



ბანათლების ხარისხის განვითარების ეროვნული ცენტრი
NATIONAL CENTER FOR EDUCATIONAL QUALITY ENHANCEMENT

აკრედიტაციის ექსპერტთა ჯგუფის დასკვნას უმაღლესი
საგანმანათლებლო პროგრამის შესახებ

ციფრული მარკეტინგის საბაკალავრო პროგრამა

ბიზნესისა და ტექნოლოგიების უნივერსიტეტი

შეფასების თარიღ(ებ)ი

დასკვნის წარდგენის თარიღი

თბილისი 2021

ინფორმაცია უმაღლესი საგანმანათლებლო დაწესებულების შესახებ¹

დაწესებულების სახელწოდება ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის მითითებით	ბიზნესისა და ტექნოლოგიების უნივერსიტეტი, შუბლდული პასუხისმგებლობის სახოგადოება
დაწესებულების საიდენტიფიკაციო კოდი	405155638
დაწესებულების სახე	უნივერსიტეტი

ინფორმაცია საგანმანათლებლო პროგრამის შესახებ

საგანმანათლებლო პროგრამის სახელწოდება	ციფრული მარკეტინგი
უმაღლესი განათლების საფეხური	I საფეხური (ბაკალავრიატი)
მისანიჭებელი კვალიფიკაცია ²	მარკეტინგის ბაკალავრი
დეტალური სფეროს დასახელება და კოდი	0414
ზოგადი განათლების შესაბამისი საფეხურის საგნის/საგნების/საგნობრივი ჯგუფის სწავლების უფლების მითითება (მასწავლებლის მომზადების ინტეგრირებული საბაკალავრო-სამაგისტრო საგანმანათლებლო პროგრამის ან მასწავლებლის მომზადების საგანმანათლებლო პროგრამის შემთხვევაში)	
სწავლების ენა	ქართული
ECTS კრედიტების რაოდენობა	240
პროგრამის სტატუსი (ავტორიზებული/აკრედიტებული/პირობით აკრედიტებული/ახალი/საერთაშორისო აკრედიტაცია) შესაბამისი გადაწყვეტილების მითითებით (ნომერი, თარიღი)	ახალი

ექსპერტთა ჯგუფის წევრები

თავმჯდომარე (სახელი, გვარი, უსდ/ორგანიზაცია, ქვეყანა)	დავით სიხარულიძე, სსიპ - ივანე ჯავახიშვილის სახელობის უნივერსიტეტი, საქართველო
წევრი (სახელი, გვარი, უსდ/ორგანიზაცია, ქვეყანა)	ვასილ კიკუტაძე, სსიპ - ივანე ჯავახიშვილის სახელობის უნივერსიტეტი, საქართველო
წევრი (სახელი, გვარი, უსდ/ორგანიზაცია, ქვეყანა)	ილია ბოცვაძე, შპს შავი ზღვის საერთაშორისო უნივერსიტეტი, საქართველო
წევრი (სახელი, გვარი, უსდ/ორგანიზაცია, ქვეყანა)	ნინო დგვეფაძე, BRANDOR Consulting, საქართველო
წევრი (სახელი, გვარი, უსდ/ორგანიზაცია, ქვეყანა)	დავით ცირამუა, სსიპ - ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი, საქართველო

¹ ერთობლივი უმაღლესი საგანმანათლებლო პროგრამის შემთხვევაში: მიეთითება ერთობლივი უმაღლესი საგანმანათლებლო პროგრამის განმახორციელებელი დაწესებულებები; „დაწესებულების საიდენტიფიკაციო კოდის“ და „დაწესებულების სახის“ მითითება არ არის სავალდებულო უცხო ქვეყნის კანონმდებლობის შესაბამისად აღიარებული უმაღლეს საგანმანათლებლო დაწესებულებ(ებ)ისათვის

² უცხო ქვეყნის კანონმდებლობის შესაბამისად აღიარებულ უმაღლეს საგანმანათლებლო დაწესებულებასთან ერთად ერთობლივი უმაღლესი საგანმანათლებლო პროგრამის განხორციელების შემთხვევაში თუ განსხვავდება მისანიჭებელი კვალიფიკაციის ფორმულირება, მიეთითება ცალ-ცალკე დაწესებულებების მიხედვით

- **ზოგადი ინფორმაცია საგანმანათლებლო პროგრამის შესახებ**

ციფრული მარკეტინგის საბაკალავრო პროგრამა (მისანიჭებელი კვალიფიკაცია - მარკეტინგის ბაკალავრი 0414) შედგენილია საგანმანათლებლო პროგრამის დაგეგმვის, შემუშავებისა და განვითარების მეთოდოლოგიის გამოყენებით. პროგრამის სტრუქტურა მოიცავს 240 კრედიტს. აქედან სწავლის ძირითადი სფეროს კომპონენტები მოიცავს 147 კრედიტს, რომელიც მოიცავს თავისუფალ (სავალდებულო) კომპონენტებს - 26 კრედიტით; არჩევითი კომპონენტი მოიცავს 47 კრედიტს. პროგრამის ფარგლებში ასევე შეთავაზებულია დამატებითი პროგრამები: საინფორმაციო ტექნოლოგიები, მენეჯმენტი, ფინანსები 40 კრედიტის მოცულობით.

ციფრული მარკეტინგის საბაკალავრო პროგრამა აკრედიტაციისთვის წარმოდგენილია პირველად. ამიტომ აკრედიტაციის ექსპერტებმა მხედველობაში მიიღეს ქართულენოვან პროგრამაში და ზოგადად უსდ-ში მოქმედი ხარისხის უზრუნველყოფის მექანიზმების ფუქნციონირების შედეგები.

- **აკრედიტაციის ვიზიტის მიმოხილვა**

საგანმანათლებლო პროგრამის სააკრედიტაციო შეფასება განხორციელდა დისტანციურად Zoom-ის პლატფორმის საშუალებით, 2021 წლის 23 ივლისს. შეფასებამდე, ჯგუფის თავმჯდომარემ გადაანაწილა წევრებზე კონკრეტული დავალებები და დააორგანიზა დისტანციური წინასააკრედიტაციო შეხვედრა. ჯგუფის წევრებმა გაცვალეს ინფორმაცია, შეაჯერეს კონკრეტული ბუნდოვანი საკითხები, კითხვები და ერთმანეთს გაუზიარეს მოსაზრებები საგანმანათლებლო პროგრამის აკრედიტაციის სტანდარტებთან შესაბამისობის შესახებ. დააზუსტეს საკითხთა წრე, რომელიც იწვევდა განსაკუთრებულ ინტერესს.

დისტანციური შეფასება დაიწყო შეხვედრის განრიგით გათვალისწინებულ დროს, ექსპერტთა სრული შემადგენლობით. ჩატარდა გრაფიკით გათვალისწინებული ყველა შეხვედრა. ექსპერტებს ჰქონდათ სრული შესაძლებლობა გაცნობოდნენ ყველა დოკუმენტს, რომლითაც დასტურდებოდა თვითშეფასების ანგარიშსა და თანდართულ დოკუმენტებში წარმოდგენილი ინფორმაცია. ვიზიტის განმავლობაში უსდ-მ ექსპერტებს წარუდგინა დამატებითი ინფორმაცია და დოკუმენტები ექსპერტების მოთხოვნის საფუძველზე. ვიზიტი წარიმართა საქმიან გარემოში. უნივერსიტეტის ადმინისტრაციამ მაქსიმალურად უზრუნველყო პირობები იმისთვის, რომ დისტანციური რეჟიმის მიუხედავად, ექსპერტთა ჯგუფს მიეღო სრულყოფილი ინფორმაცია პროგრამის აკრედიტაციის სტანდარტებთან შესაბამისობის დასადგენად.

- საგანმანათლებლო პროგრამის სტანდარტებთან შესაბამისობის მოკლე მიმოხილვა

ციფრული მარკეტინგის საბაკალავრო საგანმანათლებლო პროგრამა შეფასდა აკრედიტაციის სტანდარტების მიხედვით. კერძოდ, პირველი სტადარტი შესაბამისობაშია აკრედიტაციის სტანდარტებთან, თუმცა 1.2 კომპონენტი მეტწილად შესაბამისობაშია აკრედიტაციის სტანდარტებთან; მეორე სტანდარტი მეტწილად შესაბამისობაშია აკრედიტაციის სტანდარტებთან, ვინაიდან 2.2 და 2.3 კომპონენტი მეტწილად შესაბამისობაშია აკრედიტაციის სტანდარტებთან. მესამე სტანდარტი შესაბამისობაშია აკრედიტაციის სტანდარტებთან; მეოთხე სტანდარტი მეტწილად შესაბამისობაშია აკრედიტაციის სტანდარტებთან, ვინაიდან 4.1 და 4.3 კომპონენტი მეტწილად შესაბამისობაშია აკრედიტაციის სტანდარტებთან. მეხუთე სტანდარტი შესაბამისობაშია აკრედიტაციის სტანდარტებთან.

- რეკომენდაციები

1. რეკომენდებულია ციფრული მარკეტინგის საბაკალავრო პროგრამის მე-3, მე-4 და მე-12 სწავლის შედეგების ფორმულირების დახვეწა;
2. რეკომენდებულია პროგრამის ფარგლებში ისწავლებდეს სასწავლო კურსები სტატისტიკა ბიზნესისათვის და აკადემიური წერა;
3. რეკომენდებულია ციფრული მარკეტინგის საბაკალავრო პროგრამის მიზნებიდან და სწავლის შედეგებიდან გამომდინარე უზრუნველყოფილ იქნას სიმულაციური თამაშის MARKSTRAT-ის ციფრული მარკეტინგის კომპონენტის შეთავაზება.
4. რეკომენდებულია სასწავლო კურსის „რაოდენობრივი კვლევა და მონაცემთა ანალიზი“ შინაარსის კორექტირება.
5. რეკომენდებულია გაიზარდოს პროგრამის განმახორციელებელი აკადემიური პერსონალის რაოდენობა, უსდ-ს მიერ შემუშავებული აკადემიური და მოწვეული პერსონალის რაოდენობის განსაზღვრის წესის თანახმად; გარდა ამისა, ვინაიდან ციფრული მარკეტინგის საგანმანათლებლო პროგრამის კურსდამთავრებულებს ენიჭებათ მარკეტინგის ბაკალავრის კვალიფიკაცია, პროგრამის მდგრადობის უზრუნველყოფის მიზნით მიზანშეწონილია დარგობრივი კომპეტენციის მქონე აკადემიური აფილირებული პერსონალის რაოდენობის გაზრდა.
6. რეკომენდირებულია დაწესებულებამ გააძლიეროს აკადემიური პერსონალის პროფესიული განვითარების მექანიზმები და მხარდამჭერი პროცედურები, რომელიც უზრუნველყოფს მათი მხრიდან სამეცნიერო/კვლევითი საქმიანობის განხორციელების ქმედით ხელშეწყობას.

- რჩევები პროგრამის განვითარებისთვის

- სასურველია უსდ-მ უზრუნველყოს ყველა სასწავლო მასალის, მათ შორის სასწავლო კურსების ე.წ რიდერების (ონლაინ) ბიბლიოთეკაში განთავსება; რიდერებზე შემდეგი ინფორმაციის მითითებით: ავტორი, გვერდების რაოდენობა, მომზადების წელი.

- სასურველია ბტუ-მ გაამლიეროს ელექტრონული სამეცნიერო ბაზების გამოყენების ანალიტიკის მონიტორინგი და გამოიყენოს მონაცემები სტუდენტებში სამეცნიერო ბაზების გამოყენების პოპულარიზაციის მიზნით.
 - სასურველია პროგრამის ბიუჯეტის შემუშავებისას ხარჯვითი ნაწილი იყოს უფრო დეტალიზებული (განსაკუთრებით პერსონალის განვითარების და პროგრამული უზრუნველყოფის ხარჯების მუხლები), ასახავდეს სტანდარტით მოთხოვნილ ყველა პუნქტს.
 - სასურველია დაწესებულებამ განახორციელოს სტუდენტთა აკადემიური მოსწრების ანალიზი რეგულარულად, მოახდინოს საჭიროების შემთხვევაში რეაგირება და გამოიყენოს შედეგები პროგრამის დახვეწისა და განვითარებისთვის;
 - სასურველია დაწესებულება ახდენდეს შიდა მექანიზმებით პროგრამის ხარისხის უზრუნველყოფის მიზნით დადგენილი აქტივობების რეგულარულ განხორციელებას, კერძოდ, აკადემიური პერსონალის სამეცნიერო-კვლევითი საქმიანობის რეგულარულ შეფასებას, ხოლო შედეგების გამოყენებას პროგრამის განმახორციელებელი პერსონალის მოტივირებისა და განვითარების მიზნით.
 - სასურველია საგანმანათლებლო პროგრამის გარე შეფასებაში ექსპერტების მიერ წარმოდგენილი იყოს რჩევებისა და რეკომენდაციების მეტი კონკრეტულობა და დეტალიზაცია, განსაკუთრებით პროგრამის სწავლის შედეგების, პროგრამის შინაარსის, სტრუქტურის და სასწავლო კურსებთან მიმართებით.
- საუკეთესო პრაქტიკის მოკლე მიმოხილვა (არსებობის შემთხვევაში)
- ხელახალი აკრედიტაციისას, მნიშვნელოვანი მიღწევებისა და/ან პროგრესის მოკლე მიმოხილვა (ასეთის არსებობის შემთხვევაში)

დაწესებულების მიერ წარმოდგენილი არგუმენტირებული პოზიციის გაზიარება

- აკრედიტაციის ექსპერტთა ჯგუფმა განიხილა შპს ბიზნესისა და ტექნოლოგიების უნივერსიტეტის მიერ "ციფრული მარკეტინგის" საბაკალავრო საგანმანათლებლო პროგრამის აკრედიტაციის ექსპერტთა ჯგუფის დასკვნის პროექტთან დაკავშირებით წარმოდგენილი არგუმენტირებულ პოზიცია, რომლის საფუძველზეც მეხუთე სტანდარტის 5.2 კომპონენტის შესაბამისობის დონე სტანდარტის მოთხოვნებთან დაკორექტირდა, როგორც „შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან“ და მოცემულ კომპონენტში არსებული რეკომენდაცია ჩამოყალიბდა რჩევის სახით;

პროგრამის შესაბამისობა აკრედიტაციის სტანდარტებთან

1. საგანმანათლებლო პროგრამის მიზანი, სწავლის შედეგები და მათთან პროგრამის შესაბამისობა

პროგრამას აქვს ნათლად ჩამოყალიბებული მიზნები და სწავლის შედეგები, რომლებიც ლოგიკურადაა ერთმანეთთან დაკავშირებული. პროგრამის მიზნები შეესაბამება უნივერსიტეტის მისიას, მიზნებსა და სტრატეგიულ გეგმას. პროგრამის გაუმჯობესებისთვის მუდმივად ფასდება პროგრამის სწავლის შედეგები.

