



MES 3 20 0001070864



05/11/2020

პროფესიული მომზადების/პროფესიული გადამზადების პროგრამების განხორციელების უფლების მიმნიჭებელი საბჭოს

სხდომის ოქმი

ქ. თბილისი

ახალი კორონავირუსის (COVID-19) შესაძლო გავრცელების პრევენციისა და უსაფრთხოებისათვის საბჭოს სხდომა ჩატარდა ონლაინ რეჟიმში **2020 წლის 22 ოქტომბერს**.

სხდომის დაწყებამდე 10 წუთით ადრე ცენტრის ვებ-გვერდზე გამოქვეყნდა ბმული, საიდანაც ყველა დაინტერესებულ პირს შეეძლო საბჭოს სხდომაზე ონლაინ ჩართვა.

Join Zoom Meeting

<https://us02web.zoom.us/j/87073708130>

Meeting ID: 870 7370 8130

საბჭოს სხდომაში მონაწილეობდნენ:

პროფესიული მომზადების/პროფესიული გადამზადების პროგრამების განხორციელების უფლების მიმნიჭებელი საბჭოს (შმდგომში-საბჭო) წევრები:

მარიამ ქუჩულორია - ა(ა)იპ - ევროპული ბიზნეს ასოციაციის გენერალური დირექტორის მოადგილე (საბჭოს თავმჯდომარე);

მარიკა ზაქარეიშვილი - გერმანიის საერთაშორისო თანამშრომლობის საზოგადოების (GIZ) პროექტის-„კერძო სექტორის ჩართულობა პროფესიული განათლებისა და ტრენინგის სისტემაში სამხრეთ კავკასიაში“ ექსპერტი, (საბჭოს მდივანი);

გიორგი გამყრელიძე - საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს ეკონომიკური პოლიტიკის დეპარტამენტის შრომის ბაზრის ანალიზის სამმართველოს უფროსი (საბჭოს წევრი);

გიორგი ვეკუა - სსკ - საქართველოს სავაჭრო-სამრეწველო პალატის მომსახურებისა და რეგიონული განვითარების დეპარტამენტის დირექტორი (საბჭოს წევრი);

ქრისტინე მეფარიშვილი- სსიპ-აწარმოე საქართველოში ინვესტიციების დეპარტამენტის უფროსი (საბჭოს წევრი);

ნათია კვიციანი - მიგრაციის საერთაშორისო ორგანიზაციის (IOM) პროგრამების ადგილობრივი ექსპერტი (საბჭოს წევრი);

ნიკოლოზ მესხიშვილი - პროფესიული განათლების ექსპერტი (საბჭოს წევრი);

თორნიკე ჯობავა - სსიპ - საქართველოს ინოვაციების და ტექნოლოგიების სააგენტოს „ინტერნეტი განვითარებისთვის“ პროგრამის კოორდინატორი (საბჭოს წევრი);

თორნიკე თოხაძე - ა(ა)იპ -საქართველოს საინფორმაციო ტექნოლოგიების ასოციაციის პრეზიდენტი - (საბჭოს წევრი).

სსიპ - განათლების ხარისხის განვითარების ეროვნული ცენტრის (შემდგომში - ცენტრი) წარმომადგენლები:

ნანი დალაქიშვილი- პროფესიული განათლების ხარისხის უზრუნველყოფის სამსახურის უფროსი;

ლანა გაჩეჩილაძე - პროფესიული განათლების ხარისხის უზრუნველყოფის სამსახურის მთავარი სპეციალისტი

მაყვალა დარსანია - პროფესიული განათლების ხარისხის უზრუნველყოფის სამსახურის უფროსი სპეციალისტი;

მაია აბდალაძე - პროფესიული განათლების ხარისხის უზრუნველყოფის სამსახურის უფროსი სპეციალისტი.

იურიდიული პირების წარმომადგენლები

შპს „ევროპის ბიზნეს სკოლა და კონსალტინგი“:

გიორგი კუჭუხიძე,

ია ერაძე,

შორენა ხუბუნაია.

ა(ა)იპ განათლების განვითარების და დასაქმების ცენტრი:

ლია კილაძე,

ნათია ნამიჭეიშვილი,

კახაბერ აბუანდაძე,

ნანა წოწონავა

პროფესიული მომზადების პროგრამებისა და პროფესიული გადამზადების პროგრამების ექსპერტი:

მაკო ჯაოშვილი

საბჭოს სხდომა დაიწყო 16:00 საათზე.

საბჭოს თავმჯდომარე მიესალმა საბჭოს წევრებს, დაწესებულებების და ცენტრის წარმომადგენლებს და შეამოწმა სხდომაზე დამსწრე საბჭოს წევრთა რაოდენობა, დაადგინა: რადგან სხდომაზე წარმოდგენილია საბჭოს წევრთა სრული შემადგენლობის ნახევარზე მეტი, „პროფესიული მომზადების პროგრამისა და პროფესიული გადამზადების პროგრამის განხორციელების უფლების მოპოვებისა და სახელმწიფოს მიერ აღიარებულად ჩათვლის წესისა და პირობების დამტკიცების თაობაზე“ - საქართველოს მთავრობის 2019 წლის 15 მარტის №131

დადგენილების (შემდგომში №131 დადგენილება) მე-9 მუხლის მე-4 პუნქტის შესაბამისად, საბჭო უფლებამოსილია, შეუდგეს მუშაობას. თავმჯდომარემ ასევე შეახსენა საბჭოს წევრებს, რომ №131 დადგენილების მე-11 მუხლის მე-4 პუნქტის შესაბამისად, საბჭოს წევრი უფლებამოსილი არ არის, თავი შეიკავოს ხმის მიცემისაგან.

მიღებული იქნა საბჭოს მონაწილეთა ერთობლივი ნებართვა საბჭოს სხდომის აუდიო ჩანაწერის წარმოებაზე, რომელიც ოქმის პროექტის შედგენის შემდეგ რეგულაციის მიხედვით, განადგურდება, და ასევე, ნებართვა მონაწილეთა ერთობლივი ფოტოს გადაღებაზე.

თავმჯდომარემ საბჭოს წევრებს გააცნო სხდომის **დღის წესრიგი**:

1. შპს „ვეროპის ბიზნეს სკოლა და კონსალტინგისთვის“ - „მარკეტინგისა და გაყიდვების სპეციალისტი - მარკეტერის“ /00847/ პროფესიული გადამზადების პროგრამის განხორციელების უფლების მინიჭების შესახებ საკითხის განხილვა;

წარმდგენი: მაკო ჯაოშვილი, მაყვალა დარსანია

2. ა(ა)იპ განათლების განვითარების და დასაქმების ცენტრი - „ბიზნესის ადმინისტრირება და ფინანსური მენეჯმენტის“ /00845/ პროფესიული მომზადების პროგრამის განხორციელების უფლების მინიჭების შესახებ საკითხის განხილვა;

წარმდგენი: მაკო ჯაოშვილი, მაყვალა დარსანია

თავმჯდომარემ საბჭოს წევრებს, ცენტრის წარმომადგენლებსა და დაინტერესებულ მხარეებს მიმართა დღის წესრიგთან დაკავშირებით ხომ არ ჰქონდათ რაიმე შუამდგომლობა. შუამდგომლობა არ იქნა წარმოდგენილი.

1. შპს „ვეროპის ბიზნეს სკოლა და კონსალტინგისთვის“ - „მარკეტინგისა და გაყიდვების სპეციალისტი - მარკეტერის“/00847/პროფესიული გადამზადების პროგრამის განხორციელების უფლების მინიჭების შესახებ საკითხის განხილვა.

საბჭოს თავმჯდომარემ დაწესებულების წარმომადგენელს მიმართა, ხომ არ ჰქონდა საბჭოს წევრების მიმართ აცილება. წარმომადგენელმა დაადასტურა, რომ საბჭოს წევრების მიმართ აცილება არ ჰქონდა. საბჭოს თავმჯდომარემ მიმართა საბჭოს წევრებს, დაედასტურებინათ, რომ იცნობდნენ დაწესებულების მიერ ელექტრონულ სისტემაში წარმოდგენილ განაცხადს, პროგრამას და საბჭოს აპარატის მიერ მომზადებულ დასკვნას. თავმჯდომარემ ჰკითხა დაინტერესებული მხარის წარმომადგენელს, იცნობდა თუ არა აპარატის მიერ მომზადებულ დასკვნას. წარმომადგენელმა დაადასტურა, რომ იცნობდა დასკვნას.

დასკვნა საბჭოზე წარადგინა ექსპერტმა მაკო ჯაოშვილმა. მან დააფიქსირა, რომ როგორც დარგის ექსპერტი და როგორც მოქალაქე, დადებითად არის განწყობილი ინსტიტუციის მიმართ, რომელმაც გამოხატა სურვილი, შეემუშაებინა არა მარტო კონკრეტული პროგრამა პროფესიული გადამზადების მიმართულებით, არამედ ამ პროგრამების ცენტრში ინიცირებით და მათი პრაქტიკაში დანერგვით წვლილი შეიტანოს დარგის განვითარებაში და ხელი შეუწყოს პროფესიონალი მარკეტერების აღზრდას.

იურიდიულ პირს წარმოდგენილი აქვს პროფესიული გადამზადების პროგრამა „მარკეტინგისა და გაყიდვების სპეციალისტი - მარკეტერი“, ეროვნული კვალიფიკაციის ჩარჩოს დონე - მეხუთე, პროგრამის ხანგრძლივობა - 12 კვირა, ჯგუფში მოსმენელთა ზღვრული რაოდენობა - 25, პროგრამის განხორციელების ადგილი არის - ქ. თბილისი, რუსთავის გზატკეცილი 18/22,

პარტნიორი ორგანიზაციის (შპს საქართველოს ბიზნეს აკადემია - SBA) ტერიტორიაზე, სპეციალურად შერჩეულ აუდიტორიაში.

