

**ეკონომიკის, ბიზნესისა და მართვის ფაკულტეტი**

**ბიზნესის ადმინისტრირების საბაკალავრო პროგრამა**

**სილაბუსი**

|  |  |
| --- | --- |
| **სასწავლო კურსის დასახელება** | **ინოვაციათა მენეჯმენტი**  **Innovation management** |
| **სასწავლო კურსის კოდი** | **BUE010** |
| **სასწავლო კურსის სტატუსი** | არჩევითი |
| **ECTS** | 5 ***ECTS*** |
| **სწავლების სემესტრი** |  |
| **სწავლების ენა** | ქართული |
| **სილაბუსის ავტორი/ავტორები**  **(ლექტორი, ლექტორები, კურსის განმახორციელებლები)** | **ირმა დიხამინჯია,**  ეკონომიკის აკადემიური დოქტორი, პროფესორი.  ელფოსტა: [irmadik@gmail.com](mailto:irmadik@gmail.com)  მობ: 599 44 00 35  კონსულტაცია შეთანხმებისამებრ, განთავსდება ვებ-გვერდზე |
| **სასწავლო კურსის მიზანი** | სასწავლო კურსის მიზანია სტუდენტებს შეასწავლოს ინოვაციური პროცესების მართვის მექანიზმი ფირმაში, რომელიც ხელს უწყობს ახალი პროდუქტისა და მომსახურების განვითარებას და ფირმის კონკურენტუნარიანობის ამაღლებას როგორც შიდა ასევე საგარეო ბაზრებზე. |
| **დაშვების წინაპირობა** | მენეჯმენტის საფუძვლები |
| **კრედიტების რაოდენობა და საათების განაწილება სტუდენტის დატვირთვის შესაბამისად (ECTS** | **5 კრედიტი (125 სთ)**  **საკონტაქტო საათები - 50 სთ.**   * ლექცია - 23 სთ. * სამუშაო ჯგუფში მუშაობა - 22 სთ. * შუალედური გამოცდა - 2 სთ. * დასკვნითი გამოცდა - 3 სთ.   **დამოუკიდებელი საათები - 75 სთ.** |
| **სტუდენტის შეფასების სისტემა** | **თბილისის ჰუმანიტარული სასწავლო უნივერსიტეტში არსებული შეფასების სისტემა შემდეგია:**  შეფასების საერთო ქულიდან (100 ქულა) შუალედური შეფასების ხვედრითი წილი შეადგენს ჯამურად 60 ქულას; გათვალისწინებულია სამჯერადი შეფასება:   * **სტუდენტის აქტივობა** სასწავლო სემესტრის განმავლობაში - **40 ქულა;** * **შუალედური გამოცდა - 20 ქულა;** * **დასკვნითი გამოცდა, რომლის** ხვედრითი წილი შეადგენს - **40 ქულას.**   შუალედური შეფასებების კომპონენტში მინიმალური კომპეტენციის ზღვარი ჯამურად შეადგენს მინიმუმ **21 ქულას.**  დასკვნითი შეფასების მინიმალური კომპეტენციის ზღვარი შეადგენს დასკვნითი შეფასების საერთო ჯამის **50%-ს** ანუ **20 ქულას** **40 ქულიდან.**  **შეფასების სისტემა უშვებს:**  ა) **ხუთი სახის დადებით შეფასებას:**  ა.ა) **(A) ფრიადი** – შეფასების 91-100 ქულა;  ა.ბ) (**B) ძალიან კარგი** – მაქსიმალური შეფასების 81-90 ქულა;  ა.გ) (**C) კარგი –** მაქსიმალური შეფასების 71-80 ქულა;  ა.დ) **(D) დამაკმაყოფილებელი** – მაქსიმალური შეფასების 61-70 ქულა;  **ა.ე) (E) საკმარისი** – მაქსიმალური შეფასების 51-60 ქულა.  **ბ) ორი სახის უარყოფით შეფასებას:**  **ბ.