1.1 პროგრამის მიზნები

პროგრამის მიზნები ასახავს, თუ რა ცოდნის, უნარებისა და კომპეტენციების მქონე კურსდამთავრებულის მომზადებისკენ არის მიმართული და რა წვლილი შეაქვს სფეროსა და საზოგადოების განვითარებაში.

ციფრული მარკეტინგის საბაკალავრო პროგრამის მიზნები ნათლად არის ჩამოყალიბებული და არის რეალისტური. კერძოდ, ციფრული მარკეტინგის საბაკალავრო პროგრამის მიზანს წარმოადგენს კვალიფიციური სპეციალისტის მომზადებას, რომელსაც ექნება ფართო ცოდნა როგორც მარკეტინგის თანამედროვე ტენდენციების შესახებ, ასევე ციფრული ინსტრუმენტების გამოყენების შესახებ. პროგრამის მიზანში ასევე ვკუთხულობთ, რომ კურსდამთავრებული ეთიკის პრინციპების დაცვით შეძლებს ბაზარზე არსებული მოთხოვნისა და მომხმარებლის საჭიროებების გათვალისწინებას, მარკეტინგული სტრატეგიის დაგეგმვაში მონაწილეობის მიღებას. ციფრული მარკეტინგის საბაკალავრო პროგრამის მიზანი შეესაბამება უნივერსიტეტის მისიას, რომელიც შემდეგნაირად არის ფორმულირებული: „შევთავაზოთ საზოგადოებას უნიკალური გამოცდილება ბიზნესისა და საინფორმაციო ტექნოლოგიების სფეროში მისი მოლოდინების შესატყვისი თანამედროვე უმაღლესი განათლება, განვავითაროთ პიროვნების ლიდერული და სამეწარმეო უნარები...“.

ციფრული მარკეტინგის საბაკალავრო პროგრამის შექმნას წინ უძღოდა შრომის ბაზრისა და ბიზნეს გარემოში არსებული ცვლილებების შესწავლა. დაწესებულებამ განახორციელა დამსაქმებლების კვლევა. 20-მდე ორგანიზაციის წარმომადგენლებთან ჩატარდა გასაუბრება. გასაუბრების შედეგები მოცემულია დამსაქმებლების კვლევის ანგარიშში. ამ ანგარიშის მიხედვით ჩანს, რომ არსებობს მოთხოვნა იმ კადრებზე, რომელსაც ექნება ცოდნა მარკეტინგისა და ციფრული მარკეტინგის ინსტრუმენტების შესახებ.

ციფრული მარკეტინგის საბაკალავრო პროგრამა არის საჯარო და ის განთავსებულია უნივერსიტეტის ოფიციალურ ვებ-გვერდზე.

დაწესებულება ინტენაციონალიზაციის მიზნით თანამშრომლობს სხვადასხვა უცხოურ საგანმანათლებლო დაწესებულებებთან. ამ მხრივ, დაწესებულებას 9 თანამშრომლობის მემორანდუმი აქვს გაფორმებული.

მტკიცებულებები/ინდიკატორები

- უნივერსიტეტის მისია;

<ul style="list-style-type: none"> ○ ციფრული მარკეტინგის საბაკალავრო პროგრამა; ○ პროგრამის სწავლის მიზნები; ○ დამსაქმებლების კვლევის ანგარიში; ○ ურთიერთთანამშრომლობის მემორანდუმები; ○ უნივერსიტეტის ოფიციალური ვებ-გვერდი: https://btu.edu.ge/;
რეკომენდაციები:
რჩევები პროგრამის განვითარებისთვის
საუკეთესო პრაქტიკა (არსებობის შემთხვევაში):
მნიშვნელოვანი მიღწევები და/ან პროგრესი (მოქმედი აკრედიტებული პროგრამის შემთხვევაში)
<p>შეფასება</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან</p> <p><input type="checkbox"/> მეტწილად შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან</p> <p><input type="checkbox"/> ნაწილობრივ შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან</p> <p><input type="checkbox"/> არ არის შესაბამისობაში მოთხოვნებთან</p>

<p>1.2 პროგრამის სწავლის შედეგები</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ პროგრამის სწავლის შედეგები აღწერს იმ ცოდნას, უნარებსა ან/და პასუხისმგებლობასა და ავტონომიურობას, რომლებსაც სტუდენტი იძენს პროგრამის დასრულებისას; ➤ პროგრამის სწავლის შედეგების შეფასების პროცესი მოიცავს სწავლის შედეგების გასაზომად საჭირო მონაცემთა განსაზღვრას, შეგროვებასა და ანალიზს; ➤ შეფასების შედეგები გამოიყენება პროგრამის გასაუმჯობესებლად.
<p>ციფრული მარკეტინგის პროგრამის მიზნებიდან გამომდინარე ჩამოყალიბებულია პროგრამის სწავლის შედეგები. პროგრამაში განსაზღვრულია 13 სწავლის შედეგი. სწავლის შედეგების ანალიზი აჩვენებს, რომ კურსდამთავრებულს პროგრამის გავლის შემდეგ ექნება როგორც მარკეტინგული საქმიანობის დაგეგმვის, ასევე დაგეგმვის პროცესში ციფრული მარკეტინგის გამოყენების უნარი. პროგრამის სწავლის შედეგები არის გაზომვადი და რეალისტური, შეესაბამება კვალიფიკაციის შესაბამის დონესა და მისანიჭებელ კვალიფიკაციას; პროგრამის სწავლის შედეგების ჩამოყალიბებისას გათვალისწინებულია შრომის ბაზარზე არსებული მოთხოვნილებები. თუმცა, სწავლის შედეგებთან მიმართებით გაგვაჩნია გარკვეული მოსაზრება. ვფიქრობთ, რომ მესამე სწავლის შედეგი „იყენებს მარკეტინგული კვლევის ინსტრუმენტებს რაოდენობრივი და თვისებრივი კვლევების დაგეგმვის, მათი იმპლემენტაციის და მონაცემთა ანალიზის შესასრულებლად“ და მეოთხე სწავლის შედეგი „იყენებს მარკეტინგული კვლევის პრინციპებს და მეთოდებს მომხმარებლის საჭიროებების, მისი სამომხმარებლო ქცევისა და ბაზრის შესწავლის პროცესში“ შინაარსობრივად მსგავსია და საჭიროებს დახვეწას. ამას გარდა, სწავლის შედეგი „ითვალისწინებს</p>

ციფრული მარკეტინგის ინსტრუმენტების მუდმივად განახლებად ხასიათს“ ნაკლებად ექვემდებარება გაზოვას და ამ სწავლის შედეგის ფორმულირება საჭიროებს კორექტირებას იმისათვის რომ იყოს გაზომვადი.

საგანმანათლებლო პროგრამის ფარგლებში შემუშავებულია პროგრამის სწავლის შედეგების შეფასების მექანიზმი. მექანიზმი მოიცავს სწავლის შედეგებისა და პროგრამის სწავლის მიზნებს შორის მიმართებას; სწავლის შედეგების რუკას, სადაც მოცემულია სწავლის შედეგებსა და სასწავლო კურსებს შორის კავშირი; სწავლის შედეგების მიღწევის დონე და სამიზნე ნიშნულებს. პროგრამის ფარგლებში ხდება სწავლის შედეგების შეფასების მონიტორინგი და სამიზნე ნიშნულებთან დადარება. სწავლის შედეგების შეფასებისას გამოიყენება როგორც პირდაპირი, ასევე არაპირდაპირი შეფასების მეთოდები;

პროგრამის განმახორციელებელი აკადემიური პერსონალი ჩართულია პროგრამის შემუშავებისა და გაუმჯობესების პროცესში. კერძოდ ჩართულნი იყვნენ პროგრამის სწავლის მიზნებისა და შედეგების ფორმულირებაში.

მტკიცებულებები/ინდიკატორები

- ციფრული მარკეტინგის საბაკალავრო პროგრამა;
- სწავლის შედეგების შეფასების მექანიზმი;
- სწავლის შედეგების რუკა;
- ინტერვიუს შედეგები;
- დამსაქმებელთა კვლევა;

რეკომენდაციები:

- რეკომენდებულია ციფრული მარკეტინგის საბაკალავრო პროგრამის მე-3, მე-4 და მე-12 სწავლის შედეგების ფორმულირების დახვეწა;

რჩევები პროგრამის განვითარებისთვის

საუკეთესო პრაქტიკა (არსებობის შემთხვევაში):

მნიშვნელოვანი მიღწევები და/ან პროგრესი (მოქმედი აკრედიტებული პროგრამის შემთხვევაში)

შეფასება

- შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან
- მეტწილად შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან
- ნაწილობრივ შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან
- არ არის შესაბამისობაში მოთხოვნებთან

პროგრამის სტანდარტთან შესაბამისობა

სტანდარტი	შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან	მეტწილად შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან	ნაწილობრივ შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან	არ არის შესაბამისობაში მოთხოვნებთან
საგანმანათლებლო პროგრამის მიზანი, სწავლის შედეგები და მათთან პროგრამის შესაბამისობა	✓			

2. სწავლების მეთოდოლოგია და ორგანიზება, პროგრამის ათვისების შეფასების ადეკვატურობა

პროგრამაზე დაშვების წინაპირობები, პროგრამის სტრუქტურა, შინაარსი, სწავლება-სწავლის მეთოდები და სტუდენტთა შეფასება უზრუნველყოფს დასახული მიზნებისა და მოსალოდნელი სწავლის შედეგების მიღწევას.

2.1 პროგრამაზე დაშვების წინაპირობები

უსდ-ს განსაზღვრული აქვს პირთა პროგრამაზე დაშვების შესაბამისი, გამჭვირვალე, სამართლიანი, საჯარო და ხელმისაწვდომი წინაპირობები და პროცედურები.

„ციფრული მარკეტინგის“ საბაკალავრო პროგრამაზე სწავლის უფლება აქვს სრული ზოგადი განათლების მქონე პირს ერთიანი ეროვნული გამოცდების შედეგების საფუძველზე ან ეროვნული გამოცდების გავლის გარეშე საქართველოს კანონმდებლობით დადგენილი წესის შესაბამისად.

პროგრამაზე მიღების პირობები და მიღებასთან დაკავშირებული სხვა მნიშვნელოვანი ინფორმაცია ყოველწლიურად თავსდება შეფასებებისა და გამოცდების ეროვნული ცენტრის ვებ-გვერდზე და ცნობარში. პროგრამაზე მიღების ზემოაღნიშნული პირობები შესაბამისობაშია მოქმედ კანონმდებლობასთან.

ციფრული მარკეტინგის საბაკალავრო საგანმანათლებლო პროგრამაზე მობილობის წესით ჩარიცხვა შესაძლებელია საქართველოს განათლებისა და მეცნიერების სამინისტროს მიერ დადგენილ ვადებში, სავალდებულო პროცედურებისა და უნივერსიტეტის მიერ დადგენილი წესების დაცვით პირი, რომელსაც პროგრამაზე სურს სწავლა და მისი მშობლიური ენა არ არის ქართული, ვალდებულია დაადასტუროს ქართული ენის არანაკლებ B1.2 დონის ფლობა ან გაიაროს შიდა გამოცდა (ტესტირება) ქართულ ენაში;

<p>მტკიცებულებები/ინდიკატორები</p> <ul style="list-style-type: none"> • ციფრული მარკეტინგის საბაკალავრო პროგრამა; • პროგრამის თვითშეფასების დოკუმენტი; • სტუდენტთა გამოკითხვის შედეგები; • ინტერვიუების შედეგები; • უნივერსიტეტის ვებ გვერდი - https://btu.edu.ge/ ;
<p>რეკომენდაციები:</p>
<p>რჩევები პროგრამის განვითარებისთვის</p>
<p>საუკეთესო პრაქტიკა (არსებობის შემთხვევაში):</p>
<p>მნიშვნელოვანი მიღწევები და/ან პროგრესი (მოქმედი აკრედიტებული პროგრამის შემთხვევაში)</p>
<p>შეფასება</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან</p> <p><input type="checkbox"/> მეტწილად შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან</p> <p><input type="checkbox"/> ნაწილობრივ შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან</p> <p><input type="checkbox"/> არ არის შესაბამისობაში მოთხოვნებთან</p>

<p>2.2 საგანმანათლებლო პროგრამის სტრუქტურა და შინაარსი</p> <p>პროგრამა შედგენილია უსდ-ში მოქმედი საგანმანათლებლო პროგრამების დაგეგმვის, შემუშავებისა და განვითარების მეთოდოლოგიის გამოყენებით. პროგრამის შინაარსი ითვალისწინებს პროგრამაზე დაშვების წინაპირობებსა და სწავლის შედეგებს. პროგრამის სტრუქტურა თანმიმდევრული და ლოგიკურია. შინაარსი და სტრუქტურა უზრუნველყოფს პროგრამის სწავლის შედეგების მიღწევას. მისანიჭებელი კვალიფიკაცია შესაბამისობაშია პროგრამის შინაარსთან და სწავლის შედეგებთან.</p> <p>ციფრული მარკეტინგის საბაკალავრო პროგრამა შედგენილია საგანმანათლებლო პროგრამის დაგეგმვის, შემუშავებისა და განვითარების მეთოდოლოგიის გამოყენებით. პროგრამის სტრუქტურა მოიცავს 240 კრედიტს. აქედან სწავლის ძირითადი სფეროს კომპონენტები განისაზღვრა 147 კრედიტით, რომელიც მოიცავს მოიცავს თავისუფალ (სავალდებულო) კომპონენტებს - 26 კრედიტით; პროგრამის სტრუქტურა შემდეგ ძირითად კომპონენტებს მოიცავს: სწავლის ძირითადი სფეროს კომპონენტები; თავისუფალი (სავალდებულო) კომპონენტები; არჩევითი კომპონენტები და დამატებითი პროგრამა. სწავლის ძირითადი სფეროში შედის ტრადიციული მარკეტინგისა და ციფრული მარკეტინგის სასწავლო კურსები. პროგრამის ფარგლებში ისწავლება 6 ციფრული მარკეტინგის სასწავლო კურსი. თავისუფალ კომპონენტების ფარგლებში ისწავლება ინგლისური ენა, ციფრული ტექნოლოგიების პრინციპები, მათემატიკა ბიზნესისათვის 1 და 2, კრეატიული აზროვნება, შესავალი მეწარმეობაში. პროგრამის ძირითადი სასწავლო კურსების სფეროს ფარგლებში სტუდენტებს სთავაზობენ მარკეტინგის სიმულაციურ თამაშს MARKSTRAT. რომელიც ძირითადად</p>

აგებულია მარკეტინგული სტრატეგიის გარშემო. თუმცა აღნიშნულ პლატფორმას გააჩნია ციფრული მარკეტინგის სიმულაციური თამაში, რომლის შეთავაზება სტუდენტებისათვის მარკეტინგული სტრატეგიის სიმულაციურ თამაშთან ერთად პროგრამას მეტად ღირებულს გახდიდა პრაქტიკული უნარების განვითარების კუთხით. აღსანიშნავია, რომ არჩევითი სასწავლო კურსები 47 კრედიტით არის განსაზღვრული და 14 სასწავლო კურსი არის შეთავაზებული.