პროგრამის განხორციელების მიზანშეწონილობა დასაბუთებულია ორი არგუმენტით. ერთი, რომ თვითონ ორგანიზაციას აქვს საკმაოდ დიდი გამოცდილება და მეორე, პროგრამის განმახორციელებლები არიან ამ მიმართულების ექსპერტები და მაღალი დონის პროფესიონალები. პროგრამის შემუშავების საფუძველი იყო შრომის ბაზრის ანალიზი და ასევე უცხოური ქვეყნების, კერძოდ, გერმანიის და ჰოლანდიის წარმატებული პრაქტიკა. პროგრამაში ლოგიკურად არის ასახული შრომის ბაზრის მოთხოვნების შესაბამისად რა პიროვნულ და პროფესიულ განვითარების შესაძლებლობას იძლევა ეგრეთ წოდებული On Job Training-ის ფარგლებში განხორციელებული ეს პროგრამა.

1.1. და 1.2 ქვესტანდარტები დაკმაყოფილებულია, რაც მასალის გაცნობით და ასევე ინტერვიუების საშუალებით გამოიკვეთა.

1.3 ქვესტანდარტის მიხედვით, პროგრამაში გათვალისწინებული სწავლის 6 შედეგი თანხვედრაშია პროფესიული გადამზადების პროგრამის მიზანთან, რაც გულისხმობს საბაზო კომპეტენციების გამომუშავებას ევროპულ სტანდარტებთან შესაბამისად. 1.3 ქვესტანდარტი შესაბამისად, დაკმაყოფილებულია.

პროგრამის ხანგრძლივობა არის 12 კვირა. პროგრამაზე დაშვების წინაპირობად დაფიქსირებულია: სრული ზოგადი განათლება და სამუშაო გამოცდილება გაყიდვების სფეროში მინიმუმ 6 თვე - წელი. ექსპერტის მოსაზრებით, სწავლის ექვსივე შედეგის რელევანტური მიღწევისთვის მსმენელს უნდა გააჩნდეს წინარე ცოდნა ან გამოცდილება მარკეტინგის საფუძვლებში, ამიტომ დაფიქსირდა 1.4 ქვესტანდარტის დარღვევა. რეკომენდაციად დაფიქსირდა, რომ პროგრამის შედეგებიდან და შინაარსიდან გამომდინარე, სასურველია მსმენელს ჰქონდეს წინარე გამოცდილება, კონკრეტულად, მარკეტინგის საფუძვლებში. აღნიშნულთან დაკავშირებით გასაუბრების დროსაც ეცნობა დაწესებულების წარმომადგენლებს და დაეთანხმნენ რეკომენდაციას.

რაც შეეხება 1.5 ქვესტანდარტს, საკვალიფიკაციო ჩარჩოს დონე არის მეხუთე. სწავლის შედეგებიდან გამომდინარე პროგრამის დონე სწორადაა განსაზღვრული.

1.6 ქვესტანდარტში, ცოდნა-გაცნობიერებას და უნარებს რაც შეეხება,

შედეგი 1. მოიცავს საწარმოს მარკეტინგის წარმოების შესახებ ცოდნა-გაცნობიერებას;

შედეგი 2. ფარავს ცოდნას საწარმოს გაყიდვების წარმოებასთან დაკავშირებულ საკითხებზე;

შედეგი 3. საწარმოს შესაბამისი ბაზრის სეგმენტაცია მოიცავს მომხმარებლის ტიპებისა და სეგმენტაციის დანიშნულების ცოდნას; ასევე, ცოდნის პრაქტიკული გამოყენების უნარს;

შედეგი 4. საწარმოს გაყიდვებისა და მარკეტინგის კამპანიების მართვა მოიცავს სხვადასხვა ტიპის ღონისძიების ჩატარების და რისკების მართვის უნარს;

შედეგი 5. საქმის სოციალური მედია კამპანიის დაგეგმვა-განხორციელება ფარავს რამდენიმე უნარს: თანამშრომლების მოტივირება; შიდა კომუნიკაცია; მომწოდებლებთან მოლაპარაკების წარმოება;

შედეგი 6. გაყიდვების ვარდნის რისკების განსაზღვრა და საპრევენციო ზომების მიღება მოიცავს ონლაინ რეპუტაციის მაკონტროლებელ სისტემის ცოდნას და ნეგატიური შეფასების მართვის უნარს; ასევე რეპუტაციის შენარჩუნების პრაქტიკულ გამოცდილებას.

პროგრამის მოცულობაა 108 საათი, ხანგრძლივობა 12 კვირა, კვირული დატვირთვა 9 საათი. პროგრამა ითვალისწინებს სამუშაოზე დაფუძნებულ სწავლების ფორმას და დაწესებულების მიერ პრაქტიკული უნარები მსმენელებს გამოუმუშავდებათ სამუშაო ადგილზე. ამ მიმართულებით 1.7 ქვესტანდარტი დაკმაყოფილებულია.

რაც შეეხება შეფასების სისტემას, რამდენად უზრუნველყოფილია სწავლის შედეგების მიღწევა ვალიდურ, სანდო, გამჭვირვალე და სამართლიან გარემოში, თამამად შეუძლია თქვას, რომ შედეგების შესაფასებლად გამოიყენება გამოკითხვა და პრაქტიკული დავალება. შედეგები მიიღწევა ობიექტურობისა და სამართლიანობის დაცვით. რაც ნიშნავს, რომ დაწესებულებას სრულად აქვს გააზრებული როგორ მიაწოდოს მსმენელს თავიდანვე, რა შედეგზე უნდა

გავიდეს პროგრამის დასრულების შემდეგ და სწავლების პროცესშიც აუხსნას, რა მეთოდებით აფასებს ცოდნას.

პარტნიორმა ორგანიზაციის ხელმძღვანელმა ვირტუალურად დაათვალიერებინათ სივრცე და კონკრეტულად აუდიტორია, რომელიც სრულად არის აღჭურვილი ამ პროგრამის განსახორციელებლად, შესაბამისი მატერიალურ-ტექნიკური რესურსით. აქვე აღნიშნა, რომ მატერიალური-ტექნიკური აღჭურვილობის ჩამონათვალში ერთი ხარვეზი იყო გაპარული, კერძოდ ეწერათ 15 სკამი, თუმცა რეალურად აუდიტორიაში 25 სკამი იყო განთავსებული. აუდიტორია 30 სტუდენტსაც დაიტევს, ამის შესაძლებლობა აქვს ამ აუდიტორიას.

გადამოწმდა და დადასტურდა სასწავლო რესურსის ხელმოსაწვდომობა მსმენელებისთვის, ასევე უსაფრთხო სასწავლო გარემო, რაც დასტურდება შესაბამისი დოკუმენტაციით.

ქვესტანდარტები-3.1; 3.2 და 3.4, რომელიც ექვემდებარებოდა შემოწმებას, დაკმაყოფილებულია, დასტურდება შესაბამისი ინტერვიუთი. დაწესებულებას შემუშავებული აქვს პროფესიულ გადამზადების პროგრამაზე მსმენელების პროფესიული გადამზადების პროგრამაზე შერჩევის, ჩარიცხვისა და სასწავლო პროცესის მართვის პროცედურები დოკუმენტში „პროფესიული მომზადების/პროფესიული გადამზადების პროგრამაზე მსმენელის შერჩევის, ჩარიცხვისა და სასწავლო პროცესის მართვის წესი“. დაწესებულებას გააჩნია ხარისხის უზრუნველყოფის ინსტრუქცია და ინტერვიუთიც გამოიკვეთა, რომ პარტნიორი ორგანიზაციის ხელმძღვანელის მხრიდან არის მზაობა, რომ თუ საჭირო იქნებოდა, ისინი კონსულტაციებსაც გაუწევენ და დაეხმარებიან. ექსპერტმა აღნიშნა, რომ მიესალმება როცა პროფესიული კოლეჯი მზად არის და ხელს უწყობს ინსტიტუციას განავითაროს და ხარისხიანად განავითაროს სწავლება.

გაცეს რამდენიმე რეკომენდაცია, კერძოდ:

1.4 ქვესტანდარტი - რეკომენდებულია პროფესიული გადამზადების პროგრამის მიზნობრივ სეგმენტად განხილული იყოს მარკეტინგის საფუძვლებში გარკვეული პრაქტიკული ან/და თეორიული ცოდნის მქონე პირები, რაც უზრუნველყოფს მე-5 დონის საკვალიფიკაციო მოთხოვნათა შესაბამის სწავლის შედეგების რეალურ მიღწევადობას.

1.8 ქვესტანდარტი - თემატიკისა და მისაღწევი სწავლის შედეგების გათვალისწინებით გადაისინჯოს ყოველკვირეული სწავლების მეთოდების რაოდენობა, დაკონკრეტდეს რომელი მეთოდი რა შედეგს უზრუნველყოფს.

1.10 ქვესტანდარტი- რეკომენდებულია შეფასების კრიტერიუმები და პროცედურები ნათლად იყოს გაწერილი და წინასწარ ეცნობოს პროგრამის მსმენელს, რაც უზრუნველყოფს პროცესის სამართლიანობას, ობიექტურობას და გამჭვირვალობას.

2.1 ქვესტანდარტი- რეკომენდებულია პროფესიული გადამზადების პროგრამას დაერთოს მისი ინიციატორისა და პროგრამის შემუშავებაში ჩართული პირის, (რომელიც არის მეორე განმახორციელებელი), რეზიუმე (CV). ასევე, რეკომენდებულია პარტნიორი ორგანიზაციის წარმომადგენელთა ჩართულობა სწავლების ხარისხისა და შეფასების მეთოდოლოგიის გაუმჯობესების მიმართულებით, რაც სათანადოდ აისახება მხარეთა შორის გაფორმებულ ხელშეკრულებაში.

