

საჯარო სამართლის იურიდიული პირი -  
ბათუმის შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტი  
პროფესიული საგანმანათლებლო პროგრამა

**საბიბლიოთეკო საქმე**

მოდული

**საბიბლიოთეკო მარკეტინგი**

მოდულის სტატუსი: არჩევითი

ბათუმი, 2020

## მოდული

### 1. ზოგადი ინფორმაცია

სარეგისტრაციო ნომერი: 0320213

---

სახელწოდება: საბიბლიოთეკო მარკეტინგი

---

გამოქვეყნების/ცვლილების თარიღი: 28.07.2015/31.03.2020/24.04.2020

---

მოცულობა კრედიტებში: 2

---

მოდულზე დაშვების წინაპირობა:

მოდულის აღწერა:

მოდულის დასრულების შემდეგ პირს შეუძლია:

მარკეტინგული კვლევის გეგმის შედგენა; მარკეტინგული კვლევისათვის ბიუჯეტის გადანაწილება; მიზნობრივი ჯგუფების შექმნა და თანამშრომლობა; საბიბლიოთეკო მარკეტინგის სახეების, ძირითადი მიმართულებების განსაზღვრა; მარკეტინგული სამსახურის ორგანიზება

2. სტანდარტული ჩანაწერები

სწავლის შედეგები	შესრულების კრიტერიუმები	კომპეტენციის პარამეტრების ფარგლები	შეფასების მიმართულება
1. მარკეტინგული კვლევის გეგმის შედგენა	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.სწორად ჩამოთვლის საბიბლიოთეკო მარკეტინგის ძირითად სახეებსა და ფორმებს</li> <li>2.ზუსტად განსაზღვრავს მკითხველთა და ინფორმაციის მომხმარებელთა ჯგუფებს</li> <li>3.სწორად ადგენს მარკეტინგული კვლევის განრიგს</li> </ol>	სრულადაა ასახული შესრულების კრიტერიუმებში	პრაქტიკული დავალება
2. მარკეტინგული კვლევისათვის ბიუჯეტის გადანაწილება	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. სწორად ჩამოთვლის ბიბლიოთეკის ბეჭდურ და ელექტრონულ საშუალებებს</li> <li>2. ზუსტად განსაზღვრავს შესაძენი რესურსების ხარჯვით ნაწილს</li> <li>3. მიზნობრივად იყენებს გამოყოფილ ბიუჯეტს</li> </ol>	სრულადაა ასახული შესრულების კრიტერიუმებში	პრაქტიკული დავალება
3. მიზნობრივი ჯგუფების შექმნა და თანამშრომლობა	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. მარკეტინგული კვლევისთვის ქმნის მიზნობრივ ჯგუფებს</li> <li>2. სწორად განუმარტავს ჯგუფებს დაგეგმილი კვლევის არსს</li> <li>3. სწორად განუმარტავს ჯგუფებს მარკეტინგულ კვლევაში მათ მონაწილეობას</li> <li>4. თანმიმდევრულად ამუშავებს კვლევის სამუშაო გეგმას ჯგუფებთან ერთად</li> </ol>	სრულადაა ასახული შესრულების კრიტერიუმებში	პრაქტიკული დავალება

