



განათლების ხარისხის განვითარების ეროვნული ცენტრი

უმაღლეს საგანმანათლებლო პროგრამასთან დაკავშირებით
საგანმანათლებლო პროგრამების აკრედიტაციის საბჭოს რეკომენდაციების
შესრულების თაობაზე უმაღლესი საგანმანათლებლო დაწესებულების მიერ
წარმოდგენილი ანგარიშის შესახებ დასკვნას

ციფრული მარკეტინგი

საბაკალავრო საგანმანათლებლო პროგრამა
შპს ბიზნესისა და ტექნოლოგიების უნივერსიტეტი

18.10.2022



დასკვნის მომზადების მიზანი

უმაღლესი საგანმანათლებლო პროგრამის აკრედიტაციის სტანდარტებთან შესაბამისობის უზრუნველყოფისთვის, საგანმანათლებლო პროგრამების აკრედიტაციის საბჭოს გადაწყვეტილებით გათვალისწინებული რეკომენდაციების ან/და რჩევების საგანმანათლებლო დაწესებულების მიერ შესრულების შეფასება.

ანგარიშის შეფასების პრინციპები

წარმოდგენილი ანგარიში უნდა შეფასდეს შემდეგი პრინციპების დაცვით

- ანგარიშის შევსების სისწორისა და თანდართული დოკუმენტაციის შესაბამისობის შეფასება
- აკრედიტაციის პროცესის შედეგად აკრედიტაციის ექსპერტთა ჯგუფის დასკვნაში ასახული რეკომენდაცი(ებ)ის ან/და რჩევ(ებ)ის შესწავლა
- საგანმანათლებლო პროგრამების აკრედიტაციის საბჭოს მიერ გადაწყვეტილების მიღებისას გამოკვეთილი და შესრულებული რეკომენდაცი(ებ)ის ან/და რჩევ(ებ)ის შესწავლა
- საგანმანათლებლო დაწესებულების მიერ რეკომენდაცი(ებ)ის ან/და რჩევ(ებ)ის შესრულებისთვის შერჩეული მეთოდების/მიდგომებისა და შედეგების შეფასება
- რეკომენდაცი(ებ)ისა ან/და რჩევ(ებ)ის შესრულების დამადასტურებელი მტკიცებულებების შეფასება
- ანგარიშის შესწავლის შედეგების ფორმირება

ექსპერტი

სახელი დავით

გვარი სიხარულიძე



ინფორმაცია უმაღლესი საგანმანათლებლო დაწესებულების შესახებ

დაწესებულების სახელწოდება ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის მიითითებით	შპს ბიზნესისა და ტექნოლოგიების უნივერსიტეტი
დაწესებულების სახე	უნივერსიტეტი
დაწესებულების საიდენტიფიკაციო კოდი	405155638

ინფორმაცია საგანმანათლებლო პროგრამის შესახებ

1	საგანმანათლებლო პროგრამის დასახელება ¹	ციფრული მარკეტინგი
2	უმაღლესი განათლების საფეხური	ბაკალავრიატი
3	კვალიფიკაციის დონე ²	მეექვსე
4	კვალიფიკაციის დასახელება	მარკეტინგის ბაკალავრი
5	ზოგადი განათლების შესაბამისი საფეხურის საგნის/საგნების/საგნობრივი ჯგუფის სწავლების უფლების მიითითებით ³	
6	დეტალური სფეროს დასახელება და კოდი (ISCED – F – 2013) ⁴	0414 მარკეტინგი და რეკლამა
7	სწავლების ენა	ქართული
8	ECTS კრედიტების რაოდენობა	240
9	განხორციელების ადგილი ⁵	თბილისი 0162, საქართველო ი.ჭავჭავაძის გამზირი N82
10	საგანმანათლებლო პროგრამის სტატუსი-აკრედიტაცია შესაბამისი საბჭოს ბოლო გადაწყვეტილების თარიღი და ნომერი	13/09/2021 - საბჭოს გადაწყვეტილება პროგრამის აკრედიტაციის შესახებ

¹ დასახელება შინაარსობრივად შეესაბამება დეტალურ სწავლის სფეროს

² ეროვნული კვალიფიკაციების ჩარჩოს მიხედვით

³ მასწავლებლის მომზადების ინტეგრირებული საბაკალავრო-სამაგისტრო საგანმანათლებლო პროგრამის შემთხვევაში

⁴ განათლების საერთაშორისო სტანდარტული კლასიფიკატორი ((ISCED – F – 2013)

