

**ეკონომიკის, ბიზნესისა და მართვის ფაკულტეტი**

**ბიზნესის ადმინისტრირების საბაკალავრო პროგრამა**

**სილაბუსი**

|  |  |
| --- | --- |
| **სასწავლო კურსის დასახელება** | **მარკეტინგის საფუძვლები**  **The foundation of Marketing** |
| **სასწავლო კურსის კოდი** | **BUC013** |
| **სასწავლო კურსის სტატუსი** | სავალდებულო |
| **ECTS** | 5 ***ECTS*** |
| **სწავლების სემესტრი** | III |
| **სწავლების ენა** | ქართული |
| **სილაბუსის ავტორი/ავტორები**  **(ლექტორი, ლექტორები, კურსის განმახორციელებლები)** | **ნინო ქეცბაია , ეკონომიკის დოქტორი, ასოცირებული პროფესორი**  **ტელ:** 599 304999  **E-mail:** [ketsbaianin@gmail.com](mailto:ketsbaianin@gmail.com)  კონსულტაცია შეთანხმებისამებრ, განთავსდება ვებ-გვერდზე |
| **სასწავლო კურსის მიზანი** | * სასწავლო კურსის მიზანია სტუდენტებს შეასწავლოს მარკეტინგის პრინციპები. კონცეფციები, მოდელები და მარკეტინგის მნიშვნელობა და როლი ორგანიზაციაში, გამოუმუშავოს მარკეტინგული სტრატეგიისა და მარკეტინგული კომპლექსის ელემენტების გამოყენების უნარი. სასწავლო კურსის ფარგლებში სტუდენტები მიიღებენ ფართო ცოდნას მარკეტინგული ინფორმაციის მართვის შესახებ. |
| **დაშვების წინაპირობა** | ბიზნესის საფუძვლები |
| **კრედიტების რაოდენობა და საათების განაწილება სტუდენტის დატვირთვის შესაბამისად (ECTS** | **5 კრედიტი (125 სთ)**   * **საკონტაქტო საათები - 50 სთ** * ლექცია - 14 სთ * სამუშაო ჯგუფში მუშაობა - 31 სთ * შუალედური გამოცდა - 2 სთ. * დასკვნითი გამოცდა - 3 სთ. * **დამოუკიდებელი საათები - 75** |
| **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 - 4**0 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 | **5** | **2** | **10** | | ტესტი | **5** | **2** | **10** | | პროექტის პრეზენტაცია | **1** | **10** | **10** | | ზეპირი გამოკითხვა (თეორიული საკითხი/დისკუსია) | **10** | **1** | **10** | | შუალედური გამოცდა | 1 | 20 | **20** | | **ფინალური გამოცდა** | **1** | **40** | **40** | |  | | | | | | **შეფასების კრიტერიუმები** | | | | | | **შემთხვევის ანალიზი (5X2=10 ქულა)** | | | | | | **2** | 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; | | | | | **1** | ზუსტად აღწერს მოცემულ ბიზნეს სიტუაციას, მიღებული ცოდნის საფუძველზე დეტალურად ანალიზებს, აფასებს, მაგრამ სუსტად ახდენს მიზეზ-შედეგობრივი კავშირების დადგენას; ვერ ახერხებს ალტერნატიული ვარიანტების განსაზღვრას; | | | | | **0** | ვერ ახერხებს სიტუაციის ანალიზს და შეფასებას | | | | | **ტესტი (5X2=10 ქულა)**  სტუდენტს ეძლევა 5 ტესტი. ტესტი შედგება 10 ტესტური დავალებისგან. ქულათა საერთო ჯამი რაოდენობრივად ტოლია 2-ის. | | | | | | **0,2** | პასუხი სწორია | | | | | **0** | პასუხი არა სწორია | | | | | **ზეპირი გამოკითხვა (თეორიული საკითხი/დისკუსია) - 10 ქულა**  მოწმდება მასალის ცოდნის დონე, აქტივობის ხარისხი, დასმული შეკითხვების და პასუხების ადეკვატურობა, მიღებული