<p><b>4. საბიბლიოთეკო მარკეტინგის სახეების, ძირითადი მიმართულებების განსაზღვრა</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ზუსტად განსაზღვრავს მარკეტინგის სახეებს</li> <li>2. აზუსტებს მართვის აუცილებელ სახეებს და ფორმებს</li> <li>3. მიზნობრივად იყენებს მარკეტინგულ ვებ გვერდს, ტელემარკეტინგს, ელექტრონულ მარკეტინგს და მიზნობრივ (სამისამართო) მარკეტინგს</li> <li>4. მიზნობრივად იყენებს სოციალურ ქსელს მარკეტინგული პროცესების პოპულარიზაციის მიზნით</li> <li>5. ბიბლიოთეკის პროფილიდანს გამომდინარე რაციონალურად არჩევს შესაძენ მასალას (წიგნი, პერიოდული გამოცემა, ნოტი, პლაკატი, რუკა, აუდიოვიზუალური, ელექტრონული გამოცემები)</li> </ol>	<p>სრულადაა ასახული შესრულების კრიტერიუმებში</p>	<p>პრაქტიკული დავალება</p>
<p><b>5. მარკეტინგული სამსახურის ორგანიზება</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. სწორად ადგენს მარკეტინგული სამსახურის ჩამოყალიბების გეგმას</li> <li>2. ზუსტად განსაზღვრავს მარკეტინგული სამსახურის დანიშნულებას, მოქმედების მიმართულებებს</li> <li>3. აყალიბებს საბიბლიოთეკო მომსახურების დინამიური განვითარების შესაძლებლობებს</li> <li>4. უზრუნველყოფს მოსახლეობის სოციალური ჯგუფების დიფერენცირებულ შესწავლას</li> <li>5. მარკეტინგული სამსახურის ეფექტურობისთვის, მიზნობრივი გამოყენებისთვის სწორად ანალიზებს რაოდენობრივ და ხარისხობრივ მაჩვენებლებს</li> </ol>	<p>სრულადაა ასახული შესრულების კრიტერიუმებში</p>	<p>პრაქტიკული დავალება</p>

3.დამხმარე ჩანაწერები

3.1. სწავლებისა და შეფასების ორგანიზებისთვის

სწავლის შედეგი	თემატიკა	სწავლება-სწავლის მეთოდი/მეთოდები	შეფასების მეთოდი/მეთოდები	მტკიცებულება/მტკიცებულებები პროფესიული სტუდენტის/მსმენელის პორტფოლიოსთვის
1.	<ul style="list-style-type: none"> <li>საბიბლიოთეკო მარკეტინგი</li> <li>საბიბლიოთეკო მარკეტინგი: არსი, ძირითადი სახეები და ფორმები</li> <li>მარკეტინგის კონცეფცია</li> </ul>	<p>ლექცია/დემონსტრირება</p> <p>პრაქტიკული დავალება</p>	<p>პრაქტიკული მეცადინეობის დროს პროფესიული სტუდენტის/მსმენელის მიერ შესრულებული დავალებების შეფასება, განმავითარებელი შეფასებების მიცემა, საშინაო დავალების შეფასება.</p>	<p><b>პრაქტიკული დავალება, პროდუქტი, როგორც მტკიცებულება</b></p> <p>პროფესიული მასწავლებლის/დაწესებულების წარმომადგენლის მიერ წერილობითი ჩანაწერი/კითხვარი/შეფასების ფურცელი ან/და პროფესიული სტუდენტის/მსმენელის მიერ ამოხსნილი პრაქტიკული დავალებები/ამოცანების დამადასტურებელი წერილობითი დოკუმენტი პროფესიული სტუდენტის/მსმენელის მიერ მომზადებული პრეზენტაცია.</p>
2.	<ul style="list-style-type: none"> <li>მარკეტინგული კვლევის ბიუჯეტის გაწერა</li> <li>ბიბლიოთეკის ბეჭდური და ელექტრონულ საშუალებების ზუსტი ჩამონათვალი</li> <li>კავშირი წიგნსავაჭრო ორგანიზაციებთან, გამომცემელთა</li> </ul>	<p>ლექცია/დემონსტრირება</p> <p>პრაქტიკული დავალება</p>	<p>პრაქტიკული მეცადინეობის დროს პროფესიული სტუდენტის/მსმენელის მიერ შესრულებული დავალებების შეფასება, განმავითარებელი შეფასებების მიცემა, საშინაო დავალების</p>	<p><b>პრაქტიკული დავალება, პროდუქტი, როგორც მტკიცებულება</b></p> <p>პროფესიული მასწავლებლის/დაწესებულების წარმომადგენლის მიერ წერილობითი ჩანაწერი/კითხვარი/შეფასების ფურცელი ან/და პროფესიული სტუდენტის/მსმენელის მიერ</p>