⁵ ქვეყანა, საფოსტო ინდექსი, ქალაქი/მუნიციპალიტეტი, ქუჩა, ქუჩის ნომერი



11	გადაწყვეტილების ძალაში შესვლის თარიღი	14/09/2021
12	საგანმანათლებლო პროგრამების აკრედიტაციის საბჭოს მიერ გაცემული რეკომენდაციების შესრულების შესახებ ანგარიშის წარმოსადგენად განსაზღვრული ვადა, თარიღი	14/09/2022
13	აკრედიტაციის ვადის გასვლის თარიღი	14/09/2025 (კლასტერული 31/12/2024)

საგანმანათლებლო პროგრამის აკრედიტაციის სტანდარტებთან შეფასება
საგანმანათლებლო პროგრამების აკრედიტაციის საბჭოს გადაწყვეტილების მიხედვით

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	✓			



შესასრულებელი რეკომენდაცი(ებ)ი⁶

1. რეკომენდებულია ციფრული მარკეტინგის საბაკალავრო პროგრამის მე-3, მე-4 და მე-12 სწავლის შედეგების ფორმულირების დახვეწა;
2. რეკომენდებულია პროგრამის სწავლის შედეგებში მკაფიოდ გამოიკვეთოს ცოდნა-გაცნობიერების კომპეტენცია და შემოიფარგლოს მხოლოდ გაზომვადი შედეგებით;
3. რეკომენდებულია პროგრამის ფარგლებში ისწავლებოდეს სასწავლო კურსები სტატისტიკა ბიზნესისათვის და აკადემიური წერა;
4. რეკომენდებულია ციფრული მარკეტინგის საბაკალავრო პროგრამის მიზნებიდან და სწავლის შედეგებიდან გამომდინარე უზრუნველყოფილ იქნას სიმულაციური თამაშის MARKSTRAT-ის ციფრული მარკეტინგის კომპონენტის შეთავაზება.
5. რეკომენდებულია სასწავლო კურსის „რაოდენობრივი კვლევა და მონაცემთა ანალიზი“ შინაარსის კორექტირება.
6. 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.
7. რეკომენდირებულია დაწესებულებამ გააძლიეროს აკადემიური პერსონალის პროფესიული განვითარების მექანიზმები და მხარდამჭერი პროცედურები, რომელიც უზრუნველყოფს მათი მხრიდან სამეცნიერო/კვლევითი საქმიანობის განხორციელების ქმედით ხელშეწყობას.

საგანმანათლებლო დაწესებულების მიერ წარმოდგენილი ანგარიშისა და რეკომენდაციების გათვალისწინების შესახებ ინფორმაცია⁷

შპს ბიზნესისა და ტექნოლოგიების უნივერსიტეტის მიერ წარმოდგენილ „ციფრული მარკეტინგის“ საბაკალავრო საგანმანათლებლო პროგრამას 4 წლის ვადით მიენიჭა აკრედიტაცია,

⁶ საგანმანათლებლო პროგრამების აკრედიტაციის საბჭოს გადაწყვეტილებით განსაზღვრული რეკომენდაციების რაოდენობის გათვალისწინებით

⁷ საგანმანათლებლო დაწესებულების მიერ ანგარიშის წარმოდგენის თარიღი, საბჭოს გადაწყვეტილებით განსაზღვრული ანგარიშის წარმოდგენის ვადა, რეკომენდაციების ან/და რჩევების გათვალისწინების პროცესში ჩართული პირების, შერჩეული მეთოდების/მიდგომების აღწერა და საბოლოოდ მიღწეული შედეგები, საჭიროებისამებრ, დამატებით სხვა ინფორმაცია.



1 წლის თავზე ანგარიშის წარმოდგენით. საბჭოს აღნიშნული გადაწყვეტილება ძალაში შევიდა 14/09/2021. ანგარიშის წარმოდგენის ვადად განისაზღვრა 14/09/2022

დაწესებულებამ გაითვალისწინა რეკომენდაციები. თუმცა რეკომენდაცია „რეკომენდებულია სასწავლო კურსის „რაოდენობრივი კვლევა და მონაცემთა ანალიზი“ შინაარსის კორექტირება“ მეტ წილად არის გათვალისწინებული.