ა) (FX) ვერ ჩააბარა** – მაქსიმალური შეფასების 41-50 ქულა, რაც ნიშნავს, რომ სტუდენტს ჩასაბარებლად მეტი მუშაობა სჭირდება და ეძლევა დამოუკიდებელი მუშაობით დამატებით გამოცდაზე ერთხელ გასვლის უფლება;  **ბ.ბ) (F) ჩაიჭრა** – მაქსიმალური შეფასების 40 ქულა და ნაკლები, რაც ნიშნავს, რომ სტუდენტის მიერ ჩატარებული სამუშაო არ არის საკმარისი და მას საგანი ახლიდან აქვს შესასწავლი.   1. ერთ-ერთი უარყოფით შეფასების: (FX) „ვერ ჩააბარა“-ს მიღების შემთხვევაში უნივერსიტეტი ნიშნავს დამატებით გამოცდას დასკვნითი გამოცდის შედეგების გამოცხადებიდან არანაკლებ 5 დღეში და აისახება საგამოცდო ცხრილში. დამატებით გამოცდაზე მიღებული შეფასება არის სტუდენტის საბოლოო შეფასება, რომელშიც არ მოიაზრება ძირითად დასკვნით გამოცდაზე მიღებული უარყოფითი ქულა.   თუ სტუდენტმა დამატებით გამოცდაზე მიიღო 0-დან 50 ქულამდე, საბოლოო საგამოცდო უწყისში სტუდენტს უფორმდება შეფასება (F) -0 ქულა. |
| **სასწავლო კურსის შინაარსი** | **იხილეთ დანართი N1** |
| **შეფასების სისტემა და მაჩვენებლები,**  **სტუდენტის ცოდნის შეფასების კრიტერიუმები** | |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | **შეფასების ფორმები და კომპონენტები** | | | | | | | **შეფასების ფორმები:** | | | **მაქსიმალური ქულა** | | **შუალედური შეფასება** | | | **60** | | **დასკვნითი შეფასება** | | | **40** | | **შეფასების კომპონენტები** | **რაოდენობა** | **კომპონენტის მაქს შეფასება** | **მაქსიმალური ქულა** | | **შუალედური შეფასება** |  |  |  | | შემთხვევის ანალიზი | **8** | **3** | **24** | | ზეპირი პრეზენტაცია | **8** | **2** | **16** | | შუალედური გამოცდა | 1 | 20 | **20** | | **ფინალური გამოცდა** | **1** | **40** | **40** | |  | | | | | | | **შეფასების კრიტერიუმები** | | | | | | | **შემთხვევის ანალიზი (8X3=24 ქულა)**  (სემესტრის განმავლობაში სტუდენტს ეძლევა 5 შემთხვევის ანალიზი განსახილველად) | | | | | | | **3** | ზუსტად აღწერს მოცემულ ბიზნეს სიტუაციას, მიღებული ცოდნის საფუძველზე დეტალურად ანალიზებს, აფასებს და ადგენს მიზეზ-შედეგობრივ კავშირებს; აყალიბებს შესაბამის დასკვნებს; შეუძლია სიტუაციის განსხვავებულ ჭრილში დანახვა და მსგავსი მაგალითების მოყვანა; | | | | | **2** | ზუსტად აღწერს მოცემულ ბიზნეს სიტუაციას, მიღებული ცოდნის საფუძველზე დეტალურად ანალიზებს, აფასებს და ადგენს მიზეზ-შედეგობრივ კავშირებს; აყალიბებს შესაბამის დასკვნებს; შეუძლია მსგავსი მაგალითების მოყვანა; | | | | | **1** | ზუსტად აღწერს მოცემულ ბიზნეს სიტუაციას, მიღებული ცოდნის საფუძველზე დეტალურად ანალიზებს, აფასებს და ადგენს მიზეზ-შედეგობრივ კავშირებს; აყალიბებს შესაბამის დასკვნებს; | | | | | **0** | სტუდენტი არ მონაწილეობს ბიზნეს სიტუაციის ანალიზის პროცესში. | | | | | **ზეპირი