საბჭოს თავმჯდომარე დაინტერესდა 1.4 ქვესტანდარტთან მიმართებით დაფიქსირებულ რეკომენდაციაში, მარკეტინგის გამოცდილებაში რას გულისხმობდა ექსპერტი, რა არის მარკეტინგი. ექსპერტმა დააფიქსირა პასუხი - ნებისმიერი სახის მომსახურეობა, ურთიერთგაცვლა მოთხოვნასა და მიწოდებას შორის, ანუ ბაზარსა და წარმოებას შორის ურთიერთკავშირი, პოპულარულ ენაზე, რომ თქვას და მარკეტინგის მიმართულებით ცოდნა და გამოცდილება გულისხმობს იმას, რომ გარკვეული წარმოდგენა უნდა ჰქონდეს რა საკომუნიკაციო არხები არსებობს მარკეტინგული მიმართულებით და რა განათლება უნდა ჰქონდეს ამ მიმართულებითაც, ასევე როდესაც არის რისკების პრევენცია და ამ მხრივ გარკვეული გამოცდილება აქვს მიღებული, უფრო მარტივად შეძლებენ მიიღონ შემდეგ დანარჩენი ინფორმაცია, როგორ მართონ ვთქვით, იგივე სოც-მედია, იგივე ფინანსური რისკები,

და ასევე, როგორ გაუფრთხილდეს რეპუტაციას. გაყიდვების სფეროში მომუშავე ადამიანს, საშუალო სკოლა დამთავრებულს, რომელსაც მინიმუმ 6 თვე აქვს ნამუშევარი, ეს კომპეტენცია არ ექნება. ეს არის მისი მოსაზრება, როგორც დარგის ექსპერტის.

საბჭოს თავმჯდომარემ აღნიშნა, რომ მარკეტინგის ერთგვარი არასწორი აღქმა ხდება ხოლმე საზოგადოებაში, ძალიან ხშირად გაიგივება რეკლამასთან. თავმჯდომარე გიორგი კუჭუხიძესაც იცნობს, იცის მისი ტრენინგების შესახებ და დარწმუნებულია, რომ გიორგი კუჭუხიძემ, როგორც პროფესიონალმა, იცის, რომ მარკეტინგი საკმაოდ ფართო დარგია და ბევრი რამე ისწავლება. მათ შორის, პროდუქტის შექმნა, როგორ მოვარგოთ ეს პროდუქტი ბაზრის მოთხოვნებს, როგორ დავყოთ მომხმარებლის ფსიქო-ტიპები, როგორ ვმართოთ ბრენდი, ფასების ანალიზი, დისტრიბუცია, კომუნიკაცია, რეკლამირება და სხვა. აქედან გამომდინარე, საბაკალავრო დონემდეც კი მივდივართ. ამიტომ მან სთხოვა დაწესებულების წარმომადგენელს, განემარტა თუ რას აპირებს ამ 12 კვირაში, კვირაში 9 საათიანი დატვირთვით, კონკრეტულად რა ცოდნა უნდა გადასცეს მარკეტინგიდან, და სად, ან კონკრეტულად რა პოზიციაზე შეძლებდა პროგრამის კურსდამთავრებული მუშაობას. ასევე დაინტერესდა, თუ არსებობს შრომის ბაზრის მოთხოვნები, დამსაქმებლის ინტერესი და ხომ არ არის საჭირო პროგრამის შინაარსის ცოტა დავიწროება და რეალურად რეკლამაზე ხომ არ არის საუბარი ან მხოლოდ გაყიდვებზე.

აქვე იკითხა თორნიკე თოხაძემ, ამ კურსის გავლის შემდეგ სად დასაქმდებიან, რომელ პოზიციებზე.

მარიკა ზაქარეიშვილმა აღნიშნა, რომ მასაც იგივე კითხვა გაუჩნდა რაც საბჭოს თავმჯდომარეს. ეს არის გადამზადების პროგრამა და ვინ უნდა მოვიდეს, ვინ არიან ეს ადამიანები და სად დასაქმდებიან.

დაწესებულების წარმომადგენელმა უპასუხა შეკითხვებს, პირველ რიგში მან ახსენა ქალბატონი ია ერაძე და მისი მხარდაჭერა, რადგან არაფორმალური განათლებიდან ფორმალურ განათლებაში გადასვლა არ არის ადვილი და ამაში უფრო მეტად დარწმუნდა. პროგრამა ეყრდნობა საკვალიფიკაციო ჩარჩოს. მან თქვა, რომ პირადად თვითონ სწავლობდა მეხუთე დონის „მარკეტინგის სპეციალისტის“ პროგრამაზე, და შემდეგ დაამთავრა მეექვსე დონეც, ანუ მარკეტინგის მენეჯმენტი. რაც შეეხება იმას, თუ რა გამოცდილება უნდა ჰქონდეს მსმენელს, რა უნდა იცოდეს, მსმენელს უნდა ჰქონდეს მარკეტინგის საბაზისო ზოგადი ცოდნა. პირს თუ აქვს 6 თვე გაყიდვებში მუშაობის გამოცდილება, კვლევებში მიღებული აქვს მონაწილეობა, ქოლ ცენტრში უმუშავია, უშუალოდ გაყიდვებში ჰქონია მონაწილეობა, ეს საკმარისია, რომ შემდეგ მოხდეს დაშენება ახალი კომპეტენციების. ვიღებთ სპეციალისტს, ვთქვათ გაყიდვების წარმოებაზე, მარკეტინგის მიმართულებით, რომლებიც ქმნიან შემოსავლებს. პროგრამის გავლის შემდეგ ვიღებთ სპეციალისტს, რომელიც პასუხისმგებელია კომპანიის გაყიდვებზე, შესაბამისად, გარემო ფაქტორების ანალიზზე ამ პროდუქტთან მიმართებით, რისკებზე, დაგეგმარებაზე და განხორციელებაზე და საბოლოო ჯამში, რომ დაეხმაროს კომპანიას გაყიდვებში და შემოსავლების მიღებაში. წინაპირობა აბსოლიტურად საკმარისია, რომ რაღაც ფუნდამენტური ცოდნა მაინც ჰქონდეს ადამიანს გაყიდვებში, მარკეტინგში იქნება ეს, ზოგადად კომერციის ნაწილში, გამოცდილება რაღაც ცოდნის მხრივ და მერე უკვე მათ მისცემენ ევროპულ გამოცდილებას, მარკეტინგულ ცოდნას. გადამზადების პროგრამა ეყრდნობა ჰოლანდიურ პროგრამას, რომელიც ადაპტირებულია ქართულ რეალობაზე. ევროპული და მათი მისიაც არის, რომ ევროპული სტანდარტების ინტეგრაცია მოახდინონ საქართველოში. რაღაც ახალს ნამდვილად არ ჰქმნის, არამედ თავის გამოცდილებას ახმარს ამ პროგრამას განსახორციელებლად.

გიორგი გამყრელიძემ აღნიშნა, რომ მას აქვს განათლება მარკეტინგის სფეროში და აინტერესებდა უშუალოდ მარკეტინგის სტრატეგიის რა ნაწილს შეასწავლიან მსმენელს, როდესაც მარკეტინგი ყველაზე სოლო განვითარებადი პროცესია, სტრატეგიებიც და აქტივობებიც ერთობლიობაა, რომელიც მიზნად ისახავს მომხმარებლის ლოიალობის დამოკიდებულების შექმნას. ყველაფერი დაიყვანება იმაზე, რომ ჩვენ ყველაფერს ვუყურებთ და ორმხრივ ურთიერთკავშირშია გამყიდველი და მყიდველი, ურთიერთდამოკიდებულება ლოიალური რომ გავხადოთ. მისი კითხვა იყო - რა სტრატეგიებზე ექნებათ აღებული სწორება. გიორგი კუჭუხიძემ უპასუხა, საუბარი არის სპეციალისტისთვის საჭირო კომპეტენციებზე. ეს არის სეგმენტაცია. მაგალითად, რატომ უნდა გააკეთოს კომპანიამ სეგმენტაცია და ამის საფუძველზე შემდეგ რატომ უნდა შეიმუშაოს სოციალურ ან და სხვა საკომუნიკაციო არხებში სოციალური კამპანია, ანუ შესაბამისი კომუნიკაცია, სტრატეგიული ანალიზი, კონკურენტებთან მიმართებაში, მათი მარკეტინგული მითის ანალიზი და შემდეგ ამის საფუძველზე კონკურენტული უპირატესობის ჩამოყალიბება, რათა გაყიდვების გენერირება მოხდეს, სტრატეგიულ მომწოდებლებთან მოლაპარაკებების ნაწილი, რათა ასორტიმენტი იყოს სწორი, ეს იქნება შეთანხმებები ნედლეულთან და ასორტიმენტთან დაკავშირებით თუ ბრენდებთან, რაც საბოლოო ჯამში განსაზღვრავს ფასების სწორ პოლიტიკას და ა.შ. ანუ მარკეტინგის საფუძველებზე უფროა საუბარი, ვიდრე უფრო მაღალ, ბაზრის განვითარების სტრატეგიებზე თუ რაღაც მაღალ მატერიალებზე, იმიტომ რომ მეხუთე დონისთვის ეს იქნება ბევრი.