რეკომენდაციების შესრულების მიზნით დაწესებულებამ ჩაატარა შეხვედრები პროგრამის განხორციელებაში ჩართულ პირებთან. სამუშაო ჯგუფის შემადგენლობაში შედიოდნენ ფაკულტეტის დეკანი (ჯგუფის თავმჯდომარე), პროგრამის ხელმძღვანელი, ბტუ-ს ხარისხის უზრუნველყოფის სამსახურის უფროსი, ბტუ-ს იმ სტრუქტურული ერთეულების ხელმძღვანელები (კომპეტენციის ფარგლებში), რომლებიც პროგრამის ამოქმედების შემდეგ ჩართული იქნებიან პროგრამის განხორციელებისა და მისი მხარდაჭერის პროცესში). ამ პროცესში მონაწილე პირებმა/სამუშაო ჯგუფის წევრებმა განიხილეს საგანმანათლებლო პროგრამების აკრედიტაციის საბჭოს მიერ შემუშავებული რეკომენდაციები, მოახდინეს ინფორმაციის იდენტიფიცირება-შეჯამება, რეკომენდაციების გათვალისწინების გზების დასახვა და აღსრულება, რეკომენდაციების შესაბამისად, შეიმუშავეს პროგრამის ცვლილებების პროექტი და საბჭოს რეკომენდაციების შესრულების თაობაზე წინამდებარე ანგარიში.

რეკომენდაციების გათვალისწინების მიზნით სამუშაო ჯგუფმა განახორციელა შემდეგი ღონისძიებები: ციფრული მარკეტინგის საბაკალავრო პროგრამაში დაიხვეწა სწავლის შედეგები, პროგრამის სტრუქტურა ორი სასწავლო კურსის დამატებით, გაიზარდა პროგრამის განმახორციელებელი აკადემიური პერსონალის რაოდენობა; აკადემიური პერსონალის პროფესიული განვითარების მიზნით განხორციელდა და იგეგმება მთელი რიგი ღონისძიებები.

რჩევ(ებ)ი⁸

1. 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.
2. სასურველია ბტუ-მ გააძლიეროს ელექტრონული სამეცნიერო ბაზების გამოყენების ანალიტიკის მონიტორინგი და გამოიყენოს მონაცემები სტუდენტებში სამეცნიერო ბაზების გამოყენების პოპულარიზაციის მიზნით.

⁸ საგანმანათლებლო პროგრამების აკრედიტაციის საბჭოს გადაწყვეტილებით განსაზღვრული რჩევების რაოდენობის გათვალისწინებით (რჩევების გათვალისწინება არ არის სავალდებულო)



3. სასურველია პროგრამის ბიუჯეტის შემუშავებისას ხარჯვითი ნაწილი იყოს უფრო დეტალიზებული (განსაკუთრებით პერსონალის განვითარების და პროგრამული უზრუნველყოფის ხარჯების მუხლები), ასახავდეს სტანდარტით მოთხოვნილ ყველა პუნქტს.
4. სასურველია დაწესებულებამ განახორციელოს სტუდენტთა აკადემიური მოსწრების ანალიზი რეგულარულად, მოახდინოს საჭიროების შემთხვევაში რეაგირება და გამოიყენოს შედეგები პროგრამის დახვეწისა და განვითარებისთვის;
5. 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.
6. სასურველია საგანმანათლებლო პროგრამის გარე შეფასებაში ექსპერტების მიერ წარმოდგენილი იყოს რჩევებისა და რეკომენდაციების მეტი კონკრეტიკა და დეტალიზაცია, განსაკუთრებით პროგრამის სწავლის შედეგების, პროგრამის შინაარსის, სტრუქტურის და სასწავლო კურსებთან მიმართებით.

საგანმანათლებლო დაწესებულების მიერ წარმოდგენილი ანგარიშისა და რჩევების გათვალისწინების შესახებ ინფორმაცია⁹

- დაწესებულების მიერ რჩევების გათვალისწინება არ ფიქსირდება

დამატებითი ინფორმაცია¹⁰

რეკომენდაცი(ებ)ის ან/და რჩევ(ებ)ის გათვალისწინების შესახებ¹¹

სტანდარტის დასახელება ¹²	1. საგანმანათლებლო პროგრამის მიზანი, სწავლის შედეგები და მათთან პროგრამის შესაბამისობა
კომპონენტის დასახელება ¹³	1.2 პროგრამის სწავლის შედეგები

⁹ საგანმანათლებლო დაწესებულების მიერ ანგარიშის წარმოდგენის თარიღი, საბჭოს გადაწყვეტილებით განსაზღვრული ანგარიშის წარმოდგენის ვადა, რეკომენდაციების ან/და რჩევების გათვალისწინების პროცესში ჩართული პირების, შერჩეული მეთოდების/მიდგომების აღწერა და საბოლოოდ მიღწეული შედეგები, საჭიროებისამებრ, დამატებით სხვა ინფორმაცია.