	ასოციაციებთან და ცალკეულ გამომცემლობებთან		შეფასება.	ამოხსნილი პრაქტიკული დავალებები/ამოცანების დამადასტურებელი წერილობითი დოკუმენტი პროფესიული სტუდენტის/მსმენელის მიერ მომზადებული პრეზენტაცია.
3.	<ul style="list-style-type: none"> <li>მიზნობრივი ჯგუფების არსი და შინაარსი</li> <li>კომუნიკაციის მეთოდები</li> <li>კვლევის მეთოდები</li> </ul>	ლექცია/დემონსტრირება	პრაქტიკული მეცადინეობის დროს პროფესიული სტუდენტის/მსმენელის მიერ შესრულებული დავალებების შეფასება, განმავითარებელი შეფასებების მიცემა, საშინაო დავალების შეფასება.	<b>პრაქტიკული დავალება, პროდუქტი, როგორც მტკიცებულება</b>  პროფესიული მასწავლებლის/დაწესებულების წარმომადგენლის მიერ წერილობითი ჩანაწერი/კითხვარი/შეფასების ფურცელი ან/და პროფესიული სტუდენტის/მსმენელის მიერ ამოხსნილი პრაქტიკული დავალებები/ამოცანების დამადასტურებელი წერილობითი დოკუმენტი პროფესიული სტუდენტის/მსმენელის მიერ მომზადებული პრეზენტაცია.
4.	<ul style="list-style-type: none"> <li>მარკეტინგი, როგორც მეცნიერება</li> <li>მარკეტინგული ვებ გვერდი, ტელემარკეტინგი, ელექტრონული მარკეტინგი, მიზნობრივი მარკეტინგი</li> <li>მარკეტინგის პოპულარიზაციის</li> </ul>	ლექცია/დემონსტრირება	პრაქტიკული მეცადინეობის დროს პროფესიული სტუდენტის/მსმენელის მიერ შესრულებული დავალებების შეფასება, განმავითარებელი შეფასებების მიცემა, საშინაო დავალების შეფასება.	<b>პრაქტიკული დავალება, პროდუქტი, როგორც მტკიცებულება</b>  პროფესიული მასწავლებლის/დაწესებულების წარმომადგენლის მიერ წერილობითი ჩანაწერი/კითხვარი/შეფასების ფურცელი ან/და პროფესიული სტუდენტის/მსმენელის მიერ ამოხსნილი პრაქტიკული დავალებები/ამოცანების

	მეთოდები			დამადასტურებელი დოკუმენტი წერილობითი პროფესიული სტუდენტის/მსმენელის მიერ მომზადებული პრეზენტაცია.
5.	<ul style="list-style-type: none"> <li>მარკეტინგული სამსახურის დანიშნულება, მოქმედების მიმართულებები</li> <li>საბიბლიოთეკო შიდა მარკეტინგი</li> <li>მარკეტინგში ბიბლიოთეკის ინტელექტუალური რესურსების გამოყენების მეთოდები</li> <li>მარკეტინგის სახეები ბიბლიოთეკებში</li> <li>რეკლამის როლი საბიბლიოთეკო მარკეტინგში</li> </ul>	ლექცია/დემონსტრირება	პრაქტიკული მეცადინეობის დროს პროფესიული სტუდენტის/მსმენელის მიერ შესრულებული დავალებების შეფასება, განმავითარებელი შეფასებების მიცემა, საშინაო დავალების შეფასება.	<b>პრაქტიკული დავალება, პროდუქტი, როგორც მტკიცებულება</b>  პროფესიული მასწავლებლის/დაწესებულების წარმომადგენლის მიერ წერილობითი ჩანაწერი/კითხვარი/შეფასების ფურცელი ან/და პროფესიული სტუდენტის/მსმენელის მიერ ამოხსნილი პრაქტიკული დავალებები/ამოცანების დამადასტურებელი წერილობითი დოკუმენტი პროფესიული სტუდენტის/მსმენელის მიერ მომზადებული პრეზენტაცია.

