

| 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 |            |                                    |   |        |    |     |         |   |    |
| MSC 5120  |            | სტატისტიკური ანალიზი მენეჯერთათვის | კურსი არის მოკლე შესავალი სტატისტიკურ მეთოდებში, კერძოდ: მენეჯერული ინფორმაციის წარდგენა, მენეჯერული სტატისტიკა, შესაძლებლობა და შესაძლებლობების განაწილება, გადაწყვეტილების მიღება გაურკვეველ მდგომარეობაში, ბაზრის კვლევა და სტატისტიკური დასკვნა, სიმულაცია, წინათქმა და რეგრესია.   | 5      |    |     |         |   |    |
| MSC 5111  |            | 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 როგორცაა: სამსახურეობრივი კმაყოფილება, ორგანიზაციული კუთვნილება, სტრესი, მოტივაცია, ორგანიზაციული სტრუქტურა და კულტურა. ყოველი მოცემული თემის კუთხით განხილული იქნება სპეციფიური თეორიები და მოდელები, რომლებიც განსაზღვრავენ ქცევას ორგანიზაციაში. ასევე განხილული იქნება ქცევათა მრავალფეროვნება ორგანიზაციებში. | 5      |    |     |         |   |    |
| MSC 5112  |            | მარკეტინგის მენეჯმენტი             | მარკეტინგის მენეჯმენტის კურსი შეასწავლის სტუდენტებს კომპანიაში წარმოებული მარკეტინგული ფუნქციების თეორიულ საფუძვლებს. საგნის შესწავლის შემდეგ, სტუდენტმა უნდა შეძლოს მარკეტინგული მართვის პოლიტიკისა და სტრატეგიის ფორმულირება და მისი განხორციელების გზების დასახვა. მარკეტინგული მართვის პროცესი მნიშვნელოვანია ორგანიზაციის ყველა დონეზე. ეს კურსი თქვენ გაგაცნობთ, როგორ უნდა მოხდეს ინდუსტრიის, კონკურენტებისა და ბაზრის ანალიზი; როგორ უნდა მოვახდინოთ მომხმარებლებთან თუ ბიზნეს ორგანიზაციებთან ურთიერთობა; როგორ გავაკეთოთ                | 5      |    |     |         |   |    |