¹⁰ საგანმანათლებლო დაწესებულების გადაწყვეტილებით, საჭიროების შემთხვევაში

¹¹ საგანმანათლებლო პროგრამების აკრედიტაციის საბჭოს გადაწყვეტილებით განსაზღვრული რეკომენდაციების ან/და რჩევების რაოდენობის გათვალისწინებით

¹² სტანდარტის დასახელება ნუმერაციის მითითებით

¹³ კომპონენტის დასახელება ნუმერაციის მითითებით



რეკომენდაცია I ¹⁴	რეკომენდებულია ციფრული მარკეტინგის საბაკალავრო პროგრამის მე-3, მე-4 და მე-12 სწავლის შედეგების ფორმულირების დახვეწა;
შეფასება	<p>რეკომენდაცია გათვალისწინებულია. კერძოდ დასკვნაში აღნიშნულია, რომ მესამე და მეოთხე სწავლის შედეგები შინაარსობრივად მსგავსია და საჭიროებდა კორექტირებას. დაწესებულებამ გააერთიანა მესამე და მეოთხე სწავლის შედეგები და ჩამოაყალიბა შემდეგნაირად: „იყენებს მარკეტინგული კვლევის მეთოდებსა და ინსტრუმენტებს მომხმარებლის საჭიროებების, მისი სამომხმარებლო ქცევისა და ბაზრის შესწავლის პროცესში“;</p> <p>ასევე დასკვნაში აღნიშნული იყო, რომ სწავლის შედეგი, „ითვალისწინებს ციფრული მარკეტინგის ინსტრუმენტების მუდმივად განახლებად ხასიათს“, არ არის გაზომვადი და საჭიროებს კორექტირებას. დაწესებულებამ უზრუნველყო აღნიშნული სწავლის შედეგის კორექტირება, რომელიც შემდეგნაირად არის ფორმულირებული: მოიძიებს, აანალიზებს და იყენებს ციფრული მარკეტინგის განახლებულ მიდგომებს და ინსტრუმენტებს ციფრული მარკეტინგის პროცესების სამართავად“.</p>
რჩევა ¹⁵ I	
შეფასება	
მტკიცებულებ(ებ)ა	<ul style="list-style-type: none"> ციფრული მარკეტინგის საბაკალავრო საგანმანათლებლო პროგრამა

სტანდარტის დასახელება	2. სწავლების მეთოდოლოგია და ორგანიზება, პროგრამის ათვისების შეფასების ადეკვატურობა
კომპონენტის დასახელება	2.2 საგანმანათლებლო პროგრამის სტრუქტურა და შინაარსი
რეკომენდაცია II ¹⁶	რეკომენდებულია პროგრამის სწავლის შედეგებში მკაფიოდ გამოიკვეთოს ცოდნა-გაცნობიერების კომპეტენცია და შემოიფარგლოს მხოლოდ გაზომვადი შედეგებით

¹⁴ საგანმანათლებლო პროგრამების აკრედიტაციის საბჭოს გადაწყვეტილებიდან ამონაწერი (რეკომენდაცია გადმოიტანეთ უცვლელად)

¹⁵ საგანმანათლებლო პროგრამების აკრედიტაციის საბჭოს გადაწყვეტილებიდან ამონაწერი (რჩევა გადმოიტანეთ უცვლელად)

¹⁶ საგანმანათლებლო პროგრამების აკრედიტაციის საბჭოს გადაწყვეტილებიდან ამონაწერი (რეკომენდაცია გადმოიტანეთ უცვლელად)



შეფასება	რეკომენდაცია გათვალისწინებული. ვინაიდან სწავლის შედეგები ფორმულირებულია აქტიური ზმნების გამოყენებით, რაც ემსახურება მათ გაზომვას. კერძოდ სწავლის შედეგები შემდეგნაირად არის ფორმულირებული: „განმარტავს მარკეტინგის და ბრენდინგის პრინციპებს, მარკეტინგული კვლევის მეთოდებს, საზოგადოებასთან ურთიერთობის, მარკეტინგული კომუნიკაციისა და პრომოციის ინსტრუმენტებს“.
რჩევა ¹⁷ II	
შეფასება	
მტკიცებულებ(ებ)ა	<ul style="list-style-type: none"> სასწავლო კურსის „მარკეტინგული თამაში MARKSTRAT“ სილაბუსი.