3.2. საათების განაწილების სქემა

სწავლის შედეგები	საათების განაწილება სწავლის შედეგების მიხედვით			
	საკონტაქტო სასწავლო დატვირთვა	დამოუკიდებელი სამუშაოები	შეფასება	სულ
1	8	1	1	50
2	8	1	1	

3	8	1	1
4	8	1	1
5	8	1	1
სულ:	40	5	5

### 3.3. სასწავლო რესურსი

- საქართველოსკანონი საბიბლიოთეკო საქმის შესახებ;
- საჯარო ბიბლიოთეკის მანიფესტი : მომზადებულია საბიბლ. ასოციაციების და ინ-ტების საერთაშ. ფედერაციასთან (IFLA) თანამშრომლობით / იუნესკო. - თბ., 1995. - 19 გვ. ;
- Ifla/Unesco-ს სახელმძღვანელო მითითებების საჯარო ბიბლიოთეკებში მომსახურების განვითარების შესახებ  
[http://dSPACE.nplg.gov.ge/bitstream/1234/7312/1/IFLA\\_UNESCO.pdf](http://dSPACE.nplg.gov.ge/bitstream/1234/7312/1/IFLA_UNESCO.pdf)
- IFLA/UNESCO-ს სახელმძღვანელო მითითებები ინტერნეტის შესახებ / საქართველოს პარლამენტის ეროვნული ბიბლიოთეკა; საბიბლიოთეკო ასოციაციების საერთაშორისო ფედერაცია; თარგმნა მზია ხოსიტა შვილიძე; 2010 - 61 გვ  
[http://dSPACE.nplg.gov.ge/bitstream/1234/7972/1/Saxelmdzgvanelo\\_Mititebebi.pdf](http://dSPACE.nplg.gov.ge/bitstream/1234/7972/1/Saxelmdzgvanelo_Mititebebi.pdf)
- საბიბლიოთეკო მარკეტინგი / საქ. პარლამენტის ეროვნ. ბიბ-კა, ბიბლიოთეკათმცოდნეობისა და საბიბლიოთეკოსტანდარტების განყ-ბა ; შემდგ.: გ. თაყნაიშვილი, თ. იოსავა ; რედ. ლ. ზამბახიძე. - თბილისი, 2012. - 31 გვ. ; 20 სმ. - ბიბლიოგრ.: გვ. 31. - ISBN 978-9941-0-3879-2
- [http://dSPACE.nplg.gov.ge/bitstream/1234/7321/1/Sabiblioteko\\_Marketingi.pdf](http://dSPACE.nplg.gov.ge/bitstream/1234/7321/1/Sabiblioteko_Marketingi.pdf)
- რობერტსონი, დებორა. კულტურის სპროგრამები ბიბლიოთეკებისათვის : ბიბლიოთეკების, საზოგადოებისა და კულტურის დაკავშირება / დებორა. რობერტსონი, სიუზან ბრანდეჰოფის, მერი დევის ფურნიეს და ლაურა ჰაისის დახმარებით ; [ინგლ. თარგმნა მამია სიმონიშვილიძე ; რედ.: ლეილა ზამბახიძე, ლაშა გველესიანი, ლილისა ყვარელიძე]. - [თბ. : საქ. საბიბლიოთეკო ასოციაცია, 2010]. - 136 გვ
- მაია სეთური, რეკლამა მარკეტინგის სისტემაში / თსუ, საქონელმომოქც. ეკონომიკისა და მარკეტ. კათედრა ; [რედ.: ე. ბოლოკაძე]. თბ. : თბილ. უნ-ტის გამ-ბა, 1997. - 36 გვ. ;
- ბეიკერი, მაიკლჯ. მარკეტინგი : შესავალი კურსი / [მთარგმნ.: ეკახაჩიძე, მაკაჩხიძე]. - [მე-6 გამოც.]. - თბ. : ეკონ. კვლევისა და პოლიტ. ტექნოლოგიების ცენტრი, 2002. - 476 გვ.
- იმნაიშვილი, ნინო კულტურული მომსახურების სისტემის მენეჯმენტი და მარკეტინგი : [დამხმ. სახელმძღვ. თეატრისა და კინოს სახ. უნ-ტის სამენეჯერო ფაკ. სტუდ.]. - თბ. : ხელოვნება, 2005. - 128 გვ.
- ერიაშვილი, ნ. მარკეტინგის ფსიქოლოგია : [სახელმძღვ. უმაღლესი სასწავლებლების სტუდენტებისათვის] / ნ.დ. ერიაშვილი, ა.მ. სტოლიარენკო, ი.ი. ამინოვი ; ნ.დ. ერიაშვილის რედ.. - თბ. : სამართლიან საქართველო, 2014. - 58 გვ.
- დრაგიჩევიჩ-შეშიჩი, მილენაკულტურა, მენეჯმენტი, ანიმაცია, მარკეტინგი : თეატრისა და კინოს უნ-ტის სახელმძღვ. : [წიგნი გამოცემის ფონდ "Next Page"-ის პროექტის "East Translates East" ფარგლებში] / მილენა დრაგიჩევიჩ-შეშიჩი, ბრანიმირ სტოიკოვიჩი ; ქართ. ადაპტ. ვარიანტი [თარგმნესდა] მოამზადეს ლევან ხეთაგური და იურიდიული ცენტრი ; [რედ. თეონაკახიძე ; ფოტ. ლევან ხეთაგური]. - 1-ლი გამოც.. - თბ. : [SCF/IBCCP], 2007 (შპს "მწიგნობარის" სტ.). - 318 გვ. : სქემ. ; . - ბიბლიოგრ.: გვ. 316-317.



