირობა	სასწავლო კურსის დასახელება	სასწავლო კურსის აღწერილობა	I წელი			II წელი		
				I	II	III	IV	V	VI
სასწავლო კომპონენტის სავალდებულო სასწავლო კურსები									
MBA 5111	არ გააჩნია	ეკონომიკა მენეჯერთათვის	ეკონომიკა მენეჯერთათვის მოიცავს ეკონომიკის პრინციპებს და გადაწყვეტილების მიღების მეთოდოლოგიას, რომელიც ღირებულია რისკიან და არასტაბილურ გარემოში. კურსი შეასწავლის ისეთ საკითხებს, როგორიცაა: მოთხოვნის თეორია და ანალიზი, რეგრესიული ანალიზი, ბიზნეს და ეკონომიკური მიმართულებების პროგნოზირება, პროდუქციის თეორია და ანალიზი, ღირებულების თეორია და ანალიზი, წრფივი პროგრამირება, ჯანსაღი კონკურენცია და მონოპოლია, მონოპოლიური კონკურენცია, ოლიგოპოლია და ინდუსტრიაში შეღწევის ბარიერები, თამაშის თეორია და სტრატეგიული მოქმედება, საქონელისა და სერვისის ღირებულების დაანგარიშების მექანიზმი, რისკი და გადაწყვეტილების მიღება.	5					
MBA 5112	არ გააჩნია	სტატისტიკური ანალიზი მენეჯერთათვის	ეს კურსი იძლევა სტატისტიკური ანალიზის საბაზისო ცოდნას, რომელიც აუცილებელია მენეჯერისათვის გადაწყვეტილების მიღების დროს, რაც გულისხმობს დაგეგმვის, პრობლემის იდენტიფიკაციის და გადაჭრის, გადაწყვეტილების მიღების სხვადასხვა ასპექტებს. კურსი მოიცავს ბიზნესის წარმოებისათვის საჭირო ძირითად დესკრიპციულ მეთოდებს და ასწავლის სტატისტიკური დასკვნების საფუძვლებს, მოდელების აგებას და პროგნოზირებას, მონაცემთა განაწილებას და შეფასებას, ხარისხის მართვას. მასალის გამტკიცებისათვის გამოყენებულია სავარჯიშოები და სავარჯიშოები რეალური ბიზნეს სიტუაციებიდან.	5					
MBA 5113	არ გააჩნია	ფინანსური აღრიცხვა ფინანსური გადაწყვეტილებისათვის	აღნიშნული კურსი შეისწავლის ფინანსურ აღრიცხვისა და ანგარიშგების კონცეფციებს. იგი უზრუნველყოფს ფინანსური ანგარიშგების,	5					

			საბუღალტრო გატარებების, ბალანსის, მოგება-ზარალის, ფინანსური უწყისების ახსნა-განმარტებების, შემოსავლების, დებიტორული დავალიანების, ფულადი სახსრების, თვითღირებულების აღრიცხვის და სხვადასხვა კოეფიციენტების შესწავლას. იგი ასევე უზრუნველყოფს ისეთი საკითხების შესწავლას, რომელიც ეხმარე ფინანსური გადაწყვეტილებების მიღებაში.						
MBA 5115	არ გააჩნია	ლიდერობა	ეს საგანი გამიზნულია მაგისტრანტებს მისცეს თანამედროვეობის ძირითადი მენეჯერული გამოწვევის ლიდერობის თეორიული და პრაქტიკული ცოდნა. საგანი შეისწავლის ისეთ თემებს როგორიცაა ლიდერისა და თანამშრომლის ურთიერთობა. ურთიერთობის განვითარების მექანიზმები. ლიდერის თვისებები და პიროვნული მახასიათებელები. ზეგავლენა, მოტივაცია, ძალაუფლება, კავშირები და გუნდური ურთიერთობები, გუნდური ლიდერობა და თვითმართული გუნდები. ქარიზმატული და ტრანსფორმაციული ლიდერები. სტრატეგიული ლიდერობა და ცვლილებების მართვა.	5					
MBA 5212	არ გააჩნია	ბიზნესის მოდელირება	ეს საგანი ასწავლის სტუდენტს თუ როგორ შეიძლება ბიზნეს პრობლემების გადაჭრა რეალობის მოდელირების მეშვეობით. არსებობს მთელი რიგი ბიზნეს პრობლემებისა და ამოცანებისა, რომელთა გადაწყვეტას სჭირდება სერიოზული მათემატიკური თუ სტატისტიკური ანალიზი. ხშირად ასეთი ანალიზი ძნელი განსახორციელებელია. სიტუაციის მატემატიკური მოდელირება, მოდელის ფარგლებში ამოხსნა და ამოხსნის ბიზნეს რეალობამდე ინტერპრეტაცია არის ის რაც წარმოადგენს ამ საგნის მიზანს. კურსის მსვლელობისას განიხილება ისეთი ტექნიკები როგორიცაა სიმულაცია, მონტე კარლოს ანალიზი, წრფივი პროგრამირება, ქსელის ალგორითმები, თუ სხვა.		5				
MBA 5511	არ გააჩნია	ორგანიზაციული ქცევა	საგანი სწავლობს ადამიანური ქცევის კომპლექსურობას ორგანიზაციულ გარემოში და მენეჯერებისა და ლიდერების როლს ამ გარემოზე ზეგავლენის კუთხით. საგანი შეისწავლის ორგანიზაციული ქცევისა და შედეგიანობის მართვის ისეთ ფართო კონცეფციებს როგორიცაა: სამსახურეობრივი კმაყოფილება, ორგანიზაციული კუთვნილება, სტრესი, მოტივაცია, ორგანიზაციული სტრუქტურა და კულტურა. ყოველი მოცემული თემის კუთხით განხილული იქნება სპეციფიური თეორიები და მოდელები, რომლებიც		5				

