



**თიბისი კავუსი**

# ციფრული მარკეტინგი სილაბუსი

**შეხვედრების  
რაოდენობა და  
ხანგრძლივობა**

ხანგრძლივობა: 2 თვე  
შეხვედრების რაოდენობა: 12 ლექცია  
საათების რაოდენობა: 24 საათი

**განრიგი**

ჯგუფი 1: ორშაბათი 19:00 - 21:00, ოთხშაბათი 19:00 - 21:00  
ჯგუფი 2: სამშაბათი 19:00 - 21:00, ხუთშაბათი 19:00 - 21:00

**ლექტორი**

ტატო ნორაკიძე  
[digital.marketing@colab.ge](mailto:digital.marketing@colab.ge)  
მონვეული სტუმარი - გიორგი-ქუცა რუხაძე

**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 - 10 ქულა** - 10 ქულის  
მისაღებად სავალდებულოა მინიმუმ 9 ლექციაზე  
დასწრება (8 ან ნაკლებ ლექციაზე დასწრების  
შემთხვევაში - 0 ქულა).

**პრაქტიკული დავლებები/ვორქშოპები - 60 ქულა**  
კურსის განმავლობაში ჩატარდება 4 პრაქტიკული  
ჯგუფური ლექცია. თითოეული ფასდება 15 ქულით

|                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|--------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>შეფასების<br/>კომპონენტები<br/>(100 ქულა)</b> | <b>ფინალური პროექტი - 30 ქულა</b><br>სტუდენტებს წინასწარ დადგენილ ჯგუფებში, მოუწევთ შემთხვევითობის პრინციპით (Random) შერჩეული ქართული ბრენდისთვის ციფრული მარკეტინგის სტრატეგიის შემუშავება და დაგეგმვა.                                                                       |
| <b>სერთიფიკატის მიღება</b>                       | <b>სერთიფიკატის მისაღებად საჭიროა სტუდენტმა დააკმაყოფილოს ყველა შემდეგი პირობა:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• დაესწროს ლექციების მინიმუმ 51%-ს.</li><li>• დააგროვოს მინიმუმ 51 ქულა ჯამურად.</li><li>• მიიღოს მონაწილეობა ფინალურ პროექტის მომზადებაში.</li></ul> |

**სილაბუსი / ლექციების განრიგი**

| <b>ლექცია</b> |  | <b>ლექციის სათაური</b>                    | <b>ლექციის შინაარსი</b>                                                                                                                                                                                                                         |
|---------------|--|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>#01.</b>   |  | დიჯიტალიზაცია                             | <ul style="list-style-type: none"><li>• რით განსხვავდება ციფრული მიდგომები ტრადიციული მარკეტინგის მიდგომებისგან</li><li>• რა უპირატესობა აქვს და როგორ შეიცვალა ადამიანების და ბრენდების მიდგომა</li><li>• კომუნიკაციის ტრანსფორმაცია</li></ul> |
| <b>#02.</b>   |  | ციფრული კონტენტი - სოციალური მედია არხები | <ul style="list-style-type: none"><li>• სოციალური მედია არხების სტრატეგია</li><li>• არხების მიმოხილვა</li><li>• განსხვავება მათ შორის და Dedicated მიდგომები</li></ul>                                                                          |
| <b>#03.</b>   |  | ციფრული კონტენტი - სტრატეგია და ფორმატები | <ul style="list-style-type: none"><li>• კონტენტის სტრატეგია</li><li>• კონტენტის ფორმატები და განსხვავებული მიდგომები არხების მიხედვით</li><li>• კრიზისის მართვა სოციალურ მედიაში</li></ul>                                                      |
| <b>#04.</b>   |  | პრაქტიკული ლექცია                         | <p>რეაქტიული სოციალური მედია კონტენტის შექმნა - Reactive Social Media Content</p> <p>გუნდები დაიყოფიან ვირტუალურ ონლაინ ოთახებში და იმსჯელებენ ლექტორის მიერ დასახულ ამოცანაზე.</p>                                                             |

| ლექცია | ლექციის სათაური                                          | ლექციის შინაარსი                                                                                                                                                                                                                                         |
|--------|----------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| #05.   | მოწვეული სტუმარი<br>(გიორგი-ქუცა რუხაძე)                 | ქოფირაითინგის მასტერკლასი -<br>ინსაითი/Insight                                                                                                                                                                                                           |
| #06.   | მოწვეული სტუმარი<br>(გიორგი-ქუცა რუხაძე)                 | ქოფირაითინგის მასტერკლასი -<br>ინსაითიდან იდეამდე<br><br>საიდან იწყება ფიქრი, ინსაითის მიგნება და<br>იდეად ქცევა                                                                                                                                         |
| #07.   | ციფრული რეკლამა -<br>თეორია                              | ციფრული რეკლამის მიმოხილვა<br>სარეკლამო არხები და სპეციფიკაცია                                                                                                                                                                                           |
| #08.   | ციფრული რეკლამა -<br>Meta Ads<br>(პრაქტიკული<br>სამუშაო) | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Meta Ads Objective - ების გარჩევა</li> <li>• თარგეთინგის შესაძლებლობები</li> </ul><br>სტუდენტი აუცილებლად უნდა იყოს<br>კომპიუტერთან/ლექტოპთან, რომ შეძლოს<br>ლექტორის მიერ ნაჩვენები ოპერაციების<br>შესრულება   |
| #09.   | ციფრული რეკლამა -<br>Google Ads<br>(პრაქტიკული სამუშაო)  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Google Ads Objective - ების გარჩევა</li> <li>• თარგეთინგის შესაძლებლობები</li> </ul><br>სტუდენტი აუცილებლად უნდა იყოს<br>კომპიუტერთან/ლექტოპთან, რომ შეძლოს<br>ლექტორის მიერ ნაჩვენები ოპერაციების<br>შესრულება |
| #10.   | პრაქტიკული ლექცია                                        | Hero, Hub, Help content<br><br>გუნდები დაიყოფიან ვირტუალურ ონლაინ<br>ოთახებში და იმსჯელებენ ლექტორის<br>მიერ დასახულ ამოცანაზე.                                                                                                                          |
| #11.   | შეჯამება და<br>ფინალური დავალება                         | ციფრული რეკლამისა და ციფრული<br>კონტენტის სტრატეგია<br>სფეროს თანამედროვე გამოწვევები<br>კარიერული რჩევები<br><br>ფინალური დავალების დეტალების<br>განხილვა, მითითებები და კონსულტაცია.                                                                   |

| ლექცია | ლექციის სათაური           | ლექციის შინაარსი                                                                                                                                                                                      |
|--------|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| #12.   | ფინალური<br>პრეზენტაციები | <p>პროექტების განხილვა და შეფასება<br/>საბოლოო რეკომენდაციები</p> <p>სტუდენტები წარადგენენ მათ მიერ<br/>მომზადებულ საფინანსო პროექტს<br/>ციფრული მარკეტინგის სტრატეგიაზე<br/>ქართული ბრენდისთვის.</p> |