



COLab

თიბისი კაპუსი

ბაზრის კვლევა
სილაბუსი

შეხვედრების
რაოდენობა და
ხანგრძლივობა

ხანგრძლივობა: 2 თვე
შეხვედრების რაოდენობა: 16 ლექცია
საათების რაოდენობა: 32 საათი

განრიგი

სამშაბათი: 19:00 - 21:00, პარასკევი: 19:00 - 21:00

ლექტორი

მარიამ კვიციანი
market.research@colab.ge

სასწავლო კურსის
ფორმატი

კურსი მიმდინარეობს ონლაინ, ინტერაქტიული ლაივ
სესიების ფორმატში. რეკომენდებულია კამერის
ჩართვა უკეთესი კომუნიკაციისთვის.

შეფასების
კომპონენტები
(100 ქულა)

კურსის მაქსიმალური ქულაა 100. ქულები
განაწილებულია შემდეგ კომპონენტებზე:

დასწრება და აქტიურობა (სულ 10 ქულა)

10 ქულის მისაღებად სავალდებულოა მინიმუმ
13 ლექციაზე დასწრება (12 ან ნაკლებ ლექციაზე
დასწრების შემთხვევაში - 0 ქულა).

ინდივიდუალური მინი-პროექტები - 50 ქულა

კურსის განმავლობაში სტუდენტმა უნდა შეასრულოს
5 ინდივიდუალური მინი-პროექტი (თითოეული
ფასდება 10 ქულით);

ფინალური პროექტი - 40 ქულა

კურსის ბოლოს სტუდენტებმა უნდა მოამზადონ
კვლევითი პროექტი, რომელიც წარმოადგენს
კონკრეტულ ბიზნეს ამოცანის გადასაჭრელად
დაგეგმილ და განხორციელებულ კვლევას.

სერტიფიკატის მიღების წესი	სერტიფიკატის მისაღებად საჭიროა სტუდენტმა დააკმაყოფილოს ყველა შემდეგი პირობა: • დაესწროს ლექციების მინიმუმ 51%-ს. • დააგროვოს მინიმუმ 51 ქულა ჯამურად. • მიიღოს მონაწილეობა ფინალურ პროექტის მომზადებაში.
----------------------------------	--

სილაბუსი / ლექციების განრიგი

ლექცია	თემა	შინაარსი / ძირითადი მიზნობები
---------------	-------------	--------------------------------------

პირველი ნაწილი - ბიზნესის კვლევის საფუძვლები რატომ და როგორ ვაკეთებთ კვლევას?

#01.	ბაზრის კვლევა და ბიზნეს გადანაცვლებები	კვლევის მნიშვნელობა, მიზანი, პროცესი და ბიზნეს გადანაცვლებების მიღება
#02.	კვლევის დიზაინი, მეთოდოლოგია და ეთიკა	საკვლევი თემის ფორმულირება; კვლევის დიზაინი; კვლევის მიზნების და ამოცანების განსაზღვრა; ბიზნეს კვლევის ეთიკა;
#03.	კვლევის მეთოდები და შერჩევის პრინციპები	თვისებრივი და რაოდენობრივი კვლევა, შერჩევის სტრატეგიები
	ინდივიდუალური დავალება 1	საკვლევი საკითხის განსაზღვრა, პრობლემის ფორმულირება, კვლევის დიზაინის შექმნა (შეიძლება გამოიყენონ საბოლოო პროექტისთვისაც)

მეორე ნაწილი - ბაზრის ანალიზი სად და როგორ შევდივართ კონკურენციაში?