გიორგი გამყრელიძის მოსაზრებით, ამ განმარტების თანახმად, მსმენელს ასწავლიან მარკეტინგის საფუძვლებს, ამდენად შესაძლებელია პროგრამაზე მიიღონ ადამიანი, რომელიც საერთოდ ვერ ერკვევა მარკეტინგში, არ აქვს სამუშაო გამოცდილება და ნოლიდან დაიწყოს, შეასწავლონ მარკეტინგის საფუძვლები. როგორც დაწესებულების წარმომადგენლის განმარტებით ირკვევა მარკეტინგის სტრატეგიას არ ასწავლიან, რაზედაც გიორგი კუჭუხიძემ უპასუხა, რომ მეექვსე დონისთვის საჭირო სტრატეგიებს არ ასწავლიან. სტრატეგიის ნაწილია, მაგალითად, SWOT ანალიზი, რომელსაც ასწავლიან, ეს სტრატეგიული ანალიზის ნაწილია. აღსრულების ნაწილზეა პასუხისმგებელი მეხუთე დონეზე და ეს უნდათ მიიღონ, ვიდრე სტრატეგიული დაგეგმარება, საერთაშორისო სტრატეგიები და დაგეგმარებები და ა.შ. ფართო ცნებები.

გიორგი გამყრელიძის შემდეგი კითხვა ეხებოდა სოციალურ მედიას. სოციალური მედიის გამოყენებაზე თუ ექნებათ ფოკუსირება და მათ შორის შესაძლებელია იყოს რამდენიმე ვარიანტი, Facebook, ვიდეოების შექმნის ხელოვნება, LinkedIn, სხვადასხვა ბლოგერების ბლოგის გამოყენება და ა.შ. რაზე იქნებიან ორიენტირებული, ვინაიდან აინტერესებს სტრატეგია, რომელ მიმართულებაზე აქვთ ხედვა, რადგან განსხვავებული პროდუქტებისთვის არის სოციალური მედია, იგივე ინსტაგრამი და სხვა რაც ჩამოთვალა. თუკი მათთვის მთავარი მიზანი არის, რომ შეასწავლონ სოციალური მედია, ეს გზა უფრო მარტივია და შეიძლება საერთოდ არ შეეხონ სტრატეგიის განხორციელების ასეთ დაწვრილებით გეგმას. დაწესებულების წარმომადგენელმა უპასუხა, რომ მეხუთე სწავლის შედეგია ზუსტად სოციალური მედია, კამპანიების დაგეგმვა და განხორციელება. 80% ამაში იგულისხმება Facebook-ი, რადგან ყველაზე მეტად პრაქტიკულია გაყიდვების გენერირებისთვის, ზოგადად LinkedIn-იც, ადამიანური კაპიტალი და სხვადასხვა არხებიც საინტერესოა, თუმცა, რომ მიიღონ სპეციალისტი, რომელიც სწრაფად მოუტანს გაყიდვების და შემოსავლის ნაწილში ორგანიზაციას შედეგს, ჩათვალა საჭიროდ, რომ Facebook ყველაფრის გაკეთება უნდა შეძლოს ამ ადამიანმა, ეს იქნება კამპანიის დაგეგმვა და სხვა. ზოგადი განათლება იქნება დიჯიტალის, youtube-ზე, Instagram-ზე, LinkedIn-ზე, მაგრამ სწავლების დონე, კომპეტენციის განვითარება ხდება სოციალური მედიის მიმართულებით, Facebook-ს გულისხმობს, რასაც სხვა კომპანიებიც იყენებენ გაყიდვებისთვის.

თორნიკე ჯობავა დაინტერესდა, დაწესებულების წარმომადგენელმა ახსენა, რომ ევროპის სწავლებას და გამოცდილებას ეყრდნობიან. სთხოვა განემარტათ რა განსხვავებას ხედავენ და რა განსხვავებით ასწავლიან ევროპულ და ქართულ გამოცდილებასა და ხედვას შორის. შენიშნა, რომ ამ შემთხვევაში გულისხმობს ჯანსაღ მიდგომებს და წარმოდგენებს იმიტომ, რომ საქართველოშიც ამ ბოლო პერიოდში ბევრი კარგი მარკეტინგული კომპანია გაჩნდა, რომლებიც ასევე საკმაოდ მრავლისმომცველად ასწავლიან ამ დარგს.

დაწესებულების წარმომადგენელმა განმარტა, რომ არ შეუდარებია სწავლასთან, შეადარა მოთხოვნასთან მიმართებით, რასაც ბიზნესი ითხოვს მარკეტინგიდან თუ მარკეტინგის სპეციალისტიდან, სწავლებასთან დაკავშირებით შედარება გაუჭირდება, უბრალოდ, ევროპულის რაც მოსწონს, არის ყველაზე საუკეთესო, პრაქტიკული ნაწილი სწავლების მეთოდოლოგიაში და პროგრამაში, რომელიც პირს ეხმარება სწრაფად მიიღოს ცოდნა და უნარები.

მარიკა ზაქარეიშვილის კითხვა მდგომარეობდა პროგრამის სახელწოდებასთან დაკავშირებით, ექსპერტს არ უთქვამს, რომ არ შეეფერება სწავლის შედეგები სათაურს. დაინტერესდა ხომ არ უნდა დაკონკრეტდეს სახელწოდება. დაინტერესდა თუ გამოვა ამ პროგრამიდან მარკეტერი ან ეს ხომ არ არის ბაკალავრიატის დონის პროგრამა.

დაწესებულების წარმომადგენელმა უპასუხა, რომ მარკეტერი, თვითონ სიტყვა, ევროპული გაგებით, ნიშნავს აზრის დაუფლებას, ფულის მოგების გენერირებას მომავლისთვის და ამას ნამდვილად არ სჭირდება ბაკალავრიატი.

მარიკა ზაქარეიშვილი დაინტერესდა მარკეტერები, რომლებიც მუშაობენ ქართულ ბაზარზე ამ გადამზადების პროგრამით რას შეიძენენ, რაკომპეტენციებს დაიმატებენ და უფრო ეფექტური რით გახდება მათი სამუშაო. დაინტერესდა შრომის ბაზარი რამდენად გაჯერებულია მსგავსი სპეციალისტებით.

დაწესებულების წარმომადგენელმა, გიორგი კუჭუხიძემ აღნიშნა, რომ დაახლოებითარის 1000 მარკეტერი, აქედან მინიმუმ 30% მუშაობს გაყიდვების დეპარტამენტში, მარკეტინგის დეპარტამენტში. ბაზარი საკმაოდ დიდია დაშესაბამისად კადრების მოთხოვნაც არის და მათ ეს პროგრამა დახელოვნებაში დაეხმარებათ.

მარიკა ზაქარეიშვილი დაინტერესდა, რამდენად შესაძლებელია და თუ აქვთ გათვლა ამ პროგრამის სწავლების პროცესში პარტნიორების ჩართვის სურვილი, რაზედაც დაწესებულების წარმომადგენელმა, გიორგი კუჭუხიძემ აღნიშნა, რომ სწავლების პროცესში ჩართული იქნება პირადად ის და ასევე და ქალბატონი ნინო ჯინჯოლავა. ორივე მათგანს აკრედიტაცია აქვს გავლილი მარკეტინგის ფედერაციის მიერ.ზოგადად, დამატებითი შეხვედრები, მასტერ კლასები თუ გამოცდილების გაზიარება გათვალისწინებული იქნება პროგრამის განხორციელებისას.

ნათია კვიციანიმა სთხოვა დაწესებულების წარმომადგენელს დაესახელებინა თუ რა სახის ბიზნეს ორგანიზაციები ითხოვენ ამ ტიპის თანამშრომლებს. გიორგი კუჭუხიძემ აღნიშნა, რომ ასეთი თანამშრომელი სჭირდება ყველას, ვისაც ნებისმიერი სახის ბიზნესი აქვს, ვინც რამეს ყიდის და ბიზნესის პროცესების სტრუქტურული ანალიზი სჭირდება, გაყიდვები და გაყიდვების გეგმა.

ნათია კვიციანიმა დააფიქსირა მოსაზრება, რომ შერჩევის დროს ძალიან კარგად უნდა შეირჩეს ეს ადამიანები, რომლებიც ამ კურსზე მოდიან. მართალია საშუალო განათლების ადამიანია, მაგრამ მეტყველების, კომუნიკაციის კარგი უნარი უნდა გააჩნდეს. შერჩევა ძალიან მნიშვნელოვანი იქნება და ალბათ ენაც გამოსადეგი იქნება, იმიტომ რომ უცხოურ პრაქტიკაზე იყო ზემოთ საუბარი, სასწავლო მასალები ალბათ უცხო ენაზე უნდა იყოს. გიორგი კუჭუხიძემ

უპასუხა, რომ მასალები, ყველაფერი ქართულ ენაზეა, ასევე შენიშნა, რომ გასაუბრებაა წინაპირობა, რომ ჩაირიცხოს მსმენელი პროგრამაზე. ლოგიკურია პირს უცხო ენა უნდა ესმოდეს, მაგრამ სწავლება იქნება მხოლოდ ქართულად.