ცოდნის პრაქტიკულ გამოცდილებასთან დაკავშირების უნარი, კითხვების დამოუკიდებლად შედგენა. | | | | | | **1** | სტუდენტი კარგად არის მომზადებული, ზედმიწევნით კარგად ფლობს სილაბუსით გათვალისწინებულ მასალას, დასმულ შეკითხვებზე პასუხები სრულყოფილი, სწორი და დასაბუთებულია. მასალის ცოდნის დონე მაღალია, აქტივობის ხარისხი მაღალი, აღინიშნება დასმული შეკითხვების და პასუხების ადეკვატურობა. | | | | | **0** | სტუდენტი სრულიად მოუმზადებელია. ფლობს სილაბუსით გათვალისწინებული მასალის მხოლოდ ცალკეულ ფრაგმენტებს. დასმულ შეკითხვებზე გაცემული პასუხები არსებითად მცდარია ან პასუხი შეკითხვის შესაბამისი არ არის, მასალის ცოდნის დონე დაბალია, აქტივობის ხარისხი დაბალი, არ აღინიშნება დასმული შეკითხვების და პასუხების ადეკვატურობა. | | | | | **პროექტის პრეზენტაცია (6 ქულა)** | | | | | | ქულა | პროექტის შინაარსობრივი ნაწილის შეფასების კრიტერიუმები | | | | | **6** | სტუდენტი შესანიშნავად ავლენს ინფორმაციის/მონაცემების მოძიებისა და კრიტიკული ანალიზის უნარს, იყენებს უახლეს ინფორმაციას, მონაცემებს და ლიტერატურას, ბრწყინვალედ ახდენს პრობლემების კომპლექსურ შეფასებას და პრობლემური საკითხების ანალიზითა და სინთეზით აყალიბებს საკუთარ ორიგინალურ დასკვნებს, სანიმუშოდ განსაზღვრავს პრობლემის გადაწყვეტის ოპტიმალურ მიმართულებებს. | | | | | 5 | სტუდენტი ძალიან კარგად ავლენს ინფორმაციის/მონაცემების მოძიებისა და კრიტიკული ანალიზის უნარს, იყენებს უახლეს ინფორმაციას, მონაცემებს და ლიტერატურას, მაღალ დონეზე ახდენს პრობლემების კომპლექსურ შეფასებას და პრობლემური საკითხების ანალიზითა და სინთეზით აყალიბებს საკუთარ დასკვნებს, ძალიან კარგად განსაზღვრავს პრობლემის გადაწყვეტის ოპტიმალურ მიმართულებებს. | | | | | **4** | სტუდენტი კარგად ავლენს ინფორმაციის/მონაცემების მოძიებისა და კრიტიკული ანალიზის უნარს, იყენებს უახლეს ინფორმაციას, მონაცემებს და ლიტერატურას, ახდენს პრობლემების კომპლექსურ შეფასებას და პრობლემური საკითხების ანალიზითა და სინთეზით აყალიბებს საკუთარ დასკვნებს, კარგად განსაზღვრავს პრობლემის გადაწყვეტის ოპტიმალურ მიმართულებებს. | | | | | 3 | სტუდენტი დამაკმაყოფილებლად ავლენს ინფორმაციის/მონაცემების მოძიებისა და კრიტიკული ანალიზის უნარს, ნაკლებად იყენებს უახლეს ინფორმაციას, მონაცემებს და ლიტერატურას, ახდენს პრობლემების შეფასებას და პრობლემური საკითხების ანალიზითა და სინთეზით აყალიბებს საკუთარ დასკვნებს, დამაკმაყოფილებლად განსაზღვრავს პრობლემის გადაწყვეტის ოპტიმალურ მიმართულებებს. | | | | | 2 | სტუდენტი სუსტად ავლენს ინფორმაციის/მონაცემების მოძიებისა და კრიტიკული ანალიზის უნარს, მწირად იყენებს უახლეს ინფორმაციას, მონაცემებს და ლიტერატურას, ახდენს პრობლემების შეფასებას, თუმცა პრობლემური საკითხების ანალიზითა და სინთეზით ვერ აყალიბებს საკუთარ დასკვნებს და ვერ განსაზღვრავს პრობლემის გადაწყვეტის ოპტიმალურ მიმართულება. | | | | | 1 | სტუდენტი ვერ ავლენს ინფორმაციის/მონაცემების