მთლიანობაში ციფრული მარკეტინგის საბაკალავრო პროგრამის შინაარსი და სტრუქტურა შესაბამისობაშია მისანიჭებელ კვალიფიკაციასთან და უზრუნველყოფს პროგრამის სწავლის შედეგების მიღწევას, თუმცა სტრუქტურასთან დაკავშირებით გვაქვს გარკვეული მოსაზრება, კერძოდ პროგრამის ფარგლებში ისწავლება რაოდენობრივი კვლევა და მონაცემთა ანალიზი, რომლის დამლევა სტუდენტისათვის ბევრად გამარტივდება თუ აღნიშნული სასწავლო კურსის წინაპირობად განისაზღვრება „სტატისტიკა ბიზნესში“ სასწავლო კურსი. ასევე საჭიროა, რომ პროგრამის ფარგლებში ისწავლებოდეს აკადემიური წერა, რაც სტუდენტებს გაუდვილებს როგორც პროექტების მომზადებას, რაც პროგრამაში მრავლადაა შეთავაზებული, ასევე მომდევნო საფეხურზე გადასვლისას სამაგისტრო ნაშრომის მომზადებას.

გასაუბრებიდან ირკვევა, რომ პროგრამის შემუშავების პროცესში ჩართულია დაინტერესებული მხარეები.

მტკიცებულებები/ინდიკატორები

- ციფრული მარკეტინგის საბაკალავრო პროგრამა;
- პროგრამის თვითშეფასების დოკუმენტი;
- საგანმანათლებლო პროგრამის დაგეგმვის, შემუშავებისა და განვითარების მეთოდოლოგია;
- სტუდენტთა გამოკითხვის შედეგები;
- ინტერვიუები პროგრამის ხელმძღვანელთან, უნივერსიტეტის ხარისხის უზრუნველყოფის სამსახურის უფროსთან;
- უნივერსიტეტის ვებ გვერდი <https://btu.edu.ge/>;

რეკომენდაციები:

- რეკომენდებულია პროგრამის ფარგლებში ისწავლებდეს სასწავლო კურსები სტატისტიკა ბიზნესისათვის და აკადემიური წერა;
- რეკომენდებულია ციფრული მარკეტინგის საბაკალავრო პროგრამის მიზნებიდან და სწავლის შედეგებიდან გამომდინარე უზრუნველყოფილ იქნას სიმულაციური თამაშის MARKSTRAT-ის ციფრული მარკეტინგის კომპონენტის შეთავაზება.

რჩევები პროგრამის განვითარებისთვის

საუკეთესო პრაქტიკა (არსებობის შემთხვევაში):

მნიშვნელოვანი მიღწევები და/ან პროგრესი (მოქმედი აკრედიტებული პროგრამის შემთხვევაში)

შეფასება

- შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან
- მეტწილად შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან**
- ნაწილობრივ შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან
- არ არის შესაბამისობაში მოთხოვნებთან

2.3. სასწავლო კურსი

- ძირითადი სფეროს თითოეული სასწავლო კურსის სწავლის შედეგები შეესაბამება პროგრამის სწავლის შედეგებს, ხოლო ყოველი სასწავლო კურსის/საგნის/მოდულის/კონცენტრაციის შინაარსი და კრედიტების რაოდენობა შეესაბამება ამ კურსის სწავლის შედეგებს;
- სილაბუსში მითითებული სასწავლო მასალა დაფუძნებულია სწავლის სფეროს აქტუალურ მიღწევებზე და უზრუნველყოფს პროგრამის სწავლის შედეგების მიღწევას.

ციფრული მარკეტინგის საგანმანათლებლო პროგრამის თითოეული სასწავლო კურსის სწავლის შედეგები შესაბამისობაშია პროგრამაში არსებულ სწავლის შედეგებთან, რაც წარმოდგენილია პროგრამის სწავლის შედეგების და სასწავლო კურსების სწავლის შედეგების შესაბამისობის რუკის სახით. ასევე, თითოეული სასწავლო კურსის სწავლის შედეგები შეესაბამება ეროვნული კვალიფიკაციის ჩარჩოს მიერ რანჟირებულ კვალიფიკაციის მეექვსე დონეს. ყოველი სასწავლო კურსის კრედიტების რაოდენობა დადგენილია შესაბამისი სასწავლო კურსის მიზნით გათვალისწინებული სწავლის შედეგების, სხვადასხვა სწავლა-სწავლების მეთოდების საჭიროებისა და ასათვისებელი მასალის სირთულისა და მოცულობის შესაბამისად. სილაბუსებში მითითებული სასწავლო მასალა დაფუძნებულია დარგში არსებულ სიახლეებზე და შესაბამის მიღწევებზე, რაც უზრუნველყოფს პროგრამით გათვალისწინებულ სწავლის შედეგების მიღწევას. ამასთან, უნივერსიტეტი პერმანენტულად ანახლებს ბიბლიოთეკაში წიგნად ფონდს და ელექტრონულ ბაზებს.

თუმცა, სასწავლო კურსის „რაოდენობრივი კვლევა და მონაცემთა ანალიზი“ შინაარსთან გვაქვს გარკვეული მოსაზრება. კერძოდ, აღნიშნული სასწავლო კურსის ფარგლებში ისწავლება მარკეტინგისა და მარკეტინგული კვლევის ისეთი საკითხები, როგორცაა მარკეტინგული კვლევის არსი, მარკეტინგული კვლევის პრობლემების განსაზღვრა, მარკეტინგული კვლევის დიზაინი, მარკეტინგული კვლევის კითხვარები. ვფიქრობთ, ეს საკითხები არ მიეკუთვნება რაოდენობრივი კვლევისა და ანალიზის სასწავლო კურსის საკითხებს და საჭიროებს აღნიშნული სასწავლო კურსის შინაარსის კორექტირებას. კერძოდ სილაბუსის შინაარსის ანალიზიდან ვლინდება, რომ რაოდენობრივი კვლევის შემდეგი საკითხები მკაფიოდ არ არის წარმოჩენილი სასწავლო კურსის შინაარსში. კერძოდ, ჰიპოთეზის ტესტირების პროცესი, კვლევისა და სტატისტიკური დიზაინი, რენდომიზირებული ფაქტორული ექსპერიმენტი ფაქტორული ANOVA-ს გამოყენებით,

<p>ორფაქტორიანი და მრავალფაქტორიანი კორელაცია და მრავალფაქტორიანი რეგრესული ანალიზი და ა.შ.</p> <p>სასწავლო კურსების სილაბუსების ანალიზიდან ვლინდება, რომ სასწავლო კურსის თითოეული სწავლის შედეგის მიღწევა ფასდება.</p>
<p>მტკიცებულებები/ინდიკატორები</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ ციფრული მარკეტინგის საგანმანათლებლო საბაკალავრო პროგრამა; ○ სასწავლო კურსების სილაბუსები; ○ ინტერვიუს შედეგები;
<p>რეკომენდაციები:</p> <ul style="list-style-type: none"> • რეკომენდებულია სასწავლო კურსის „რაოდენობრივი კვლევა და მონაცემთა ანალიზი“ შინაარსის კორექტირება.
<p>რჩევები პროგრამის განვითარებისთვის</p>
<p>საუკეთესო პრაქტიკა (არსებობის შემთხვევაში):</p>
<p>მნიშვნელოვანი მიღწევები და/ან პროგრესი (მოქმედი აკრედიტებული პროგრამის შემთხვევაში)</p>
<p>შეფასება</p> <p><input type="checkbox"/> შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> მეტწილად შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან</p> <p><input type="checkbox"/> ნაწილობრივ შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან</p> <p><input type="checkbox"/> არ არის შესაბამისობაში მოთხოვნებთან</p>

<p>2.4 პრაქტიკული, სამეცნიერო/კვლევითი/შემოქმედებითი/საშემსრულებლო და ტრანსფერული უნარების განვითარება</p>
<p>პროგრამა უზრუნველყოფს, სწავლის შედეგების შესაბამისად, სტუდენტთა პრაქტიკული, სამეცნიერო/კვლევითი/შემოქმედებითი/საშემსრულებლო და ტრანსფერული უნარების განვითარებას და/ან მათ კვლევით პროექტებში ჩართვას.</p>
<p>ციფრული მარკეტინგის საბაკალავრო საგანმანათლებლო პროგრამა უზრუნველყოფს პრაქტიკული უნარების განვითარებას. აღნიშნული უნარების გამომუშავების მიზნით პროგრამა ითვალისწინებს მარკეტინგულ სიმულაციურ თამაშს MARKSTRAT-ს, რომელიც ფოკუსირებულია მარკეტინგული სტრატეგიის საკითხებზე. აღნიშნული სიმულაციის ფარგლებში სტუდენტები იყოფიან გუნდებად, რომლებსაც იყვანენ კონკურენტი კომპანიები. გუნდები შეეჯიბრებიან ერთმანეთს ორი ტიპის</p>

სამომხმარებლო პროდუქტის ბაზარზე ლიდერობაში. ამ კურსის მსვლელობისას გუნდებს ევალებათ შეიმუშაონ კომპანიებისთვის გრძელვადიანი მარკეტინგული სტრატეგია.

ამასთან, სასწავლო კურსებში გათვალისწინებულია პრაქტიკული უნარების განმავითარებელი სწავლების მეთოდები, კერძოდ გამოყენებულია ქვისების განხილვის, პრობლემაზე დაფუძნებული სწავლება (PBL), პროექტების მომზადების, როლური და სიტუაციური თამაშები და ა.შ მეთოდები. უნივერსიტეტს 116 ორგანიზაციასთან აქვს გაფორმებული ურთიერთთანამშრომლობის მემორანდუმი.

მტკიცებულებები/ინდიკატორები

- ციფრული მარკეტინგის საბაკალავრო პროგრამა;
- სასწავლო კურსის სილაბუსები;
- პროგრამის ხელმძღვანელთან გასაუბრების შედეგი;
- სტუდენტებთან გასაუბრების შედეგი;
- აკადემიურ და მოწვეულ პეროანლთან გასაუბრების შედეგი.

რეკომენდაციები:

რჩევები პროგრამის განვითარებისთვის

საუკეთესო პრაქტიკა (არსებობის შემთხვევაში):

მნიშვნელოვანი მიღწევები და/ან პროგრესი (მოქმედი აკრედიტებული პროგრამის შემთხვევაში)

შეფასება

■ შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან

მეტწილად შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან

ნაწილობრივ შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან

არ არის შესაბამისობაში მოთხოვნებთან

2.5 სწავლება-სწავლის მეთოდები

პროგრამა ხორციელდება სტუდენტზე ორიენტირებული სწავლება-სწავლის მეთოდების გამოყენებით. სწავლება-სწავლის მეთოდები შეესაბამება სწავლების საფეხურს, კურსის შინაარსს, სწავლის შედეგებს და უზრუნველყოფს მათ მიღწევას.

ციფრული მარკეტინგის საბაკალავრო პროგრამის ფარგლებში გამოყენებულია სწავლება-სწავლის შემდეგი ადეკვატური მეთოდები და აქტივობები: ლექცია, სამუშაო ჯგუფში მუშაობა, ელექტრონული რესურსით სწავლება და სხვ., სწავლება-სწავლის მეთოდები მოიცავს სხვადასხვა აქტივობებს: დისკუსია-დებატები, პრობლემაზე დაფუძნებული სწავლება, შემთხვევის ანალიზი,

სინთეზი, ქმედებაზე ორიენტირებული სწავლება, დემონსტრირება და სხვ. სასწავლო კურსების ფარგლებში გამოყენებული სწავლებისა და სწავლის მეთოდები შეესაბამება სასწავლო კურსების შინაარსს, რაც შესაძლებელს ხდის სასწავლო კურსებით გათვალისწინებული სწავლის შედეგების მიღწევას.

ციფრული მარკეტინგის საბაკალავრო საგანმანათლებლო პროგრამის ფარგლებში შემუშავებულია სწავლება-სწავლის მეთოდებისა და პროგრამის სწავლის შედეგების შესაბამისობის რუკა, რომლის მეშვეობითაც დემონსტრირებულია პროგრამის ფარგლებში გამოყენებული სწავლებისა და სწავლის მეთოდების ადეკვატურობა, პროგრამით დასახული სწავლის შედეგების გამოყენებული მეთოდებით მიღწევის შესაძლებლობა. პროგრამით განსაზღვრული თითოეული სწავლის შედეგის შემთხვევაში მონიშნულია სწავლების ის მეთოდები, რომლებიც შესაბამისი სასწავლო კურსების ფარგლებშია გამოყენებული და რომლებიც უზრუნველყოფენ ამ კონკრეტული სწავლის შედეგის მიღწევას.

სასწავლო კურსის სპეციფიკიდან გამომდინარე ზემო აღწერილი სწავლა-სწავლების მეთოდების სხვადასხვა კომბინაცია არის გამოყენებული სასწავლო კურსებისათვის, რომელიც არის მოქნილი და ითვალისწინებს სტუდენტის ინდივიდუალურ საჭიროებებს.

მტკიცებულებები/ინდიკატორები

- ციფრული მარკეტინგის საბაკალავრო პროგრამა;
- სასწავლო კურსების სილაბუსები;
- სწავლის შედეგების შეფასების მექანიზმი;
- სწავლის შედეგების რუკა;
- პროგრამის ხელმძღვანელთან გასაუბრების შედეგები;
- აკადემიურ პერსონალთან გასაუბრების შედეგები;

რეკომენდაციები:

რჩევები პროგრამის განვითარებისთვის

საუკეთესო პრაქტიკა (არსებობის შემთხვევაში):

მნიშვნელოვანი მიღწევები და/ან პროგრესი (მოქმედი აკრედიტებული პროგრამის შემთხვევაში)

შეფასება

- შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან
- მეტწილად შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან
- ნაწილობრივ შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან
- არ არის შესაბამისობაში მოთხოვნებთან

--

2.6. სტუდენტების შეფასება

სტუდენტების შეფასება ხორციელდება დადგენილი პროცედურების მიხედვით, გამჭვირვალეა და კანონმდებლობასთან შესაბამისი.

