



კავკასიის უნივერსიტეტი

კავკასიის ბიზნესის სკოლა

საგანმანათლებლო პროგრამის დასახელება	მარკეტინგი
საგანმანათლებლო პროგრამის დასახელება ინგლისურ ენაზე	Marketing
უმაღლესი აკადემიური განათლების საფეხური	დოქტორანტურა
საგანმანათლებლო პროგრამის ტიპი	აკადემიური
სწავლების ენა	ინგლისური
მისანიჭებელი კვალიფიკაცია, კოდი	
ქართულად:	მარკეტინგის დოქტორი, 0414
ინგლისურად:	PhD of Marketing, 0414
პროგრამის დამტკიცების თარიღი	22.03.2024 №01/01-18
პროგრამის განახლების თარიღი	-
პროგრამის ხელმძღვანელი/თანახელმძღვანელი	ბორის (ბუზა) ლეჟავა დოქტორი, კავკასიის უნივერსიტეტის ავილირებული პროფესორი, ვიცე-პრეზიდენტი კვლევისა და სტრატეგიული განვითარების დარგში. +995 599 553 507, blezhava@cu.edu.ge

პროგრამის მოცულობა კრედიტებით	
<p>პროგრამის ოფიციალური ხანგრძლივობაა 3 წელი (6 სემესტრი). მაქსიმალური ხანგრძლივობაა 5 წელი (10 სემესტრი). მარკეტინგის სადოქტორო პროგრამა შედგება სასწავლო (60 ECTS კრედიტი) და კვლევითი კომპონენტებისგან. კვლევითი კომპონენტი მოიცავს არანაკლებ 2 წელს (4 აკადემიური სემესტრს).</p> <p>სასწავლო პროცესი აგებულია სემესტრული პრინციპით. თითოეული სასწავლო კურსი/სემინარი გრძელდება ერთი სემესტრი. სემესტრი შედგება კალენდარული კვირებისაგან. 1 ECTS კრედიტი შეესაბამება 25 სასწავლო საათს, რომელიც მოიცავს როგორც საკონტაქტო საათებს (ლექციები, სემინარები, გამოცდები და ა.შ.), ასევე დამოუკიდებელ სასწავლო საათებს.</p>	

სასწავლო კომპონენტის 60 ECTS-დან:

- 34 ECTS კრედიტი მოდის სავალდებულო სემინარებსა და მეთოდოლოგიური კურსებზე;
- 6 ECTS კრედიტი - არჩევით სემინარზე (სტუდენტებს შეუძლიათ აირჩიონ ერთ-ერთი არჩევითი სემინარი);
- 20 ECTS კრედიტი - სავალდებულო სწავლება ან/და კვლევის ასისტირების მოდულზე.

კვლევის კომპონენტი მოიცავს დისერტაციას. დისერტაციის დაცვამდე დოქტორანტი ვალდებულია:

- მონაწილეობა მიიღოს სამეცნიერო კონფერენციაში სადისერტაციო თემატიკის მიმართულებით;
- დოქტორანტი ვალდებულია არანაკლებ ორი სამეცნიერო სტატია გამოაქვეყნოს (ან გამოქვეყნების შესახებ თანხმობა ქონდეს). მათ შორის ერთი სტატია გამოქვეყნებული უნდა იყოს სფეროს სპეციფიკის შესაბამის უცხოურ საერთაშორისო ინდექსის მქონე რეფერირებად (peer-reviewed) ჟურნალში. გამოქვეყნებული სტატიები თემატურად დაკავშირებული უნდა იყოს დისერტაციის თემასთან.
- კვლევის კომპონენტზე რეგისტრაციის შემდეგ დოქტორანტი ვალდებულია ყოველი სემესტრის ბოლოს წარმოადგინოს ანგარიში შესრულებული სამუშაოს შესახებ წინასწარ განსაზღვრული ფორმების მიხედვით.

პროგრამაზე დაშვების წინაპირობა

- ✓ მაგისტრის ან მასთან გათანაბრებული აკადემიური ხარისხის დამადასტურებელი დიპლომის ნოტარიულად დამოწმებული ასლი. აპლიკანტს დასრულებული უნდა ჰქონდეს აკრედიტებული უმაღლესი საგანმანათლებლო პროგრამა.
- ✓ დიპლომის დანართის/ნიშნების ფურცლის ნოტარიულად დამოწმებული ასლი;
- ✓ მინიმუმ B2 დონის ინგლისური ენის ცოდნის დამადასტურებელი სერტიფიკატი ან ინგლისურენოვანი საბაკალავრო ან სამაგისტრო პროგრამის დასრულების დამადასტურებელი დიპლომის ნოტარიულად დამოწმებული ასლი (ასეთის არსებობის შემთხვევაში), სხვა შემთხვევაში კონკურსანტი ვალდებულია ჩააბაროს ბიზნესის სკოლის B2 დონის მისაღები გამოცდა ინგლისურ ენაში;
- ✓ კანდიდატის კვლევით ინტერესებთან თანხმდერი კვლევითი თეზისი ინგლისურ ენაზე;
- ✓ შესაბამის სფეროში წინარე პუბლიკაციები ან/და სამეცნიერო-კვლევით პროექტებსა და ღონისძიებებში მონაწილეობა ან/და შესაბამის სფეროში მუშაობის არანაკლებ 2 წლიანი გამოცდილება;
- ✓ ორი სარეკომენდაციო წერილი ინგლისურ ენაზე ;
- ✓ რეზიუმე (CV) ქართულ და ინგლისურ ენაზე.
- ✓ კონკურსანტი ვალდებულია ჩააბაროს ბიზნესის სკოლის მისაღები გამოცდა მათემატიკაში.
- ✓ კავკასიის ბიზნესის სკოლის მიმღებ კომისიასთან გასაუბრების წარმატებით გავლა.