			განსაზღვრავენ ქცევას ორგანიზაციაში. ასევე განხილული იქნება ქცევათა მრავალფეროვნება ორგანიზაციებში.						
MBA 5512	MBA 5113	მენეჯერული აღრიცხვა და კონტროლი	მენეჯერული აღრიცხვის სისტემა ეხმარება ორგანიზაციას ოპერაციების დროს გადაწყვეტილების მიღებაში, ღირებულებათა გაკონტროლებაში, შედეგების გაზომვაში, თანამშრომელთა მოტივაციასა და გარე ურთიერთობების მართვაში. როლების მრავალგვარობა იწვევს ურთიერთსაწინააღმდეგო მოთხოვნებს რაც გულისხმობს ოპტიმალური სისტემის დიზაინში ცვლილებებს. ეს კურსი ყურადღებას ამახვილებს ამ ცვლილებებზე ორგანიზაციის სტრუქტურის, დაგეგმვისა და კონტროლის ურთიერთდამოკიდებულების ხაზგასმით. კურსის მიზანია საბუღალტრო ინფორმაციის მართვის საჭიროების გაგება და გამოყენება ორგანიზაციისთვის. შესაბამისად კურსი ყურადღებას ამახვილებს ღირებულების მონაცემთა მართვაზე.		5				
MBA 5412	არ გააჩნია	მარკეტინგის მენეჯმენტი	კურსის მიზანია მარკეტინგის ფუნქციონირების მენეჯერული ასპექტების შესწავლა. ძირითადი ყურადღება გამახვილებულია, როგორც რაოდენობრივ, ისე თვისობრივ კრიტერიუმებზე, მარკეტინგული ალტერნატივების შეფასებასა და ამ ალტერნატივებიდან ერთ-ერთის ამორჩევაზე. ეს კურსი შეიცავს გადაწყვეტილების მიღების პროცესთან დაკავშირებულ ისეთ საკითხებს, როგორიცაა მარკეტინგული გამოკვლევა, პროდუქციის ინტენსიფიკაცია, რეკლამა, გასაღების სტიმულირება, გაყიდვების მართვა, ღირებულებისა და მოთხოვნის ანალიზი, კონკურენცია, ფასწარმოქმნის მექანიზმი, შეფუთვა და გასაღების არხები.		5				

MBA 5310	MBA 5112	სისტემების და ოპერაციების მენეჯმენტი	სისტემებისა და ოპერაციების მენეჯმენტის სასწავლო კურსი ეხება წარმოებისა და მომსახურების კომპანიებში ოპერაციების დაგეგმვას, კონტროლს და მათ გაუმჯობესებას, რათა უზრუნველყოფილი იყოს პროცესების როგორც ეფექტური ასევე ეფექტიანი მართვა ოპტიმალური რესურსების გამოყენებით. განხილულია ოპერაციების ურთიერთობა ბიზნესის სხვა მიმართულებებთან, ოპერაციების მენეჯმენტის სტრატეგია, ახალი პროდუქტების განვითარების პროცესი, მარაგების მართვის, ხარისხის მართვის პრინციპები, უდანაკარგო წარმოება და ზოგადად კომპანიის კონკურენტული უპირატესობის მიღწევა ოპერაციების წარმატებულად მართვის გზით.			5			
MBA 5611	MBA 5512	ფინანსები მენეჯერებისთვის	კურსი შედგენილია იმგვარად, რომ სტუდენტს მისცეს ფართო საბაზისო ცოდნა შემდეგი სამი მიმართულებით: 1. ფინანსური გარემო, ბაზრები და ინსტიტუტები 2. ფინანსური დისციპლინის ფუნდამენტური პრინციპები 3. ფინანსური მენეჯმენტის აუცილებელი უნარ-ჩვევები.			5			
MBA 5515	არ გააჩნია	სემინარი სამაგისტრო ნაშრომის მომზადებაში	კურსი მიზნად ისახავს, აღჭურვოს სტუდენტი როგორც თეორიული ცოდნით, ასევე პრაქტიკული უნარ-ჩვევებით, რაც აუცილებელია ბიზნეს მენეჯმენტის სფეროში კვლევის სამაგისტრო საფეხურის მოთხოვნების შესაბამისად ჩასატარებლად. კურსი სტუდენტს უვითარებს ცოდნას, თუ როგორ გამოიყენოს კვლევის მეთოდოლოგიისა და მეთოდების თეორიული ცონდა კვლევის დაგეგმვის პროცესში, რაც აუცილებელია ბიზნესის სფეროს კვლევისათვის. სტუდენტი სწავლობს, როგორ დაგეგმოს კვლევის პროექტი და შეისწავლოს და გამოიკვლიოს ბიზნესის სფეროს მნიშვნელოვანი საკითხები. სტუდენტი სწავლობს კვლევის სტრუქტურას, აკადემიური ენის მოთხოვნებს და კვლევის პროექტის ლოგიკურ თანმიმდევრობას. სტუდენტი იძენს კომპეტენციას, რაც აუცილებელია ახალბედა მკვლევარისათვის.			5			

