

**2010-2011 სასწავლო წლის შემოდგომის სემესტრის  
სადოქტორო პროგრამები**

**1. პროგრამის სახელწოდება:** ბიზნესის ადმინისტრირება

**პროგრამის ხელმძღვანელები:** სრული პროფესორი ნუგზარ თოდუა და სრული პროფესორი თემურ შენგელია

**მისანიჭებელი აკადემიური ხარისხი:** ბიზნესის ადმინისტრირების დოქტორი (Ph.D in Business Administration)

**პროგრამის მიზანი:**

პროგრამის მიზანია დოქტორანტებისათვის ბიზნესის ადმინისტრირების სფეროში შემოქმედებითი (ნოვატორული) იდეების გენერაცია, კრეატიული იდეებისა და ჰიპოთეზების შექმნა, ამ იდეების შეფასებისა და განხორციელებისათვის საკმარისი ანალიტიკური უნარის გამომუშავება, მათი სხვებისათვის გააზრება და გავრცელება, აგრეთვე ბიზნესის ადმინისტრირების სფეროში სწავლების თანამედროვე მეთოდების დაუფლება. ეს მიზნები თსუ ბიზნესის ადმინისტრირების მიმართულების შესაბამის კათედრებზე განხორციელდება მეცნიერული კვლევების ორგანიზებისა და სწავლების თანამედროვე მეთოდების გამოყენებით.

სადოქტორო პროგრამა ბიზნესის ადმინისტრირებაში წარმოდგენილია მსოფლიოს მრავალ წამყვან უნივერსიტეტში. მსგავსი სადოქტორო პროგრამები ხორციელდება შემდეგ უნივერსიტეტებში:

- ჰარვარდის უნივერსიტეტი

<http://www.hbs.edu/doctoral/programs>

- პენსილვანიის უნივერსიტეტი

<http://www.wharton.upenn.edu/doctoral/programs/index.cfm>

- ჰიუსტონის უნივერსიტეტი

<http://www.bauer.uh.edu/Doctoral/index.htm>

- ჩიკაგოს უნივერსიტეტი

<http://www.chicagogsb.edu/phd/index.aspx> და სხვა.

წინამდებარე ბიზნესის ადმინისტრირების სადოქტორო პროგრამა მოიცავს შემდეგ კონცენტრაციებს:

- ბუღალტრული აღრიცხვა (PhD in Business Administration with concentration in Accounting )
- ფინანსები (PhD in Business Administration with concentration in Finances)
- მარკეტინგი(PhD in Business Administration with concentration in Marketing)
- მენეჯმენტი(PhD in Business Administration with concentration in Management)
- საერთაშორისო ბიზნესი (PhD in Business Administration with concentration in International Business)
- ტურიზმისა და მასპინძლობის მენეჯმენტი (Ph.D. of Business Administration with concentration in Tourism and Hospitality Management).
- საინფორმაციო სისტემების მენეჯმენტი (PhD in Business Administration with concentration Management Information Systems).

სადოქტორო პროგრამის კონცენტრაციების ხელმძღვანელებია:

სრული პროფესორი ე. ხარაბაძე;

სრული პროფესორი ი. კოვზანაძე;

სრული პროფესორი ნ. თოდუა;

ასოც პროფესორი ე. ლაგვილავა;

სრული. პროფესორი თ. შენგელია;

ასოც. პროფესორი დ. ნარმანია;

სრული. პროფესორი მ. მარგველაშვილი.

### **პროგრამის შედეგი:**

ბიზნესის ადმინისტრირების დოქტორები მომავალი ლიდერები და უმაღლესი კლასის პროფესიონალი მენეჯერები არიან, რომელთაც შესწევთ უნარი შემოქმედებითად შექმნან ახალი ცოდნა, კრიტიკულად გაანალიზონ დაგროვილი იდეები და გაავრცელონ ისინი პუბლიკაციების, სწავლებისა და პრაქტიკაში დანერგვის გზით.

ა) ცოდნა:

ბიზნესის ადმინისტრირების დოქტორს მოეთხოვება ფართო ფუნდამენტური, სამეცნიერო, პედაგოგიური და პრაქტიკული მომზადება საბაზრო ეკონომიკის პირობებში. ბიზნესის ადმინისტრირების დოქტორმა უნდა იცოდეს:

- მეცნიერული კვლევის თანამედროვე მეთოდები და ხერხები;
- სწავლების თანამედროვე მეთოდები, რომელთა ცოდნა ბიზნესის ადმინისტრირების დოქტორს საშუალებას აძლევს მიიღოს დასაბუთებული გადაწყვეტილება, განსაზღვროს სამეურნეო საქმიანობის ძირითადი მიმართულებები.