მოძიებისა და კრიტიკული ანალიზის უნარს, არ იყენებს უახლეს ინფორმაციას, მონაცემებს და ლიტერატურას, ვერ ახდენს პრობლემების შეფასებას და ვერ აყალიბებს პრობლემების გადაჭრის თაობაზე საკუთარ დასკვნებს. | | | | | 0 | სტუდენტმა საშინაო დავალება არ მოამზადა | | | | | **პროექტის პრეზენტაციისა და დისკუსიაში მონაწილეობის შეფასების კრიტერიუმები**  **(4 ქულა)** | | | | | | 4 | სტუდენტი ძალიან კარგად ავლენს პრობლემის დასმისა და წარმოჩენის უნარს, საპრეზენტაციო თემასთან დაკავშირებულ დისკუსიაში მონაწილეობისას ბრწყინვალედ მსჯელობს საკუთარი ი დასკვნებისა და არგუმენტების თაობაზე, შესანიშნავად იცავს საკუთარ მოსაზრებებს. ძალიან კარგად ავლენს მიწოდების ტექნიკის, მათ შორის, საპრეზენტაციო მასალების გაფორმების უნარებს. | | | | | 3 | სტუდენტი კარგად ავლენს პრობლემის დასმისა და წარმოჩენის უნარს, საპრეზენტაციო თემასთან დაკავშირებულ დისკუსიაში მონაწილეობისას მსჯელობს საკუთარი ი დასკვნებისა და არგუმენტების თაობაზე, კარგად იცავს საკუთარ მოსაზრებებს. კარგად ავლენს მიწოდების ტექნიკის, მათ შორის, საპრეზენტაციო მასალების გაფორმების უნარებს. | | | | | 2 | სტუდენტი დამაკმაყოფილებლად ავლენს პრობლემის დასმისა და წარმოჩენის უნარს, საპრეზენტაციო თემასთან დაკავშირებულ დისკუსიაში მონაწილეობისას მსჯელობს საკუთარი ი დასკვნებისა თაობაზე, თუმცა აკლია არგუმენტაცია. იცავს საკუთარ მოსაზრებებს. დამაკმაყოფილებლად ავლენს მიწოდების ტექნიკის, მათ შორის, საპრეზენტაციო მასალების გაფორმების უნარებს. | | | | | 1 | სტუდენტი თითქმის ვერ ავლენს პრობლემის დასმისა და წარმოჩენის უნარს, საპრეზენტაციო თემასთან დაკავშირებულ დისკუსიაში მონაწილეობისას უჭირს საკუთარი ი დასკვნებისა და არგუმენტების თაობაზე მსჯელობა და საკუთარი მოსაზრებების დაცვა. დაბალ დონეზე ავლენს მიწოდების ტექნიკის, მათ შორის, საპრეზენტაციო მასალების გაფორმების უნარებს. | | | | | 0 | სტუდენტი ვერ ავლენს პრობლემის დასმისა და წარმოჩენის უნარს, საპრეზენტაციო თემასთან დაკავშირებულ დისკუსიაში მონაწილეობისას ვერ მსჯელობს საკუთარი ი დასკვნებისა და არგუმენტების თაობაზე, ვერ იცავს საკუთარ მოსაზრებებს. ვერ ავლენს მიწოდების ტექნიკის, მათ შორის, საპრეზენტაციო მასალების გაფორმების უნარებს. | | | | | **შუალედური გამოცდა (20 ქულა)** | | | | | | **ტესტი** ( 5X1=5 ქულა) სტუდენტს ეძლევა 5 ტესტი. ტესტი შედგება 5 ტესტური დავალებისგან. ქულათა საერთო ჯამი რაოდენობრივად ტოლია 5-ის | | | | | | 1 | პასუხი სწორია | | | | | 0 | პასუხი არა სწორია | | | | | **თეორიული საკითხის** შეფასების კრიტერიუმები (5X3)=15 | | | | | | 3 | პასუხი სრულია. სტუდენტი ზედმიწევნით კარგად ფლობს განვლილ მასალას, საკითხი ლოგიკურად, თანმიმდევრულად და ადეკვატურად არის გადმოცემული. ტერმინოლოგია დაცულია. მსჯელობა და ანალიზი მაღალ დონეზეა. | | | | | 2 | პასუხი სრულია. სტუდენტი დამაკმაყოფილებელად ფლობს პროგრამით გათვალისწინებულ განვლილ მასალას. საკითხი ლოგიკურად და ადეკვატურად