პრეზენტაცია (8X2=16)**  სემესტრის განმავლობაში სტუდენტს აქვს შესაძლებლობა 5-ჯერ მოახდინოს თეორიული მასალის დემონსტრირება და დისკუსიაში ჩაბმა | | | | | | **2** | პასუხი სრულია. სტუდენტი ზედმიწევნით კარგად ფლობს განვლილ მასალას, საკითხი ლოგიკურად, თანმიმდევრულად და ადეკვატურად არის გადმოცემული. ტერმინოლოგია დაცულია. მსჯელობა და ანალიზი მაღალ დონეზეა. | | | | | **1** | პასუხი შეკვეცილია. სტუდენტი საკმარისად ფლობს პროგრამით გათვალისწინებულ განვლილ მასალას, თუმცა აღინიშნება ნაკლოვანებები. საკითხის გადმოცემულია ნაწილობრივ. ტერმინოლოგია ნაკლოვანია. მსჯელობა და ანალიზი ფრაგმენტულია. | | | | | **0** | პასუხი საკითხის შესაბამისი არ არის ან საერთოდ არაა მოცემული. | | | | | **შუალედური გამოცდა (20 ქულა)** | | | | | | | თეორიული საკითხის შეფასების კრიტერიუმები (10X2)=20  სტუდენტს ეძლევა 10 ღია კითხვა | | | | | | | 2 | პასუხი სრულია. სტუდენტი ზედმიწევნით კარგად ფლობს განვლილ მასალას, საკითხი ლოგიკურად, თანმიმდევრულად და ადეკვატურად არის გადმოცემული. ტერმინოლოგია დაცულია. მსჯელობა და ანალიზი მაღალ დონეზეა. | | | | | 1 | პასუხი შეკვეცილია. სტუდენტი საკმარისად ფლობს პროგრამით გათვალისწინებულ განვლილ მასალას, თუმცა აღინიშნება ნაკლოვანებები. საკითხის გადმოცემულია ნაწილობრივ. ტერმინოლოგია ნაკლოვანია. მსჯელობა და ანალიზი ფრაგმენტულია. | | | | | 0 | პასუხი საკითხის შესაბამისი არ არის ან საერთოდ არაა მოცემული. | | | | | **ფინალური გამოცდა (40 ქულა)** | | | | | | | თეორიული საკითხის შეფასების კრიტერიუმები (10X2)=20 | | | | | | | 2 | პასუხი სრულია. სტუდენტი ზედმიწევნით კარგად ფლობს განვლილ მასალას, საკითხი ლოგიკურად, თანმიმდევრულად და ადეკვატურად არის გადმოცემული. ტერმინოლოგია დაცულია. მსჯელობა და ანალიზი მაღალ დონეზეა. | | | | | 1 | პასუხი შეკვეცილია. სტუდენტი საკმარისად ფლობს პროგრამით გათვალისწინებულ განვლილ მასალას, თუმცა აღინიშნება ნაკლოვანებები. საკითხის გადმოცემულია ნაწილობრივ. ტერმინოლოგია ნაკლოვანია. მსჯელობა და ანალიზი ფრაგმენტულია. | | | | | 0 | პასუხი საკითხის შესაბამისი არ არის ან საერთოდ არაა მოცემული. | | | | | **ტესტი ( 20X1=20 ქულა)** | | | | | | | ტესტი შედგება 10 ტესტური დავალებისგან. ქულათა საერთო ჯამი რაოდენობრივად ტოლია 20-ის | | | | | | | 1 | პასუხი სწორია | | | | | 0 | პასუხი არა სწორია | | | | |
| **სავალდებულო ლიტერატურა** | 1. ლ. ქოქიაური. ინოვაციური მენეჯმენტი. (სახელმძღვანელო). კალმოსანი თბილისი 2020; 2. ნაირა გალახვარიძე, თამარ ზარგინავა, ევგენი ბარათაშვილი. ინოვაციათა მენეჯმენტი. ევროპის უნივერსიტეტი. 2018 |
| **დამატებითი ლიტერატურა** | 1. Paul Trott. Innovation Management and new product development 6th edition. Pearson. 2017 |