ბ) ბიზნესის ადმინისტრირების დოქტორის კომპეტენცია და უნარ-ჩვევები:

ბიზნესის ადმინისტრირების დოქტორის კვალიფიკაცია განისაზღვრება მისი ზოგადი და დარგობრივი კომპეტენციებით. უმაღლესი განათლების მესამე საფეხურის ზოგადი კომპეტენცია მოცემულია დოკუმენტში, რომელიც შემუშავებულია ბერგენის კონფერენციაზე უმაღლესი განათლების ევროპული სივრცისათვის (წწწ.ბოლგნა-ბერგენ2005.წ). ამ დოკუმენტის თანახმად, მესამე საფეხურის კვალიფიკაცია ენიჭებათ სტუდენტებს, რომლებსაც:

-გააჩნიათ დარგის/დისციპლინის სისტემური ცოდნა და დახელოვნებულნი არიან დარგთან ასოცირებული კვლევის მეთოდებში;

-გააჩნიათ კვლევის პროცესის გააზრების, დაგეგმვის, განხორციელებისა და ადაპტირების მეცნიერული ერთიანობის უნარი;

-ორიგინალური კვლევების მეშვეობით შეაქვთ თავიანთი წვლილი დარგის განვითარებაში, რომელიც აფართოებს ცოდნის საზღვრებს და აისახება ეროვნულ ან საერთაშორისო რეფერირებად პუბლიკაციებში;

-შეუძლიათ ახალი და კომპლექსური იდეების კრიტიკული ანალიზი, შეფასება და სინთეზი;

-შეუძლიათ თავიანთ სფეროში კომუნიკაცია კოლეგებთან, მეცნიერთა ფართო წრეებთან და ზოგადად საზოგადოებასთან;

-ცოდნაზე დაფუძნებულ საზოგადოებაში აკადემიურ და პროფესიულ კონტექსტში შეუძლიათ ხელი შეუწყონ ტექნოლოგიურ, სოციალურ და კულტურულ წინსვლას.

დ) დარგობრივი კომპეტენციები

**ბუღალტრული აღრიცხვის კონცენტრაციით სადოქტორო პროგრამის დასრულების შემდეგ კურსდამთავრებულმა უნდა შეძლოს:**

- მეცნიერულ კვლევებში ფართოდ გამოიყენოს სტატისტიკის, ეკონომიკურ-მათემატიკური მეთოდები და მოდელები;
- მართოს საწარმოს (ორგანიზაციის) ბუღალტრული აღრიცხვის და შიდა აუდიტის სამსახურები;
- ასწავლოს ბუღალტრული აღრიცხვა და აუდიტი სწავლების თანამედროვე მეთოდების გამოყენებით.

**ფინანსები და საბანკო საქმის კონცენტრაციის დასრულების შემდეგ კურსდამთავრებულმა უნდა შეძლოს:**

- მეცნიერული კვლევის ჩატარება საფინანსო–საბანკო, საბაჟო–საგადასახადო, სადაზღვევო ბიზნესისა და სამართლის სფეროში;
- საწარმო–ორგანიზაციების, დაწესებულებების ფინანსური მდგომარეობის ანალიზი, განსახორციელებელ ღონისძიებათა შემუშავება და კონტროლი მათ შესრულებაზე;
- საბანკო ოპერაციების განხორციელება; საბანკო საქმიანობისა და ბანკის პერსონალის მართვის რაციონალური და ეფექტიანი სისტემის შემუშავება, რომელიც მაქსიმალურად გაითვალისწინებს ბაზრის კონიუნქტურას;
- გადასახადების ტარიფების გაანგარიშება და მათი ამოღების უზრუნველყოფა. საგადასახადო კოდექსით გათვალისწინებულ ღონისძიებათა შესრულება;
- სადაზღვევო საქმიანობის რაციონალურად და ეფექტიანად წარმართვა;
- ინფორმაციის მოპოვება და დამუშავება თანამედროვე ტექნიკისა და ტექნოლოგიების გამოყენებით;

- საფინანსო–საბანკო, საბაჟო–საგადასახადო და სადაზღვევო საქმიანობასთან დაკავშირებული ეკონომიკურ–სამართლებრივი საკითხები დამოუკიდებლად გადაწყვეტა, აგრეთვე მუშა–მოსამსახურეთა კვალიფიკაციის ამაღლების ორგანიზება;
- ასწავლოს ფინანსები, საბანკო და სადაზღვევო საქმე სწავლების თანამედროვე მეთოდების გამოყენებით.

**მარკეტინგის კონცენტრაციით ბიზნესის ადმინისტრირების დოქტორმა უნდა იცოდეს:**

- მარკეტინგის თანამედროვე თეორიები და მოდელები;
- მარკეტინგული კვლევის თანამედროვე მეთოდები, მოდელები და ხერხები;
- სასაქონლო, საფასო, სარეკლამო და გასაღების პოლიტიკის შემუშავების ხერხები და მეთოდები;
- მარკეტინგული გეგმების შემუშავება და მათი პრაქტიკული რეალიზაციის ხერხები;
- მარკეტინგის გამოყენების თავისებურებანი სამეურნეო საქმიანობის სზვადასხვა სფეროში;
- მარკეტინგის კონცენტრაციით სადოქტორო პროგრამის დასრულების შემდეგ კურსდამთავრებულმა უნდა შეძლოს:
- შეაფასოს მომხმარებელთა აღქმადობის პროცესი და გაზომოს მომხმარებელთა პრეფერენციები;
- მონაწილეობა მიიღოს ახალი პროდუქციის შექმნასა და დანერგვაში;
- შეიმუშაოს კონკურენტული სტრატეგიები ბაზარზე ფირმის წარმატების მისაღწევად;
- შეიმუშაოს ოპტიმალური საასორტიმენტო სტრუქტურა და დასახოს სარეკლამო ღონისძიებების გაუმჯობესების გზები;