არის გადმოცემული, თუმცა არათანმიმდევრულია. ტერმინოლოგია დაცულია. მსჯელობა და ანალიზი დამაკმაყოფილებელია. | | | | | 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 (10X3)=30 | | | | | | 3 | პასუხი სრულია. სტუდენტი ზედმიწევნით კარგად ფლობს განვლილ მასალას, საკითხი ლოგიკურად, თანმიმდევრულად და ადეკვატურად არის გადმოცემული. ტერმინოლოგია დაცულია. მსჯელობა და ანალიზი მაღალ დონეზეა. | | | | | 2 | პასუხი სრულია. სტუდენტი დამაკმაყოფილებლად ფლობს პროგრამით გათვალისწინებულ განვლილ მასალას. საკითხი ლოგიკურად და ადეკვატურად არის გადმოცემული, თუმცა არათანმიმდევრულია. ტერმინოლოგია დაცულია. მსჯელობა და ანალიზი დამაკმაყოფილებელია. | | | | | 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** ( 10X1=10 ქულა) სტუდენტს ეძლევა 10 ტესტი. | | | | | | 1 | პასუხი სწორია | | | | | 0 | პასუხი არა სწორია | | | | |
| **სავალდებულო ლიტერატურა** | 1. გ. არმსტრონგი. ფ. კოტლერი. ,,მარკეტინგის საფუძვლები“. (თარგ. ინგლისურიდან) ბაკურ სულაკაურის მე–14 გამოცემა. თბ. 2015 წ. |
| **დამატებითი ლიტერატურა** | 2.[William M. Pride](https://www.amazon.com/s/ref=dp_byline_sr_book_1?ie=UTF8&field-author=William+M.+Pride&text=William+M.+Pride&sort=relevancerank&search-alias=books) (Author), [O. C. Ferrell](https://www.amazon.com/s/ref=dp_byline_sr_book_2?ie=UTF8&field-author=O.+C.+Ferrell&text=O.+C.+Ferrell&sort=relevancerank&search-alias=books) (Author), Foundations of Marketing 8th Edition, 2018. |
| **სწავლის შედეგები** | 1. **ცოდნა და გაცნობიერება**   სტუდენტი:   * აღწერს მარკეტინგის კონცეფციებს, პრინციპებს, თეორიებს, მოდელებს; * განმარტავს მომხმარებლის ქცევაზე მოქმედ ფაქტორებს * აღწერს BCG მატრიცა; * განიხილავს პროდუქტის სასიცოცხლო ციკლის მოდელს; * აღწერს მარკეტინგული სტრატეგიის ეტაპებს * აღწერს მარკეტინგული კომპლექსის ელემენტებს.  1. **უნარები**   სტუდენტი:   * აფასებს BCG მატრიცის საშუალებით სტრატეგიული ბიზნეს ერთეულების პოზიციას * პროდუქტის სასიცოცხლო ციკლის საშუალებით აფასებს სასიცოცხლო ციკლის ცალკეული ეტაპს; * აანალიზებს კომპანიის მარკეტინგული სტრატეგიას, კერძოს სეგმენტაციის საშუალებით აფასებს სეგმენტებს, ახდენს მიზნობრივი სეგმენტის იდენტიფიცირებას და გეგმავს კომპანიის პოზიციონერების სტრატეგიას; * აანალიზებს მომხმარებლის ქცევაზე მოქმედი ფაქტორებს და აფასებს მომხმარებლის ყიდვის შესახებ გადაწყვტილების მიღების პროცესს; * აანალიზებს მარკეტინგული კომპლექსის ცალკეულ ელემენტს |
| **სწავლების მეთოდები და ფორმები** | |  |  | | --- | --- | | **სწავლა-სწავლების მეთოდები** | | | ლექცია |  | | სამუშაო ჯგუფი |  | | პრაქტიკული მეცადინეობა |  | | ლაბორატორიული |  | | პრაქტიკა |  | | საკურსო სამუშაო/პროექტი |  | | კონსულტაცია |  | | ელექტრონული სწავლება (E-learning) |  | | დამოუკიდებელი მუშაობა |  | | **აქტივობები** | | |  | | | 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 მეთოდი  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** | 1 სთ | **თემა 1.**  **მარკეტინგი: მყიდველთან მომგებიანი ურთიერთობის ჩამოყალიბება.**   * რა არის მარკეტინგი? * მომხმარებელთა მოთხოვნილებების გაგება * მარკეტინგული გეგმისა და პროგრამის შექმნა * მყიდველთან ურთიერთობების ჩამოყალიბება | [1] - თავი 1. |