MBA 5910	MBA 5511 MBA 5611 MBA 5412	სტრატეგიული მენეჯმენტი	კურსი მოიცავს ორგანიზაციის, როგორც ერთი მთლიანის ან მისი რომელიმე მნიშვნელოვანი დანაყოფის მართვას საერთაშორისო კონკურენტულ გარემოში. ის აყალიბებს მენეჯერის მოვალეობას, რაც გულისხმობს მრავალი ბიზნეს ფუნქციის გაერთიანებას მრავალეროვანი ორგანიზაციის წარმატებით სამართავად. თემები შეიცავენ ორგანიზაციის კომპეტენციის განხილვას საგარეო კლიმატსა და საერთაშორისო პირობებში, ბიზნესის განვითარების კორპორაციულ სტრატეგიას, რომელიც მიმართულია საერთაშორისო ბაზრისკენ და, რა თქმა უნდა, საშინაო პროცესების მართვას, რაც აუცილებელია ორგანიზაციის სტრატეგიის წარმატებით გატარებისათვის.				5		

<u>შენიშვნა:</u> სავალდებულო სასწავლო კურსების გავლის შემდეგ სტუდენტი ირჩევს მისთვის სასურველ სპეციალობას შემდეგი სპეციალობებიდან: ფინანსები, მარკეტინგი და მენეჯმენტი. სპეციალობის არჩევის შემდეგ სტუდენტი გადის ხუთ (6) სპეციალობის სასწავლო კურსს.									
მენეჯმენტის სპეციალობის არჩევითი სასწავლო კურსები (ამ სასწავლო კურსებიდან ხუთ სასწავლო კურსს სტუდენტი გადის იმ შემთხვევაში, თუ აირჩია მენეჯმენტის სპეციალობა. სამ სასწავლო კურსს გადის IV სემესტრში, ხოლო სამ სასწავლო კურსს VI სემესტრში)									
MGS 5711	MBA 5511	მეწარმეობა და საწარმო	მოცემული კურსი უზრუნველყოფს სტუდენტებს შეისწავლონ პრაქტიკული ბიზნეს ხერხები იმისა, თუ როგორ შექმნან ახალი ბიზნესები ან განავითარონ უკვე არსებული. ხაზი გაესმება მეწარმეობის იმ ძირითად ასპექტებს, როგორებიცაა: მეწარმეების დამახასიათებელი თვისებები, შესაძლებლობების იდენტიფიცირება და შეფასება, ბიზნესის გეგმის დაწერა და ბიზნეს მოდელის განვითარება, მეწარმეობის მარკეტინგი, რისკების დაფინანსება, კაპიტალის ზრდა და წარმატებული გუნდის ჩამოყალიბება.						
MGS 5414	არ გააჩნია	პროექტების მართვა	კურსის მიზანია პროექტის მენეჯმენტის პრინციპების ახსნა და გაგება ბიზნესის ოპერაციებში. აქცენტი გაკეთებულია ამავე პრინციპების გამოყენებაზე როგორც ბიზნეს პროცესების კომპონენტზე, რათა წარმატებით განხორციელდეს პროექტი, პროგრამა ან შესაბამისი აქტივობა. კურსში განხილული საკითხებია: პროექტის მიზნები; პიროვნება, ჯგუფი და სისტემა, პროექტის მართვის განმასხვავებლი მახასიათებლები; პროექტის მართვის ძირითადი ფუნქციები, განსხვავება ტრადიციული მენეჯმენტის ფუნქციებისაგან; სად და როდის შეიძლება გამოვიყენოთ პროექტების მართვის ტექნიკა; რა გარემოში ხდება პროექტების განხორციელება; რა არის სისტემური აზროვნება/ხედვა; რა არის სისტემა და რატომ არის მნიშვნელოვანი სისტემური მიდგომა პროექტების მართვის დროს. სასიცოცხლო ციკლის ოთხი ეტაპი: 1. კონცეფციის ჩამოყალიბება; 2. ფორმულირება; 3. შესრულება; 4. მუშა მდგომარეობაში მოყვანა.						

MGS 5712	MBA 5511	ადამიანური რესურსების მენეჯმენტი	ეკონომიკა უფრო მეტად ორიენტირებული გახდა ცოდნაზე, რომელსაც ეფუძნება სამუშაო ადგილები, კონკურენტუნარიან გარემოში ორგანიზაციებმა უფრო მეტად აღიარეს კადრების მთავარი უპირატესობა, სწორედ ამან გამოიწვია ადამიანური რესურსების მენეჯმენტის სტრატეგიული მნიშვნელობის აღიარება. ადამიანური რესურსების მენეჯმენტი წარმოადგენს წარმატებული ორგანიზაციების უმთავრეს სტრატეგიულ ფუნქციას. კურსი აღიარებს ისეთ დინამიურ ურთიერთობებს, როგორიცაა სტრატეგია, ადამიანები, ტექნოლოგია და პროცესები, რომლებიც ორგანიზაციის მუშაობას უწყობს ხელს. კურსის განხილვის თემატიკაა: დასაქმების სამართალი, შტატის დაკომპლექტება, ანაზღაურება, ადამიანური რესურსების განვითარება, შესრულების მენეჯმენტი. ასევე კურსი მოიცავს სფეროს ისტორიულ შეფასებას და ფილოსოფიურ საფუძვლებს, შეისწავლის მიმდინარე						