- შეისწავლოს მომხმარებელთა რეაქცია პროდუქციის ფასებზე და განსაზღვროს ოპტიმალური ფასწარმოქმნის სტრატეგიები;
- შეარჩიოს ოპტიმალური განაწილების არხები და შეიმუშაოს ღონისძიებები საქონელმომძრაობის სრულყოფისათვის;
- ჩაატაროს მარკეტინგული კვლევები თანამედროვე კომპიუტერული ტექნოლოგიების გამოყენებით;
- შეიმუშაოს მარკეტინგული გეგმები ორგანიზაციის საერთო ბიზნეს-გეგმასთან ურთიერთკავშირში;
- დასახოს საგარეო ბაზარზე წარმატებული საქმიანობის მარკეტინგული ღონისძიებები;
- წარმართოს მოლაპარაკებები ბიზნეს-პარტნიორებთან და უზრუნველყოს დადებული ხელშეკრულებების შესრულება;
- მართოს საწარმოში (ორგანიზაციაში) მარკეტინგული სამსახური;
- ასწავლოს მარკეტინგი სწავლების თანამედროვე მეთოდების გამოყენებით.

**საინფორმაციო სისტემების მენეჯმენტის** კონცენტრაციით სადოქტორო პროგრამის დასრულების შემდეგ კურსდამთავრებულმა უნდა შეძლოს:

- გამოიკვლოს საზოგადოების ინფორმატიზაციის პრობლემები;
- მართოს საწარმოს (ორგანიზაციის) ინფორმაციული რესურსები;
- ფართოდ გამოიყენოს თანამედროვე ტექნიკური საშუალებები და პროგრამული პროდუქტები ისეთი საგნების შესასწლად როგორცაა ინფორმაციული მენეჯმენტი, მენეჯმენტის ინფორმაციული ტექნოლოგიები, მონაცემების ელექტრონული დამუშავების დაპროექტება;
- შეისწავლოს პროგრამული პროდუქტების ბაზარი და შეარჩიოს საწარმოში (ორგანიზაციაში) დასაწერგი პერსპექტიული პროგრამული უზრუნველყოფა;
- საინფორმაციო სისტემების შემუშავებასა და დანერგვისას გამოიყენოს მონაცემების მანქანური დამუშავების საერთაშორისო სტანდარტები და

საინფორმაციო სისტემების დაპროექტების ავტომატიზაციის თანამედროვე მეთოდები;

საერთაშორისო ბიზნესის კონცენტრაციით ბიზნესის ადმინისტრირების დოქტორმა უნდა იცოდეს:

- „საერთაშორისო ბიზნესის“ თანამედროვე თეორიული მიდგომები;
- „საერთაშორისო ბიზნესის“ სისტემაში შემავალი საბაზო დისციპლინები: საერთაშორისო მარკეტინგი, საერთაშორისო მენეჯმენტი, საერთაშორისო ბიზნესი, საერთაშორისო ბუღალტერია და ფინანსები.
- საერთაშორისო ბიზნესის მიღწევების გაანალიზება და საერთაშორისო კომპანიაში მათი შედეგების დანერგვის შესახებ პრაქტიკული ღონისძიებების შემუშავება, ახალი ეფექტური წინადადებების შეთავაზება.
- საერთაშორისო ბიზნესის შესახებ არსებული ინფორმაციის მოპოვება და მისი დამუშავება, წარმოების ორგანიზაციისა და მართვის თეორიული და პრაქტიკული საკითხების ეფექტურად გადაწყვეტა;
- უნდა ფლობდეს საერთაშორისო ბიზნესში მოქმედი კომპანიების საქმიანობის კვლევის მეთოდებს და გააჩნდეს ბიზნესის განვითარების პრობლემების გადაწყვეტის უნარი, ამ მიზნით მართვის ეფექტური მეთოდებისა და მოდელების გამოყენების შესაძლებლობას;
- საერთაშორისო ბიზნესის სფეროში ინფორმაციის გაანალიზებისა და მისი შედეგების გამოყენების უნარი;
- საერთაშორისო ბაზრების სეგმენტაციის უნარი და მათი შესაძლებლობების გამოყენება ბიზნესის განვითარებისათვის;
- საერთაშორისო ბიზნესის დარგში მიღებული თეორიული და პრაქტიკული ცოდნის გამოყენება სამეცნიერო და პედაგოგიურ საქმიანობაში.

ტურიზმისა და მასპინძლობის მენეჯმენტის კონცენტრაციით ბიზნესის ადმინისტრირების დოქტორმა უნდა იცოდეს:

- ტურიზმისა და მასპინძლობის კვლევის თემები და მეთოდები;

- ტურიზმის ხარისხიანი სწავლების მეთოდოლოგია;
- ტურისტული დანიშნულების ადგილების მენეჯმენტი.