| **ჯგუფში მუშაობა/სემინარი** | 2 სთ | * დისკუსია/დებატები |  |
| **II** | **ლექცია** | 1 სთ | **თემა 2.**  **კომპანია და მარკეტინგული სტრატეგია**   * კომპანიის სტრატეგიული დაგეგმვა და მარკეტინგის როლი * ბიზნეს პორტფელის შექმნა * მარკეტინგის დაგეგმვა: პარტნიორობა მყიდველთან * მარკეტინგული სტრატეგია და მარკეტინგული კომპლექსი | [1] - თავი 2. |
| **ჯგუფში მუშაობა/სემინარი** | 2 სთ | * ზეპირი გამოკითხვა (1) * შემთხვევის ანალიზი (1) |  |
| **III** | **ლექცია** | 1 სთ | **თემა 3:**  **მარკეტინგული გარემოს ანალიზი**   * კომპანიის მირკო გარემო * კომპანიის მაკრო გარემო * დემოგრაფიული გარემო * ეკონომიკური გარემო * პოლიტიკური გარემო * ბუნებრივი გარემო * ტექნოლოგიური გარემო | [1] - თავი 3. |
| **ჯგუფში მუშაობა/სემინარი** | 2 სთ | * ზეპირი გამოკითხვა (2) * *ტესტი (1)* |  |
| **IV** | **ლექცია** | 1 სთ | **თემა 4:**  **მარკეტინგული ინფორმაციის მართვა**   * მარკეტინგული ინფორმაცია და მყიდველთა შეცნობა * მარკეტინგული ინფორმაციის საჭიროების შეფასება * მარკეტინგული ინფორმაციის მოპოვება * მარკეტინგული კვლევა * მარკეტინგული ინფორმაციის ანალიზი და გამოყენება | [1] - თავი 4. |
| **ჯგუფში**  **მუშაობა/სემინარი** | 2 სთ | * ზეპირი გამოკითხვა (3) * შემთხვევის ანალიზი (2) |  |
| **V** | **ლექცია** | 1 სთ | **თემა 5:**  **სამომხმარებლო ბაზრები და მომხმარებელთა ქცევა**  **მომხმარებლის ქცევის მოდელი**   * მომხმარებლის ქცევაზე მოქმედი მახასიათებლები * მომხმარებლის ქცევის ტიპები ყიდვის შესახებ გადაწყვეტილების მისაღებად * მომხმარებლის მიერ ყიდვის შესახებ გადაწყვეტილების მიღების პროცესი | [1] - თავი 5. |
| **ჯგუფში**  **მუშაობა/სემინარი** | 2 სთ | * ზეპირი გამოკითხვა (4) * *ტესტი (2)* |  |
| **VI** | **ლექცია** | 1 სთ | **თემა 6:**  **მყიდველზე ორიენტირებული მარკეტინგული სტრატეგია**   * მყიდველზე ორიენტირებული ბაზრის სტრატეგია * ბაზრის სეგმენტაცია * დიფერენციაცია და პოზიციონირება | [1] - თავი 7 |
| **ჯგუფში**  **მუშაობა/სემინარი** | 2 სთ | * ზეპირი გამოკითხვა (5) |  |
| **VII** | **ლექცია** | 1 სთ | **თემა 7:**  **პროდუქტი, მომსახურება და ბრენდი**   * რა არის პროდუქტი? * გადაწყვეტილებები პროდუქტისა და მომსახურების შესახებ * ბრენდინგის სტრატეგია | [1] - თავი 8. |
|  | **ჯგუფში**  **მუშაობა/სემინარი** | 2 სთ | * *ტესტი (2)* |  |
| **VIII** |  |  | ***შუალედური გამოცდა - 2 სთ*** |  |
| **IX** | **ლექცია** | 1 სთ | **თემა 8:**  **ახალი პროდუქტის შექმნა და პროდუქტის სასიცოცხლო ციკლის სტრატეგიები**   * ახალი პროდუქტის განვითარების სტრატეგია * ახალი პროდუქტის განვითარების პროცესი * ახალი პროდუქტის სასიცოცხლო ციკლის სტრატეგიები | [1] - თავი 9 |