			პრაქტიკებს, რომლებიც გამოიყენება ადამიანური რესურსების მართვის სფეროში.						
MGS 5910	MBA 5511	ორგანიზაციული თეორია	კურსი სტუდენტებს შეასწავლის ორგანიზაციის რესურსებს, მათ დიზაინს და განვითარებას. კურსი წარმოადგენს ორგანიზაციული ანალიზის მაკრო კონტექსტში შესწავლას, განსხვავებით ორგანიზაციული ქცევის კურსისაგან, რომელიც ორგანიზაციას განიხილავს მიკრო კონტექსტში. ამ კურსის მიზანია დაეხმაროს სტუდენტებს განიხილონ ორგანიზაციის სტრუქტურა და დიზაინი ანალიტიკურ კონტექსტში. ორგანიზაციები არის ის ნაწილი, რომელთა მეშვეობითაც ძირითადი ეკონომიკური და სოციალური აქტივობა ხორციელდება. ორგანიზაციული სტრუქტურა და ის თუ რამდენად არიან ადამიანები და მათი აქტივობები დაჯგუფებული ორგანიზაციებში აერთიანებს ამ ჯგუფებს და იძლევა შესაძლებლობას ორგანიზაციის მიზნების განხორციელებისათვის.				10	15	
MGS 5611	MBA 5511	ინოვაციების მართვა	აღარავინ დაობს რომ მომავალი ტექნოლოგიებს ეკუთვნის. დრონები, მასიური ინდუსტრიული რობოტები თუ პაწაწინა სამედიცინო აპარატების იმპლანტები და მანქანები ერთმანეთს კარგა ხანია ადამიანის დახმარების გარეშე უცვლიან ინფორმაციას და კომპლექსურ დავალებებს ასრულებენ. ეს ცვლილებები: ახალი სტანდარტები, ინფრასტრუქტურა თუ არქიტექტურა, მოითხოვს რომ ჩვენც, მენეჯერებმა და ორგანიზაციებმა, ასეთივე ტემპებით განვაგრძოთ ცვლილება. დღეს უკვე ბევრი ორგანიზაციის მთავარი ამოცანა არა ბაზრებზე ზრდა და პოზიციების შენარჩუნებაა, არამედ ტექნოლოგიურ პროგრესთან დაწევა, იმიტომ რომ, უმეტეს შემთხვევაში, ეს პროგრესი არსებულ ბიზნეს მოდელს უქმნის საფრთხეს. ორგანიზაციაში ინოვაციების თუ ინოვაციური მენტალიტეტის დანერგვა ცვლილებებთან არის დაკავშირებული. ინოვაციების მართვა კი სტანდარტული მენეჯერული გამოცდილებისა და უნარებისგან განსხვავებულ უნარებს და ცოდნას საჭროებს. ინოვაცია მუდმივი რისკის, მარცხის და აღმოჩენების შედეგად მიღებული მეტამორფოზაა და ამ კურსის მიზანია, სტუდენტების ამ პროცესში გათვითცნობიერება.						

MBA 5114	არ გააჩნია	მოლაპარაკების წარმოების მეთოდები	მოლაპარაკების წარმოების მეთოდების კურსი ორიენტირებულია მოლაპარაკებების სხვადასხვა კონტექსტში წარმოების საკითხებზე. მოცემული კურსი მოიცავს საკითხთა გადაჭრის ზოგად თემატიკას მრავალკულტურული გარემოს გათვალისწინებით. კულტურა ზეგავლენას ახდენს მომლაპარაკებელთა სტრატეგიებზე ინფორმაციის გამოყენებაში, საკითხთა წამოჭრაზე, ინტერესებისა და პრიორიტეტების ჩამოყალიბებაზე, ასევე სოციალურ, კულტურულ და ლეგალურ გარემოზე სადაც იმართება მოლაპარაკებები. სიმულაციებში მონაწილეობით, ქეისების ანალიზით და დისკუსიებში მონაწილეობის საშუალებით, სტუდენტები ეცნობიან და ინვითარებენ კულტურათა შორის მოლაპარაკების უნარ-ჩვევებს. ყოველივე ზემოთხსენებულის შედეგად სტუდენტები გამოიმუშავებენ გლობალურ გარემოში პრობლემების მოგვარების და მოლაპარაკების წარმოების უმნიშვნელოვანეს უნარ-ჩვევებს.						
MGS 5612	MBA 5511	დამსაქმებლის ბრენდის განვითარება	რას ფიქრობს ადამიანი კომპანიის, როგორც დამსაქმებლის, ბრენდთან დაკავშირებით, ძალიან მნიშვნელოვანია ბიზნესის წარმატებისათვის. მსხვილი კორპორაციები ძალიასხმევას არ იშურებენ სწორი ტალანტების მოსაზიდად და შენანარჩუნებლად. თანამშრომელებისთვის დადებითი ბრენდის ასოციაციის შექმნა მათთვის უკვე ძალიან მნიშვნელოვანია. კურსი განიხილავს არამხოლოდ წარმატებულ სტრატეგიას და ისტორიებს, არამედ შეეხება თაობათა საკითხებს (X, Y generations, Millenials, Z-gene), ადამიანის მისიას, ღირებულებებს, მიზნებს, კოგნიტურ მოთხოვნილებებს, კულტურულ პრიორიტეტებს, რომელსაც ადამიანი იყენებს სხვებთან - კოლეგებთან, მეგობრებთან ურთიერთობაში. განვიხილავთ კონკრეტულ ტაქტიკებს კომპანიის, როგორც კარგი დამსაქმებლის, იმიჯის შექმნისა და საუკეთესო ტალანტების რეზერვის ფორმირებისათვის. შევეხებით არამხოლოდ ფუნქციონალურ, არამედ ემოციურ ფაქტორებს გლობალურ სამყაროში, თანამშრომელთა ჩართულობას, შიდა კომუნიკაციას, დამსაქმებლის ბრენდის ინტეგრაციას კომპანიის მარკეტინგულ (საცალო) ბრენდთან, დამსაქმებლის ბრენდის კომუნიკაციას და რეპუტაციას. რატომ იზიდავს ტალანტს კომპანია? გარდა იმისა, რომ ტალანტი ბრენდის ელჩი (Brand Ambassador) ხდება, კარგი იმიჯის მქონე კომპანია მარტივად და ზედმეტი						