ბიზნესისა და ტექნოლოგიების უნივერსიტეტში სტუდენტები ფასდებიან უნივერსიტეტის მიერ დადგენილი წესების შესაბამისად, რომელიც ამავდროულად თანხვედრაშია კანონმდებლობის მოთხოვნებთან. ციფრული მარკეტინგის საბაკალავრო პროგრამის სასწავლო კურსებში გამოყენებულია სწავლის შედეგების შეფასებისთვის რელევანტური მეთოდები. შეფასების კომპონენტები ნათლად არის ჩამოყალიბებული და ამასთან, დეტალურად არის აღწერილი კომპონენტის შეფასების სქემები. სილაბუსებში მკაფიოდ არის გაწერილი შეფასების პროცედურები, ვადები და შინაარსი. სასწავლო კურსების სილაბუსები სტუდენტებისთვის ხელმისაწვდომია სასწავლო პროცესის ადმინისტრირების ელექტრონულ სისტემაში BTU Classroom. ამავე სისტემაში შესაბამისი ვადის დაცვით აისახება სტუდენტის მიერ მიღებული შეფასებები, კურსის დასაძლევად თითოეულ კომპონენტში დასაგროვებელი ქულების მითითებით. შეფასების დროულად მიღება დადასტურდა როგორც ინტერვიუებზე, ისე სტუდენტთა აზრის კვლევების შედეგებით.

ინტერვიუებზე როგორც სტუდენტებმა, ისე აკადემიურმა პერსონალმა დაადასტურა, რომ სასწავლო კურსების მნიშვნელოვან კომპონენტებზე სტუდენტები შეფასებასთან ერთად იღებენ უკუკავშირსაც. იმ შემთხვევაში, თუკი სტუდენტი უკმაყოფილოა საკუთარი შეფასებით რომელიმე კომპონენტში, დაწესებულება უზრუნველყოფს შეფასების გასაჩივრების მექანიზმის გამართულ მუშაობას. აღნიშნულ პრაქტიკას პირადი გამოცდილებით ადასტურებენ როგორც სტუდენტები, ისე ლექტორები. ამასთან, დაწესებულება უზრუნველყოფს საჩივრის ელექტრონული ფორმით მიღებას და შემდგომში, გასაჩივრებული ნაშრომის ანონიმურ შესწორებას სხვა შემფასებლის მიერ.

საგულისხმოა, რომ სასწავლო კურსის ავტორები უმეტესწილად იცნობენ შეფასების თანამედროვე მეთოდებს. დანაკლისის შევსებაში მათ აქტიურ მხარდაჭერას უცხადებს დაწესებულების ხარისხის უზრუნველყოფის სამსახური, რომელიც აღნიშნული მიზნის მისაღწევად გეგმავს სხვადასხვა შინაარსის ტრენინგ-კურსებსაც.

ხარისხის უზრუნველყოფის სამსახური ასევე აქტიურად ახორციელებს შეფასების შედეგების ანალიზს და იყენებს კვლევის შედეგებს სასწავლო პროცესის გაუმჯობესების მიზნით. კვლევის შედეგები გამოიყენება ახალი პროგრამებისა და სასწავლო კურსების დაგეგმვის ნაწილშიც. შეფასებების გადანაწილების პროგნოზებში მნიშვნელოვანი ცდომილებების შემთხვევაში დაწესებულება ინდივიდუალურად სწავლობს სასწავლო კურსის შინაარსსა და შეფასების მეთოდებს. სტუდენტების აზრის კვლევის თანახმად, სასწავლო კურსების ლექტორები სამართლიანად და გამჭვირვალედ აფასებენ დავალებებს, შუალედურ გამოცდებსა და ფინალურ გამოცდებს. ამასთან,

კრიტერიუმებისთვის სიცხადის შექმნის მიზნით, სასწავლო კურსების პირველი სალექციო საათი სწორედ სილაბუსის შინაარსისა და შეფასების კომპონენტების განხილვას ეთმობა.

მტკიცებულებები/ინდიკატორები

- ციფრული მარკეტინგის საბაკალავრო პროგრამა;
- სასწავლო კურსების სილაბუსები;
- თვითშეფასების ანგარიში;
- საგანმანათლებლო პროგრამის დაგეგმვის, შემუშავებისა და განვითარების მეთოდოლოგია;
- ციფრული მარკეტინგის პროგრამის რუკა;
- სტუდენტთა, კურსდამთავრებულთა და დამსაქმებელთა გამოკითხვების შედეგების ანალიზის დოკუმენტი;
- სტუდენტთა გამოკითხვების შედეგები სხვადასხვა სასწავლო წლისთვის;
- ინტერვიუ თვითშეფასების ჯგუფთან, აკადემიურ და მოწვეულ პერსონალთან, ხარისხის სამსახურის ხელმძღვანელსა და სტუდენტებთან;

რეკომენდაციები:

რჩევები პროგრამის განვითარებისთვის

საუკეთესო პრაქტიკა (არსებობის შემთხვევაში):

მნიშვნელოვანი მიღწევები და/ან პროგრესი (მოქმედი აკრედიტებული პროგრამის შემთხვევაში)

შეფასება

- შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან
- მეტწილად შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან
- ნაწილობრივ შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან
- არ არის შესაბამისობაში მოთხოვნებთან

პროგრამის სტანდარტთან შესაბამისობა

სტანდარტი	შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან	მეტწილად შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან	ნაწილობრივ შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან	არ არის შესაბამისობაში მოთხოვნებთან
სწავლების მეთოდოლოგია და ორგანიზება,		✓		

პროგრამის ათვისების შეფასების ადეკვატურობა				
---	--	--	--	--

3. სტუდენტთა მიღწევები, მათთან ინდივიდუალური მუშაობა

პროგრამა უზრუნველყოფს სტუდენტზე ორიენტირებული გარემოს შექმნას, შესაბამისი სერვისების შეთავაზებით; ხელს უწყობს სტუდენტების მაქსიმალურ ინფორმირებას, ახორციელებს მრავალფეროვან ღონისძიებებს და ხელს უწყობს სტუდენტების ჩართულობას ადგილობრივ და/ან საერთაშორისო პროექტებში.

3.1 სტუდენტთა საკონსულტაციო მომსახურება

სტუდენტი იღებს სასწავლო პროცესის დაგეგმვაზე, აკადემიური მიღწევების გაუმჯობესებაზე, დასაქმებაზე სათანადო კონსულტაციას და კარიერულ განვითარებასთან დაკავშირებით მხარდაჭერას.

ბიზნესისა და ტექნოლოგიების უნივერსიტეტი უზრუნველყოფს სტუდენტებს ეფექტიანი საკონსულტაციო სერვისებით. სტუდენტები იღებენ ინფორმაციას და კონსულტაციას როგორც სასწავლო პროცესის დაგეგმვაზე, ისე გაცვლით პროგრამებზე, დასაქმებასა და სხვა ექსტრაკურსულარულ შესაძლებლობებზე.

სასწავლო პროცესის მართვის სამსახური, ფაკულტეტის დეკანი და სასწავლო კურსების ლექტორები ერთობლივად უზრუნველყოფენ სტუდენტთა კონსულტირებას სასწავლო პროცესის დაგეგმვასთან დაკავშირებით. იქნება ეს ადმინისტრაციული თუ სხვა ხასიათის საკითხი.

სტუდენტების ინფორმირების დონე უნივერსიტეტის მიერ დაწესებული შეზღუდვების შესახებ მაღალია - სტუდენტები იცნობენ ეთიკის კოდექსს, პლაგიატთან დაკავშირებულ წესებს, მათ შორის ფლობენ ინფორმაციას სანქციებთან დაკავშირებითაც. გარდა ამისა, სტუდენტები აქტიურად უზიარებენ უკუკავშირს დაწესებულების წარმომადგენლებს, სასწავლო პროცესში ხარვეზის ან დარღვევის დაფიქსირების შემთხვევაში, რაც თანამშრომლობით ურთიერთობასაც ავითარებს.

გაცვლითი პროგრამების და სხვა საერთაშორისო აქტივობების შესახებ სტუდენტთა ინფორმირებას დაწესებულებაში საერთაშორისო ურთიერთობების სამსახური უზრუნველყოფს. ინტერვიუებზე დადასტურდა სამსახურის ეფექტიანი კომუნიკაცია სტუდენტებთან, მათ შორის, განხილულ იქნა სტუდენტების წარსული გამოცდილება გაცვლითი პროგრამისთვის შესარჩევ კონკურსში მონაწილეობაზე და შეფასდა დადებითად.

კარიერული განვითარების ცენტრი აქტიურად თანამშრომლობს დამსაქმებლებთან და სტუდენტებს მუდმივ რეჟიმში უზიარებს ინფორმაციას რელევანტურ ვაკანსიებთან დაკავშირებით. ცენტრი

ორგანიზებას უწევს დასაქმების ფორუმებსაც. დაწესებულების მიერ წარმოდგენილი ანგარიშით დასტურდება ცენტრის ეფექტიანი საქმიანობა, მათ შორის სტუდენტების პროფესიით დასაქმების მიმართულებით.

საერთო ჯამში, სტუდენტების ინფორმირების მაჩვენებელი მაღალია - ისინი აქტიურ რეჟიმში იღებენ მთლიან ინფორმაციას გაცვლით პროგრამებზე, ვაკანსიებზე, დაწესებულებაში დაგეგმილ ღონისძიებებზე, უნივერსიტეტის პარტნიორი ორგანიზაციების მიერ ორგანიზებულ ვორქშოპებზე, კონკურსებსა თუ ტრენინგ-კურსებზე.

მტკიცებულებები/ინდიკატორები

- პროგრამის თვითშეფასების ანგარიში;
- საერთაშორისო ურთიერთობების სამსახურის, კარიერული განვითარების ცენტრის, სასწავლო პროცესის მართვის სამსახურისა და მეწარმეობის ცენტრის დებულებები (დაწესებულებების ვებ-გვერდი - BTU - Business and Technology University- მარეგულირებელი დოკუმენტები);
- ბიზნესისა და ტექნოლოგიების უნივერსიტეტის 2021 წლის წიგნაკრები (დაწესებულებების ვებ-გვერდი - BTU - Business and Technology University- NewsLetter);
- სტუდენტთა, კურსდამთავრებულთა და დამსაქმებელთა გამოკითხვების შედეგების ანალიზის დოკუმენტი;
- ინტერვიუ თვითშეფასების ჯგუფთან, სტუდენტებთან და დამსაქმებლებთან;

რეკომენდაციები:

რჩევები პროგრამის განვითარებისთვის

საუკეთესო პრაქტიკა (არსებობის შემთხვევაში):

მნიშვნელოვანი მიღწევები და/ან პროგრესი (მოქმედი აკრედიტებული პროგრამის შემთხვევაში)

შეფასება

- შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან
- მეტწილად შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან
- ნაწილობრივ შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან
- არ არის შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან

3.2 მაგისტრანტთა და დოქტორანტთა ხელმძღვანელობა

მაგისტრანტებსა და დოქტორანტებს ჰყავთ კვალიფიციური ხელმძღვანელი.

<p>სტანდარტის მოთხოვნებთან შესაბამისობის აღწერითი მიმოხილვა და ანალიზი</p> <p>○</p> <p>არ შეფასდა.</p>
<p>მტკიცებულებები/ინდიკატორები</p> <p>○ კომპონენტის მტკიცებულებები/ინდიკატორები შესაბამისი დოკუმენტებისა და ინტერვიუს შედეგების ჩათვლით</p>
<p>რეკომენდაციები:</p> <p>წინადადება(ები), რომელიც უსდ-მ უნდა გაითვალისწინოს იმისათვის რომ პროგრამამ დააკმაყოფილოს სტანდარტის მოთხოვნები</p>
<p>რჩევები პროგრამის განვითარებისთვის</p> <p>არასავალდებულო ხასიათის რჩევები პროგრამის განვითარებისთვის</p>
<p>საუკეთესო პრაქტიკა (არსებობის შემთხვევაში):</p> <p>○ პრაქტიკა, რომელიც არის გამორჩეულად ეფექტური და რომელიც შეიძლება გახდეს სამიზნე ნიშნული ან მაგალითი სხვა საგანმანათლებლო პროგრამებისათვის</p>
<p>მნიშვნელოვანი მიღწევები და/ან პროგრესი (მოქმედი აკრედიტებული პროგრამის შემთხვევაში)</p> <p>○ მნიშვნელოვანი მიღწევები და/ან პროგრესი, რომელიც პროგრამაში განხორციელდა წინა აკრედიტაციის შემდეგ (ასეთის არსებობის შემთხვევაში)</p> <p>○</p>
<p>შეფასება</p> <p>○ გთხოვთ, შეაფასოთ პროგრამის სტანდარტის აღნიშნულ კომპონენტთან შესაბამისობა</p> <p><input type="checkbox"/> შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან</p> <p><input type="checkbox"/> მეტწილად შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან</p> <p><input type="checkbox"/> ნაწილობრივ შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან</p> <p><input type="checkbox"/> არ არის შესაბამისობაში მოთხოვნებთან</p>

პროგრამის სტანდარტთან შესაბამისობა

სტანდარტი	შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან	მეტწილად შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან	ნაწილობრივ შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან	არ არის შესაბამისობაში მოთხოვნებთან

სტუდენტთა მიღწევები, მათთან ინდივიდუალური მუშაობა	✓			
---	---	--	--	--

4. სწავლების რესურსებით უზრუნველყოფა

ადამიანური, მატერიალური, საინფორმაციო და ფინანსური რესურსები უზრუნველყოფს პროგრამის მდგრად, სტაბილურ, ეფექტიან და ეფექტურ ფუნქციონირებას და განსაზღვრული მიზნების მიღწევას.