| **სწავლის შედეგები** | **ცოდნა და გაცნობიერება** - სტუდენტი:   * აღწერს ინოვაციების მნიშვნელობას; * განსაზღვრავს ეროვნული სახელმწიფოს როლს ინოვაციების განვითარებაზე; * განსაზღვრავს მეწარმეობის როლს ინოვაციების პროცესში; * აღწერს მარკეტინგის როლს პროდუქტის ინოვაციის ადრეულ ეტაპზე; * აღწერს ინოვაციების დიფუზიის პროცესს, რომელიც გავლენას ახდენს ფირმის წარმატებაზე ცალკეულ ეტაპზე;   **უნარი** - სტუდენტი:   * ახდენს იმ ფაქტორების იდენტიფიცირებას, რომელიც ორგანიზაციამ უნდა მართოს ინოვაციებში წარმატების მისაღწევად; * აანალიზებს პროდუქტისა და პროცესების ინოვაციებს შორის კავშირებს; * ახდენს ბრენდის სახელსა და სავაჭრო ნიშანს შორის კავშირის იდენტიფიცირებას; * ახდენს პატენტის სისტემის შეზღუდვების იდენტიფიცირებას; * აანალიზებს ფორმალური მენეჯმენტის ტექნიკას, რომელიც არის კვლევისა და განვითარების მნიშვნელოვანი ნაწილი. * აფასებს სტრატეგიულ დიფერენციაციას და კავშირს ინოვაციასა და პოზიციონირებას შორის; |
| **სწავლების მეთოდები და ფორმები** | |  |  | | --- | --- | | **სწავლა-სწავლების მეთოდები** | | | ლექცია |  | | სამუშაო ჯგუფი |  | | პრაქტიკული მეცადინეობა |  | | ლაბორატორიული |  | | პრაქტიკა |  | | საკურსო სამუშაო/პროექტი |  | | კონსულტაცია |  | | ელექტრონული სწავლება (E-learning) |  | | დამოუკიდებელი მუშაობა |  | | **აქტიობები** | | | დისკუსია/დებატები  ჯგუფური (collaborative) მუშაობა;  პრობლემაზე დაფუძნებული სწავლება (PBL)  შემთხვევების შესწავლა (Case study)  გონებრივი იერიში (Brain storming)  როლური და სიტუაციური თამაშები  დემონსტრირების მეთოდი;  ინდუქციური მეთოდი  დედუქციური მეთოდი  ანალიზის მეთოდ  სინთეზის მეთოდი  ვერბალური მეთოდი  წერითი მუშაობის მეთოდი  ახსნა-განმარტებითი მეთოდი  ქმედებაზე ორიენტირებული სწავლება  პროექტის შემუშავება და პრეზენტაცია; | | |

***დანართი 1***

***სასწავლო კურსის შინაარსი***

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **სასწავლო კვირა** | **სწავლების ფორმა** | **საათების რაოდენობა** | **თემატიკა** | **ლიტერატურა** |
| **I** | **ლექცია** | 2 | სილაბუსის გაცნობა.  **თემა 1: საინოვაციო მენეჯმენტი**   * ინოვაციების მნიშვნელობა * ინოვაციების მოდელები * ინოვაციები, როგორც მართვის პროცესი | [1] - თავი 1  [2] - თავი 1  [3] - თავი 1 |
| **ჯგუფში მუშაობა/სემინარი** | 1 | * დისკუსია |  |
| **II** | **ლექცია** | 1 | **თემა 2:** **ინოვაციების ეროვნული სისტემა და მეწარმეობა**   * ინოვაციების ეროვნული სისტემა და სახელმწიფოს როლი; * ეროვნული სახელწმიფო როგორ ასტიმულირებს ინოვაციებს; * ტექნოლოგიური მეწარმეობა | [1] - თავი 2  [2] - თავი 2  [3] - თავი 2 |