სტანდარტის დასახელება	2. სწავლების მეთოდოლოგია და ორგანიზება, პროგრამის ათვისების შეფასების ადეკვატურობა
კომპონენტის დასახელება	2.2 საგანმანათლებლო პროგრამის სტრუქტურა და შინაარსი
რეკომენდაცია II ¹⁸	რეკომენდებულია ციფრული მარკეტინგის საბაკალავრო პროგრამის მიზნებიდან და სწავლის შედეგებიდან გამომდინარე უზრუნველყოფილ იქნას სიმულაციური თამაშის MARKSTRAT-ის ციფრული მარკეტინგის კომპონენტის შეთავაზება.

¹⁷ საგანმანათლებლო პროგრამების აკრედიტაციის საბჭოს გადაწყვეტილებიდან ამონაწერი (რჩევა გადმოიტანეთ უცვლელად)

¹⁸ საგანმანათლებლო პროგრამების აკრედიტაციის საბჭოს გადაწყვეტილებიდან ამონაწერი (რეკომენდაცია გადმოიტანეთ უცვლელად)



შეფასება	რეკომენდაცია გათვალისწინებულია, ვინაიდან როგორც სილაბუსშია მოცემული დაწესებულება გეგმავს სიმულაციური თამაში MARKSTRAT-ის ციფრული მარკეტინგის კომპონენტის შეთავაზებას. კერძოდ სილაბუსში ვკითხულობთ: „კურსი წარმოადგენს სიმულაციურ თამაშს და მისი მიზანია სტუდენტს მისცეს მარკეტინგული ან/და ციფრული მარკეტინგის პროცესების მართვის პრაქტიკული გამოცდილება“. ხოლო სასწავლო კომპონენტის ერთ-ერთი სწავლის შედეგი ფორმულირებულია შემდეგნაირად: „დაგეგმონ და განახორციელონ საკომუნიკაციო აქტივობები ციფრული ინსტრუმენტების გამოყენებით“.
რჩევა ¹⁹ II	
შეფასება	
მტკიცებულებ(ებ)ა	<ul style="list-style-type: none"> სასწავლო კურსის „მარკეტინგული თამაში MARKSTRAT“ სილაბუსი.

სტანდარტის დასახელება	2. სწავლების მეთოდოლოგია და ორგანიზება, პროგრამის ათვისების შეფასების ადეკვატურობა
კომპონენტის დასახელება	2.2 საგანმანათლებლო პროგრამის სტრუქტურა და შინაარსი
რეკომენდაცია II ²⁰	რეკომენდებულია პროგრამის ფარგლებში ისწავლებოდეს სასწავლო კურსები სტატისტიკა ბიზნესისათვის და აკადემიური წერა
შეფასება	რეკომენდაცია გათვალისწინებულია. ციფრული მარკეტინგის საბაკალავრო პროგრამის სტრუქტურას სავალდებულო არჩევით საგნად დაემატა აკადემიური წერა (მესამე სემესტრი, BGE-03), ხოლო სწავლის ძირითად სფეროს კომპონენტებს დაემატა სტატისტიკა ბიზნესისათვის (საფუძვლები - BMA-08), რომელიც ისწავლება მეოთხე სემესტრში და წინაპირობაა მათემატიკა ბიზნესისთვის (II).
რჩევა ²¹ II	
შეფასება	
მტკიცებულებ(ებ)ა	<ul style="list-style-type: none"> სასწავლო კურსების სილაბუსები

¹⁹ საგანმანათლებლო პროგრამების აკრედიტაციის საბჭოს გადაწყვეტილებიდან ამონაწერი (რჩევა გადმოიტანეთ უცვლელად)

²⁰ საგანმანათლებლო პროგრამების აკრედიტაციის საბჭოს გადაწყვეტილებიდან ამონაწერი (რეკომენდაცია გადმოიტანეთ უცვლელად)

²¹ საგანმანათლებლო პროგრამების აკრედიტაციის საბჭოს გადაწყვეტილებიდან ამონაწერი (რჩევა გადმოიტანეთ უცვლელად)



	<ul style="list-style-type: none"> ციფრული მარკეტინგის საბაკალავრო პროგრამა
--	--