			დანახარჯების გარეშე ავსებს ვაკანტურ პოზიციებს. კურსის განმავლობაში მიმოვიხილავთ შერჩევის, ადაპტაციის (Induction and Onboarding), თანამშრომელთა შეფასებისა და განვითარების საკითხებს.						
MGS 5613	MBA 5511	ცვლილების დაგეგმვა და მართვა	ცვლილებების მართვა არის სტრუქტურული მიდგომა ინდივიდების, გუნდების და ორგანიზაციების გადასაყვანად ამჟამინდელი (არასასურველი) მდგომარეობიდან მომავალში სასურველ მდგომარეობამდე. ცვლილებების მართვა გამოიყენება ნებისმიერი ორგანიზაციული ცვლილებების დროს, მტკივნეული რეფორმების, ორგანიზაციული ზრდის ან ტექნოლოგიის ინტეგრაციის დროს. მისი ამოცანაა უზრუნველყოს ორგანიზაციული ცვლილება მინიმალური წინააღმდეგობით, მაქსიმალური ჩართულობით, გაუმჯობესებული შედეგებით და მინიმალური ბიუჯეტით.						
MGS 5710	MBA 5112	ლოგისტიკა და მიწოდების ჯაჭვის მენეჯემენტი	ამ კურსის მიზანია დაეხმაროს სტუდენტებს გაათვიცნობიერონ შემდეგი: • ლოგისტიკის ფუნდამენტური კონცეფციები და პრინციპები • მიწოდების არხების, ინვენტარის მართვის, პროგნოზირების თეორიების შესწავლა • ლოგისტიკის ოპერაციების შესწავლა • ლოგისტიკის როლი თანამედროვე ბიზნესის ეფექტურად წარმოებისთვის						
MGS 5911	არ გააჩნია	მენეჯმენტ კონსალტინგი	სასწავლო კურსის მიზანია პრაქტიკული მიდგომებისა და მოდელების გამოყენებით მოამზადოს სტუდენტი საკონსულტაციო პროექტის პროფესიონალურად და წარმატებით განხორციელებისთვის.						
ფინანსების სპეციალობის არჩევითი სასწავლო კურსები (ამ სასწავლო კურსებიდან ხუთ სასწავლო კურსს სტუდენტი გადის იმ შემთხვევაში, თუ აირჩია ფინანსების სპეციალობა, ორ სასწავლო კურსს გადის IV სემესტრში, სამ სასწავლო კურსს გადის V სემესტრში) ერთი სასწავლო კურსი კოპორაციული ფინანსები არის სავალდებულო, ხოლო დანარჩენი ოთხი სასწავლო კურსი შეუძლია ორი მიმართულებიდან დააკომპლექტოს.									

MBA 5110	არ გააჩნია	საგადასახადო საქმე	სასწავლო კურსი - „საგადასახადო საქმე“ წარმოადგენს ფინანსური აღრიცხვა-ანალიზის თანმდევ საბაზისო ცოდნას, რომელიც აუცილებლობას წარმოადგენს საქართველოში განხორციელებულ ნებისმიერ ფინანსურ საქმიანობასთან. „საგადასახადო დაბეგვრის პრინციპებ“-ის ძირითად სასწავლო ლიტერატურას წარმოადგენს „საქართველოს საგადასახახადო კოდექსი“, რომელიც არეგულირებს პირის ვალდებულებას საქართველოს საგადასახადო სისტემასთან და რომლის ცოდნაც სავალდებულოა როგორც ფინანსისტისთვის, ისე ბუღალტრისთვის. „საგადასახადო საქმის“ სასწავლო კურსი ხელს შეუწყობს ორგანიზაციებსა და ფიზიკურ პირებს საგადასახადო სამართალდარღვევების თავიდან არიდებაში, რაც თავის მხრივ გულისხმობს ფინანსური რისკების შემცირებას.				10	15	
FI 5811	MBA 5611	კორპორაციული ფინანსების გაძლიერებული კურსი	კორპორაციული ფინანსები გაძლიერებული კურსია ფინანსების ნებისმიერი სპეციალობით დაინტერესებული სტუდენტისთვის. ეს კურსი, ფინანსები მენეჯერებისთვის კურსზე დაყრდნობით უღრმავებს სტუდენტს კორპორაციული ფინანსებში ცოდნას და უნარ-ჩვევებს სამი ძირითადი მიმართულებით:						

			1. კაპიტალის სტრუქტურა 2. კაპიტალური ბიუჯეტირება 3. სამუშაო კაპიტალის მართვა.						
FI 5711	MBA 5611	ფინანსური აქტივების შეფასება	კურსი ანვითარებს აუცილებელ უნარ-ჩვევებს, რომლებსაც უნდა ფლობდეს ფინანსების სპეციალობის ყველა სპეციალისტი. თემებია: უცხოური ფასიანი ქაღალდების ბაზრები, უვადო წილობრივი ფასიანი ქაღალდების (აქციების) მომგებიანობის და რისკის შეფასება; საპროცენტო განაკვეთის რისკი, ობლიგაციების (ვადიანი ფასიანი ქაღალდების) შეფასება; ვადის სტრუქტურის თეორია; წარმოებული ფასიანი ქაღალდების ბაზრები: ოფციონების ბაზარი და ოფციონის შეფასების შესავალი, ფიუჩერსების ბაზრები, შეფასება; თანამედროვე პორტფელის თეორია. რაოდენობრივი მეთოდები გამოიყენება ყოველ თემასთან კავშირში.						
FI 5911	MBA 5611	ფინანსური ინსტიტუტების მართვა	კურსის დასრულების შემდეგ სტუდენტებს უნდა შეეძლოთ ფინანსურ ინსტიტუტებს შორის ფუნქციონალური წყალგამყოფის აღმოჩენა. მათ უნდა შეეძლოთ ფინანსური სხვადასხვა ფინანსური ინსტიტუტების მომსახურებაზე ადექვატური რეაგირება, მათი შეთავაზებების შეფასება, პროდუქტების და რისკების მართვის ინსრტუმენტების პრაქტიკაში გამოყენება.						
FI 5712	FI 5811	ფინანსური უწყისების ანალიზი	ეს კურსი ითვალისწინებს, შეასწავლოს სტუდენტებს, თუ როგორ ხდება ბიზნესის ანალიზი, მისი დაფინანსების საჭიროებების განსაზღვრა და ფინანსური სტრუქტურების დიზაინი მათი საჭიროებების დასაკმაყოფილებლად (თავდაპირველად, კერძო ვალი). ძირითადი აქცენტი კეთდება კრედიტის ანალიზზე. სწავლების ძირითადი მეთოდია ბიზნეს სიტუაციების ანალიზი. კურსის მთავარი მიზანია განუვითაროს სტუდენტებს ლოგიკური აზროვნება და საკომუნიკაციო რჩევები. შემთხვევათა მიქსი მოიცავს ყველა ზომის კომპანიებს მცირე და საშუალო ზომის ფირმების ჩათვლით. სტუდენტებს აქვთ საშუალება, შეაფასონ და გამოთვალონ ბიზნესის მრავალფეროვნების საჭიროებანი, რომლებიც განსხვავდებიან თავიანთი ტიპის, მრეწველობის, მომგებიანობის, ზრდის ციკლისა და არამომგებიანობის ხარისხის მიხედვით.						