|           |          |                                       |  |   |  |  |  |  |  |
|-----------|----------|---------------------------------------|--|---|--|--|--|--|--|
|           |          |                                       | სემენტაცია, მიზნობრივი ბაზრის ამორჩევა და პოზიციონირება; როგორ ვაწარმოოთ ფასწარმოქმნა, დისტრიბუცია და კომუნიკაცია; როგორ შევავსოთ მარკეტინგის მიერ განხორციელებული ქმედებები.  |   |  |  |  |  |  |
| MSC 5512  |          | მენეჯერული ხარჯების აღრიცხვა          | მენეჯერული აღრიცხვა არის მნიშვნელოვანი ინსტრუმენტი, რომელიც აძლიერებს კომპანიის შესაძლებლობებს, რათა სწორი და ფინანსურად გამართლებული გადაწყვეტილებები იქნას მიღებული. ეს კურსი მიმოიხილავს მეთოდებს, რომელიც ზომავს და აანალიზებს ხარჯებს, პროდუქტების მომგებიანობას და სხვა ისეთ საკითხებს, რომელიც ხელს უწყობს კომპანიის მომგებიანობის გაზრდას. მენეჯერული აღრიცხვის მთავარი მიზანი არის მიაწოდოს სასარგებლო ფინანსური ინფორმაცია შიდა მომხმარებლებს, რომ გააუმჯობესონ მენეჯერული გადაწყვეტილების მიღების პროცესი და მისი კონტროლი.   | 5 |  |  |  |  |  |
| MSC 5113  | MSC 5512 | ფინანსები მენეჯერებისთვის             | კურსი მოიცავს ისეთ საკითხებს, როგორცაა ფინანსური დებულებები, ტრანზაქციების ანალიზი და აღრიცხვა.  | 5 |  |  |  |  |  |
| RSCH 5210 | MSC 5120 | კვლევის მეთოდოლოგია                   | კურსი დაეხმარება მსმენელს მიიღოს გამოცდილება და ცოდნა, ბიზნეს-სიტუაციების კვლევის მეთოდებზე, შეასრულოს მონაცემთა ანალიზი და მიღებული შედეგი აქციოს ოპტიმალურ გადაწყვეტილებად თუ შემავსებელ წინადადებად. კურსი ორიენტირებულია პრაქტიკულ შედეგზე და მოიცავს შემდეგ თემებს: ოპტიმალური არჩევანის შესრულება შეზღუდული რესურსების პირობებში; გრაფიკების, ჰისტოგრამებისა და სხვა ფუნქციონალური ფორმების შექმნა; მოთხოვნა-მიწოდებისა თუ სხვადასხვა ტიპის დანახარჯების მინიმიზაციისა ან მოგების მაქსიმიზაციისათვის ოპტიმიზაციის ამოცანების დასა-გადაწყვეტა; ოპტიმალური არჩევანის შესრულება ფინანსური პორტფოლიოს მართვაში; გადაწყვეტილების ხეების აგება; აპროქსიმაციები უმცირეს კვადრატთა, პოლინომიური და ექსპონენციალური მეთოდებით; პროგნოზირება, ჰიპოტეზების ტესტირება და სტატისტიკური ანალიზის შედეგად დასკვნების გაკეთება; ბიზნეს მოდელირება სიმულაციის, სცენარებისა თუ მონტე კარლოს მეთოდების გამოყენებით. | 5 |  |  |  |  |  |
| MSC 5310  | MSC 5120 | სისტემებისა 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   | 5 |  |  |  |  |  |

|          |  |                      |  |  |   |  |  |  |  |
|----------|--|----------------------|--|--|---|--|--|--|--|
|          |  |                      | 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.   |  |   |  |  |  |  |
| MSC 5311 |  | მეწარმეობა           | 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: მეწარმეობის დამახასიათებელი თვისებები, შესაძლებლობების იდენტიფიცირება და შეფასება, ბიზნესის გეგმის დაწერა და ბიზნესის მოდელის განვითარება, მეწარმეობის მარკეტინგი, რისკების დაფინანსება, კაპიტალის ზრდა და წარმატებული გუნდის ჩამოყალიბება.   |  | 5 |  |  |  |  |
| MSC 5611 |  | ექსპორტის მენეჯმენტი | ექსპორტი წარმოადგენს ბიზნესის განვითარების და მასშტაბირების ერთ-ერთ ყველაზე ეფექტურ საშუალებას, თუმცა ძალიან ბევრი ორგანიზაციის მენეჯერს არ აქვს კარგად გააზრებული, კონკრეტულად რა პროცესთან და გამოწვევებთან არის დაკავშირებული პროდუქტის თუ სერვისის ქვეყნის საზღვრებს გარეთ გატანა. ზოგიერთი მათგანი შიშით უყურებს უცნობ გარემოში გასვლის პერსპექტივას, ხოლო ზოგიერთი პირიქით, საერთოდ არ აღიარებს ამ პროცესის კომპლექსურობას. ორივე შემთხვევაში მეტად მნიშვნელოვანია რეალისტური ხედვა, თუ როგორ მუშაობს საერთაშორისო ბაზა, რა გზა არის გასავლელი პროდუქტის თუ სერვისის ახალ ბაზრებზე შესატანად და რა ფუნქციების შესრულება უწევს ადამიანს, ვისაც უწევს ექსპორტის მართვის სადავეებთან ყოფნა. ეს კურსი სწორედ ამ ინფრომაციის მიღებასა და სათანადო უნარების განვითარებას ემსახურება. |  | 5 |  |  |  |  |
| MSC 5213 |  | პროექტის მენეჯმენტი  | 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 განმასხვავებელი მახასიათებლები; პროექტის მართვის ძირითადი ფუნქციები, განსხვავება ტრადიციული მენეჯმენტის ფუნქციებისაგან; სად და როდის შეიძლება გამოვიყენოთ პროექტების მართვის ტექნიკა; რა გარემოში   |  | 5 |  |  |  |  |