ნათია კვიციანი აღნიშნა, რომ არაა ცუდი ტენდენცია, მარკეტერმა, რომელსაც არ აქვს უმაღლესი განათლება და ასეთი გადაწყვეტილების საფუძველზე მიიღოს ის უნარები და ცოდნა, რომელიც მნიშვნელოვანი იქნება მისი კარიერული ზრდისთვის, მისი შემდგომი შემოსავლის გაზრდისთვის. დაინტერესდა სამი თვიანი განათლების მქონე პირს თუ მიიღებენ დიდი ბიზნესები, მარკეტინგის განყოფილებაში. გიორგი კუჭიხიძემ უპასუხა, მისთვის ეს კითხვა რომ 5 წლის წინ დაესვათ, უპასუხებდა, რომ არა, იმიტომ, რომ ერთ-ერთ სამსახურში არ მიიღეს, მხოლოდ იმიტომ რომ არანაირი დიპლომი არ ჰქონდა მაშინ, მერე მიიღეს და ორგანიზაციას ხუთჯერ გაუზარდა გაყიდვის მაჩვენებელი. დღეს ბიზნესის ცნობიერება ამაღლდა და მიხვდნენ, რომ მხოლოდ დიპლომი საკმარისი არ არის, მთავარია შესაბამისი უნარები ჰქონდეს ადამიანს. ყველაფერი საბოლოო ჯამში იზომება უნარებით და გამოცდილებით. საკონსულტაციო მიმართულებასაც ეწევა თვითონ და პრაქტიკულად ჩართავენ მსმენელებს იმ პროექტებში, სადაც თვითონაც არიან ჩართულები და მსმენელებს ექნებათ საბოლოოდ წარმოსადგენი პროექტები. პროგრამის 70 % პრაქტიკა იქნება და 30 % -თეორია.

თორნიკე თოხაძემ აღნიშნა, რომ წინა პერიოდში, წლების განმავლობაში, მუშაობდა კომპანიებში, რომლებსაც ჰყავდათ მარკეტინგის მენეჯერები. შენიშნა, რომ თვითონ არ არის მარკეტინგის სპეციალისტი, მაგრამ მის დაქვემდებარებაში მუშაობდნენ გამოცდილი მარკეტერები და მათი დაქვემდებარებული თანამშრომლები. დაინტერესდა სამიზნე სეგმენტისთვის რა არის ამ კურსის მთავარი ღირებულება. გიორგი კუჭიხიძემ უპასუხა, რომ ამ პროგრამის გავლის შემთხვევაში, მონაწილე შეიძენს ევროპული პროგრამის საფუძველზე საერთაშორისო კადრისთვის საჭირო, საერთაშორისო ბაზრისთვის შესაბამისი რელევანტურ კომპეტენციას, რაც მოიცავს მარკეტინგის სპეციალისტის შესაბამისი ცოდნის, უნარების განვითარებას. პირი უნდა ჩამოყალიბდეს ასეთი დონის სპეციალისტად და მისთვის დასაქმების პრობლემა არ უნდა იყოს.

შემდეგი კითხვა დასვა თორნიკე თოხაძემ, რამდენად არის საჭირო დამსაქმებლისთვის ევროპული სტანდარტების შესაბამისი კადრი. მაგალითად მოიყვანა პირადი გამოცდილება როცა მარკეტერები აყავდათ, არასოდეს არ უსახავდნენ მოთხოვნას და ამოცანას, რომ ამ ადამიანების კომპეტენცია ყოფილიყო ევროპული სტანდარტების შესაბამისი, რადგან მათ ჰქონდათ კონკრეტული ამოცანა და ამ კონკრეტული ამოცანის გადაჭრა სჭირდებოდათ. ახლა ბიზნესის მხარეს რომ შემოვატრიალოთ დაფა, ვეუბნებით, რომ ვთავაზობთ ევროპული სტანდარტების განათლების მქონე პირებს მარკეტინგში, კონკრეტულ რაღაცაში და მისი მოსაზრებით, ბიზნესისთვის ეს მნიშვნელოვანი რეალურად არ არის. დაინტერესდა ამ საკითხთან დაკავშირებით რა მოსაზრება ჰქონდათ დაწესებულების წარმომადგენლებს. გიორგი კუჭიხიძემ უპასუხა, რომ ეთანხმება მას, დღეს ეს ბიზნესს არ აინტერესებს ევროპული განათლება თუ არა ევროპული, მთავარია შედეგი. ისინი ასწავლიან და შედეგი როგორ გენერირდება და რა პროდუქტია, თუ რისი გაკეთება შეუძლია.

მარიკა ზაქარეიშვილმა აღნიშნა, რომ ამ პროგრამას აზრი აქვს იმ შემთხვევაში, თუ ამ კურსის გავლის შემდეგ ადამიანი უფრო მეტს გაყიდის. გამოდის, რომ ამ პროგრამის მიზანი არის გაზარდოს პროდუქტიულობა, რამდენად მეტს გაყიდის. დაინტერესდა თუ შეუძლია ამ პროგრამას ამხელა შედეგს მიაღწიოს.

თორნიკე ჯობავამ საბჭოს მოახსენა პირადი გამოცდილება. განსხვავებული სახის ბიზნესში, თვითონ მარკეტერები თავს შორს იჭერენ გაყიდვის პროცესისგან. გაყიდვები და მარკეტინგი

არის ცალ-ცალკე მიმართულება და ამიტომ ჰქვია მათ განსხვავებული სახელწოდება. თუ ვიტყვით, რომ შედეგი უნდა იყოს გაყიდვები, მარკეტინგი ყოველთვის გეუბნება front - მა ვერ იმუშავა. ამიტომ, პრაქტიკა ამას აჩვენებს.

მარიკა ზაქარეიშვილმა იკითხა მარკეტერის მთავარი შედეგი გაყიდვების გაზრდა არის თუ არა.

რაზეც გიორგი კუჭუხიძემ თქვა, რომ მარკეტინგი ძალიან ზოგადი მცნებაა. შეიძლება ცალკე პროფესია იყოს პროდუქტის შექმნის მენეჯერი, წმინდა მარკეტერი ან გაყიდვების სპეციალისტი. თორნიკე თოხაძემ თქვა, რომ მისი აზრით ეს პროგრამა არ არის გაყიდვებთან კავშირში, და თუ არის, მაშინ უნდა ერქვას გაყიდვები, თვითონ შინაარსობრივად კი არის მარკეტინგი კავშირში გაყიდვებთან, მაგრამ ეს ვერ იქნება მიზნული გაყიდვებზე და მას ეს პროგრამა ძალიან ზოგადი ჰგონია, უფრო მკაფიო, ნათელი უნდა იყოს ასახსნელადაც. დააკონკრეტა, ქვესტანდარტი 1.2 - პროგრამის სახელწოდება უნდა შეესაბამებოდეს შინაარსს, ცოტა შეცდომაში შემყვანი გამოდის თუ ვახსენებთ გაყიდვებს და მარკეტინგს ერთად, თუმცა როგორც დაწესებულების წარმომადგენლისგან მოისმინა საბოლოოდ საქმე ეხება გაყიდვებს და რომ ისწავლება მარკეტინგის საფუძვლები, რამაც საბოლოო ჯამში გაყიდვებს უნდა შეუწყოს ხელი.

მავო ჯაოშვილმა აღნიშნა, რომ მარკეტერი არის ტერმინი, რომელიც ნიშნავს, რომ ადამიანი არის კრეატიული, მან კარგად იცის პროდუქტის ავკარგიანობა, თვითონ სჯერა პროდუქტი მოთხოვნადი იქნება და ამით ხელს უწყობს გაყიდვას.

ნათია კვიციანი თქვა, რომ პროგრამის გაცნობისას გარკვეული კითხვები გაუჩნდა. არ არის საუბარი მარტო გაყიდვებზე, აქ არის ბაზრის განსაზღვრა, სემინტის იდენტიფიკაცია, ეს არ არის გაყიდვები. პროგრამაში საუბარი არ არის მხოლოდ პროდუქტის გაყიდვაზე, ეს უფრო მეტია. რაც წაიკითხა, სულ არ არის აქ გაყიდვებზე საუბარი, პირიქით, ძალიან აქტიურად არის მარკეტინგის კომპონენტები. მისი აზრით, ეს პროგრამა ბევრ კომპეტენციას მოიცავს. ამიტომ დასვა შეკითხვა შერჩევის კომპონენტზე, რომელიც მნიშვნელოვანი უნდა იყოს. აქვე შენიშნა, რომ მნიშვნელოვანია ორი კომპონენტი, ერთი არის პიროვნება, ბატონი გიორგი, რომელსაც იცნობს აუდიტორია და არაერთი კომპლიმენტი გაჟღერდა საბჭოს სხდომაზე და ენდობა ამ ხალხის კომპლიმენტებს და აზრს ბატონი გიორგის შესახებ, ამავდროულად პროგრამა შემუშავებულია უცხოური პროგრამიდან და შინაარსობრივად კარგად დალაგებულია, მაგრამ ორი თუ სამი კომპონენტი თანხვედრაშია. კითხვები, რაც საკითხის განხილვისას დაისვა სწორად იყო დასმული პროგრამასთან მიმართებით და ერთადერთი კითხვა რჩება კიდევ პროგრამაზე დაშვების წინაპირობასთან დაკავშირებით, მაგრამ მისი აზრით ადამიანის მიერ სკოლაში გამომუშავებულ უნარებს და მიღებულ ცოდნას გააჩნია და შერჩევის კრიტერიუმებს მიღების დროს.

–დაწესებულების წარმომადგენელმა უპასუხა, როდესაც სატესტო რეჟიმით განახორციელეს სწავლება, 200 ადამიანი დარეგისტრირდა და სულ აიყვანეს 20 ადამიანი სპეციალურად შედგენილი ტესტების შედეგების საფუძველზე. მათი მიზანია ცოდნის, განვითარების და უნარების წყალობით შესაბამისი უნარები ჩამოუყალიბოს პირს და მარკეტინგის და გაყიდვების სპეციალისტი მიიღონ, ანუ მარკეტერი ადამიანი, რომელიც შეძლებს მარკეტინგულ ანალიზს, დაგეგმარებას და განხორციელებას.