**სადოქტორო პროგრამაზე მიღების წინაპირობები:** ბიზნესის ადმინისტრირების სადოქტორო პროგრამაზე ჩარიცხვის მსურველი უნდა აკმაყოფილებდეს საერთო საუნივერსიტეტო წინაპირობებს, აგრეთვე, ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტის დოქტორანტურისა და სადისერტაციო საბჭოს დებულების მოთხოვნებს (თსუ აკადემიური საბჭოს 2009 წლის 4 მაისის დადგენილება 215). მას უნდა გააჩნდეს მაგისტრის აკადემიური ხარისხი ან მასთან გათანაბრებული ერთსაფეხურიანი სწავლების დიპლომი. სასურველია მაგისტრის აკადემიური ხარისხი ბიზნესის ადმინისტრირების ან ეკონომიკის მეცნიერებების ნებისმიერ სპეციალობაში. თანაბარი ქულების შემთხვევაში უპირატესობა მიენიჭებათ სამეცნიერო კონფერენციებში მონაწილე და საზღვარგარეთის უნივერსიტეტებში სტაჟირებაგავლილ, აგრეთვე, ბიზნესის ადმინისტრირების სფეროში სამუშაო გამოცდილების მქონე პიროვნებებს (შესაბამისი დოკუმენტაცია სხვა საბუთებთან ერთად უნდა იყოს წარმოდგენილი). პროგრამაზე ჩაბარების უფლება აქვთ როგორც მიმდინარე, ისე გასული წლების მაგისტრატურისა და ერთსაფეხურიანი სწავლების კურსდამთავრებულებს. სადოქტორო პროგრამაზე ჩაბარების მსურველი სასურველია ფლობდეს კომპიუტერზე მუშაობის უნარ-ჩვევებს, ასევე აუცილებელია უცხო ენის (ინგლისურის, გერმანულის, ფრანგულის) ცოდნა B2 დონეზე. დოქტორანტობის კანდიდატი გადის გასაუბრებას ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტის სადისერტაციო საბჭოს მიერ დადგენილი კომისიის წინაშე.

### **სასწავლო კომპონენტი**

სადოქტორო პროგრამის სტრუქტურის შედგენისას გათვალისწინებულია მსოფლიოს წამყვან უნივერსიტეტებში ბიზნესის ადმინისტრირების დოქტორის მომზადების სპეციფიკა, აგრეთვე ის გამოცდილება, რაც დაგროვდა ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ასპირანტებთან და სამეცნიერო ხარისხის მაძიებლებთან მუშაობის პროცესში. ასევე, გათვალისწინებულია საერთო საუნივერსიტეტო მოთხოვნები (სადოქტორო პროგრამების წარმოდგენის ინსტრუქცია, ინფორმაცია სადოქტორო პროგრამების შესახებ) და თსუ ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტის დოქტორანტურისა და სადისერტაციო საბჭოს დებულება.

წარმოდგენილი სადოქტორო პროგრამით ბიზნესის ადმინისტრირების სპეციალობით დოქტორის მომზადების ნორმატიული ვადა 3 წელია (მაქსიმალური ხანგრძლივობა

შეიძლება იყოს 5 წელი). დოქტორის აკადემიური ხარისხის მისაღებად დოქტორანტმა უნდა დააგროვოს 180 კრედიტი. აქედან სასწავლო კომპონენტი შეადგენს კრედიტების საერთო რაოდენობის 1/3 (60 კრედიტი), ხოლო 2/3 (120 კრედიტი) ეთმობა კვლევას.

სასწავლო კომპონენტი გულისხმობს ძირითადი მეცნიერული უნარების განვითარებას, ბიზნესის ადმინისტრირების სფეროში მიღებული ცოდნის გაღრმავებას, ტრანსფერირებადი უნარების განვითარებას, სწავლების თანამედროვე მეთოდების შესწავლას და დოქტორანტის ჩართვას სასწავლო პროცესში. იგი ხელს უწყობს დოქტორანტს სადისერტაციო ნაშრომის დაწერაში, ამზადებს მას მომავალი პედაგოგიური და სამეცნიერო საქმიანობისათვის.

სასწავლო გეგმა:

ა) დოქტორანტის კოლოკვიუმი

დოქტორანტურაში სწავლის აუცილებელი ნაწილია დოქტორანტის კოლოკვიუმი. კოლოკვიუმზე განიხილება სადისერტაციო კვლევის შედეგები. ასეთი განხილვა შესაძლებლობას იძლევა მეთვალყურეობა გაეწიოს დოქტორანტის დისერტაციაზე მუშაობის პროცესს. კოლოკვიუმზე ხდება დოქტორანტის მიერ ბიზნესის ადმინისტრირების სფეროში ჩატარებული კვლევის შედეგების პრეზენტაცია, მიღწევებისა და პრობლემების განხილვა კათედრაზე.

**სასწავლო კომპონენტის სტრუქტურა:**

დოქტორანტმა სწავლის და კვლევის პროცესში უნდა დააგროვოს არანაკლებ 180 კრედიტი. დოქტორიანტურაში სასწავლო კომპონენტი შეადგენს 60 კრედიტს, დანარჩენი 120 კრედიტი ეთმობა კვლევას.

პროგრამის სტრუქტურა: სტატუსი კრედიტ. რა–ბა

დასახელება

სწავლების თანამედროვე სავალდებულო 5 კრედიტი

მეთოდები

პროფესორის სავალდებულო 15 კრედიტი

ასისტენტობა

კვლევის მეთოდები	სავალდებულო	5 კრედიტი
დოქტორანტის კოლოკვიუმი	I სავალდებულო	5 კრედიტი
დოქტორანტის კოლოკვიუმი	II სავალდებულო	5 კრედიტი
დოქტორანტის კოლოკვიუმი	III სავალდებულო	5 კრედიტი
მეცნიერების მენეჯმენტი	არჩევითი	5 კრედიტი
საუნივერსიტეტო სასწავლო კურსები	არჩევითი	10 კრედიტი
უცხოეთის აკრედიტებულ უმაღლეს საგანმანათლებლო დაწესებულებაში მოსმენილი სასწავლო კურსი	არჩევითი	10 კრედიტი
აკადემიური წერა	არჩევითი	5 კრედიტი