|          |          |                                  |  |  |  |   |  |  |  |
|----------|----------|----------------------------------|--|--|--|---|--|--|--|
|          |          |                                  | 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.   |  |  |   |  |  |  |
| MSC 5413 | MSC 5111 | 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 მოლაპარაკებელთა 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 მოლაპარაკები სუნარ-ჩვევებს. ყოველივე ზემოთხსენებულის შედეგად, სტუდენტები გამოიმუშავენ გლობალურ გარემოში პრობლემების მოგვარების და მოლაპარაკების წარმოების უმნიშვნელოვანეს უნარ-ჩვევებს.   |  |  | 5 |  |  |  |
| MSC 5412 | MSC 5111 | 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, როგორცაა 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. |  |  | 5 |  |  |  |

|          |          |  |  |  |  |  |   |  |  |
|----------|----------|--|--|--|--|--|---|--|--|
| MSC 5214 | MSC 5310 | 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 |  |  |
| MSC 5612 |          | 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, მტკიცეული რეფორმების, ორგანიზაციული ზრდის ან ტექნოლოგიის ინტეგრაციის დროს. მისი ამოცანაა უზრუნველყოს ორგანიზაციული ცვლილება მინიმალური წინააღმდეგობით, მაქსიმალური ჩართულობით, გაუმჯობესებული შედეგებით და მინიმალური ბიუჯეტით.  |  |  |  | 5 |  |  |
| MSC 5613 |          | მენეჯმენტ კონსალტინგი                    | მენეჯმენტ კონსალტინგი შეისწავლის საკონსულტაციო პროცესის შემადგენელ მნიშვნელოვან ელემენტებს: კონსულტანტის როლს და ფუნქციას, პრობლემის დიაგნოსტიკას, კლიენტთან ურთიერთობებს, მოლოდინებს, პრობლემებს და სხვა ბარიერებს და მათი გადალახვის გზებს საკონსულტაციო პროექტში.   |  |  |  | 5 |  |  |
| MSC 5511 |          | სემინარი სამაგისტრო ნაშრომის მომზადებაში | კურსი მიზნად ისახავს, აღჭურვოს სტუდენტი როგორც თეორიული ცოდნით, ასევე პრაქტიკული უნარ-ჩვევებით, რაც აუცილებელია ბიზნესის მენეჯმენტის სფეროში კვლევის სამაგისტრო საფეხურის მოთხოვნების შესაბამისად ჩასატარებლად. კურსი სტუდენტს უვითარებს ცოდნას, თუ როგორ გამოიყენოს კვლევის მეთოდოლოგიისა და მეთოდების თეორიული ცოდნა კვლევის დაგეგმვის პროცესში, რაც აუცილებელია ბიზნესის სფეროს კვლევისათვის. სტუდენტი სწავლობს, როგორ დაგეგმოს კვლევის პროექტი და შეისწავლოს და გამოიკვილოს ბიზნესის სფეროს მნიშვნელოვანი საკითხები. სტუდენტი სწავლობს კვლევის სტრუქტურას, აკადემიური ენის მოთხოვნებს და კვლევის პროექტის ლოგიკურ თანმიმდევრობას. სტუდენტი იძენს |  |  |  | 5 |  |  |