* მიღების ვადები და პირობები მტკიცდება მიმღები კომისიის მიერ და ქვეყნდება უნივერსიტეტის ვებ-გვერდზე.

პროგრამის საკვალიფიკაციო დახასიათება

<p>პროგრამის მიზანი</p>	<p>მარკეტინგის სადოქტორო პროგრამა ითვალისწინებს კავკასიის უნივერსიტეტის, ასევე ბიზნეს სკოლის მისიას, ხედვასა და ღირებულებებს. პროგრამა მხედველობაში იღებს ადგილობრივი შრომის ბაზრის მოთხოვნებს, ადგილობრივი და უცხოური უნივერსიტეტების მიერ განხორციელებული მარკეტინგის სადოქტორო პროგრამების წარმატებულ გამოცდილებას, ასევე მარკეტინგის კვლევის სფეროს განვითარების ტენდენციებს; ძირითადად ორიენტირებულია მომხმარებელთა ქცევაზე და ციფრულ თუ ბრენდის სტრატეგიაზე. პროგრამის ძირითადი მიზნებია:</p> <ul style="list-style-type: none"> • მოამზადოს დოქტორანტები მარკეტინგის სფეროში კვალიფიციურ მკვლევრებად, რომლებსაც შეეძლებათ გამოიყენონ დარგის თანამედროვე თეორიები და კვლევის მეთოდოლოგიები მომხმარებელთა ქცევისა და ციფრული ან ბრენდის მარკეტინგის კომპლექსური პრობლემების გადასაჭრელად. • კვლევის კომპეტენციების გამომუშავება: იმისათვის, რომ დოქტორანტებმა დამოუკიდებლად დაგეგმონ და ჩაატარონ ორიგინალური კვლევა შესაბამისი რაოდენობრივი და ხარისხობრივი მეთოდების გამოყენებით, რაც უზრუნველყოფს სანდო მონაცემების გამოყენებას სამეცნიერო კვლევებისთვის. • ცოდნის გაღრმავება კრიტიკული ანალიზის საშუალებით: იმისათვის, რომ დოქტორანტებმა კრიტიკულად გააანალიზონ და შეაფასონ კვლევის შედეგები, რაც მათ საშუალებას მისცემს ჩამოაყალიბონ ორიგინალური დასკვნები და შეიმუშაონ თეორიულად და პრაქტიკულად მნიშვნელოვანი რეკომენდაციები მარკეტინგული გამოწვევების ინოვაციური გადაწყვეტისთვის. • აღჭურვოს დოქტორანტი პროგრესული პედაგოგიური უნარ-ჩვევებით, რათა მათ ეფექტურად გადასცენ ცოდნა სწავლების სხვადასხვა თანამედროვე მეთოდების მეშვეობით. • დოქტორანტები აღჭურვოს აკადემიური კეთილსინდისიერებისა და ეთიკის მაღალი სტანდარტებით, რათა მათ ჩაატარონ და განახორციელონ კვლევა კეთილსინდისიერად და სამეცნიერო საზოგადოებაში აღიარებული ნორმების დაცვით. • მოამზადოს დოქტორანტები იმისთვის, რომ აქტიურად მონაწილეობდნენ და ინტეგრირდნენ მარკეტინგის საერთაშორისო აკადემიურ საზოგადოებაში, რათა გაუძლიერდეთ კვლევითი თვალსაწიერი. <p>ეს მიზნები შექმნილია იმისთვის, რომ მარკეტინგის სადოქტორო პროგრამის კურსდამთავრებულები იყვნენ არა მხოლოდ თავიანთი სფეროს ექსპერტები, არამედ იყვნენ ეთიკური, გლობალურად ინფორმირებული და ეფექტური პედაგოგები და განმანათლებლები, რომლებსაც შეუძლიათ მნიშვნელოვანი წვლილი შეიტანონ როგორც აკადემიურ, ასევე ბიზნეს სექტორში საქართველოში.</p>
--------------------------------	--