სტანდარტის დასახელება	2. სწავლების მეთოდოლოგია და ორგანიზება, პროგრამის ათვისების შეფასების ადეკვატურობა
კომპონენტის დასახელება	2.3. სასწავლო კურსი
რეკომენდაცია II ²²	რეკომენდებულია სასწავლო კურსის „რაოდენობრივი კვლევა და მონაცემთა ანალიზი“ შინაარსის კორექტირება.
შეფასება	რეკომენდაცია მეტწილად არის გათვალისწინებული. კერძოდ პროგრამის სტრუქტურას დაემატა სასწავლო კურსი „სტატისტიკა ბიზნესისათვის (საფუძვლები)“, რომლის შინაარსი მოიცავს ისეთ საკითხებს, როგორცაა ჰიპოთეზის ტესტირების პროცესი, კვლევისა და სტატისტიკური დიზაინი, ფაქტორული ANOVA-ს გამოყენებით, ორფაქტორიანი და მრავალფაქტორიანი კორელაცია და მრავალფაქტორიანი რეგრესული ანალიზი და ა.შ. თუმცა რეკომენდაცია ეხებოდა კონკრეტულ სასწავლო კურსს „რაოდენობრივი კვლევა და მონაცემთა ანალიზი“, რომლის დასახელება შინაარსთან სუსტად იყო შესაბამისობაში.
რჩევა ²³ II	
შეფასება	
მტკიცებულებ(ებ)ა	<ul style="list-style-type: none"> სასწავლო კურსის სილაბუსი

სტანდარტის დასახელება	4. სწავლების რესურსებით უზრუნველყოფა
კომპონენტის დასახელება	4.1 ადამიანური რესურსი
რეკომენდაცია II ²⁴	რეკომენდებულია გაიზარდოს პროგრამის განმახორციელებელი აკადემიური პერსონალის რაოდენობა, უსდ-ს მიერ შემუშავებული აკადემიური და მოწვეული პერსონალის რაოდენობის განსაზღვრის წესის თანახმად; გარდა ამისა, ვინაიდან ციფრული

²² საგანმანათლებლო პროგრამების აკრედიტაციის საბჭოს გადაწყვეტილებიდან ამონაწერი (რეკომენდაცია გადმოიტანეთ უცვლელად)

²³ საგანმანათლებლო პროგრამების აკრედიტაციის საბჭოს გადაწყვეტილებიდან ამონაწერი (რჩევა გადმოიტანეთ უცვლელად)

²⁴ საგანმანათლებლო პროგრამების აკრედიტაციის საბჭოს გადაწყვეტილებიდან ამონაწერი (რეკომენდაცია გადმოიტანეთ უცვლელად)



	მარკეტინგის საგანმანათლებლო პროგრამის კურსდამთავრებულებს ენიჭებათ მარკეტინგის ბაკალავრის კვალიფიკაცია, პროგრამის მდგრადობის უზრუნველყოფის მიზნით მიზანშეწონილია დარგობრივი კომპეტენციის მქონე აკადემიური აფილირებული პერსონალის რაოდენობის გაზრდა.
შეფასება	რეკომენდაცია გათვალისწინებული. ვინაიდან დაწესებულებამ ციფრული მარკეტინგის საგანმანათლებლო პროგრამის განმახორციელებელი პერსონალის რაოდენობა გაზარდა 11-ით. ამას გარდა აკადემიური თანამდებობის დასაკავებლად კონკურსის შესახებ ინფორმაცია განთავსებულია დაწესებულების ვებ გვერდზე. მარ შორის მარკეტინგის მიმართულებით გამოცხადებულია შემდეგი ვაკანსია: პროფესორი – 02 ვაკანსია; ასოცირებული პროფესორი – 03 ვაკანსია; ასისტენტ- პროფესორი – 03 ვაკანსია.
რჩევა ²⁵ II	
შეფასება	
მტკიცებულებ(ებ)ა	<ul style="list-style-type: none"> • ციფრული მარკეტინგის პროგრამის განმახორციელებელი პერსონალის სია (დანართი 6) • უნივერსიტეტის ვებ გვერდი: https://btu.edu.ge/shps-biznesisa-da-teqnologiabis-universiteti-atskhadebs-ghia-konkurss-akademiuri-thanamdebobebis-dasakaveblad-2/

სტანდარტის დასახელება	4. სწავლების რესურსებით უზრუნველყოფა
კომპონენტის დასახელება	4.2 აკადემიური, სამეცნიერო და მოწვეული პერსონალის პროფესიული განვითარება

²⁵ საგანმანათლებლო პროგრამების აკრედიტაციის საბჭოს გადაწყვეტილებიდან ამონაწერი (რჩევა გადმოიტანეთ უცვლელად)