|   |          |  |   |  |  |  |  |  |  |   |
|---|----------|--|---|--|--|--|--|--|--|---|
|   |          |  | კომპეტენციას, რაც აუცილებელია ახალბედა მკვლევრისათვის.  |  |  |  |  |  |  |   |
| MSC 5614  | MSC5412  | დამსაქმებლის ბრენდის განვითარება         | რას ფიქრობს ადამიანი კომპანიის, როგორც დამსაქმებლის, ბრენდთან დაკავშირებით, ძალიან მნიშვნელოვანია ბიზნესის წარმატებისათვის. მსხვილი კორპორაციები ძალისხმევას არ იშურებენ სწორი ტალანტების მოსაზიდად და შესანარჩუნებლად. 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. |  |  |  |  |  |  | 5 |
| სასწავლო კომპონენტის არჩევითი სასწავლო კურსები<br>(სტუდენტმა მეხუთე სემესტრში უნდა აირჩიოს ქვევით ჩამოთვლილის სასწავლო კურსებიდან ერთ-ერთი) |          |  |   |  |  |  |  |  |  |   |
| MSC 5414  | MSC 5310 | ლოგისტიკა და მიწოდების ჯაჭვის მენეჯმენტი | კურსი მიზნად ისახავს სტუდენტს გადასცეს ლოგისტიკის ინდუსტრიისა და მის მონათესავე სფეროების სისტემური ცოდნა. სტუდენტები შეისწავლიან დისტრიბუციის არხების ეფექტურ მართვას და მასთან დაკავშირებულ ასპექტებს, როგორცაა სატრანსპორტო კომპანიებთან, ბითუმად და საცალო მოვაჭრებთან ურთიერთობის წარმართვის საკითხებს. კურსი ასევე განიხილავს ლოგისტიკის ისტორიული და თანამედროვე საკითხები. იქნება მოყვანილი ქართული და საერთაშორისო ლოგისტიკის ისეთი მაგალითები, რომლებიც სტუდენტებს მისცემს იმის საშუალებას, რომ გაიაზრონ სფერო გლობალურად და გააკეთონ საკუთარი დასკვნები.   |  |  |  |  |  |  |   |
| MSC 5615  |          | ქვევის მეცნიერება                        | მომხმარებლის ქცევა ქვევის მეცნიერების ნაწილია. ქვევის მეცნიერების ცოდნა ყველას სჭირდება: მთავრობებს, რომ წარმატებით განახორციელონ რეფორმები და მოიგონ არჩევნები; კომპანიებს, რომ გაყიდონ თავიანთი სერვისები და პროდუქტები; არასამთავრობო ორგანიზაციებს, რომ   |  |  |  |  |  |  | 5 |

|                     |  |  |   |                               |    |    |    |    |    |    |
|---------------------|--|--|---|-------------------------------|----|----|----|----|----|----|
|                     |  |  | მოახერხონ საზოგადოებრივი აზრის ცვლილება და ნებისმიერ ადამიანს, რომ გაიაზროს ეკონომიკური გადაწყვეტილების პროცესი და მიიღოს ოპტიმალური გადაწყვეტილებები.  |                               |    |    |    |    |    |    |
| MSC 5215            |  | აკადემიური წერა                        | მაგისტრანტები შეისწავლიან სამეცნიერო ტექსტის შექმნის ძირითად პრინციპებს. შეძლებენ გამართულად, საერთაშორისო სტანდარტის მიხედვით, დაწერონ სამაგისტრო ნაშრომი. სამეცნიერო საზოგადოების წინაშე, ორატორული ხელოვნების ძირითადი წესების გამოყენებით, წარადგენენ საკვალიფიკაციო ნაშრომს. დახვეწენ და განივითარებენ აკადემიური წერისთვის დამახასიათებელ ენობრივ, გრამატიკულ და პუნქტუაციურ უნარ-ჩვევებს.  |                               |    |    |    |    |    |    |
| კვლევითი კომპონენტი |  |  |   |                               |    |    |    |    |    |    |
| THES 5513           |  | სამაგისტრო ნაშრომის შესრულება და დაცვა | 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 სემესტრში | 20 | 20 | 20 | 20 | 10 | 30 |
|                     |  |  |   | ჯამური ECTS კრედიტი წელიწადში | 60 |    |    | 60 |    |    |