<p>4.1 ადამიანური რესურსი</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ პროგრამას ახორციელებენ შესაბამისი კვალიფიკაციის მქონე პირები, რომლებსაც აქვთ პროგრამით გათვალისწინებული სწავლის შედეგების გამომუშავებისათვის აუცილებელი კომპეტენცია; ➤ პროგრამის განმახორციელებელი აკადემიური/სამეცნიერო და მოწვეული პერსონალის რაოდენობა და დატვირთვა უზრუნველყოფს საგანმანათლებლო პროგრამით განსაზღვრული სასწავლო პროცესის წარმართვას და ასევე, სამეცნიერო-კვლევითი/შემოქმედებითი/საშემსრულებლო საქმიანობისა და სხვა მათზე დაკისრებული ფუნქციების ჯეროვან შესრულებას. აკადემიურ და მოწვეულ პერსონალს შორის ბალანსი უზრუნველყოფს პროგრამის მდგრადობას; ➤ პროგრამის ხელმძღვანელს გააჩნია პროგრამის შემუშავებისათვის აუცილებელი ცოდნა და გამოცდილება და უშუალოდაა ჩართული პროგრამის განხორციელებაში; ➤ პროგრამის სტუდენტები, უსდ-ის მიერ უზრუნველყოფილები არიან სათანადო რაოდენობისა და შესაბამისი კომპეტენციის მქონე ადმინისტრაციული და დამხმარე პერსონალით. 	<p>ბტუ-ს ციფრული მარკეტინგის საგანმანათლებლო პროგრამის განხორციელებაში ჩართულია 69 პერსონალი (მათ შორის, აკადემიური და მოწვეული პერსონალი), რომელმაც უნდა უზრუნველყოს საბაკალავრო პროგრამით განსაზღვრული სასწავლო პროცესის წარმართვა და სტუდენტებისთვის კვალიფიკაციის შესაბამისი სწავლის შედეგების გამომუშავება. პროგრამას ახორციელებს სულ 27 აკადემიური პერსონალი, მათ შორის 11 აფილირებული პერსონალი: 1 აფილირებული პროფესორი, 7 აფილირებული ასოცირებული პროფესორი, 3 აფილირებული ასისტენტ-პროფესორი. პროგრამის განხორციელებაში ჩართულია 43 მოწვეული პერსონალი. შესაბამისად, აკადემიურ და მოწვეულ პერსონალის შორის წილობრივი გადანაწილება არის 27/43. მათ შორის სწავლის ძირითადი სფეროს სავალდებულო ნაწილის 50 კრედიტს ახორციელებს უსდ-ს აკადემიური პერსონალი (1 - აფილირებული პროფესორი, 7 - აფილირებული ასოცირებული პროფესორი, 3 - აფილირებული ასისტენტ-პროფესორი), ხოლო 71 კრედიტს - მოწვეული. აღსანიშნავია, რომ მარკეტინგის მიმართულებით დარგობრივი კურსებს წარმართავს 3 ასოცირებული პროფესორი და 3 ასისტენტ პროფესორი. ბტუ-ს მიერ შემუშავებული პერსონალის დაგეგმვის მეთოდოლოგიის დოკუმენტში ასახული აკადემიური და მოწვეული პერსონალის რაოდენობის განსაზღვრის წესის თანახმად,</p>
--	---

უნივერსიტეტის ნებისმიერი ფაკულტეტის პროგრამის განმახორციელებელთა საერთო რაოდენობაში აკადემიური პერსონალის რაოდენობა უნდა იყო არანაკლებ 50%-სა, თანაფარდობა: 1/1. შესაბამისად, რეკომენდებულია გაიზარდოს პროგრამის განმახორციელებელი აკადემიური პერსონალის რაოდენობა, უსდ-ს მიერ შემუშავებული აკადემიური და მოწვეული პერსონალის რაოდენობის განსაზღვრის წესის თანახმად. გარდა ამისა, ვიანიდან ციფრული მარკეტინგის საგანმანათლებლო პროგრამის კურსდამთავრებულებს ენიჭებათ მარკეტინგის ბაკალავრის კვალიფიკაცია, პროგრამის მდგრადობის უზრუნველყოფის მიზნით მიზანშეწონილია დარგობრივი კომპეტენციის მქონე აკადემიური აფილირებული პერსონალის რაოდენობის გაზრდა.

ბტუ-ში აკადემიური პერსონალის თანამდებობაზე არჩევა ხდება „აკადემიური პერსონალის დასაკავებლად კონკურსის ჩატარების დებულების“ თანახმად მხოლოდ ღია კონკურსის წესით. დებულებაში ნათლად არის ჩამოყალიბებული კონკურსის ჩატარების პრინციპები და აკადემიურ თანამდებობაზე არჩევის პირობები, გათვალისწინებულია კონკურსის გასაჩივრების პროცედურაც. უსდ-ს მიერ განიხილება აკადემიური თანამდებობის დაკავების შესაძლებლობა აკადემიური და პროფესიული ნიშნით. ბტუ ვალდებულებას იღებს უზურუნველყოს გამჭირვალობის, თანასწორობის და სამართლიანი კონკურენციის პრინციპების დაცვა. ბტუ-ს უფლება აქვს მიიღოს გადაწყვეტილება აფილირებული პერსონალის შერჩევის კონკურსის ჩატარების ან/და მის გარეშე აფილირების შეთანხმების გაფორმების შესახებ. ბტუ-ს შინაგანაწესის თანახმად, უსდ უფლებამოსილია საგანმანათლებლო პროგრამების განხორციელების მიზნით მოიწვიოს (კონკურსის გარეშე დააკონტრაქტოს) ან კონკურსის წესით შეარჩიოს შესაბამისი კვალიფიკაციის მქონე სპეციალისტები. მოწვეული ლექტორის შერჩევის პროცესში ყურადღება ექცევა შესაბამის სფეროში განათლებას, პრაქტიკულ და პედაგოგიურ გამოცდილებას.

ბტუ-ში აკადემიური და მოწვეული პერსონალის შეფასების ერთ-ერთ მექანიზმად გამოყენებულია ინდივიდუალური დატვირთვის გეგმის შესრულების შესწავლა და მისი ანალიზი. ინდივიდუალური დატვირთვის გეგმის ფურცლის თანახმად აკადემიური და მოწვეული პერსონალის დატვირთვა ითვალისწინებს სტუდენტების კონსულტაციასაც. ბტუ-ს მიერ განსაზღვრული პერსონალის საგანმანათლებლო და კვლევითი საქმიანობის შეფასების წესის თანახმად, უსდ-ს ყოველწლიური თვითშეფასების ფარგლებში აკადემიური და მოწვეული პერსონალის ინდივიდუალური დატვირთვის შესრულებას შეისწავლის ფაკულტეტის დეკანი. ფაკულტეტის დეკანი ანალიზებს როგორც პერსონალის მიერ შესრულებულ საქმიანობას, ისე ინდივიდუალური დატვირთვის დარღვევის ფაქტებს, დგინდება დარღვევის გამომწვევი მიზეზები და ანალიზის საფუძველზე მუშავდება დასკვნები და რეკომენდაციები.

პროგრამაში ჩართული აკადემიური და მოწვეული პერსონალის პირადი საქმეების შესწავლის და გასაუბრებების შედეგად დგინდება, რომ პროგრამის განხორციელებაში ჩართული აკადემიური და მოწვეული პერსონალის კვალიფიკაცია მეტწილად შესაბამისობაშია უსდ-ს საკვალიფიკაციო მოთხოვნებთან, პერსონალის რაოდენობა და დატვირთვა უზურუნველყოფს საგანმანათლებლო

პროგრამით განსაზღვრული სასწავლო პროცესის წარმართვას, თუმცა შეინიშნება აფილირებული აკადემიური პერსონალის ნაწილის სისუსტე სამეცნიერო აქტივობის კუთხით, კერძოდ მათი მხრიდან ნაკლებად ფიქსირდება სამეცნიერო დარგობრივ კონფერენციებში მონაწილეობა, სამეცნიერო ნაშრომების, პუბლიკაციების გამოქვეყნება და ა.შ.

უნივერსიტეტს შემუშავებული აქვს პროგრამის ხელმძღვანელის შერჩევის, შეფასების, კომპეტენციის დადასტურების მექანიზმები, ასევე, თანამდებობრივი ინსტრუქცია, სადაც დეტალურად არის გაწერილი მისი ძირითადი უფლება-მოვალეობები და ვალდებულებები. პროგრამის ამჟამინდელ ხელმძღვანელს გააჩნია პროგრამის შემუშავებისთვის აუცილებელი ცოდნა და პრაქტიკული გამოცდილება,

ბტუ-ში შემუშავებულია პერსონალის დაგეგმვის წესი, რომელიც აღწერს ადმინისტრაციული, დამხმარე და საგანმანათლებლო პროგრამების განმახორციელებელი პერსონალის დაგეგმვის მეთოდოლოგიას. უსდ-ს მიერ დანერგილია და პერსონალის მართვის, შეფასებისა და განვითარების მექანიზმები, რომელიც ხელმისაწვდომია ბტუ-ს ვებ-გვერდზე. პროგრამის პოტენციური სტუდენტები უნივერსიტეტის მიერ უზრუნველყოფილი არიან სათანადო რაოდენობის და შესაბამისი კომპეტენციის ადმინისტრაციული და დამხმარე პერსონალით. მათგან მიღებულ სერვისს და დროულ უკუკავშირს პოზიტიურად აფასებენ არსებული სტუდენტები.

მტკიცებულებები/ინდიკატორები

- პროგრამის განმახორციელებელი აკადემიური და მოწვეული პერსონალის პირადი საქმეები, CV-ები;
- პროგრამის განმახორციელებელი პერსონალის ჩამონათვალი;
- პროგრამის ხელმძღვანელების და ადმინისტრაციული პერსონალის ფუნქციები და მოვალეობები;
- პერსონალის დაგეგმვის მეთოდოლოგია (განთავსებული ვებგვერდზე www.btu.edu.ge, ნახვის თარიღი: 21 ივლისი, 2021);
- აკადემიური პერსონალის აფილირებისა და დატვირთვის დებულება (განთავსებული ვებგვერდზე www.btu.edu.ge, ნახვის თარიღი: 21 ივლისი, 2021)
- აკადემიური თანამდებობის დასაკავებლად კონკურსის ჩატარების დებულება (განთავსებული ვებგვერდზე www.btu.edu.ge, ნახვის თარიღი: 21 ივლისი, 2021);
- პროგრამის თვითშეფასების ანგარიში;
- პერსონალის საგანმანათლებლო და კვლევითი საქმიანობის შეფასება;
- აფილირებული აკადემიური პერსონალის ინდივიდუალური დატვირთვის ფურცელი (მოწოდებული ვიზიტის დროს);
- ბტუ-ს შინაგანაწესი (განთავსებული ვებგვერდზე www.btu.edu.ge, ნახვის თარიღი: 21 ივლისი, 2021);

<ul style="list-style-type: none"> ○ ინტერვიუს შედეგები პროგრამის ხელმძღვანელთან, სტუდენტებთან, აკადემიურ და მოწვეულ პერსონალთან;
<p>რეკომენდაციები:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ რეკომენდებულია გაიზარდოს პროგრამის განმახორციელებელი აკადემიური პერსონალის რაოდენობა, უსდ-ს მიერ შემუშავებული აკადემიური და მოწვეული პერსონალის რაოდენობის განსაზღვრის წესის თანახმად; გარდა ამისა, ვიანიდან ციფრული მარკეტინგის საგანმანათლებლო პროგრამის კურსდამთავრებულებს ენიჭებათ მარკეტინგის ბაკალავრის კვალიფიკაცია, პროგრამის მდგრადობის უზრუნველყოფის მიზნით მიზანშეწონილია დარგობრივი კომპეტენციის მქონე აკადემიური აფილირებული პერსონალის რაოდენობის გაზრდა.
<p>რჩევები პროგრამის განვითარებისთვის</p>
<p>საუკეთესო პრაქტიკა (არსებობის შემთხვევაში):</p>
<p>მნიშვნელოვანი მიღწევები და/ან პროგრესი (მოქმედი აკრედიტებული პროგრამის შემთხვევაში)</p>
<p>შეფასება</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან <input checked="" type="checkbox"/> მეტწილად შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან <input type="checkbox"/> ნაწილობრივ შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან <input type="checkbox"/> არ არის შესაბამისობაში მოთხოვნებთან

<p>4.2 აკადემიური, სამეცნიერო და მოწვეული პერსონალის პროფესიული განვითარება</p>
<ul style="list-style-type: none"> ➤ დაწესებულება რეგულარულად აწარმოებს პროგრამაში ჩართული აკადემიური, სამეცნიერო და მოწვეული პერსონალის შეფასებასა და შედეგების ანალიზს; ➤ უსდ ზრუნავს აკადემიური, სამეცნიერო და მოწვეული პერსონალის პროფესიულ განვითარებაზე, ასევე ხელს უწყობს მათ მიერ სამეცნიერო/კვლევითი საქმიანობის განხორციელებას.
<p>პროგრამაში ჩართული პერსონალის შეფასება „პერსონალის მართვის, შეფასებისა და განვითარების მექანიზმების“ დოკუმენტის თანახმად, ხორციელდება 4 მიმართულებით ანალიზის საფუძველზე:</p> <p>1. პერსონალთან წინასწარ დადგენილი და შეთანხმებული ყოველწლიური ინდივიდუალური დატვირთვის შესრულების ანალიზი 2. პერსონალური უნარების და პასუხიმგებლობების შეფასება</p>

(ამ მიზნით შესაძლებელია გამოყენებული იყოს სტუდენტთა გამოკითხვები, ასევე მის მიმდინარე საქმიანობაზე დაკვირვება 3. სტუდენტთა აკადემიური მოსწრების შედეგების ანალიზი 4. ბტუ-ს საქმიანობაში ჩართულობის, სტუდენტთა განვითარებაზე და განსახორციელებელი სასწავლო კურსის სრულყოფაზე მიმართული საქმიანობა, რაც არის ნებაყოფლობითი. დამატებით, აფილირებული აკადემიური პერსონალის შემთხვევაში ხორციელდება სავალდებულო სამეცნიერო-კვლევითი საქმიანობის შეფასება. ბტუ-ს აკადემიური პერსონალის სამეცნიერო საქმიანობის მოთხოვნები აღწერილია პერსონალის საგანმანათლებლო და კვლევითი საქმიანობის შეფასების დოკუმენტში. აკადემიური პერსონალის სამეცნიერო-კვლევითი საქმიანობის პროდუქტიულობის შეფასებისთვის გამოიყენება სავალდებულოდ შესასრულებელი მინიმალური სტანდარტით და ასევე, აფილირებული აკადემიური პერსონალის დატვირთვის გეგმით გათვალისწინებული სხვა აქტივობები. აკადემიური პერსონალის სარეიტინგო ქულა გამომდინარეობს სამეცნიერო/კვლევითი/ინოვაციური ნაშრომი/პროდუქტის, ასევე, სამეცნიერო გრანტის, სამეცნიერო კონფერენციებში მომხსენებლის სტატუსით მონაწილეობის, თეზისების გამოქვეყნების და ა.შ. აქტივობების შეფასებით. შემაჯამებელი ქულების მიხედვით განისაზღვრება აკადემიური პერსონალის პროდუქტიულობის მაღალი, საშუალო და მინიმალური სტანდარტის შესრულების მაჩვენებელი. მოწვეული პერსონალის პირადი სარეიტინგო ქულა გამომდინარეობს მისი სასწავლო საქმიანობის, სტუდენტთა და უშუალო ხელმძღვანელის მხრიდან შეფასების, ასევე, სტუდენტთა მოსწრების მაჩვენებლიდან.