რეკომენდაცია II ²⁶	რეკომენდირებულია დაწესებულებამ გააძლიეროს აკადემიური პერსონალის პროფესიული განვითარების მექანიზმები და მხარდამჭერი პროცედურები, რომელიც უზურუნველყოფს მათი მხრიდან სამეცნიერო/კვლევითი საქმიანობის განხორციელების ქმედით ხელშეწყობას.
შეფასება	<p>რეკომენდაცია გათვალისწინებულია. კერძოდ უნივერსიტეტს შემუშავებული აქვს პერსონალის პროფესიული განვითარებისა და მხარდამჭერი მექანიზმი, რომელიც მოიცავს:</p> <p>საერთაშორისო პროექტების ფარგლებში, სამთავრობო და არასამთავრობო ორგანიზაციებთან თანამშრომლობით მობილობას, ტრენინგებს, სემინარებს, სამუშაო შეხვედრებს;</p> <p>ბტუ როგორც აკადემიური, ასევე ადმინისტრაციული და დამხმარე პერსონალის პროფესიული განვითარებისათვის დამატებით უზურუნველყოფს სხვადასხვა ღონისძიებებს, როგორცაა ტრენინგებზე და სამეცნიერო კონფერენციებზე მივლინება; ასევე პერსონალის ადაპტაციის პერიოდის განმავლობაში ტრენინგებსა და სამუშაო შეხვედრებზე მონაწილეობას;</p> <p>შემუშავებულია პერსონალის უწყვეტი განათლების მოდელი, რომელიც მიზნად ისახავს კვალიფიკაციის ამაღლების ღონისძიებებს, მათ შორის: მომზადება/გადამზადების პროგრამები/კურსებს, ტრენინგებს, სემინარებს, სხვ., პერსონალის განვითარებაში ინვესტირებას, ამ პროცესის ეფექტიანობის შეფასების სისტემას; პერსონალის პროფესიული და პიროვნული პოტენციალის ხელშეწყობას.</p> <p>უსდ ასევე ახორციელებს დარგობრივ პარტნიორებთან კავშირების გაძლიერებას, სამეცნიერო-კვლევითი საქმიანობის განვითარებას, პერსონალის განვითარების ინტერნაციონალიზაციას.</p> <p>აღნიშნული მექანიზმის ფარგლებში უსდ-მ განახორციელა შემდეგი ღონისძიებები:</p> <ul style="list-style-type: none"> • დარგობრივ პარტნიორებთან ჩატარდა 206 აქტივობა;

²⁶ საგანმანათლებლო პროგრამების აკრედიტაციის საბჭოს გადაწყვეტილებიდან ამონაწერი (რეკომენდაცია გადმოიტანეთ უცვლელად)



	<ul style="list-style-type: none"> • აკადემიური და სამეცნიერო პერსონალის სტიმულირების მიზნით მიმდინარეობს პერსონალის საქმიანობის შეფასება; • სამეცნიერ-კვლევითი საქმიანობის ხელშეწყობისა მონეტარული, ისე თანამშრომლობის სხვადასხვა მექანიზმები; • „ინიციატივა 5.0“ საქართველოში ციფრული ეკონომიკის გაძლიერების, რეგიონში ციფრული დომინირების მოპოვების და ტექნოლოგიების მოწინავე სექტორებში ინტეგრირების სტიმულირების მიზნით უსდ-ს ადგილობრივი და საერთაშორისო პარტნიორების ჩართულობით, მასშტაბურ პროექტებს ისეთ მნიშვნელოვან სექტორებში განახორციელებს, როგორებიცაა: ფინტექი, აგრიტექი, ჯანდაცვის ტექნოლოგიები, განათლების ტექნოლოგიები, მწვანე ტექნოლოგიები, ფემტექი, სამართლის ტექნოლოგიები, კულტურის ტექნოლოგიები, მედია ტექნოლოგიები და სხვ. <ul style="list-style-type: none"> • ევროკავშირის დაფინანსებით და ბიზნესისა და ტექნოლოგიების უნივერსიტეტის კოორდინირებით 2022 წლის სექტემბერში დაიწყო ერაზმუს მუნდუსის ახალი სამაგისტრო პროგრამის დიზაინის (Erasmus Mundus Design Measures) შექმნის პროექტი; • აშშ-ს საელჩოს თანადაფინანსებითა და მხარდაჭერით 2022 წლის სექტემბერში ბიზნესისა და ტექნოლოგიების უნივერსიტეტმა მარკეტინგის მიმართულების წიგნის თარგმნის ახალი პროექტი დაიწყო: Strategic Market Management by David Aaker; • ევროკავშირის დაფინანსებით და ბტუ-ს საერთაშორისო ურთიერთობების სამსახურის კოორდინირებით, მიმდინარეობს ინსტიტუციური განვითარების პროექტი „საქართველოსა და უკრაინის უსდ-ების როლის გაძლიერება ინდუსტრიულ ტრანსფორმაციაში ინდუსტრიული პარადიგმა 4.0-ის მეშვეობით“ • ევროკავშირის დაფინანსებით და ბტუ-ს საერთაშორისო ურთიერთობების სამსახურის კოორდინირებით განხორციელდა ჟან მონეს პროექტი “ევროკავშირის კიბერუსაფრთხოების განათლების მხარდაჭერა - PEU-C-E”. • ევროკავშირის დაფინანსებით და ბტუ-ს საერთაშორისო ურთიერთობების სამსახურის
--	---