#04.	მეორადი მონაცემები	“სამაგიდე კვლევა”, მეორადი მონაცემების მოპოვება, დამუშავება და ანალიზი
#05.	ბაზრისა და ინდუსტრიის ანალიზი	ინდუსტრიის ტენდენციების განსაზღვრა, ბაზრის მოცულობის, ზრდის ტემპებისა და მთავარი მოთამაშეების ანალიზი

ლექცია	თემა	შინაარსი / ძირითადი მიზნობები
--------	------	-------------------------------

	ინდივიდუალური დავალება 2	საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სააგენტოდან ინფორმაციის გამოთხოვა, მონაცემთა მოგროვება, დამუშავება და ანალიზი
#06.	ვინ არის მომხმარებელი?	მომხმარებელთა ქცევა, სეგმენტაცია, მიზნობრივი ჯგუფების განსაზღვრა და პოზიციონირება (STP) მომხმარებელთა ფსიქოლოგია, ქცევითი ეკონომიკა, გადაწყვეტილების-მიღება მომხმარებელთა სეგმენტაცია (დემოგრაფიული, ფსიქოგრაფიული, ქცევითი), მიზნობრივი სტრატეგიები, პოზიციონირების სტრატეგიები და მომხმარებლის პერსონების შექმნა.
	ინდივიდუალური დავალება 3	ლექტორის მოწოდებული მასალის გაანალიზება, პერსონების შექმნა და ანალიზი

მესამე ნაწილი - ინსტრუმენტები და პრაქტიკული გამოყენებები როგორ ვაგროვებთ მონაცემს?

#07.	რაოდენობრივი კვლევის მეთოდები და მონაცემთა ანალიზი	დიზაინი, გაზომვის სკალები, მონაცემთა სტატისტიკური ანალიზი
#08.	გამოკითხვა და კითხვარის დიზაინი	გამოკითხვის მეთოდები, შეკითხვების ფორმულირება, სკალირება, წინასწარი ტესტირება
#09.	მონაცემთა მოპოვება დაკვირვების საშუალებით	მისტიური მომხმარებელი, ეთნოგრაფიული დაკვირვება, ციფრული ქცევის მონიტორინგი
	ინდივიდუალური დავალება 4	მისტიური მომხმარებლის კითხვარის შედგენა, გამოყენება და ინდივიდუალური ანგარიში

ლექცია	თემა	შინაარსი / ძირითადი მიზნობები
#10.	მომხმარებელთა კმაყოფილების კვლევა	მომხმარებლის კმაყოფილების, ლოიალობის შეფასება, კმაყოფილების ინდექსების დადგენა (NPS, CSAT, CS), და შედეგების ინტერპრეტაცია ბიზნეს სტრატეგიების გასაუმჯობესებლად.
#11.	თვისებრივი კვლევის მეთოდები და მონაცემთა ანალიზი	ძირითადი მიდგომები, კოდირება თემატური და კონტენტ-ანალიზი
#12.	UX/UI კვლევა	მომხმარებლის გამოცდილების ტესტირება, heatmap-ის გამოყენება, თვალის მოძრაობის ანალიზი (eye-tracking) და ციფრული პლატფორმების მომხმარებლის გამოცდილების შეფასება.
	ინდივიდუალური დავალება 5	კონკრეტული ციფრული პლატფორმის მომხმარებლის გამოცდილების კვლევა (3-4 ინტერვიუ) და ძირითადი მიგნებები
#13.	პროდუქტისა და ბრენდის კვლევა	კონცეფციის ტესტირება, ფასის სენსიტიურობა, ბრენდის ღირებულებისა და აღქმის შესწავლა.

მეოთხე ნაწილი - სამოქმედო სტრატეგია რას ვაკეთებთ მიღებული შედეგებით?

#14.	ანალიტიკური ანგარიშის მომზადება (Data Storytelling)	კვლევითი ანგარიშების სტრუქტურა, მონაცემების ვიზუალიზაციის პრინციპები, ინსაიტების ამბად გადმოცემა, აგარიშის ეფექტური შეჯამების პრინციპები
#15.	თანამედროვე კვლევითი ინოვაციები და მარკეტინგული სტრატეგია	Big Data ანალიტიკა, ხელოვნური ინტელექტი კვლევაში, სოციალური მოსმენა (Social Listening), მოქნილი (Agile) კვლევის მეთოდები, ნეირომარკეტინგი, თამაშების ელემენტების გამოყენება (Gamification) და სტრატეგიის ჩამოყალიბება.
#16.	ფინანსური პროექტი - პრეზენტაცია	