FI 5611	FI 5811	ფინანსური დაგეგმარება და ბიუჯეტირება	ფინანსური დაგეგმარება და ბიუჯეტირება ერთ-ერთი ყველაზე მოთხოვნადი კომპეტენციაა კორპორაციულ ფინანსებში. ამ თემატიკის მიმოხილვა კორპორაციული ფინანსების რამდენიმე მომიჯნავე საგანში ისწავლება, თუმცა ეს კურსი საშუალებას იძლევა სტუდენტმა სიღრმისეულად შეისწავლოს და პრაქტიკაში დამოუკიდებლად გამოიყენოს თავისი ცოდნა.						
FI 5612	FI 5712	შერწყმა, შესყიდვა და რეორგანიზაცია	კომპანიების შერწყმა-შესყიდვა და რეორგანიზაცია ფინანსური ინდუსტრიის ერთ-ერთი ყველა მომგებიანად მზარდი სექტორია. ეს პროცესი კომპანიის კორპორაციულ ყოფაში სასიცოცხლოდ კრიტიკული ეტაპია და შედეგად ამ თემატიკის შესწავლა-გააზრება და პოტენციური გარიგების ეფექტური მართვა ამ პროცესის ყველა მონაწილისთვის წარმატების აუცილებელი წინაპირობაა. წინამდებარე კურსი შედგენილია იმგვარად, რომ სტუდენტს მისცეს ფუნდამენტური ცოდნა შემდეგი სამი მიმართულებით: 1. გარიგების მიზნები და რისკები 2. მყიდველის ინტერესების დაცვა 3. გამყიდველის ინტერესების დაცვა						
FI 5613	FI 5811	ენტრეპრენიორული ფინანსები	ისტორიულად, ინოვაციის საუკეთესო აგენტებად ბიზნეს სამყაროში ე.წ. სტარტაპ კომპანიები მოიაზრებიან. ამ საინტერესო და დინამიურ კომპანიებს დაფინანსების და ზოგადად ფინანსური მართვის განსაკუთრებული, ყველაზგან განსხვავებული, მოთხოვნილებები და საჭიროებები გააჩნიათ. სწორედ ამ დინამიურ და მაღალ რისკიან გარემოში ეფექტური ფინანსური მართვის სწავლებას ისახავს მიზნად წინამდებარე კურსი.						
FI 5516	FI 5911	კომერციული ბანკების მენეჯმენტი	საბანკო საქმის კურსი განკუთვნილია მაგისტრატურის საფეხურის სტუდენტებისთვის, რომელთა სპეციალიზაცია საბანკო საქმეს და/ან საფინანსო ინსტიტუტებს მიეკუთვნება. მისი ძირითადი მისიაა კომერციული საბანკო სექტორის გაცნობა და ამ სფეროში გადაწყვეტილებების მიღების პრინციპების შესწავლა, კომერციული საბანკო მენეჯმენტის გააზრება. კურსის გავლისას სტუდენტი ღებულობს ცოდნას, თუ როგორ გამოიყენება საბანკო სფეროში ფინანსური მოდელირება და განიხილება ის ფაქტორები, რომლებიც გავლენას ახედენენ საბანკო სფეროში წარმატებაზე - საკრედიტო, საინვესტიციო, გადაწყვეტილებები დაფინანსებასა და სესხის ფასებზე, სესხის დაბრუნებადობა და რისკი. ამ კურსის დასრულების შემდეგ სტუდენტს გაცნობიერებული ექნება ძირითადი ფინანსური						