თორნიკე ჯობავამ თქვა, რომ მას აქვს განათლება მარკეტინგში და დიდხანს მუშაობდა ამ სფეროში. მან დააფიქსირა თავისი მოსაზრება- პირველი, მას ჰგონია, რომ არამარკეტინგულ ენაზე საუბარი საერთოდ არ არის საჭირო საზოგადოებასთან იმიტომ, რომ ყოველ მათგანს გააჩნია გარკვეული ცოდნა მარკეტინგზე და ძალიან მარტივი და უამრავი განმარტება არსებობს მარკეტინგის. ყველაზე მარტივად რომ ითქვას, ეს არის შეისწავლო, აწარმოო და მიაწოდო სხვაზე უკეთესად. სამივე ვიცით რა არის, შესაბამისად, სამივეზე გარკვეული ცოდნა გაგვაჩნია.

აქ არის საჭირო მხოლოდ ტექნიკები, რომლის სწავლა არის საჭირო იმისათვის, რომ ეს ყველაფერი სხვებზე უკეთ გავაკეთოთ, რაც უმთავრესია. აუდიტორია და საზოგადოება, ზოგადად ბაზა ქვეყანაში რაც არის, ამ ბაზარზე არის ძალიან მოთხოვნა ერთთვის, სამთვის და მეტხნის კურსებიც. შესაბამისად, ამ პროგრამაზე იქნება ძალიან დიდი მოთხოვნა და აქ მოვლენ ძირითადად ის ადამიანები, რომელთაც გარკვეული ცოდნა და წარმოდგენები ამ სფეროზე გააჩნიათ. უბრალოდ, მან ვერ გაიგო კარგად, რას ისწავლიან საბოლოო ჯამში. გაიგო, რომ გაყიდვები იქნება იმ სამი საკითხიდან, რაც ჩამოთვალა, ეს შედის მიწოდებაში, მაგრამ იმ ორში - შესწავლასა და წარმოებაში, დაინტერესდა კონკრეტულად, რისი სწავლა ხდება და რას ისწავლიან ეს ადამიანები.

დაწესებულების წარმომადგენელმა გაახმოვანა პროგრამის სწავლის შედეგები: მარკეტინგის წარმოება, გაყიდვების წარმოება, შესაბამისი ბაზრის სეგმენტაცია, კამპანიების მართვა, გაყიდვების მართვა, სოციალური მედიის მართვა, დაგეგმარება, განხორციელება, რისკების პრევენცია და გარემოს ანალიზი. პირველი კვირაში გათვალისწინებულია თემატიკები: მარკეტინგის არსი, თანამედროვე მარკეტინგის გამოწვევები, ახალი ბაზრების აღმოჩენა და გამოწვევები, ინდუსტრიაში მარკეტინგული მიქსის განსაზღვრა, პროდუქტი, ფასი და სხვა, მეორე კვირაში - კონტენტის შექმნა და სხვ.

კონტენტის შექმნას როცა ასწავლით ეს არის თეორია, როგორი უნდა იყოს კონტენტი, როგორ უნდა გამოიყურებოდეს, თუ აძლევთ რაღაც დავალებას და უნდა მიხვდნენ ეს არის კონტენტი, ჩაეკითხა თორნიკე ჯობავა. დაწესებულების წარმომადგენელმა უპასუხა, რომ პრაქტიკულად გააკეთებენ ამას ყველაფერს. კიდევ ერთხელ გაიმეორა, რომ პროგრამის 70% იქნება პრაქტიკა, ხოლო - 30 % თეორიული ნაწილი. იქნება სიმულაციებიც, უკუკავშირი მენტორთან, დემონსტრირება, პრაქტიკული სავარჯიშოები და პროექტებით სწავლება.

ნიკოლოზ მესხიშვილმაც დააფიქსირა თავისი მოსაზრება პროგრამის სახელწოდებასთან დაკავშირებით. მისი მოსაზრებით, დასახელება ძალიან ფართოა. ასევე სწავლის შედეგები მთლიანად აქცენტს აკეთებს საწარმოო მარკეტინგის ძირითად საკითხებზე. იკითხა თუ რატომ არის საწარმოო ხაზზე აქცენტი, მაშინ როცა შეიძლება იყოს სერვისების სფერო, ჯანდაცვა, განათლება და სხვა, რაც დღესდღეობით შეიძლება უფრო მნიშვნელოვანი იყოს შრომის ბაზრისთვის. მეორე შეკითხვა კი სწავლის შედეგებთან დაკავშირებით ჰქონდა, სწავლის შედეგი არის სოციალური მედია, კამპანია, დაგეგმვა და აქ სწავლის შედეგის თემატიკაში არის თანამშრომლების მოტივაცია, მომწოდებლებთან მოლაპარაკებები. ფიქრობს, რომ თემატიკა აქ უნდა იყოს სოციალური ქსელის განსხვავებულ არხებზე. 20-მდე თანამედროვე განსხვავებული არხები არსებობს, მაგრამ სამწუხაროდ, საქართველოში შეზღუდულად გამოიყენება, თუმცა youtube-ზე მნიშვნელოვანი წილი მოდის გაყიდვებში, ესეც მნიშვნელოვანია. დაწესებულება რატომღაც აქცენტს აკეთებს მხოლოდ Facebook-ზე, თუმცა, მისი აზრით კარგი იქნებოდა თუ არ მოხდებოდა სოციალური ქსელების დაკონკრეტება.

Facebook-ი და Instagram-ი ინტეგრირებულია, უპასუხა გიორგი კუჭუხიძემ, საქართველოში ფეისბუქი ყველაზე პოპულარულია, სხვა სოციალურ ქსელსაც იყენებენ, მაგრამ უფრო ცნობადობის ასამაღლებლად. პროგრამის ფარგლებში ზოგადად ეხებიან სხვადასხვა სოციალურ ქსელებს და არ არის დაკონკრეტებული.

პირველ კითხვასთან დაკავშირებით კი უპასუხა, რომ საწარმოში ყველა ორგანიზაცია იგულისხმება, შეუძლია ამ ადამიანმა ყველა ორგანიზაციაში იმუშაოს, ძირითადი ნაწილი მაინც კომერციაზე იქნება. მეცხრე კვირის სწავლის შედეგში თემატიკა გასწორდა და გაგზავნილია ცენტრში. ცენტრის წარმომადგენელმა, ლანა გაჩეჩილაძემ განმარტა, რომ პროგრამაში ეს ცვლილება განხორციელებულია ვიზიტის შემდეგ. დასკვნა მომზადებულია ცენტრში შემოსული განაცხადის თანდართული პროგრამის შესწავლის შედეგად და საბჭო ხელმძღვანელობს მხოლოდ იმ დოკუმენტაციით რაც ცენტრში შემოვიდა და ექსპერტმა შეაფასა.

საბჭომ გამოიყენა სათათბირო დრო.

საბჭოს თავმჯდომარემ გამოაცხადა, რომ საბჭომ იმსჯელა და ერთხმად მიიღეს გადაწყვეტილება, რომ მიეცეთ ვადა, ერთი თვე, პროგრამული ხარვეზების გამოსასწორებლად, იმ საკითხებთან, კითხვებთან დაკავშირებით რაც საბჭოზე დაფიქსირდა. კერძოდ: დაზუსტდეს პროგრამაზე დაშვების წინაპირობები, გამოიკვეთოს პროგრამის მიზანი, ცხადად აღიწეროს პროგრამის ფარგლებში მიღწეული სწავლის შედეგები და მათი მნიშვნელობა შრომის ბაზართან მიმართებაში.

გადაწყვეტილება:

დაწესებულებას განესაზღვროს ვადა (ერთი თვე) ხარვეზის გამოსასწორებლად.

2. ა(ა)იპ განათლების განვითარების და დასაქმების ცენტრი - ბიზნესის ადმინისტრირება და ფინანსური მენეჯმენტის" /00845/ პროფესიული მომზადების პროგრამის განხორციელების უფლების მინიჭების შესახებ საკითხის განხილვა.

საბჭოს თავმჯდომარემ დაწესებულების წარმომადგენელს მიმართა, ხომ არ ჰქონდა საბჭოს წევრების მიმართ აცილება. წარმომადგენელმა დაადასტურა, რომ საბჭოს წევრების მიმართ აცილება არ ჰქონდა. საბჭოს თავმჯდომარემ მიმართა საბჭოს წევრებს, დაედასტურებინათ, რომ იცნობდნენ დაწესებულების მიერ ელექტრონულ სისტემაში წარმოდგენილ განაცხადს, პროგრამას და საბჭოს აპარატის მიერ მომზადებულ დასკვნას. თავმჯდომარემ ჰკითხა დაინტერესებული მხარის წარმომადგენელს, იცნობდა თუ არა აპარატის მიერ მომზადებულ დასკვნას. წარმომადგენელმა დაადასტურა, რომ იცნობდა დასკვნას.

საბჭოს თავმჯდომარემ სთხოვა დაწესებულების წარმომადგენელს პირველად მას დაეფიქსირებინა თავისი მოსაზრებები დასკვნაში დაფიქსირებულ ხარვეზებთან დაკავშირებით და და შემდეგ მოუსმენდნენ ექსპერტს. ცენტრმა აღნიშნა, რომ დონის დადგენის მეთოდოლოგიის მიხედვით, პროგრამის დონე მეხუთე დონეს აღემატება. შედეგებიც და თემატიკაც არის სერიოზული და მსხვილი. პროგრამიდან ჩამოთვალა თემატიკები: ბიზნესის არსი და ჯგუფები, საგადასახადო ვალდებულებები, მარკეტინგი და გაყიდვები, რაზეც დიდი ხანი ისაუბრეს. მნიშვნელოვანი თემა ადამიანური რესურსების მართვა, საწარმოო ციკლი, ბრენდინგი, რეკლამირება, პიარი, ფინანსური გეგმა, მოგება-ზარალის უწყისი, ბიზნეს-გეგმა და სხვა. ეს ყველაფერი არის პროგრამაში ჩამოთვლილი. დაინტერესდა, როგორ აპირებს ორგანიზაცია ამ ყველა ინფორმაციის მიწოდებას 6 კვირაში, კვირაში სამჯერ, კვირაში 9 საათიანი დატვირთვით.