## **2. Program Name - Tourism and Hospitality Management**

**Degree Offered - Ph.D. in Tourism and Hospitality Management**

**Program Leader - Prof. Maya Margvelashvili**

Iv. Javakhishvili Tbilisi State University, Faculty of Business and Economics, Head of Tourism Department, 1117 Classroom Office Building X, 2, University Street, Tbilisi 0179, Georgia  
Phone/Fax: (995 32) 30-35-11, E-mail: [tourism@tsu.ge](mailto:tourism@tsu.ge), Website: [www.economics.tsu.ge](http://www.economics.tsu.ge)

### **Work Experience**

2009-onwards - Professor, Head of Tourism Department, Faculty of Economics and Business;

Tbilisi State University (Tbilisi, Georgia).

- 2006-2009 - Associate Professor, Head of Tourism Department, Faculty of Economics and Business, Tbilisi State University.
- 2003-2006 - Docent (Associate Professor), Faculty of Commerce and Marketing, Tbilisi State University.
- 2001-2003 - Teacher, Faculty of Commerce and Marketing, Tbilisi State University.
- 2000-2004 - Deputy Chairman, State Department of Tourism and Resorts of Georgia (Tbilisi, Georgia).
- 1996-2000 - Managing Director, Travel Agency "Condor Ltd" (Tbilisi, Georgia).

#### **Education**

- Doctor 2002 Iv. Javakhishvili Tbilisi State University (Tbilisi, Georgia), Department of Commerce and Marketing, Specialty: Economics (Marketing). Dissertation Title: *Tourism Development Strategic Marketing in Georgia*.
- M.Sc. 1999 International School of Tourism Sciences (Rome, Italy), Specialty: Tourism (Planning, Marketing, Management).
- B.Sc. 1999 International Institute "Tbilisi" (Tbilisi, Georgia), Specialty: Finances and Credits.
- M.Sc. 1986 State Pedagogic Institute (Tbilisi, Georgia), Specialty: Teacher of Music and Singing.
- B.Sc. 1984 State Pedagogic Institute (Tbilisi, Georgia), Specialty: Methodist of Aesthetics.

#### **Graduate and Undergraduate Courses taught (5 ECTS each):**

Tourism Economics, Tourism Development Theory and Policy, Human Resource Management in Tourism, Tourism Development Strategies, Tour Operator and Tour Agency Management, Destination Development and Marketing, Sustainable Tourism Development, Tourism Policy, Multinational Aspects of Tourism Development, Introduction to Hospitality Management, International Tourism, Eco-Tourism, Tourism Planning and Development, Economic, Social and Cultural Aspects of Tourism; For Erasmus Mundus Student Exchange Program (Lots 5 and 6): Local Tourism Development (in English), Alternative Tourism (in English), Tourism Management (in English).

**Graduate Student Advisement:** Served as research advisor for forty MBA and three Ph.D. students.

**Grants and Contracts:**

2009 - Adviser of the Minister of Economic Development of Georgia.

2006 - "The City of Signaghi Park and Recreation Development Concept and Business-Plan",

Grant by Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) GmbH.

2001 - "Georgian Tourism Development Strategic Plan", Grant by TACIS for the National

Tourism Association of Georgia.

**Elected Leadership Positions and Membership**

2006-onwards - TSU, Faculty of Economics and Business, Academic Council (Member).

2006-onwards - TSU, Faculty of Economics and Business, Dissertation Board (Member).

2002-onwards - UN WTO Practicum Alumni Association, Madrid, Spain (Member).

2000-2004 - Master of Tourism Sciences Association, Rome, Italy (Member).

1998-2004 - National Tourism Association of Georgia, Tbilisi, Georgia (Vice President).

**Honors/Awards**

- Diploma for the WTO Practicum completion on "Tourism Policy and Strategy" by The World Tourism Organization (Madrid, Spain), 2002.

- Honorary Certificate "For the Important Contribution to the Development of Tourism" by the State Department of Tourism and Resorts of Georgia (Tbilisi, Georgia), 2008.

**Publications and Papers** - 19 research papers and one textbook.

**Other Practice and Training**

2004 - Workshop of the UN WTO and Ministry of Industry, Tourism and Commerce of Spain,

“Tourism Policy and Destination Management” (Madrid, Spain).

2003 - UN WTO Workshop “Global Tendencies and Best Practices” (Tbilisi, Georgia).

2003 - Training Course in Bogazici University (Istanbul, Turkey), “Destination Promotion and Marketing Strategies”.

2003 - Seminar of TICA and Ministry of Culture and Tourism of Turkey, “Marketing and Promotion Strategies” (Istanbul, Turkey).

2002 - Practicum, UNWTO, “Tourism Policy and Strategy” (Madrid, Spain).

2001 - Training SABIT Program “Business Management for Women – Travel and Tourism”, US Department of Commerce (Washington, USA).

2001 - The GEM Group LTD, Workshop “Travel and Tourism” (Charleston, USA).