| **ჯგუფში**  **მუშაობა/სემინარი** | 2 სთ | * *ტესტი (3)* |  |
| **X** | **ლექცია** | 1 სთ | **თემა 9:**  **ფასწარმოქმნა**   * რა არის ფასი? * ფასწარმოქმნის მთავარი სტრატეგიები * ახალი პროდუქტის ფასწარმოქმნის სტრატეგიები * პროდუქტის კომპლექსის ფასწარმოქმნის სტრატეგიები ფასები მორგების სტრატეგია | [1] - თავი 10-11 |
| **ჯგუფში**  **მუშაობა/სემინარი** | 2 სთ | * ზეპირი გამოკითხვა (6) * შემთხვევის ანალიზი (3) |  |
| **XI** | **ლექცია** | 1 სთ | **თემა 10:**  **მარკეტინგული არხები**   * მომარაგების ჯაჭვის და ფასეულობათა მიწოდების ქსელი; * მარკეტინგული არხების არსი და მნიშვნელობა * არხის წევრების ქცევისა და ორგანიზების საკითხები; * მარკეტინგული ლოგისტიკა და მომარაგების ჯაჭვის მართვა | [1] - თავი 12 |
| **ჯგუფში**  **მუშაობა/სემინარი** | 2 სთ | * ზეპირი გამოკითხვა (7) * შემთხვევის ანალიზი (4) |  |
| **XII** | **ლექცია** | 1 სთ | **თემა 11:**  **საცალო და საბითუმო ვაჭრობა**   * საცალო ვაჭრობა * საცალო ვაჭრობის განვითარების ტენდენციები * ბითუმად ვაჭრობა | [1] - თავი 13 |
|  | **ჯგუფში**  **მუშაობა/სემინარი** | 2 სთ | * ზეპირი გამოკითხვა (8) |  |
| **XIII** | **ლექცია** | 1 სთ | **თემა 12:**  **კომუნიკაციები: მომხმარებლის ფასეულობის გააზრება**   * მასტიმულირებელი კომპლექსი * ინტეგრირებული მარკეტინგული კომუნიკაცია * ეფექტური მარკეტინგული კომუნიკაციების განვითარების ეტაპები; * სტიმულირების ბიუჯეტის და ერთიანი საკომუნიკაციო კომპლექსის შედგენა | [1] - თავი 14 |
|  | **ჯგუფში**  **მუშაობა/სემინარი** | 2 სთ | * ზეპირი გამოკითხვა (9) * შემთხვევის ანალიზი (5) |  |
| **XIV** | **ლექცია** | 1 სთ | **თემა 13: რეკლამირება, საზოგადოებასთან ურთიერთობა, პერსონალური გაყიდვები და გაყიდვების სტიმულირება**   * რეკლამის მიზნების დასახვა * სარეკლამო ბიუჯეტის ფორმირება * სარეკლამო სტრატეგიის განვითარება * რეკლამის ეფექტიანობის და მასში ჩადებული ინვესტიციებიდან მიღებული მოგების შეფასება * საზოგადოებასთან ურთიერთობა * პერსონალური გაყიდვები * გაყიდვების პერსონალის მართვა პერსონალური გაყიდვების პროცესი | [1] - თავი 15, 16 |
| **ჯგუფში**  **მუშაობა/სემინარი** | 2 სთ | * ზეპირი გამოკითხვა (10) * *ტესტი 4* |  |
| **XV** | **ლექცია** | 1 სთ | **თემა 14: პირდაპირი და ონლაინ მარკეტინგი**   * პირდაპირი მარკეტინგის ახალი მოდელი * პირდაპირი მარკეტინგის ზრდა და სარგებელი * მყიდველთა მონაცემთა ბაზები და პირდაპირი მარკეტინგი * პირდაპირი მარკეტინგის ფორმები * ონლაინ მარკეტინგი | [1] - თავი 17. |
| **ჯგუფში**  **მუშაობა/სემინარი** | 2 სთ | * ტესტი 5 |  |
| ***ჯგუფში***  ***მუშაობა/სემინარი*** | 3 სთ | **პროექტის პრეზენტაცია** |  |
| ***XVII -XVIII***- |  |  | **დასკვნითი გამოცდა - 3 სთ** |  |
| ***XIX -XX*** |  |  | **დამატებითი გამოცდა** |  |