პერსონალის პროფესიული და პერსონალური უნარების განვითარების მექანიზმებად ბტუ სთავაზობს სხვადასხვა შესაძლებლობებს: უცხოეთის და საქართველოს საგანმანათლებლო პროექტებში, ტრენინგებში, სემინარებში, პარტნიორ უცხოურ საგანმანათლებლო უსდ-ების საერთაშორისო მობილობაში მონაწილეობას და სხვ. ღონისძიებებში ჩართულობას. აფილირებულ აკადემიური პერსონალისთვის შეთავაზებულია ანაზღაურებადი ე.წ. „აკადემიური შვებულების“ მიღების შესაძლებლობა, რაც რეგულირდება ბტუ-ში მოქმედი „აკადემიური პერსონალის აფილირებისა და დატვირთვის დებულებით“.

ბტუ-ში იწერება მატერიალური და არამატერიალური მოტივაციის მექანიზმები. უსდ-ს მიერ იგეგმება პერსონალის მოტივაციის სისტემის აწყობა, რომელიც გაითვალისწინებს შრომითი საქმიანობის შეფასების საფუძველზე მასტიმულირებელ ფინანსურ დანამატის გაცემას. უსდ, ასევე, გეგმავს არამატერიალური მოტივაციის სისტემის ამოქმედებას ბტუ-ს სოციალური პოლიტიკის ფარგლებში და პერსონალის პიროვნულ განვითარებაზე მიმართულ სოციალური პროექტების განხორციელებას.

ყველაზე მაღალი რეიტინგის მქონე პერსონალის მიმართ „სამეცნიერო, კვლევითი, პრაქტიკული, სხვა საქმიანობის ეფექტიანობის შეფასების მეთოდოლოგიის“ თანახმად უსდ-ს მიერ შესაძლებელია დადგინდეს ამავე დოკუმენტით გათვალისწინებულ საქმიანობაში ჩართულ პერსონალის ინდივიდუალური რეიტინგები, ხოლო ყველაზე მაღალი რეიტინგების მქონე პირთა მიმართ

შესაძლებელია გამოიყენონ როგორ არამატერიალური, ისე მატერიალური წახალისების ფორმები. უსდ-ს შინაგანაწესის თანახმად, გადაწყვეტილებას წახალისების ფორმისა და ოდენობის შესახებ იღებს რექტორი ადმინისტრაციის ხელმძღვანელის წარდგინებით. მატერიალური წახალისების გაცემა ხდება რექტორის ბრძანებით/განკარგულებით. ასევე, ბტუს-ს მიერ შესაძლებელია დაფინანსდეს ბტუ-სთვის პრიორიტეტულ მიმართულებებში ნებისმიერი ფორმით ფორმალიზებული ინდივიდუალური ან კოლექტიური სამეცნიერო-კვლევითი საქმიანობა.

უსდ-ს მიერ პერსონალის პროფესიული და პიროვნული განვითარებისთვის შესაბამისი პირობების შექმნა პერსონალის კმაყოფილების კვლევის შედეგად გამოვლენილი პრიორიტეტული ხელშეწყობის მექანიზმების გამოყენებით იგეგმება.

2019-2020-2021 წლებში ბტუ-ს მიერ აკადემიური, სამეცნიერო და მოწვეული პერსონალის განვითარების მიზნით აქტიურად გამოყენებული იყო ტრენინგები, კონფერენციები, პროექტებში მონაწილეობა, გაცვლითი პროგრამები პარტნიორ უნივერსიტეტებში. აკადემიური პერსონალის და ადმინისტრაციის მხრიდან განსაკუთრებით აღინიშნა ბტუ-ს მიერ 2021 წელს განხორციელებული საერთაშორისო კონფერენცია „ინიციატივა 5.0“, რომელიც მიზნად ისახავდა საქართველოში ციფრული ეკონომიკის გაძლიერების და ტექნოლოგიების მოწინავე სექტორებში ინტეგრირების სტიმულირებას. ამ მიზნით, ბტუ პროექტების განხორციელებას გეგმავს შემდეგი მიმართულებებით: ფინტექი, აგრიტექი, ჯანდაცვის ტექნოლოგიები, სამართლის ტექნოლოგიები, ფემტექი და სხვ. ბტუ-ს აფილირებული აკადემიური პერსონალი ახორციელებს კვლევებს სტრატეგიულ სექტორებში, რისთვისაც ხდება მათი გადამზადება და განვითარება კვლევის, აკადემიური წერის და სხვ. მიმართულებებით. კონფერენციაზე კვლევები წარადგინეს ციფრული მარკეტინგის პროგრამის აკადემიურმა პერსონალმაც, მათ შორის ნინო მიქავამ, ვახტანგ ჩქარულმა და სხვ.

2021 წელს, ასევე, ჩატარდა ბიოტექნოლოგიების კვირეული, რომლის ფარგლებშიც გაიმართა ვებინარები, ვორქშოპები, ტრენინგები, მასტერკლასები, პანელური დისკუსიები და სხვა აქტივობები პარტნიორი უნივერსიტეტების და დამსაქმებლების ჩართულობით. ასევე, ბტუ-ს თანამშრომლებმა მიიღეს საერთაშორისო კონფერენციებში მონაწილეობა ევროკავშირის დაფინანსებით. ბტუ-ს განაცხადით, 2021 წლიდან ერაზმუს+ საერთაშორისო კრედიტ-მობილობის პროგრამების ფარგლებში ევროპის 12 უნივერსიტეტთან თანამშრომლობით იგეგმება ბტუ-ს აკადემიური, სამეცნიერო და მოწვეული პერსონალის სრულად დაფინანსებული კვალიფიკაციის ასამაღლებელი ვიზიტების და გაცვლითი პროგრამების განხორციელება. პარტნიორებს შორის არიან იტალიის, ესპანეთის, გერმანიის, პოლონეთის, პორტუგალიის, ლიეტუვას და ირლანდიის უნივერსიტეტები. ხელშეკრულებების ნაწილი წარმოდგენილი იყო უსდ-ს მიერ.

მიუხედავად აღნიშნულისა, აკადემიური პერსონალის პირადი საქმეების და უსდ-ს მიერ ვიზიტის დროს პერსონალის სამეცნიერო ნაშრომების, პუბლიკაციების და სხვა მიღწევების შესახებ მოწოდებული დამატებითი ინფორმაციის შესწავლის საფუძველზე იკვეთება, რომ საჭიროებს აკადემიური პერსონალის სამეცნიერო საქმიანობის გაძლიერება.

კერძოდ, აკადემიური პერსონალი ნაკლებად არის ჩართული სამეცნიერო კონფერენციებში მონაწილეობის, სამეცნიერო ნაშრომების, პუნლიკაციების გამოქვეყნების მხრივ, ასევე, ჯერჯერობით არ ფიქსირდება მათი გაცვლით პროგრამებში მონაწილეობა და ა.შ. მიუხედავად ამისა, მათ ძირითად ნაწილს აქვს დარგში პრაქტიკული გამოცდილება და სასწავლო კურსის განხორციელების მრავალწლიანი გამოცდილება.

შედეგად, პროგრამაში ჩართული პერსონალის პირადი საქმეების შესწავლის და ინტერვიუების საფუძველზე იკვეთება, რომ ბტუ-ს ქმედითი ნაბიჯები აქვს გადასადგმელი აკადემიური და მოწვეული პერსონალის კვლევითი საქმიანობის წახალისების და მათი ჩართულობის უზრუნველყოფის მიზნით. შესამუშავებელია პერსონალის განვითარების გეგმა, სადაც კონკრეტულად იქნება გაწერილი დაგეგმილი ღონისძიებები. სასურველია ბტუ-მ დროულად და ეფექტიანად ამოქმედოს პროგრამის განმახორციელებელი პირების შეფასების და აკადემიური განვითარების მექანიზმები და მხარდამჭერი პროცედურები, რომელიც უზრუნველყოფს აკადემიური პერსონალის უწყვეტი პროფესიული განვითარების და მათი მხრიდან სამეცნიერო/კვლევითი საქმიანობის განხორციელების ქმედით ხელშეწყობას. ასევე, მნიშვნელოვანია უსდ-მ იზრუნოს მოწვეული პერსონალის აკადემიური უნარების უწყვეტ განვითარებაზე და პროფესიული კულტურის ამაღლებაზე.

მტკიცებულებები/ინდიკატორები

- პერსონალის განვითარების მექანიზმები;
- საგანმანათლებლო და კვლევითი საქმიანობის შეფასება;
- საერთაშორისო თანამშრომლობის დამადასტურებელი დოკუმენტაცია;
- გასაუბრებები ადმინისტრაციასთან, აკადემიურ და მოწვეულ პერსონალთან;
- პროგრამის განმახორციელებელი აკადემიური/მოწვეული პერსონალის პირადი საქმეები, CV-ები;
- პროგრამის თვითშეფასების ანგარიში;
- ბტუ-ს შინაგანაწესი (განთავსებული ვებგვერდზე www.btu.edu.ge, ნახვის თარიღი: 21 ივლისი, 2021);
- სამეცნიერო, კვლევითი, პრაქტიკური და სხვა საქმიანობის ეფექტიანობის შეფასების მეთოდოლოგია (განთავსებული ვებგვერდზე www.btu.edu.ge, ნახვის თარიღი: 21 ივლისი, 2021);
- პერსონალის მართვის, შეფასებისა და განვითარების მექანიზმები (განთავსებული ვებგვერდზე www.btu.edu.ge, ნახვის თარიღი: 21 ივლისი, 2021).

რეკომენდაციები:

<ul style="list-style-type: none"> რეკომენდირებულია დაწესებულებამ გააძლიეროს აკადემიური პერსონალის პროფესიული განვითარების მექანიზმები და მხარდამჭერი პროცედურები, რომელიც უზრუნველყოფს მათი მხრიდან სამეცნიერო/კვლევითი საქმიანობის განხორციელების ქმედით ხელშეწყობას.
რჩევები პროგრამის განვითარებისთვის
<ul style="list-style-type: none"> ○
საუკეთესო პრაქტიკა (არსებობის შემთხვევაში):
მნიშვნელოვანი მიღწევები და/ან პროგრესი (მოქმედი აკრედიტებული პროგრამის შემთხვევაში)
შეფასება
<input type="checkbox"/> შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან <input checked="" type="checkbox"/> მეტწილად შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან <input type="checkbox"/> ნაწილობრივ შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან <input type="checkbox"/> არ არის შესაბამისობაში მოთხოვნებთან

<h3>4.3 მატერიალური რესურსი</h3>
<p>პროგრამა უზრუნველყოფილია იმ აუცილებელი ინფრასტრუქტურითა და ტექნიკური აღჭურვილობით, რაც საჭიროა საგანმანათლებლო პროგრამით გათვალისწინებული სწავლის შედეგების მისაღწევად.</p>
<p>ბტუ-ს აკადემიურ და მოწვეულ პერსონალთან, სტუდენტებთან და კურსდამთავრებულებთან ონლაინ ინტერვიუების და უსდ-ს დისტანციური დათვალიერების (ვიდეო, ფოტო-მასალა) შედეგად დასტურდება, რომ ციფრული მარკეტინგის საბაკალავრო პროგრამა უზრუნველყოფილია სათანადო ინფრასტრუქტურითა და თანამედროვე ტექნიკური აღჭურვილობით (სალექციო მეცადინეობისთვის გამოყოფილი თანამედროვე კომპიუტერული ტექნიკით და საინფორმაციო-საკომუნიკაციო ტექნოლოგიებით აღჭურვილი აუდიტორიებით, სასწავლო ინვენტარით, ბიბლიოთეკით, საკონფერენციო დარბაზით, მაღალი სიჩქარის ინტერნეტით და კომპიუტერული ტექნიკით, ხანძარსაწინააღმდეგო, გათბობისა და კონდიციონერების სისტემით), რაც იძლევა საშუალებას პროგრამით გათვალისწინებული სწავლის შედეგების მიღწევას. სტუდენტებისთვის გამოყოფილია მათზე გათვლილი თანამედროვე და კომფორტული სამუშაო სივრცეები. ბტუ-ს შინაგანაწესში განსაზღვრულია მატერიალურ-ტექნიკური რესურსებით სარგებლობის წესები. ასევე, შემუშავებულია ბიბლიოთეკის სამსახურის, ინფრასტრუქტურის სამსახურის, ინფორმაციული ტექნოლოგიების მართვის სამსახურის დებულებები, რომელიც ხელმისაწვდომია უსდ-ს ოფიციალურ ვებ-გვერდზე. ბტუ ახორციელებს სტუდენტების, მოწვეული და აკადემიური პერსონალის კმაყოფილების კვლევას, რომელიც მოიცავს ინფრასტრუქტურულ საკითხებზე</p>

უკუკავშირის გაზიარებასაც. ინტერვიუებიდან იკვეთება, რომ უსდ-ს მხრიდან უკუკავშირზე რეაგირება არის მყისიერი, ინფრასტრუქტურული ხარვეზების გამოსწორება ხდება ოპერატიულად. უსდ-ს ბიბლიოთეკის დათვალიერებისას ვერ მოიძებნა ციფრული მარკეტინგის პროგრამით გათვალისწინებული ახალი საგნების რიდერები, რომელიც მითითებული იყო სავალდებულო კურსების ძირითად ლიტერატურაში. ბიბლიოთეკაში ხელმისაწვდომი იყო სხვა სასწავლო ლიტერატურა, რომელიც სხვადასხვა პროგრამის ფარგლებში ისწავლება და ციფრული მარკეტინგის არჩევით სასწავლო კურსების სილაბუსებში იყო განთავსებული. სტუდენტებთან ინტერვიუების შედეგად გამოიკვეთა, რომ ბტუ პროგრამის დაწყებამდე ყოველთვის ათავსებს სასწავლო ლიტერატურას, მათ შორის რიდერებს ონლაინ ბიბლიოთეკაში სტუდენტებისთვის ხელმისაწვდომად და, ასევე ლექტორები ინდივიდუალურად ტვირთავენ მათ ონლაინ BTU Classroom-ში. სტუდენტები და მოწვეული ლექტორები ინფორმირებულები იყვნენ ბიბლიოთეკით სარგებლობის წესების, საერთაშორისო ბაზებზე და ელექტრონულ კატალოგებზე წვდომის შესაძლებლობების შესახებ. მონაცემთა შემდეგ ბაზებზე წვდომა ხელმისაწვდომია უნივერსიტეტის ტერიტორიიდან: The Economist, MIT – Technology Review, Harvard Business Review, MIT Sloan Management Review, Sopus, ScienceDirect, EBSCO, Cambridge University Journals, SAGE Premier და ა.შ. ბტუ იყენებს ანტიპლაგიატის პროგრამას Turnitin-ს.