**Program Analogues:**

- Purdue University /USA/ – [www.cfs.purdue.edu/HTM/graduate/phd\\_degree.html](http://www.cfs.purdue.edu/HTM/graduate/phd_degree.html)
- University of Illinois /USA/ - <http://rst.illinois.edu/grad/phd.htm>
- Cornell University /USA/ - [www.hotelschool.cornell.edu/academics/msphd.html](http://www.hotelschool.cornell.edu/academics/msphd.html)

**Program Description:**

**Purpose of the Program and Objectives** - The purpose of the Doctoral Program in Tourism and Hospitality Management is to prepare candidates for academic careers in Hospitality and Tourism. The program is designed with a focus on the development of strong research skills enabling graduates to conduct and publish independent, original scholarly research with competence and confidence at the top hospitality and tourism programs in Georgia and abroad. The program will also provide candidates the necessary content knowledge (in management and related business functional areas) to excel in university teaching in their areas of interest. The Tourism Department is one of six departments within the TSU Faculty of Business and Economics, and as such is a uniquely competitive, rigorous program for studying the tourism and hospitality management. The primary focus of doctoral candidates is on making scholarly contributions to the discipline. It is a three year program (180 ECTS) and requires a full time effort in residence. The curriculum, has been specifically designed to enable

doctoral students to receive a balanced Program that considers the management of tourism and hospitality taught by subject specialists at both strategic and local levels. Program consists from two parties: taught (60 ECTS) and research (120 ECTS) components. Candidates also serve as Teaching Assistants during a portion of the program (15 ECTS).

**Outcome** – Ph.D. degree in Tourism and Hospitality Management will be granted to candidates who gain fundamental knowledge, skills and complete dissertation with originality in problem solving, clear conclusions and defend them with appropriate knowledge and logical deductions. The skills areas students will develop during the taught courses of the Program include: Tourism and Hospitality Research Topics and Methods; Methodology for Quality in Tourism Education; Tourism, Creativity and Development; Tourism Destination Management; TSU Elective Courses, or Taught Courses in Foreign Accredited Universities. These skills are built upon and developed through the course structure so that by the time the taught elements of the Program are completed students are well equipped to take on the challenge of a tourism and/or hospitality based dissertation. Upon Program completion they will become leaders of tourism and hospitality field, who are able to analyze critically ideas, responsibly transform and distribute them through publications, teaching and implement in practice. They will be able to accomplish three main aspects of knowledge and skills: knowledge and skills generation, conservation and transformation.

**Employment Opportunities** – Doctoral students who granted with Ph.D. degree from the Program would be prepared for highest positions in the public and private sectors of tourism and hospitality field, including top managerial positions, researcher positions and lecturing.

### **Entry Requirements**

Ph.D. in Hospitality and Tourism Management recruits the most highly qualified candidates who offer the strongest potential for scholarly research. Admission standards are consistent with the other Doctoral programs of the Faculty of Business and Economics. All candidates are expected to be graduates of accredited business, management, hospitality and/or tourism or related programs.

Applicants will be evaluated on such criteria as academic coursework and background, English Language knowledge (B2), letters of reference and professional experience. Based on the review of all application materials, candidates may be required to take additional coursework.

### Teaching Format

- Seminar
- Colloquium

### Detailed Program Structure - Ph.D. in Tourism and Hospitality Management

#### Program Schedule

#	Years	I	II	III
1	Taught Courses	+		
2	Colloquiums	+	+	+
3	Thesis Defense			+

#### Program Courses

#	Courses	Status	ECTS
1	Research Methods	Core	5
2	Modern Teaching Methods	Core	5
3	Tourism, Creativity and Development	Elective	5
4	Tourism Destination Management	Elective	5
5	Doctoral Colloquiums I, II and III	Core	15

6	Teaching Assistance	Core	15
7	TSU Elective Courses	Elective	10
8	Taught Courses in Foreign Accredited Universities	Elective	10
9	Total		60

### Doctoral Colloquiums

Doctoral Colloquiums are important segment of the Program. At colloquiums Ph.D. student is presenting research results, achievements and problems on each level. Colloquiums are giving opportunity to monitor research progress. This progress are reviewed and discussed by the Faculty.

### Research Component

Dissertation thesis theme will be selected by Doctoral student together with Program leader.

The Thesis has to demonstrate students' ability to set up and to carry out a scientific research project in a self-responsible and independent manner. This includes:

- to provide an adequate delineation and definition of research topic,
- to build a sound theoretical framework for orientation of the research,
- to collect data in a systematic and verifiable manner,
- to analyze the data critically and correctly,
- to present the results in a comprehensible manner,
- to draw sound conclusions based on a comprehensive discussion of the results, and
- to show the potential contribution of research to the process of theoretical reconstruction of the topic.

**Conditions Scientific Research** – For the conducting of Doctoral Program research component students will be provided with free access to IST and Tourism Department Libraries, with connected to Internet computers for searching required bibliography and information.

Taking in account Tourism Department existing physical and human resources it's possible to admit 3 Ph.D. students simultaneously.

### 3. Program Name - Marketing

**Degree Offered - PhD in Marketing ( მარკეტინგის დოქტორი )**

**Program leader : Charita Jashi** – associate professor at the Faculty of Economic and Business, Iv. Javakhishvili Tbilisi State University.