| **ჯგუფში მუშაობა/სემინარი** | 2 | * ზეპირი პრეზენტაცია 1; * დისკუსია; |  |
| **III** | **ლექცია** | 1 | **თემა 3: ბაზრის ადაპტირება და ტექნოლოგიური დიფუზია**   * დროითი ლაგი ინოვაციას და სასარგებლო პროდუქტს შორის; * ინოვაცია და ბაზარი * ინოვაციების დიფუზიის თეორია * ახალი პროდუქტების ადაპტირება | [1] - თავი 15  [2] - თავი 4  [3] - თავი 3 |
| **ჯგუფში მუშაობა/სემინარი** | 2 | * შემთხვევის ანალიზი 1; * დისკუსია; |  |
| **IV** | **ლექცია** | 1 | **თემა 4: ინოვაციების მართვა ფირმის ფარგლებში**   * ორგანიზაცია და ინოვაცია * ინოვაციების მართვა განუსაზღვრელობის პირობებში; * ინოვაციური პროექტების მართვა; * ორგანიზაციული მახასიათებლები, რომელიც განაპირობებს ინოვაციურ პროცესს; * ინოვაციების მართვის მექანიზმი | [1] - თავი 6  [2] - თავი 3  [3] - თავი 4 |
| **ჯგუფში**  **მუშაობა/სემინარი** | 2 | * შემთხვევის ანალიზი 2; * ზეპირი პრეზენტაცია 2 |  |
| **V** | **ლექცია** | 2 | **თემა 5: ოპერაციული და პროცესების ინოვაცია**   * ოპერაციული მენეჯმენტი * ინოვაციების დიზაინი და არსი ოპერაციათა მენეჯმენტის კონტექსტში; * ორგანიზაციის დიზაინი და მისი მომწოდებლები: მიწოდების ჯაჭვის მართვა | [2] - თავი 5  [3] - თავი -5 |
| **ჯგუფში**  **მუშაობა/სემინარი** | 1 | * ზეპირი პრეზენტაცია 3; |  |
| **VI** | **ლექცია** | 1 | **თემა 6: ინტელექტუალური საკუთრების მართვა**   * ინტელექტუალური საკუთრება * პატენტის საფუძვლები * პატენტის ვადის გასვლა და პატენტის გაფართოება; * სავაჭრო ნიშანი * ბრენდის გამოყენება ინტელექტუალური საკუთრების დასაცავად; | [1] - თავი 11  [2] - თავი 12  [3] - თავი - 6 |
| **ჯგუფში**  **მუშაობა/სემინარი** | 2 | * შემთხვევის ანალიზი 3; |  |
| **VII** | **ლექცია** | 1 | **თემა 7: ორგანიზაციის ცოდნის მართვა**   * ტექნოლოგიური ტრაექტორია; * ტექნოლოგიების განვითარება * სწავლების ორგანიზაცია; * სიახლეთა კომერციალიზაცია * მომავლის ინოვაციური ორგანიზაციები | [1] - თავი 4  [2] - თავი 6  [3] - თავი - 7 |
|  | **ჯგუფში**  **მუშაობა/სემინარი** | 2 | * ზეპირი პრეზენტაცია 4; * შემთხვევის ანალიზი 4; |  |
| **VIII** |  | 2 სთ | **შუალედური გამოცდა**  **(1-7 თემაზე)** |  |
| **IX** | **ლექცია** | 2 | **თემა 8: კვლევის და განვითარების მართვა**   * რა არის კვლევა და განვითარება; * კვლევისა და განვითარების კლასიფიკაცია; * სტრატეგიული ძალისხმევა კვლევისა და განვითარებისათვის; * რომელ ბიზნეს დავუჭიროთ მხარი და რატომ? * ფონდების განაწილება კვლევისა და განვითარებისათვის; | [1] - თავი 12  [2] - თავი 14  [3] - თავი - 8 |
| **ჯგუფში**  **მუშაობა/სემინარი** | 1 | * შუალედური წერითი გამოცდის შედეგების განხილვა |  |