<p>პროგრამის სწავლის შედეგები</p>	<p>კურსდამთავრებული:</p> <p>ცოდნა და გაცნობიერება:</p> <p>1. კრიტიკულად აფასებს მარკეტინგის მოწინავე თეორიებს, ცნებებსა და მოდელებს მარკეტინგის ისეთ მიმართულებებში როგორცაა - მომხმარებელთა ქცევა და ციფრული მარკეტინგი ან ბრენდის სტრატეგია.</p> <p>უნარი:</p> <p>2. ახდენს მარკეტინგში უახლესი მიღწევებისა და თეორიული ცოდნის სინთეზს, რათა დაადგინოს კომპლექსური პრობლემები, რომლებიც დაკავშირებულია მარკეტინგის ისეთ სფეროებთან, როგორცაა მომხმარებელთა ქცევა და ციფრული მარკეტინგი ან ბრენდის სტრატეგია, განსაზღვრავს კვლევის მიზნებს და კვლევის გეგმას.</p> <p>3. დამოუკიდებლად გეგმავს და ატარებს კვლევას, შესაბამისი ხარისხობრივი და რაოდენობრივი მეთოდების გამოყენებით სანდო მონაცემებისა და შედეგების მისაღებად.</p> <p>4. ახდენს ახალი, რთული და ზოგჯერ ურთიერთგამომრიცხავი იდეებისა და მიდგომების კრიტიკულ ანალიზს და სინთეზს, აყალიბებს ორიგინალურ დასკვნებს და შეიმუშავებს ინოვაციურ რეკომენდაციებს, რომლებიც ხელს უწყობენ მარკეტინგული პრაქტიკისა და თეორიის განვითარებას.</p> <p>5. უახლეს მიღწევებზე დამყარებული ცოდნისა და ორიგინალური კვლევის შედეგების საფუძველზე, ქმნის სამეცნიერო პროდუქტს და ახდენს კვლევის შედეგების ეფექტურ კომუნიკაცია-გავრცელებას, როგორც ადგილობრივ, ისე საერთაშორისო სამეცნიერო საზოგადოებასთან სამეცნიერო კონფერენციებში, მსჯელობებში, პროექტებში თუ სხვა მონაწილეობის გზით.</p> <p>პასუხისმგებლობა და ავტონომიურობა:</p> <p>6. იცავს აკადემიური კეთილსინდისიერებისა და ეთიკური კვლევის პრინციპებს, პატივს სცემს სხვადასხვა შეხედულებებს და ინარჩუნებს ანგარიშვალდებულებას ყველა სამეცნიერო საქმიანობაში.</p>
<p>დასაქმების სფეროები</p>	<p>პროგრამის კურსდამთავრებულის დასაქმების სფეროებია:</p> <p>საგანმანათლებლო დაწესებულებები, სამეცნიერო და კვლევითი დაწესებულებები, ანალიტიკური კვლევითი ცენტრები, კონსალტინგური კომპანიები, სახელმწიფო და კერძო სექტორის ანალიტიკური და კვლევითი დეპარტამენტები, კერძო კომპანიების მაღალი რგოლის მენეჯერული პოზიციები მარკეტინგის მიმართულებით საჯარო სექტორებში.</p>

პროგრამის სასწავლო გეგმა
(მოდულების, სასწავლო კურსების, შესაბამისი კრედიტების მითითებით)

№	სასწავლო კურსის კოდი	წინაპირობა	სასწავლო კურსის/მოდული	სწავლების წელი								ECTS კრედიტი		
				I		II		III						
				ECTS კრედიტი										
				I სემესტრი	II სემესტრი	III სემესტრი	IV სემესტრი	V სემესტრი	VI სემესტრი					
1.	SIWR 7111m	არ აქვს	კვლევის მეთოდები	2										
2.	SEM 7112m	არ აქვს	სემინარი მომხმარებელთა ქცევაში	6										
3.	REME 7114m	არ აქვს	რაოდენობრივი კვლევის მეთოდები	6										
4.	TEME 7112m	არ აქვს	სწავლების მეთოდოლოგია	4										
5.	REME 7214m	არ აქვს	ხარისხობრივი კვლევის მეთოდები		4									
6.	SEM 7213m	SEM 7112m	სემინარი ციფრულ მარკეტინგში		6									
7.	SEM 7214m	SEM 7112m	სემინარი ბრენდინგის სტრატეგიაში											
8.	TEAS 7001m	TEME 7112m	სწავლება ასისტირება: სილაბუსი და კონცეფცია		2									
9.	REDE 7121m	SIWR 7111m	კვლევის დიზაინი		6									
10.	REME 7125m	REME 7114m	მრავალცვლადიან მონაცემთა ანალიზი		6									
11.	TEAS 7002m	TEME 7112m REDE 7121m	სწავლება -ასისტირება			6								
12.	TEAS 7003m	TEME 7112m REDE 7121m	სწავლება - ასისტირება				6							
13.	REAS 7002m	REME 7114m REDE 7214m REDE 7121m	კვლევითი-ასისტირება											
14.	REAS 7001m	REME 7114m REDE 7214m REDE 7121m	კვლევითი-ასისტირება					6						
15.	DISS 7321m	ყველა საგანი და კონფერენციაში მონაწილეობა	დისერტაცია			X	X	X	X					
ECTS Credits				Per Semester	18	24	6	6	6					
				Per Year	42	12	6							