#### Curriculum Vita

#### Personal Information

**Charita Jashi**

E-mail: [charita@access.sanet.ge](mailto:charita@access.sanet.ge) ; [charitajashi@hotmail.com](mailto:charitajashi@hotmail.com)

Tel: 99532 23 36 38

Address: 19 kekelidze,

Tbilisi, Georgia

#### Summary

- Internationally expert, researcher
- Professional with strong communication skills, academic and development programs background
- Flexible, easily adapted and time conscious person, aiming to increase and share knowledge, skills and experience on continuous basis

#### Additional Experience

Director of Caucasus Development Group

Founder and Head Association of Economic Education

Founder of Association `Gender of Social-Economic Development

#### Education

Tbilisi State University, faculty of Foreign languages and literature English,  
Tbilisi State University Faculty of Economic, Georgia  
Post-graduate Moscow Institute of Economic and Law, Russia  
Degree: Ph.D. in Economic

#### Language skills

Georgian native, Russian fluent. English fluent.

**Computer Skills**

Microsoft Windows XP/Vista;  
Microsoft Office (MS Word, MS Excel, MS Power Point) ,

**Hobbies:**

Literature, music,

**References:**

Excellent personal and professional references will be provided on request.

**Experience**

2006 up to now – associate professor of Tbilisi State University Economy and Business faculty, leading a number of courses on Marketing: Marketing Principles, Social Marketing, B2B Marketing, Advertising and Stimulation

2000-up to now director of Economic Education Programs in Georgia NCEE /National Economic Council of Education USA/

2005-2009 consultant of project of UNDP `` Gender and Politics in the South Caucasus`` on gender economic.

2007 -2008 coordinator of Women Global Fund project Encourage of Women Participation in Small Business

2005 -2006 coordinator of UNIFEM project Strengthening Women`s Economic Rights in Regions of Georgia

2003-2007 coordinator of OSCE/ODIHR project ``Supporting Women`s Economic Opportunities in the Regions of Georgia;

2003-2004 member of editorial board of PRSP in Georgia , UNDP

1997-2002 national coordinator of UNDP projects `` Women in Development`` and ``Gender in Development`

1998-General Director of Foundation ``Democracy and Revival``Georgia

2010 expert Gender and Macro-Economics, Henrich Boll Foundation

2010 expert Free Trade Agreement with European , Gender Aspects , WIDE

2010 consultation on gender, Human Development Report, UNDP

2009 expert , Comments on Draft Action Plan of EBRD on Gender Equality, Women Entrepreneurship Promotion , Great Britain, London;

2008 expert, Gender Aspect of Labour Migration, research paper, IAFEE , USA

2006-2008 expert, Gender Aspect of Social Policy in Georgia, Ministry of Health, Labour and Social Affairs of Georgia;

2005- expert, Development of Small Business in Georgia, research, WINROCK,

2005-2009 member of gender expert panel of OSCE/ODIHR / South Caucasus, Central Asia/

2005 expert, Assessment of Women Entrepreneurship, Azerbaijan , OSCE/ODIR

## Consultancy expertise

2007 expert, Gender and Poverty in South Caucasus , research papers , UNECE consultant

Member of International Association Feminist Economic /IAEFE/ Member of Network ``Future of Social Marketing`` Global Organization of Social Marketing

Member of Women European Network WIDE

1. Theoretical and Practical Aspects of Social Marketing. TSU, Tbilisi, 2009
2. Social Marketing Guarantee of Achievement, Economic, Georgian International Magazine,3, Tbilisi, 2008 ;
3. Gender Dimensions of Financial Policy of Georgia , UNDP , SIDA , Tbilisi, / in Georgian, English/2009;
4. Economic, manual for secondary school , /group of authors/ Georgia
5. Trace of Socio-Economic Policy in Georgia , materials of HESP international conference /in english/ Tbilisi, 2008.
6. New Approaches to Marketing and Tendencies for the Development of Consumer Market in Georgia, Economic - International magazine Economic 2007, 11, Tbilisi /in English/;
7. Report on the Sociological Study – Gender Analysis of Self-government Unit’s Budgets, UNDP, 2007, /in English/
8. Marketing, manual 2005 , Tbilisi ,TSU, / in Georgian /
9. Development of Women Entrepreneurship/ Georgian Case/ UNECE, Geneva 2005/in English/ ;
10. Gender Economic Issues The Case of Georgia , UNDP, SIDA , / in English/Tbilisi, 2005 ;
11. Gender Sensitive Monitoring of State Programs for Social Protection and Employment of the Unemployed Population 2005, Tbilisi/in English/;
12. Gender Budget-for Social Equality , Tbilisi, UNDP, SIDA,2007;/in Georgian/
13. Impacts of Privatization and Trade Liberalization , Journal for economic and political research, Belgrade/in English/ 2005;
14. Marketing For Industrial Goods , Tbilisi 2002
15. Gender Identity of Marketing, Tbilisi, /in English/2006
16. Development of Women Entrepreneurship - the Case of Georgia, UNECE /in English/2004, Geneva, Switzerland
17. Globalization and Gender Equality in Georgia Macro-Economics”, 2001, Series No. 2 Tbilisi, Georgia
18. Marketing Manual for Small Entrepreneurship ,2000, Tbilisi, Georgia
19. Women in the Labour Market, “Women in Poverty” – articles in publication “Transition, Privatization and Women” - 2002, Belgrade
20. The Function of Marketing and Georgian Reality, Macro-economics:2001, Series, 1 Tbilisi, Georgia

## Affiliation

## **Program Description**

### **Purpose and Objectives:**

Preparing high academic and scientific skilled specialists in the marketing direction of business administration is critically important for Georgia and other post-transitive countries, where market mechanisms operate under extremely hard, dynamic condition. These countries are still experiencing a deficit in professionals with modern marketing thinking. Companies can't implement a profitable marketing strategy without an in-depth analysis of regional and global business environment. Taking new marketing approaches into account and applying innovative research methods make it possible to implement a target customer-oriented marketing strategy. Today as never before it is important not only to study and assess commercial activity but also effectively manage non-commercial organizations in order to create a socially oriented product.