დაწესებულების წარმომადგენელმა, პირველ რიგში აღნიშნა, რომ ეს მათთვის პირველი მცდელობაა როდესაც ფორმალურ განათლებაზე გადადიან და ამიტომ პროგრამის მომზადების თეორიული ცოდნა და პრაქტიკული გამოცდილება არ ჰქონდათ. ასეთი პროგრამების განხორციელების გამოცდილება არაფორმალური განათლების ფარგლებში აქვთ ძალიან დიდი, სცადეს პრაქტიკულად გადმოეტანათ პროგრამაში და ექსპერტთან განხილვის შემდეგ თავადაც აღმოაჩინეს, რომ საკმაოდ მსხვილი პროგრამა ჰქონდათ წარმოდგენილი. მათ ამის შემდეგ იმუშავეს, მაგრამ რა თქმა უნდა არ მიაწოდეს ცენტრს, საბჭოს გადაწყვეტილებას ელოდებიან, და თუკი მიეცემათ იმის საშუალება, რომ განახლებული პროგრამა წარმოადგინონ, ამას ძალიან მოკლე დროში გააკეთებენ. რეალურად უკვე გაწეული აქვთ ძირითადი სამუშაო და გადაწყვეტილება მიიღეს, რომ 4 მსხვილი კომპონენტიდან აიღონ მხოლოდ ერთი კონკრეტული - ფინანსური ანგარიშგება და ანალიზი. ეს იქნება ძირითადად ორ მთავარ შედეგთან კავშირში,

რომლის შედეგები ასევე წარმოდგენილი აღნიშნულ პროგრამაში და ფაქტიურად მსმენელები გაივლიან ბალანსის შედგენას, მოგება-ზარალის უწყისის შედგენას, ეკონომიკური სუბიექტის ფინანსურ შეფასებას, და ა.შ. შენიშნეს, რომ პროგრამის ხანგრძლივობასთან დაკავშირებით ჰქონდათ ბევრი მსჯელობა, ვინაიდან გარკვეული რეკომენდაციები მიიღეს ამ ნაწილში. პროგრამის მოდიფიკაციის პირობებში საათები იქნება 150 -ის ნაცვლად 130, საიდანაც 90 იქნება საკონტაქტო საათი, 17 არასაკონტაქტო და 20 საათი დაემატება - საწარმოო პრაქტიკა.

ასევე რეკომენდაცია იყო იმასთან დაკავშირებით, რომ დაშვების წინაპირობა არ ჰქონდათ სრულყოფილად განსაზღვრული. ამაზეც ბევრი იმსჯელეს და უკვე მიზანშეწონილად ჩათვალეს დაშვების წინაპირობა უნდა არსებობდეს. ამ შემთხვევაში ფიქრობენ, რომ ეს უნდა იყოს მცირე და საშუალო ბიზნესის გამოცდილების მქონე ადამიანი. გამოცდილების ხანგრძლივობაზეც იმსჯელეს და ჩათვალეს, რომ ხანგრძლივობა შეიძლება იყოს 1 თვე ან ზოგისთვის მეტი და მეორე დაშვების წინაპირობაა სამუშაო გამოცდილება, როგორც ბუღალტრის, ვისაც ფინანსური ანგარიშგების გამოცდილება გააჩნიათ კონკრეტულ საწარმოებში. ეს არის ძირითადი ცვლილებები, რომელსაც გეგმავენ აღნიშნულ პროგრამასთან დაკავშირებით და სახელწოდებაც აქედან გამომდინარე იქნება - ფინანსური ანგარიშგება და ანალიზი. ყველა დანარჩენი კომპონენტი, როგორც მიზანი, ასევე სწავლის შედეგები და სხვა დანარჩენი თემატიკა იქნება მხოლოდ და მხოლოდ ამ ვიწრო ნაწილით წარმოდგენილი.

საბჭოს თავმჯდომარემ აღნიშნა, რომ როგორც დაწესებულების განმარტებით გაირკვა, მთლიანად შეიცვლება პროგრამის სახელწოდება, შედეგებიც და თემატიკაც. სიტყვა გადასცა ექსპერტს.

ექსპერტმა, მაკო ჯაოშვილმა მთავარ საკითხებზე გაამახვილა ყურადღება. პირველად მან დააფიქსირა, რომ დაინახა დაწესებულების მზაობა და ცოდნა-გამოცდილება. საუბრიდანაც გამოჩნდა დაწესებულების ხელმძღვანელის ცოდნა და დადებითად აფასებს კიდევ იმას, რომ ისინი გაგებით მოეკიდნენ მიცემულ რეკომენდაციებს. საუბარში გამოიკვეთა, რომ ბევრ რაღაცაზე ნაფიქრი ჰქონდათ უკვე იმ საკითხებზე, რასთან დაკავშირებითაც ექსპერტი სვამდაკითხვებს, რაც შემდგომში საბოლოოდ ხარვეზებად დაფიქსირდა დასკვნაში.

ისე მოხდა რომ ბევრი შედეგი ჩადეს და მოუწოდებდა, რომ მოკლე ვადაში უცებ საოცარი რაღაც გაეკეთებინათ. მთავარი რეკომენდაცია რაც მისცა, ეს არის რომ ვადა უნდა გახანგრძლივდეს, რადგან წარმოუდგენელია ასეთ შედეგებზე გასვლა ასე მოკლე ვადაში. ასევე მისცა რეკომენდაცია, რომ აცდენა იყო პროგრამის აღწერაში და მიზანში. მისი აზრით, ადმინისტრირება არც სახელწოდებაში და არც შედეგებში არ უნდა იყოს გამოტანილი. ასევე დაშვების წინაპირობაც, გასაგებია, რომ გვინდა მცირე და საშუალო ბიზნესს ხელი შევუწყოთ და ბიზნესის განვითარებას ზოგადად, როგორც დარგის წარმომადგენელი აფასებს ინსტიტუციურ დამოკიდებულებას აღზარდოს კვალიფიციური კადრი, მაგრამ კვალიფიციურ კადრს უნდა ჰქონდეს ის სათანადო კომპეტენცია და ის სათანადო უნარი, რომ დამლიოს იმ მოცულობის მასალა და ის ინფორმაცია, რასაც მიაწვდიან, მისთვის იყოს რელევანტური. ამ ადამიანებთან საუბრისას არ დარჩენია შთაბეჭდილება, რომ პროგრამის განხორციელება სურთ მხოლოდ სერტიფიკატის გასაცემად. იმედს იტოვებს, თუ საბჭო განიხილავს ამ საკითხს და მისცემს მათ გონივრულ ვადას, რომ გაითვალისწინონ კონკრეტული რეკომენდაციები. ფიქრობს, ეს პროგრამა გაუმჯობესდება, სახელის, საკვალიფიკაციო დონის და თემატიკის მიხედვითაც და კიდევ ერთი კარგი პროგრამა შემოემატება პროფესიული განათლების სივრცეს, მითუმეტეს თუ გავითვალისწინებთ, რომ რეგიონშია და რეგიონში საკმაოდ დეფიციტურია ასეთი კვალიფიციური კადრები. ეს არის მისი, როგორც ექსპერტის, შეფასება და როგორც ინტერვიუს შედეგად მოსმენილი შთაბეჭდილების საბოლოო დასტური.

ცენტრის წარმომადგენელმა, ლანა გაჩეჩილაძემ აღნიშნა, რომ როგორც მოისმინა, ეს არ არის პროგრამის შეცვლა. ეს არის ფაქტობრივად, ახალი პროგრამა, ახალი სწავლის შედეგებით,

განსხვავებული. ფიქრობს, ძირეულ ცვლილებასთან არის საქმე და არა რაიმე დეტალის, კომპონენტის ცვლილებასთან. ამდენად, ის ფიქრობს, რომ ეს არ არის ის შემთხვევა, როცა საბჭომ უნდა გასცეს ერთვიანი გამოსწორების ვადა.

ცენტრის წარმომადგენელმა, ნანი დალაქიშვილმაც დააზუსტა, რომ დაინტერესებული მხარისგან მოწოდებული ინფორმაციით რჩება შთაბეჭდილება, რომ ეს იქნება უკვე ძირეულად ახალი პროგრამა, რაც თავისთავად დადგენილი რეგულაციით არ იძლევა დამატებითი ვადის მიცემის საშუალებას.

დაწესებულების წარმომადგენელმა თქვა, რომ ახალ პროგრამას პრაქტიკულად არ იმუშავებენ, მოდიფიცირებას აკეთებენ ახლებურს, 4 მსხვილი კომპონენტიდან დარჩება ერთი. მიზანი იგივეა, აქ ძირეული ცვლილებები არ ხდება, სახელწოდება იცვლება.

დაწესებულების წარმომადგენელმა, კახაბერ აბუანდაძემ ექსპერტის რეკომენდაციებიდან აღიქვა, რომ ეს პროგრამა შეიძლება რამდენიმე პროგრამადაც კი გაიშალოს, ცალკე საგადასახადო ნაწილის შესახებ, ცალკე მარკეტინგის შესახებ, ცალკე ფინანსური ანალიზის შესახებ, საკმაოდ ვრცელი და მრავლისმომცველია. ამ კონკრეტულ შემთხვევაში საბოლოო გადაწყვეტილება რაც იქნა, ორგანიზაციის მხრიდან მიღებული იყო ის, რომ გამოეყო მხოლოდ ის ნაწილი, რომელიც იყო ფინანსური ნაწილი და აქედან გამომდინარე, სხვა პროგრამა არ იწერება, იგივე პროგრამაა, მხოლოდ მისი ბირთვი რაც არის ფინანსური ნაწილი ბიზნესის, მხოლოდ ამ თემაზე იქნება საუბარი და სხვა თემები მოაკლდება პროგრამას.