			მოდელები, რომლებიც გამოიყენება გადაწყვეტილებების ფორმირებისა და მონაცემთა ანალიზის დროს საბანკო სექტორში. განსაკუთრებული ყურადღება ეთმობა ლევერიჯისა და ბაზელის (კაპიტალის) მოთხოვნების დაცვას და ანალიზს. კურსის დასრულების შემდეგ სტუდენტს გაცნობიერებული ექნება თუ როგორ აფინანსებს ბანკი ბიზნესს და როგორ ახდენს ბანკის მოგებისა და რისკის ბალანსის მართვას.						
FI 5914	FI 5911	ფინანსური რისკების მენეჯმენტი	კურსი გულისხმობს თანამედროვე ბიზნესის წინაშე არსებული რისკების მართვის მეთოდების შესწავლას. ნებისმიერი მიმართულების მენეჯერი სწორი გადაწყვეტილების მიღების პროცესში უნდა ითვალისწინებდეს რისკებს. კურსი მისცემს სტუდენტებს საშუალებას რეალურ გარემოში მოახდინონ რისკების იდენტიფიცირება, სიდიდის განსაზღვრა და მართებული მეთოდების გამოყენებით მართვა. კურსის შესწავლისას განხილული იქნება როგორც ფინანსური ასევე არაფინანსური რისკები, მაგრამ აქცენტები ფინანსურ რისკებზე გაკეთდება.						
FI 5713	FI 5711	გლობალური პორტფელის მენეჯმენტი	კურსი შეისწავლის გლობალური საინვესტიციო პორტფელის შედგენის, ანალიზის, შეფასების, მონიტორინგისა და ლიკვიდაციის, აგრეთვე საინვესტიციო ბაზრების ფუნქციონირების, ინფრასტრუქტურისა და გარემოს მნიშვნელობისა და მისი გამოყენების საკითხებს. განხილულია პორტფელში შემავალი ფინანსური აქტივების ანალიზის მეთოდები და იმ ფაქტორების ერთობლიობა, რომლებიც ზეგავლენას ახდენენ პორტფელის ღირებულებაზე, შემოსავლიანობაზე და რისკიანობაზე. სასწავლო კურსი მიმოიხილავს მარკოვიცის პორტფელურ თეორიას, პორტფელის სახეობებს, აქტივების განაწილების მეთოდებს და პორტფელის მენეჯმენტს.						
მარკეტინგის სპეციალობის არჩევითი სასწავლო კურსები (ამ სასწავლო კურსებიდან ხუთ სასწავლო კურსს სტუდენტი გადის იმ შემთხვევაში, თუ აირჩია მარკეტინგის სპეციალობა. სამ სასწავლო კურსს გადის IV სემესტრში, ხოლო სამ სასწავლო კურსს V სემესტრში)									

MK 5711	MBA 5412	მომხმარებლის ქცევა	მომხმარებლის ქცევა ქცევის მეცნიერების ნაწილია. ქცევის მეცნიერების ცოდნა ყველას სჭირდება: მთავრობებს რომ წარმატებით განახორციელონ რეფორმები და მოიგონ არჩევნები. კომპანიებს რომ გაყიდონ თავიანთი სერვისები და პროდუქტები, არასამთავრობო ორგანიზაციებს რომ მოახერხონ საზოგადოებრივი აზრის ცვლილება და ნებისმიერ ადამიანს რომ გაიაზროს ეკონომიკური გადაწყვეტილების პროცესი და მიიღოს ოპტიმალური გადაწყვეტილებები.						
MK 5912	MBA 5412	სტრატეგიული მარკეტინგი და მარკეტინგული დაგეგმვა	მარკეტინგი წარმოადგენს ორგანიზაციის ისეთ ფუნქციურ არეს, რომელიც ნებისმიერი ტიპის ორგანიზაციაში უნდა სრულდებოდეს. მართალია, რომ მარკეტინგული გადაწყვეტილებების სპექტრი და სიღრმე განსხვავდება ინდუსტრიიდან ინდუსტრიამდე და ქვეყნიდან ქვეყნამდე. იმისათვის, რომ სტუდენტს კარგად ქონდეს გაგებული სტრატეგიული მარკეტინგის არსი, კურსის განმავლობაში განხილული იქნება ბიზნეს ანალიტიკური მოდელები, კონცეფციები და თეორიები ლოკალურ და საერთაშორისო კონტექსტში. ამავდროულად, ქეისებისა თუ სავარჯიშოების საშუალებით, მოხდება განხილული საკითხების პრაქტიკაში გამოყენების დანახვა.				10	15	
MK 5823	MBA 5412	სტრატეგიული ბრენდ მენეჯმენტი	სტრატეგიული ბრენდის მენეჯმენტის კურსის ფარგლებში სტუდენტები შეისწავლიან, თუ როგორ უნდა მოახდინონ ბრენდის განვითარების სტრატეგიების ანალიზი, ანალიზის შესაბამისად როგორ უნდა დაგეგმონ შესაბამისი ქმედებები; რა შემთხვევაში რა გადაწყვეტილებები უნდა მიიღონ ბრენდის გაფართოების სტრატეგიებიდან; ასევე გლობალური ბრენდის მართვის დროს რა უნდა გაითვალისწინონ, ისევე, როგორც ადგილობრივი ბრენდის საერთაშორისო						