This doctoral program reflects significant issues such as the impact of global economic processes on business development, forecasting a corporate performance and effective marketing strategy in various sectors of business, analysis of the specifics of consumer and production markets (B2B), creating a brand capital, identification of various consumer segments and determining behavior models.

A high-level fulfillment of the doctoral program will help address such major issues as market assessment, opportunities for the development of diverse forms of products and services, effective regulation of production and service delivery, profitability, distribution system allocation and modeling forms, etc.

In addition to political-legal, economic, technological and social-cultural issues, the doctoral program will focus on various aspects of social marketing that will facilitate the satisfaction of long-term demands and creation of a modern system of sustainable business development. Preparing in business administration highly skilled specialists who have acquired holistic and comprehensive knowledge of modern marketing science will be able to create a of high scientific value and practical importance by application of marketing methodology, most modern information and technological resources.

### **Expected Results**

The implementation of the doctoral program will help develop the doctoral candidate's intellectual and personal traits and improve analytical study, critical thinking and innovative, creative skills that will directly help him in the process of marketing management.

Besides, the implementation of an individual doctoral program will help train new scientific personnel in accordance with modern marketing standards to enable them to conduct scientific and teaching activity in educational and scientific institutions and provide effective marketing management in companies and organizations. To prepare PhD candidates for the varied responsibilities of academic and related careers.

Enhancing the professional competence of a doctoral candidate to enable him to perform the following acts:

- Development of the skill of strict differentiation and the ability to formulate specific strategies with regard to different offers of products and services in a severe competitive environment;
- Facilitating the development of a positive image of business and conducting a socially-focused business, predicting a hypothetic development of a company and giving specific assessments;
- Based on marketing modeling, it will be possible to formulate recommendations towards improving the competitiveness and effectiveness of companies and organizations.

### **Program Structure**

The program is individual. In coordination with the program supervisor, the doctoral candidate chooses a desired program consisting of learning and scientific research components. The learning component includes the program developed according to doctoral curricula that is determined by the Marketing Department. The doctoral candidate will also take part in the learning process at the Chair. The research component comprises the fulfillment of scientific publications, workshops and a PhD

The doctoral candidate is required to select the relevant references and take their critical analysis and overview, and seek modern material by using modern marketing methods. Seeking PhD materials and fulfilling the PhD require integration of the issues of interdisciplinary scientists, econometrics, statistics, social psychology and sociology, which are topical with regard to the PhD. Through a combination of discipline and field-based methods, the curriculum enables students to master concepts and research skills directly relevant to business problems. . The doctoral candidate is required to twice present the studies and publish the proceedings in referable magazines before defending the PhD.

Name	Status	ECTS
Modern methods of teaching	Mandatory	5 credits
Professor Assistant	Mandatory	15 credits

Research methods	Mandatory	5 credits
Colloquium 1	Mandatory	5 credits
Colloquium 2	Mandatory	5 credits
Colloquium 3	Mandatory	5 credits
Science Management	Mandatory	5 credits
University Teaching Course	Elective	5 credits
Learning course in Foreign Accredited University	Elective	10credits
Write	Elective	10credits

#### **Sample Dissertation Topics:**

- Study of consumer attitudes to foreign and local brands;
- Role of social advertising in the formation of a positive image of a company;
- Production and service market development issues and perspectives;
- Prospects of international trade with Europe and consumer protection instruments in Georgia;
- Psychographic models of foreign product perception, consumer behavior;
- Impact of Georgian business environment on the development of new products;
- Analysis of pharmaceutical and insurance market and aspects of competition;
- Analysis of the effectiveness of integrated marketing communications on Georgian consumer market;
- Role of new technologies in the development of marketing studies, challenges and perspectives
- The role of segmentation of consumer in mobile communication markets and different ;
- Agrarian business development prospects within the context of social marketing;
- Role of public relations in the promotion of new products in a perfume network;
- The influence of culture on contemporary consumer behaviour, and identifying marketing opportunities that an understanding of cross-cultural differences

#### **Research Component**

The doctoral program in marketing brings the PhD student to the leading edge of knowledge in the field. Rigorous course and research activities provide the student with an in-depth understanding of the theoretical, conceptual, managerial and methodological foundations of marketing.

To provide a comprehensive knowledge of marketing concepts and practices to support research interests.

To develop advanced competencies and methodological skills for conducting quality research, directing research of others, and communicating research findings through teaching and writing.

**Preliminary Requirement**

To be eligible for the individual doctoral program, the applicant must meet the preliminary requirements set for doctoral candidates in Ivane Javakhishvili State University of Tbilisi, the requirements under the Regulation of the Dissertation Board of the Faculty of Economics and Business /TSU Academic Council Resolution N215, 4 May 2009/

Human and technical resources of Marketing Department allow to admit 3 PhD simultaneously.