სახელწოდებას, რაც შეეხება აღნიშნეს რომ კონსულტანტებთან გაიარეს კონსულტაცია, და უთხრეს, რომ მარკეტინგული სახელი შეიძლება ჰქონდეს პროგრამას, მაგრამ არ სურდათ გართულება და ამიტომ გადაწყვიტეს, იგივე სახელწოდების ქვეშ არ დარჩეს ეს პროგრამა და მას ჰქონდეს უფრო დაზუსტებული სახელწოდება იმ მიზანთან და მოსალოდნელ შედეგებთან დაკავშირებით. ასევე აღნიშნა, როდესაც ამზადებდნენ ამ პროგრამას, ამ ნაწილში ნამდვილად გაიარეს კონსულტაცია კონსულტანტთან და უთხრეს, რომ კომპონენტის ცვლილება ნამდვილად შესაძლებელია და საბჭო ამ შემთხვევაში ხელმძღვანელობს 131-ე დადგენილებით და შესაბამისად, ფიქრობენ, რომ ამ დადგენილებაში ჯდება ის ცვლილებები, რომლებსაც ისინი აპირებენ.

საბჭომ გამოიყენა სათათბირო დრო

საბჭოს თავმჯდომარემ აღნიშნა, რომ “პროფესიული მომზადების პროგრამისა და პროფესიული გადამზადების პროგრამის განხორციელების უფლების მოპოვებისა და სახელმწიფოს მიერ აღიარებულად ჩათვლის წესისა და პირობების დამტკიცების თაობაზე” საქართველოს მთავრობის 2019 წლის 15 მარტის №131 დადგენილების მე-11 მუხლის მე-2 პუნქტი ნამდვილად აძლევს საბჭოს შესაძლებლობას, რომ დამატებითი ვადა განუსაზღვროს განმცხადებელს, თუმცა აქვე ჩანაწერია გარდა იმ შემთხვევისა, თუ აშკარაა, რომ ამას შედეგი არ მოყვება. საბჭომ იმსჯელა რამდენად არის შესაძლებელი ერთი თვის განმავლობაში იმ ცვლილებების განხორციელება, მნიშვნელოვანი ხარვეზები იყო გამოყოფილი ექსპერტის მიერ. აქედან გამომდინარე, საბჭომ მიიღო გადაწყვეტილება, რომ ერთი თვის მიცემა გონივრული არ არის და საბჭომ ერთხმად მიიღო გადაწყვეტილება, რომ უარი ეთქვა ამ პროგრამის განხორციელებაზე.

უარის თქმის მიზეზზე ისაუბრეს და განმარტებები გააკეთეს საბჭოს წევრებმა და ცენტრის წარმომადგენლებმა:

მარკა ზაქარეიშვილმა თქვა, რომ კარგად იცნობს ამ ორგანიზაციას და ყველამ აღნიშნა, რომ ამ ორგანიზაციის უნარები ყველამ კარგად იცის. ვინაიდან პროგრამის დონე სცდება მეხუთე დონეს, შეიძლება ეს საკმარისი მიზეზი იყოს, რომ პროგრამა საერთოდ განხილული არც იყოს და პირდაპირ უარი ეთქვას, იმიტომ რომ იგივე 131-ე დადგენილების მიხედვით პროფესიული მომზადება/გადამზადების პროგრამის ჩარჩოში ჯდება მეორე-მეხუთე დონის ჩათვლით. მოდიფიცირების შემდეგ შექმნილი პროგრამა უნდა ჩაჯდეს მეორე-მეხუთე დონის ფარგლებში, შესაბამისად ის იქნება სხვა პროგრამა ასევე სხვა სწავლის შედეგებით და თემატიკით.

ნიკოლოზ მესხიშვილმა განმარტება გააკეთა, რომ პროგრამის სახე არის მომზადების პროგრამა და ვხედავთ არის ისეთი საკითხები წარმოდგენილი, რომელიც ფიზიკურად შეუძლებელია მოკლე პერიოდში ისწავლებოდეს. სასწავლო კვირა N3-ში არის ორი სწავლის შედეგი- ბიზნესის მარკეტინგული მიმართულებების შერჩევა, ბიზნესის ფინანსური ანალიზის გაკეთება, რომლის თემატიკებია რეკლამირება, ფინანსური გეგმა, მოგება-ზარალი, ბრენდინგი, გაყიდვების დემონსტრირება, მენეჯერული აღრიცხვა, ფასდადების პოლიტიკა, გაყიდვების სახეები, მათი მართვა, საწარმოო ციკლი, საქონელი, მომსახურება. იმდენი ჩამონათვალია სხვადასხვა მომიჯნავე თემატიკის, რომ მომზადების პროგრამისთვის კი არა, გადამზადების პროგრამისთვისაც ბევრია, 9 საათში ეს ფიზიკურად შეუძლებელია. ფიზიკურად შეუძლებელია ამ ფორმატით ამის სწავლება მომზადების პროგრამისთვის.

თორნიკე თოხაძემ აღნიშნა, რომ ძალიან დიდ ცვლილებასთან იქნება საქმე. ამას ემატება სახელწოდების შეცვლა, რაც პრაქტიკულად გამოდის მთლიანი ცვლილება, შინაარსობრივი და ფორმალურიც, საბოლოო ჯამში გამოვა სხვა პროგრამა, ეს იყო ძირითადი თემატიკაც, რაც ითქვა და იყო განხილული.

დაწესებულების წარმომადგენელმა დაადასტურა, რომ გაიგო საბჭოს გადაწყვეტილება და ის ვერაფერს ვერ იზამს, თუმცა მაინც თვლის, რომ შეეძლოთ რეალურად ამ პროგრამაზე მუშაობა და შემოტანა, რომელიც ჩაჯდებოდა სტანდარტებში. ამისთვის ისინი მზად იყვნენ, თუ ცენტრს არ აქვს რესურსი, ამ დროში შეაფასოს, ეს გასაგებია, მაშინ რას ვიზამთ.

ცენტრის წარმომადგენელმა, ლანა გაჩეჩილაძემ განმარტება გააკეთა - არ არის საუბარი, რომ ერთ თვიან ვადაში ცენტრი ამას ვერ შეამოწმებს, საუბარია იმაზე, რომ არსებითად იცვლება და არ არის იგივე პროგრამა. ერთ თვიან გამოსწორების ვადაში შედეგი ამ პროგრამისთვის ვერ დადგება, ვინაიდან პროგრამა ძირეულად იცვლება. როგორც ლანა გაჩეჩილაძემ აღნიშნა, პროგრამის ფორმა დამტკიცებულია მინისტრის N59 ბრძანებით, რომლის მიხედვითაც დაწესებულებამ წარმოადგინა ცენტრში პროგრამა. ამ ფორმის თითქმის არცერთი კომპონენტი არ დარჩება უცვლელად, სრულად იცვლება პროგრამა. სწორედ ამ მიზეზიდან გამომდინარე, საბჭომ მიიღო ეს გადაწყვეტილება.

საბჭოს ხელმძღვანელმა კენჭისყრაზე დააყენა ა(ა)იპ განათლების განვითარების და დასაქმების ცენტრის - „ბიზნესის ადმინისტრირება და ფინანსური მენეჯმენტის“ /00845/ პროფესიული მომზადების პროგრამის განხორციელების უფლების მინიჭების შესახებ საკითხი.

კენჭისყრის შედეგები:

მომხრე: 0

წინააღმდეგი: 9

გადაწყვეტილება:

პროფესიული მომზადების პროგრამის განხორციელების უფლების მოპოვების განაცხადში ასახული ინფორმაციის, პროფესიული მომზადებისა და პროფესიული გადამზადების პროგრამების ექსპერტის დასკვნისა და პროფესიული მომზადების/პროფესიული გადამზადების პროგრამის განხორციელების უფლების მიმნიჭებელი საბჭოს სხდომაზე დაინტერესებული მხარის მიერ დაფიქსირებული პოზიციის შესწავლის, შეფასებისა და ურთიერთშეჯერების საფუძველზე, საქართველოს მთავრობის №131 დადგენილების მე-9 მუხლის მე-10 და მე-11 პუნქტების, მე-11 მუხლის პირველი პუნქტის ბ) ქვეპუნქტის შესაბამისად,

ა(ა)იპ განათლების განვითარების და დასაქმების ცენტრს (ს/კ: 212907522) უარი ეთქვას განახორციელოს პროფესიული მომზადების პროგრამა - ბიზნესის ადმინისტრირება და ფინანსური მენეჯმენტი /00845.

გადაწყვეტილების ძალაში შესვლის თარიღად განისაზღვროს 2020 წლის 22 ოქტომბერი.

დღის წესრიგით გათვალისწინებული ყველა საკითხის განხილვის შემდეგ, 19:05 საათზე სხდომა დახურულად გამოცხადდა.

სსიპ-განათლების ხარისხის განვითარების ეროვნული ცენტრი
პროფესიული მომზადების
პროფესიული გადამზადების პროგრამების უფლების მიმნიჭებელი საბჭო
საბჭოს თავმჯდომარე
ქუჩულორია მარიამ



სსიპ-განათლების ხარისხის განვითარების ეროვნული ცენტრი
პროფესიული მომზადების
პროფესიული გადამზადების პროგრამების უფლების მიმნიჭებელი საბჭო
საბჭოს მდივანი
ზაქარეიშვილი მარიკა