	<p>კოორდინირებით, 2022 წლიდან BTU- ში ხორციელდება მეორე ჟან მონეს პრესტიჟული მოდული მწვანე ენერჯების და მდგრადი განვითარების თემაზე: “EU for Energy Security and Sustainable Development Policies”.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2021 წლის ნოემბერ-დეკემბერში და 2022 წლის აპრილში, უსდ-მ დისტანციურ რეჟიმში უმასპინძლა საერთაშორისო სწავლების კვირეულს, რომელშიც მსოფლიოს 17 ქვეყნის წამყვანი უნივერსიტეტების 63 პროფესორი მონაწილეობდა. • საერთაშორისო პარტნიორებთან თანამშრომლობის ფარგლებში, პერსონალს მუდმივად თავაზობს სხვადასხვა პროფილურ გადამზადების ტრენინგებს, მათ შორის კომპანია Microsoft-თან ერთად დაგეგმილი ტრენინგების სერია ღრუბლოვანი სისტემებზე. • უსდ და Henley Business School-ის ერთობლივი მეწარმეობის ცენტრის ეგიდით და უსდ-ს პერსონალის ჩართულობით განხორციელდა კვლევა სტარტაპების ფინანსებთან წვდომის მიმართულებით; • უსდ-ს აკადემიური პერსონალი აქტიურად მონაწილეობს მეწარმეობის მიმართულებით აქსელერაციის და პრეაქსელერაციის პროგრამების განხორციელებაში. • პერსონალის კვალიფიკაციის ამაღლებისა და ინტერნაციონალიზაციის მიზნით დაგეგმილია და ხორციელდება შემდეგი აქტივობები: აშშ-ს საელჩოს და გერმანიის აკადემიური გაცვლის სამსახურის (DAAD) სასტიპენდიო პროგრამებისთვის საინფორმაციო შეხვედრები; ინფორმაციის გაზიარება Euraxess საქართველოს, მარი კიურის, პარტნიორი ევროპული უნივერსიტეტებისა და ორგანიზაციების (ACCA) სხვადასხვა მოკლევადიან და გრძელვადიან ტრენინგებზე, ვებინარებზე, ვიზიტებსა და პროგრამებზე; ასევე, ელსევიერის ტრენინგების სერია და კვლევების კომერციალიზაციისა და ტექნოლოგიების ტრანსფერის პროექტები და ტრენინგები. <p>აღსანიშნავია, რომ უსდ პერიოდულად ახორციელებს პერსონალის საჭიროების კვლევას და ამ კვლევის</p>
--	---



	საფუძველზე 2022 წელს განხორციელდა მრავალი აქტივობა.
რჩევა ²⁷ II	
შეფასება	
მტკიცებულებ(ებ)ა	<ul style="list-style-type: none">აკადემიური პერსონალის პროფესიული განვითარების და მხარდამჭერი მექანიზმები

თანდართული დოკუმენტაცია²⁸

1. ციფრული მარკეტინგის საბაკალავრო პროგრამა;
2. საგანმანათლებლო პროგრამის რუკა
3. სასწავლო კურსების სილაბუსები;
4. პროგრამის განმახორციელებელი აკადემიური პერსონალის სია
5. აკადემიური პერსონალის პროფესიული განვითარებისა და მხარდამჭერი მექანიზმები და ღონისძიებები

ექსპერტის ხელმოწერა

²⁷ საგანმანათლებლო პროგრამების აკრედიტაციის საბჭოს გადაწყვეტილებიდან ამონაწერი (რჩევა გადმოიტანეთ უცვლელად)

²⁸ თითოეული დოკუმენტის დასახელება და ფურცლების რაოდენობა