სასწავლო პროცესში გამოყენებული სასწავლო მასალა თანამედროვეა და უზურნველყოფს კურსების ფარგლებში გათვალისწინებულ სწავლის შედეგებზე გასვლას.

მტკიცებულებები/ინდიკატორები

- ბტუ-ს ელექტრონული კატალოგი;
- ბიბლიოთეკით სარგებლობის წესი (განთავსებული ვებგვერდზე www.btu.edu.ge, ნახვის თარიღი: 21 ივლისი, 2021);
- ბტუ-ს მიერ მოწოდებული ვირტუალური სივრცე - 360 გრადუსით და ინფრასტრუქტურის სურათები;
- ბტუ-ს ვებგვერდი: www.btu.edu.ge, ბიბლიოთეკა;
- წარმოდგენილი სილაბუსები;
- ბიბლიოთეკის, ინფრასტრუქტურის სამსახურის, ინფორმაციული ტექნოლოგიების მართვის სამსახურის დებულებები (განთავსებული ვებგვერდზე www.btu.edu.ge, ნახვის თარიღი: 21 ივლისი, 2021);
- გასაუბრებები უნივერსიტეტის ადმინისტრაციასთან, თვითშეფასების ჯგუფთან, აკადემიურ და მოწვეულ პერსონალთან, სტუდენტებთან;
- პროგრამის აკრედიტაციის თვითშეფასების ანგარიში.

რეკომენდაციები:

-

რჩევები პროგრამის განვითარებისთვის

- სასურველია უსდ-მ უზრუნველყოს ყველა სასწავლო მასალის, მათ შორის სასწავლო კურსების ე.წ რიდერების (ონლაინ) ბიბლიოთეკაში განთავსება; რიდერებზე შემდეგი ინფორმაციის მითითებით: ავტორი, გვერდების რაოდენობა, მომზადების წელი.
- სასურველია ბტუ-მ გააძლიეროს ელექტრონული სამეცნიერო ბაზების გამოყენების ანალიტიკის მონიტორინგი და გამოიყენოს მონაცემები სტუდენტებში სამეცნიერო ბაზების გამოყენების პოპულარიზაციის მიზნით.

საუკეთესო პრაქტიკა (არსებობის შემთხვევაში):

მნიშვნელოვანი მიღწევები და/ან პროგრესი (მოქმედი აკრედიტებული პროგრამის შემთხვევაში)

შეფასება

■ შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან

- მეტწილად შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან
- ნაწილობრივ შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან
- არ არის შესაბამისობაში მოთხოვნებთან

4.4 პროგრამის/ფაკულტეტის/სკოლის ბიუჯეტი და პროგრამის ფინანსური მდგრადობა

პროგრამის/ფაკულტეტის/სკოლის ბიუჯეტით გათვალისწინებული ფინანსური რესურსების გამოყოფა ეკონომიკურად მიღწევადია და შეესაბამება პროგრამის საჭიროებებს.

ბტუ-ს მიერ შემუშავებულია საფინანსო-სამეურნეო საქმიანობის დაგეგმვისა და ბიუჯეტის შედგენის წესი, რომლის თანახმად ბიუჯეტის შედგენის, შემოსავლების და ხარჯების განსაზღვრის, დამტკიცების, მონიტორინგისა და ანგარიშის პროცესში მონაწილეობას იღებენ უნივერსიტეტის რექტორი, ადმინისტრაციის ხელმძღვანელი, უსდ-ს სტრუქტურული და ქვესტრუქტურული ერთეულების ხელმძღვანელები.

ბტუ-ს ციფრული მარკეტინგის პროგრამის აკრედიტაციის თვითშეფასების ანგარიშის თანახმად, დღეისათვის, უსდ-ს დაფინანსების ძირითად წყაროებს წარმოადგენს: სწავლის საფასურიდან მისაღები შემოსავალი, საბიუჯეტო დაფინანსება, საერთაშორისო გრანტები და ეკონომიკური საქმიანობით მისაღები სხვა ნებადართული შემოსავალი. 2021 წლიდან ბტუ-ს ბიუჯეტში გათვალისწინებული აქვს დაფინანსების წყაროების დიფერენცირება, კერძოდ უსდ-ს ფინანსურ

მხარდაჭერას ახორციელებს პროგრედიტ ბანკი დამფუძნებლების აქტივებით უზრუნველყოფილი წინასწარ დამტკიცებული საკრედიტო ლიმიტით.

ბტუ-ს პროგრამის ბიუჯეტი გათვლილია 100 სტუდენტის მიღებაზე. პოტენციურ დამსაქმებლებთან არსებული მჭიდრო თანამშრომლობა და აღნიშნული პროგრამის სწორად დაპოზიციონირება ხელს შეუწყობს პროგრამა გახდეს მდგრადი და კონკურენტუნარიანი შრომით ბაზარზე.

ბტუ-ს ციფრული მარკეტინგის საბაკალავრო პროგრამა ფინანსდება უსდ-ს ერთიანი ბიუჯეტიდან. აკრედიტაციის პერიოდში წარმოდგენილი ბიუჯეტი მოიცავდა მხოლოდ ციფრული მარკეტინგის საბაკალავრო პროგრამის ხარჯვით ნაწილს. წარმოდგენილია პროგრამის ბიუჯეტის ფარგლებში დასაფინანსებელი მიმართულებები და გათვალისწინებულია ხარჯების შემდეგი მუხლები: აკადემიური/მოწვეული პერსონალის შრომის ანაზღაურება (ჯამური ბიუჯეტის 14.59 %), პროგრამული უზრუნველყოფა (15.24%), ძირითადი საშუალებების ცვეთა, არამატერიალური აქტივების ამორტიზაცია, საბიბლიოთეკო ფონდის შევსება/ონლაინ პორტალებზე წვდომა (4.44%), საკანცელარიო/საოფისე ხარჯი (2%), დიპლომების, დანართების დამზადება, აკრედიტაციის ღირებულება, გადარიცხვა ბტუ-ს საერთო ბიუჯეტში (49.58%), პერსონალის განვითარების ხარჯი (12%) და სხვა გათვალისწინებული ხარჯები (0.50%). ხარჯვით ნაწილში არ არის დაკონკრეტებული თუ როგორ განკარგავს ბტუ პერსონალის განვითარებისთვის და პროგრამული უზრუნველყოფისთვის გათვალისწინებულ ბიუჯეტს, ასევე, ბიუჯეტში არ არის ასახული პროგრამის შემდგომ განვითარებაზე და მის კომერციალიზაციაზე გათვლილი მარკეტინგული ბიუჯეტი, რაც სავარაუდოდ ბტუ-ს საერთო ბიუჯეტის ნაწილიდან იქნება დაფინანსებული.

ციფრული მარკეტინგის საგანმანათლებლო საბაკალავრო პროგრამის ბიუჯეტით გათვალისწინებული ფინანსური რესურსის გამოყოფა ძირითადად შეესაბამება პროგრამის საჭიროებებს. დაფინანსების დივერსიფიცირებული წყაროების და პროგრამის პოტენციალის გათვალისწინებით, შესაძლებელია დავასკვნათ, რომ პროგრამა ფინანსურად მდგრადი იქნება.

მტკიცებულებები/ინდიკატორები

- ციფრული მარკეტინგის საგანმანათლებლო პროგრამის ბიუჯეტი;
- ინტერვიუს შედეგები;

რეკომენდაციები

რჩევები პროგრამის განვითარებისთვის

- სასურველია პროგრამის ბიუჯეტის შემუშავებისას ხარჯვითი ნაწილი იყოს უფრო დეტალიზებული (განსაკუთრებით პერსონალის განვითარების და პროგრამული უზრუნველყოფის ხარჯების მუხლები), ასახავდეს სტანდარტით მოთხოვნილ ყველა პუნქტს.

საუკეთესო პრაქტიკა (არსებობის შემთხვევაში):

მნიშვნელოვანი მიღწევები და/ან პროგრესი (მოქმედი აკრედიტებული პროგრამის შემთხვევაში)

შეფასება

- შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან
- მეტწილად შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან
- ნაწილობრივ შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან
- არ არის შესაბამისობაში მოთხოვნებთან

პროგრამის სტანდარტთან შესაბამისობა

სტანდარტი	შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან	მეტწილად შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან	ნაწილობრივ შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან	არ არის შესაბამისობაში მოთხოვნებთან
სწავლების რესურსებით უზრუნველყოფა		√		

5. სწავლების ხარისხის განვითარების შესაძლებლობები

სწავლების ხარისხის განვითარების მიზნით პროგრამა იყენებს შიდა და გარე ხარისხის სამსახურებს, პერიოდულ მონიტორინგსა და შეფასებას უწევს პროგრამას. აგროვებს და აანალიზებს რელევანტურ ინფორმაციას შესაბამისი გადაწყვეტილების მისაღებად და განსავითარებლად.

5.1 შიდა ხარისხის შეფასება
<p>პროგრამაში ჩართული პერსონალი თანამშრომლობს შიდა ხარისხის უზრუნველყოფის სამსახურთან/პერსონალთან პროგრამის ხარისხის შეფასების პროცესის დაგეგმვის, შეფასების ინსტრუმენტების შემუშავებისა და შეფასების განხორციელების პროცესში და იყენებს ხარისხის შეფასების შედეგებს პროგრამის გასაუმჯობესებლად.</p>
<p>ბიზნესისა და ტექნოლოგიების უნივერსიტეტის ხარისხის უზრუნველყოფის სამსახური თავისი საქმიანობის პროცესში ხემძღვანელობს უნივერსიტეტში შემუშავებული ხარისხის უზრუნველყოფის მექანიზმებით.</p> <p>ხარისხის უზრუნველყოფა მოქმედებს „დაგეგმე, განახორციელე, შეამოწმე, განავითარე“ ციკლის შესაბამისად და გამოიყენება შემდეგნაირად: (1) პროგრამის შემუშავება და დამტკიცება, (2) განხორციელება სასწავლო გეგმის მიხედვით; (3) მონიტორინგი, შეფასება და ანალიზი</p>

(სტუდენტებისა და აკადემიური პერსონალის გამოკითხვა, სტუდენტთა აკადემიური მოსწრების შედეგების ანალიზი და ა.შ.); (4) შედეგების გათვალისწინება და პროგრამის მოდიფიცირება.

ხარისხის შეფასება ხორციელდება სისტემატურად და კომპლექსურად და მოიცავს უნივერსიტეტის საქმიანობის ყველა მიმართულებას: გეგმიური შიდა შემოწმებები ტარდება ყოველწლიურად და წარმოადგენს ბიზნესისა და ტექნოლოგიების უნივერსიტეტის თვითშეფასების შემადგენელ ნაწილს. შიდა შემოწმების შეჯამების პერიოდი არის კალენდარული წლის ბოლო კვარტალი. შემოწმებების მოცულობა მოიცავს უნივერსიტეტის საქმიანობის ყველა ძირითად პროცესს და ითვალისწინებდეს წინა შემოწმებების შედეგებს. ხარისხის უზრუნველყოფის სამსახურმა რექტორთან შეთანხმებით შეიძლება ჩაატაროს უნივერსიტეტის ან კონკრეტული მიმართულების არაგეგმიური შემოწმება (მონიტორინგი). საგანმანათლებლო საქმიანობის მიმართულებით შემოწმებას/შეფასებას ექვემდებარება: საგანმანათლებლო პროცესის ორგანიზება, განხორციელება და მართვა; განათლების შინაარსი; საგანმანათლებლო პროცესის მონაწილეები; საგანმანათლებლო პროცესის რესურსებით (ადამიანური, ფინანსური, მატერიალურ-ტექნიკური, სხვ.) უზრუნველყოფა.

ხარისხის უზრუნველყოფის სამსახური შიდა ხარისხის შეფასების მიზნით თანამშრომლობს საგანმანათლებლო პროგრამების განხორციელებაში ჩართულ აკადემიურ და მოწვეულ პერსონალთან, უნივერსიტეტის ადმინისტრაციასთან და სტუდენტებთან. აღნიშნული მიზნით ხარისხის უზრუნველყოფის სამსახური სისტემურად ატარებს გამოკითხვებს. გამოკითხვის შედეგად, სტუდენტების მიერ ანონიმურად ხდება აკადემიური და მოწვეული პერსონალის, ადმინისტრაციის, სასწავლო კურსებისა და სასწავლო პროცესთან დაკავშირებული სხვა საკითხების შეფასება. აღნიშნული კვლევის გარდა ტარდება ინტერვიუები ფოკუს ჯგუფებთან.

უნივერსიტეტის მიერ შემუშავებული სწავლის ხარისხის უზრუნველყოფისა და გაუმჯობესების შიდა შეფასების სისტემის მიხედვით განხორციელდა წარმოდგენილი პროგრამის შიდა შეფასება. პროგრამით გათვალისწინებული სწავლის შედეგების სრულად მიღწევის მიზნით, პროგრამის ხელმძღვანელებსა და აკადემიურ პერსონალს გაეწია კონსულტაციები და მიეცათ კონკრეტული რეკომენდაციები, რაც გათვალისწინებული იქნა პროგრამის სრულყოფის პროცესში.

თვითშეფასების ანგარიშიდან, წარმოდგენილი ანგაიშებიდან და ექსპერტთა ჯგუფის მიერ ჩატარებული ინტერვიუებიდან ირკვევა, რომ უნივერსიტეტი ახორციელებს პროგრამის ხარისხის შეფასებას აკადემიური და მოწვეული პერსონალის ჩართულობით, ატარებს ინტერვიუებს და ინტერესებულ მხარეებთან, სწავლობს ბაზარს, იკვლევს პროგრამის განვითარებისთვის ახალ შესაძლებლობებს და ახორციელებს მათ იმპლემენტაციას პროგრამაში.