| **X** | **ლექცია** | 1 | **თემა 9: კვლევისა და განვითარების პროექტების მართვა**   * წარმატებული ტექნოლოგიური მართვა; * კვლევისა და განვითარების მართვის ცვალებადი ბუნება; * ეფექტიანი კვლევისა და განვითარების მართვა; * კავშირი პროდუქტების ინოვაციების პროცესთან; * კვლევისა და განვითარების პროექტების შეფასება; | [1] - თავი 12  [2] - თავი 14  [3] - თავი - 9 |
| **ჯგუფში**  **მუშაობა/სემინარი** | 2 | * ზეპირი პრეზენტაცია 5; * შემთხვევის ანალიზი 5; |  |
| **XI** | **ლექცია** | 1 | **თემა 10: ღია ინოვაციები და ტექნოლოგიების ტრანსფერი**   * ღია ინოვაციები * ტექნოლოგიების ტრანსფერი; * ტექნოლოგიების ტრანსფერის მოდელი * ტექნოლოგიების ტრანსფერის შეზღუდვები და ბარიერები * ტექნოლოგიების შემომავალი ტრანსფერის მართვა | [3] - თავი - 10 |
| **ჯგუფში**  **მუშაობა/სემინარი** | 2 | * შემთხვევის ანალიზი 6; |  |
| **XII** | **ლექცია** | 2 | **თემა 11: ბიზნეს მოდელი**   * ბიზნეს მოდელის ნაწილები; * ტექნოლოგიების გადაცემის ბიზნეს მოდელის დილემა; * ბიზნეს მოდელის შემუშავების შესახებ მოსაზრებები; * ბიზნეს მოდელის ლიცენზირება | [1] - თავი 9  [3] - თავი - 11 |
|  | **ჯგუფში**  **მუშაობა/სემინარი** | 1 | * ზეპირი პრეზენტაცია 6; |  |
| **XIII** | **ლექცია** | 1 | **თემა 12: პროდუქტისა და ბრენდის სტრატეგია**   * შესაძლებლობები, ქსელები და პლატფორმა * პროდუქტის სტრატეგია * დიფერენციაცია და პოზიციონირება; * ბრენდის მართვა; * ბრენდის სტრატეგია | [2] - თავი 10  [3] - თავი - 12 |
|  | **ჯგუფში**  **მუშაობა/სემინარი** | 2 | * ზეპირი პრეზენტაცია 7; * დისკუსია |  |
| **XIV** | **ლექცია** | 2 | **თემა 13: ახალი პროდუქტის განვითარება**   * ინოვაციების განვითარება და ახალი პროდუქტის განვითარება; * პროდუქტის განვითარების შესახებ მოსაზრებები და ახალი პროდუქტის განვითარების სტრატეგია * ახალი პროდუქტის განვითარება როგორც ზრდის სტრატეგია; * ახალი პროდუქტის განვითარების თეორიები. | [1] - თავი  [2] - თავი 10  [3] - თავი 13 |
| **ჯგუფში**  **მუშაობა/სემინარი** | 1 | * შემთხვევის ანალიზი 7 |  |
| **XV** | **ლექცია** | 2 | **თემა 14: ახალი მომსახურების ინოვაციები**   * მომსახურების ზრდის სტრატეგია * მომსახურების სხვადასხვა სახეობები; * მომსახურების მახასიათებლები და როგორ განსხვავდება მომსახურება პროდუქტისაგან; * ახალი მომსახურების განვითარების მოდელი; * მომსახურების ინოვაციები და მომხმარებლები | [2] - თავი 10  [3] - თავი 14 |
| **ჯგუფში**  **მუშაობა/სემინარი** | 1 | * ზეპირი პრეზენტაცია 8; * შემთხვევის ანალიზი 8; |  |
| **XVI** | ***ლექცია*** | 3 | **განვლილი მასალის შეჯამება** |  |
| **XVII -XVIII** - |  | 3 | **დასკვნითი გამოცდა** |  |
| **XIX -XX** |  |  | **დამატებითი გამოცდა** |  |