			ბაზარზე გატანის დროს გასათვალიწინებელი ფაქტორები; კურსის ფარგლებში სტუდენტები ასევე ისწავლიან ბრენდის პროტფელის მონიტიორინგს, ანალიზსა და დაგეგმვის პროცესს.						
M|K 5813	MBA 5412	ახალი პროდუქტის მენეჯმენტი	კურსი მოიცავს მომხმარებლების საჭიორებაზე მორგებული ახალი პროდუქტისათვის შესაძლებლობების იდენტიფიცირების, დიზაინის შემუშავების, პროტოტიპირების, ტესტირებისა და განხორციელების პროცესებს. ეს კურსი ეძღვნება როგორც ახალი პროდუქტის შექმნის პროცესის მართვის საკითხებს ასევე არსებული პროდუქტის გაუმჯობესებისა და კომპანიის პროდუქტთა პორტფელის ბაზარზე ეფექტურად პოზიცირების საკითხებს. სტუდენტებს საშუალება ეძლევათ შეისწავლონ მარკეტინგული კვლევის პროცესი ახალი პროდუქტისათვის. ასევე ეძლევათ შესაძლებლობა გამოიყენონ საკუთარი შემოქმედებითობა იდეების გენერირების პროცესში პროექტის მოსამზადებლად. ამ კურსის ძირითადი თემებია: მომხმარებლის საჭიორების იდენთიფიკაცია, იდეის გენერირება, ფასეულობის განსაზღვრა, პროდუქტის პროტოტიპირება, კონცეფციის ტესტირება, ტესტირების შედეგად ოტიმალური პროდუქტის დიზაინის ფინალიზაცია, მარკეტინგული ტესტირება, პროდუქციის პოზიციონირება, შეფუთვა, სარეკლამო ტესტირება და ფასწარმოქმნა.						
M|K 5611	MBA 5412	ფასწარმოქმნის სტრატეგია და ტაქტიკა	ეს კურსი მისცემს სტუდენტებს ისეთ ცოდნას, რომელიც დაეხმარება მათ სტრატეგიული და ტაქტიკური ფასწარმოქმნის გადაწყვეტილებები მიიღონ. კურსის განმავლობაში ჩვენ განვიხილავთ: ფასზე ზემმოქმედ კომპანიისშიგა ფაქტორებს (მარკეტინგული მიზნები, მარკეტინგული კომპლექსის გადაწყვეილებები, დანახარჯები, ფასწარმოქმნისა და კომპანიის მიზნები); ფასზე ზემმოქმედ კომპანიისგარე ფაქტორებს (ბაზარი და მოთხოვნა, კონკურენტების ფასები და შეთავაზებები, გარემოს ფაქტორები); ფასწარმოქმნის სამი მიდგომა (ხარჯზე დაფუძნებული, ფასეულობაზე დაფუძნებული და კონკურენტებზე დაფუძნებული); ფასის მაკორექტირებელი სტრატეგიები (ფასდაკლებები, დისკრიმინაციული, ფსიქოლოგიურ, გეოგრაფიული ფასწარმოქმნა); ახალი პროდუქტის ფასდადების სტრატეგიები (ბაზრის ნაღების მოხსნის, ბაზარზე შეღწევის სტრატეგიები)						

MK 5612	MBA 5412	რეკლამა და საზოგადოებასთან ურთიერთობა	საზოგადოებასთან ურთიერთობების და რეკლამის კურსი მიზნად ისახავს სტუდენტებს მიაწოდოს ამომწურავი ცოდნა სხვადსხვა საკომუნიკაციო მეთოდების და საშუალებების შესახებ, ისეთების, როგორიცაა საზოგადოებასთან ურთიერთობა (პიარი), რეკლამა, გაყიდვების პრომოცია (Sales Promotion), სიტყვიერი მარკეტინგი (Word of Mouth), გამოცდილების მარკეტინგი (experiential marketing) და სხვა ტრადიციული თუ ახალი საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების შესახებ და თუ როგორ შეიძლება ამ საკომუნიკაციო საშუალებების გაერთიანება ერთ სტრატეგიულ საკომუნიკაციო გეგმაში, რომ მან ბიზნესის და სხვა არაკომერციული საქმიანობის წარმატებულ მართვას შეუწყოს ხელი.						
MK 5613	MBA 5412	ციფრული მარკეტინგის სტრატეგია	მომხმარებელთან უკეთ საკომუნიკაციოდ და მათი პროდუქტების ამ ახალი არხით გასაყიდად. წინამდებარე კურსი წარმოადგენს თეორიულ ჩარჩოს ციფრული მარკეტინგისა და ელ-კომერციის პრინციპების შესწავლისთვის. კურსი სტუდენტს მისცემს შესაძლებლობას შეაფასოს ციფრული მარკეტინგისა და ელ-კომერციის შესაძლებლობები და განვითარების პერსპექტივები. კონკრეტულად იგი შეძლებს, შეაფასოს ელ-კომერციის ბიზნეს მოდელები და ციფრული მარკეტინგის მეთოდები, როგორც მომხმარებლის ისე კომპანიის პერსპექტივიდან. შეეძლება განსაზღვროს თუ როგორ გამოიყენოს ონლიან მარკეტინგის ტექნიკები რათა ყველაზე ეფექტურად მიწვდეს სამიზნე აუდიტორიას. სწავლის შედეგად სტუდენტი შეძლებს ჩამოაყალიბოს ციფრული მარკეტინგული სტრატეგია, და ექნება მის შესასრულებლად აუცილებელი ტექნიკების ცოდნა.						

კვლევითი კომპონენტი									
FMP 5957		სამაგისტრო ნაშრომი	სტუდენტი თავისი ინტერესის სფეროდან გამომდინარე ყალიბდება სამაგისტრო ნაშრომის თემაზე და თემის დასაწერად საჭირო კვლევის გეგმაზე. ნაშრომი წარედგინება თემის ხელმძღვანელს და კომისიას და ფასდება მათ მიერ სამაგისტრო ნაშრომის სახელმძღვანელოში მითითებული წესის შესაბამისად. ამ ნაშრომში დასაბუთებულად უნდა იყოს წარმოდგენილი სტუდენტის შეხედულება კონკრეტულ საკითხთან მიმართებაში, რომელსაც ის იკვლევდა სამაგისტრო ნაშრომის შესრულებისას. ეს ნაშრომი უნდა ასახავდეს აკადემიური სწავლების პროცესში სტუდენტის მიერ მიღებულ ცოდნას და ის უნდა ეხებოდეს კონკრეტულ ბიზნესის სფეროს საკითხს მისი ინტერესის მიხედვით, ან ემპირიულ კვლევაზე დაფუძნებულ ნაშრომს.						30
ჯამური ECTS კრედიტი წელიწადში				60			60		