ხარისხის უზრუნველყოფის სამსახური და თვითშეფასების პროცესში ჩართული პერსონალი მუშაობის პროცესში მუშაობდა არა მხოლოდ ნაკლოვანებების გამოვლენის მიმართულებით, არამედ აანალიზებდა გამოვლენილ ნაკლოვანებებს და მათი გამოსწორების ქმედებებსა და გზებს.

უნივერსიტეტში მოქმედი პროგრამების განვითარებისა და სწავლების პროცესის გაუმჯობესების მიზნით ხარისხის უზრუნველყოფის სამსახურის მიერ ტარდება სხვადასხვა ღონისძიებები და

<p>ტრენინგები. ხარისხის უზრუნველყოფის სამსახურმა წარმოადგინა კვლევები და გამოკითხვების ანალიზი უნივერსიტეტში მოქმედი პროგრამების გაუმჯობესების მიზნით ჩატარებული ღონისძიებების/ტრენინგების შესახებ. პროფესიული განვითარების ტრენინგებში მონაწილეთა უმრავლესობა დადებითად აფასებს ჩატარებულ ღონისძიებებს.</p>
<p>მტკიცებულებები/ინდიკატორები</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ პროგრამის თვითშეფასების ანგარიში; ○ ხარისხის უზრუნველყოფის მექანიზმები; ○ პროგრამის შედგენასა და განვითარებაში დაინტერესებული მხარეების ჩართულობის ანგარიში; ○ შრომის ბაზრის კვლევა; ○ ინტერვიუ პროგრამის განხორციელებაში ჩართულ აკადემიურ და მოწვეულ პერსონალთან; ○ ინტერვიუ ხარისხის უზრუნველყოფის სამსახურის წარმომადგენლებთან; ○ ინტერვიუ სტუდენტებთან, კურსდამთავრებულებთან, დამსაქმებლებთან.
<p>რეკომენდაციები</p>
<p>რჩევები პროგრამის განვითარებისთვის</p>
<p>საუკეთესო პრაქტიკა (არსებობის შემთხვევაში):</p>
<p>მნიშვნელოვანი მიღწევები და/ან პროგრესი (მოქმედი აკრედიტებული პროგრამის შემთხვევაში)</p>
<p>შეფასება</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან</p> <p><input type="checkbox"/> მეტწილად შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან</p> <p><input type="checkbox"/> ნაწილობრივ შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან</p> <p><input type="checkbox"/> არ არის შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან</p>

<p>5.2 გარე ხარისხის შეფასება</p>
<p>პროგრამა რეგულარულად იყენებს გარე ხარისხის შეფასების შედეგებს.</p>
<p>საგანმანათლებლო პროგრამების ხარისხის გარე შეფასების მიზნით ბიზნესისა და ტექნოლოგიების უნივერსიტეტი იყენებს განათლების ხარისხის განვითარების ეროვნული ცენტრის აკრედიტაციისა და ავტორიზაციის პროცესს. ასევე სხვა საგანმანათლებლო პროგრამებზე მიღებული რეკომენდაციებისა და რჩევების საფუძველზე უნივერსიტეტი უზრუნველყოფს ციფრული მარკეტინგის საბაკალავრო პროგრამის განვითარებას და დახვეწას. პროგრამის გარე შეფასება განხორციელებულია დამსაქმებლების და დამოუკიდებელი ექსპერტების (მათ შორის</p>

საერთაშორისო) გარე შემფასებლის მიერ პროგრამის სწავლის შედეგებისა და პროგრამის შინაარსის, სტრუქტურის შემოწმებისას. თუმცა უმეტეს შემთხვევაში გარე ექსპერტების შეფასებები მოიცავს პროგრამის შესახებ ზოგად კომენტარებს; შესაბამისად სასურველია საგანმანათლებლო პროგრამის გარე შეფასებაში ექსპერტების მიერ წარმოდგენილი იყოს რჩევებისა და რეკომენდაციების მეტი კონკრეტულობა და დეტალიზაცია, განსაკუთრებით პროგრამის სწავლის შედეგებთან, პროგრამის შინაარსთან, სტრუქტურასთან და სასწავლო კურსებთან მიმართებით.

- მტკიცებულებები/ინდიკატორები**
- პროგრამის თვითშეფასების ანგარიში;
 - ხარისხის უზრუნველყოფის მექანიზმები;
 - პროგრამის შედგენასა და განვითარებაში დაინტერესებული მხარეების ჩართულობის ანგარიში;
 - შრომის ბაზრის კვლევა;
 - ინტერვიუ ხარისხის უზრუნველყოფის სამსახურის წარმომადგენლებთან;
 - ინტერვიუ დამსაქმებლებთან.

რეკომენდაციები:

-

რჩევები პროგრამის განვითარებისთვის

- სასურველია საგანმანათლებლო პროგრამის გარე შეფასებაში ექსპერტების მიერ წარმოდგენილი იყოს რჩევებისა და რეკომენდაციების მეტი კონკრეტულობა და დეტალიზაცია, განსაკუთრებით პროგრამის სწავლის შედეგების, პროგრამის შინაარსის, სტრუქტურის და სასწავლო კურსებთან მიმართებით.

საუკეთესო პრაქტიკა (არსებობის შემთხვევაში):

მნიშვნელოვანი მიღწევები და/ან პროგრესი (მოქმედი აკრედიტებული პროგრამის შემთხვევაში)

- შეფასება**
- შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან
 - მეტწილად შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან
 - ნაწილობრივ შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან
 - არ არის შესაბამისობაში მოთხოვნებთან

5.3. პროგრამის მონიტორინგი და პერიოდული შეფასება

პროგრამის მონიტორინგი და პერიოდული შეფასება ხორციელდება აკადემიური, სამეცნიერო, მოწვეული ადმინისტრაციული, დამხმარე პერსონალის, სტუდენტების, კურსდამთავრებულების, დამსაქმებლების და სხვა დაინტერესებული მხარეების ჩართულობით ინფორმაციის სისტემური შეგროვების, დამუშავებისა და ანალიზის მეშვეობით. შეფასების შედეგები გამოიყენება პროგრამის გასაუმჯობესებლად.

ბიზნესისა და ტექნოლოგიების უნივერსიტეტის ხარისხის უზრუნველყოფის სამსახურს შემუშავებული აქვს საგანმანათლებლო პროგრამების მონიტორინგის, შეფასებისა და გაუმჯობესების მექანიზმები:

საგანმანათლებლო პროგრამის განხორციელების შეფასება ძირითადად ხდება სტუდენტების, კურსდამთავრებულების, დამსაქმებლების, აკადემიური და მოწვეული პერსონალის გამოკითხვით და სასწავლო პროცესის მონიტორინგის გზით. ხარისხის უზრუნველყოფის სამსახური ყოველი სემესტრის ბოლოს ახორციელებს სტუდენტების მიერ სასწავლო კურსებისა და ლექტორების შეფასებას კითხვარების საშუალებით. ხორციელდება სტუდენტთა სასწავლო კურსით კმაყოფილების ანალიზი. მიღებული შედეგები მუშავდება პროგრამის შემდგომი დახვეწისთვის. რადგან აღნიშნული პროგრამა ახალია და პირველად გადის აკრედიტაციის პროცესს წარმოდგენილია უნივერსიტეტში მოქმედი ანალოგიური პროგრამების კითხვარების შეფასების ანალიზის შედეგები.

პროგრამის ხარისხის უზრუნველყოფის მექანიზმების თანახმად ხარისხის უზრუნველყოფის სამსახური მონიტორინგის მიზნით პერიოდულად ესწრება ლექციებს/პრაქტიკულ მეცადინეობებს, ანალიზებს სტუდენტთა აკადემიურ მოსწრებას და შეიმუშავებს შესაბამის რეკომენდაციებს საგანმანათლებლო პროგრამის ან ცალკეული სასწავლო კურსის სრულყოფისათვის. ასევე შედეგებთან დაკავშირებით ხდება კომუნიკაცია პედაგოგთან და საჭიროების შემთხვევაში ხდება რეკომენდაციებისა და რჩევების მათთვის გაზიარება. საჭიროების შემთხვევაში, პროგრამა იყენებს თუ არა განმავითარებელ კოლეგიალურ შეფასებას რაც გულისხმობს აკადემიური და მოწვეული პერსონალის კოლეგების ლექციაზე დასწრებას, რაც ემსახურება სწავლების ხარისხის გაუმჯობესებას, აღნიშნული საკითხის შესახებ კონკრეტული პასუხი არ იქნა გაცემული;

რაც შეეხება სტუდენტთა აკადემიურ მოსწრების გაანალიზებას და შედეგების პროგრამის განვითარების მიზნით გამოყენებას; რადგან პროგრამა ახალია და პირველად გადის აკრედიტაციის პროცესს, აღნიშნული მექანიზმი ჯერ არ არის ამოქმედებული და მისი განხორციელება იგეგმება სამომავლოდ. სასურველია დაწესებულებამ განახორციელოს სტუდენტთა აკადემიური მოსწრების ანალიზი რეგულარულად, მოახდინოს საჭიროების შემთხვევაში რეაგირება და გამოიყენოს შედეგები პროგრამის დახვეწისა და განვითარებისთვის.

უნივერსიტეტისთვის ხარისხის უზრუნველყოფის ერთ-ერთი მექანიზმია უნივერსიტეტის აკადემიური და მოწვეული პერსონალის პროფესიული განვითარების ხარისხის სისტემატური შეფასება მათი მიღწევების (საერთაშორისო კონფერენციებში მონაწილეობის, სტატიების გამოქვეყნების, მოზიდული ადგილობრივი თუ საერთაშორისო გრანტების შესახებ და სხვ.) ანალიზის საფუძველზე. თუმცა აღნიშნული საქმიანობა დასტურდება დაინტერესებულ მხარეებთან ინტერვიუების და ნაწილი აკადემიური პერსონალის რეზიუმეებიდან, დაწესებულების მიერ არ იქნა

წარმოდგენილი აკადემიური, სამეცნიერო-კვლევითი საქმიანობის რეგულარული შეფასების ანგარიშები; შესაბამისად სასურველია დაწესებულება ახდენდეს შიდა მექანიზმებით პროგრამის ხარისხის უზრუნველყოფის მიზნით დადგენილი აქტივობების რეგულარულ განხორციელებას, კერძოდ, აკადემიური პერსონალის სამეცნიერო-კვლევითი საქმიანობის რეგულარულ შეფასებას, ხოლო შედეგების გამოყენებას პროგრამის განმახორციელებელი პერსონალის მოტივირებისა და განვითარების მიზნით.

პროგრამის თვითშეფასების პროცესში განხორციელდა პროგრამის შედარება წამყვან საერთაშორისო უნივერსიტეტების ანალოგიურ პროგრამებთან, რაც დასტურდება შესაბამისი ინტერვიუებით და ასევე ანალიზის შედეგებიც არის დოკუმენტირებული.

მტკიცებულებები/ინდიკატორები

- პროგრამის თვითშეფასების ანგარიში;
- ხარისხის უზრუნველყოფის მექანიზმები;
- პროგრამის შედგენასა და განვითარებაში დაინტერესებული მხარეების ჩართულობის ანგარიში;
- ინტერვიუ პროგრამის განხორციელებაში ჩართულ აკადემიურ და მოწვეულ პერსონალთან;
- სწავლის შედეგების შეფასების დოკუმენტი;
- ინტერვიუ ხარისხის უზრუნველყოფის სამსახურის წარმომადგენლებთან;
- ინტერვიუ სტუდენტებთან, კურსდამთავრებულებთან, დამსაქმებლებთან.

რეკომენდაციები:

რჩევები პროგრამის განვითარებისთვის

- სასურველია დაწესებულებამ განახორციელოს სტუდენტთა აკადემიური მოსწრების ანალიზი რეგულარულად, მოახდინოს საჭიროების შემთხვევაში რეაგირება და გამოიყენოს შედეგები პროგრამის დახვეწისა და განვითარებისთვის;
- სასურველია დაწესებულება ახდენდეს შიდა მექანიზმებით პროგრამის ხარისხის უზრუნველყოფის მიზნით დადგენილი აქტივობების რეგულარულ განხორციელებას, კერძოდ, აკადემიური პერსონალის სამეცნიერო-კვლევითი საქმიანობის რეგულარულ შეფასებას, ხოლო შედეგების გამოყენებას პროგრამის განმახორციელებელი პერსონალის მოტივირებისა და განვითარების მიზნით.

საუკეთესო პრაქტიკა (არსებობის შემთხვევაში):

მნიშვნელოვანი მიღწევები და/ან პროგრესი (მოქმედი აკრედიტებული პროგრამის შემთხვევაში)

შეფასება

■ შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან

- მეტწილად შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან
- ნაწილობრივ შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან
- არ არის შესაბამისობაში მოთხოვნებთან

პროგრამის სტანდარტთან შესაბამისობა

სტანდარტი	შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან	მეტწილად შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან	ნაწილობრივ შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან	არ არის შესაბამისობაში მოთხოვნებთან
სწავლების ხარისხის განვითარების შესაძლებლობები	√			

თანდართული დოკუმენტაცია (არსებობის შემთხვევაში)

უმაღლესი საგანმანათლებლო დაწესებულების სახელწოდება:

შპს ბიზნესისა და ტექნოლოგიების უნივერსიტეტი

უმაღლესი საგანმანათლებლო პროგრამის სახელწოდება, საფეხური:

ციფრული მარკეტინგი, ბაკალავრიატი

დასკვნის გვერდების რაოდენობა: 39

პროგრამის სტანდარტთან შესაბამისობა

სტანდარტები	შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან	მეტწილად შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან	ნაწილობრივ შესაბამისობაშია მოთხოვნებთან	არ არის შესაბამისობაში მოთხოვნებთან
1. საგანმანათლებლო პროგრამის მიზანი, სწავლის შედეგები და მათთან პროგრამის შესაბამისობა	√			
2. სწავლების მეთოდოლოგია და ორგანიზება, პროგრამის ათვისების შეფასების ადეკვატურობა		√		

3. სტუდენტთა მიღწევები, მათთან ინდივიდუალური მუშაობა	✓			
4. სწავლების რესურსებით უზრუნველყოფა		✓		
5. სწავლების ხარისხის განვითარების შესაძლებლობები	✓			

აკრედიტაციის ექსპერტთა ჯგუფის თავმჯდომარის

დავით სიხარულიძე



აკრედიტაციის ექსპერტთა ჯგუფის წევრ(ებ)ის

ვასილ კიკუტაძე



ილია ზოცვაძე



ნინო დგვეფაძე



დავით ცირამუა

დ. ცირამუა