- **კობალავა, მარინემომხარებელთანურთიერთობა** : (ნარკვევიდამუშავებულიაძირითადადგ. კოტლერის, გ. ამსტრონგის, დჯ. სონდერსის, ვ. ვონგის "მარკეტინგისსაფუძვლების" მიხედვით) / მ. კობალავა. - თბ. : უნივერსალი, 2008. - 32გვ. - ISBN 978-9941-12-372-6[
- **მაღლაკელიძე, ეკატერინემარკეტინგიპრაქტიკაში** : დამხმ. სახელმძღვ. / ეკატერინემაღლაკელიძე, დინარალომინაძე ; რედ. მაიავეშაგური. - თბ. : უნივერსალი, 2012. - 80 გვ. : სქ., ცხრ. ბიბლიოგრ.: გვ. 79. - ISBN 978-9941-17-736-1

**3.4. სპეციალური საგანმანათლებლო საჭიროების (სსსმ) და შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე (შშმ) პროფესიული სტუდენტების/მსმენელების სწავლებისათვის:**

საჭიროების შემთხვევაში, სპეციალური საგანმანათლებლო საჭიროების მქონე პროფესიული სტუდენტისთვის/მსმენელისთვის საგანმანათლებლო დაწესებულების მიერ მუშავდება ინდივიდუალური სასწავლო გეგმა, რომელიც ეფუძნება პროფესიულ საგანმანათლებლო პროგრამას/მოდულს და წარმოადგენს მის მოდიფიკაციას (მისაღწევი სწავლის შედეგების თვისობრივ ან რაოდენობრივ ცვლილებას) და/ან აკომოდაციას (სწავლებისა და შეფასების მიდგომებში ცვლილებას მისაღწევი სწავლის შედეგების ცვლილების გარეშე) და, შესაბამისად, აზუსტებს სპეციალური საგანმანათლებლო საჭიროების მქონე პროფესიული სტუდენტისთვის/მსმენელისთვის საჭირო დამატებით საგანმანათლებლო მომსახურებას.

ინდივიდუალური სასწავლო გეგმა გამოიყენება, როგორც სახელმძღვანელო სპეციალური საგანმანათლებლო საჭიროების მქონე პროფესიული სტუდენტის/მსმენელის საგანმანათლებლო პროცესის განხორციელებისთვის. ინდივიდუალური სასწავლო გეგმის ფარგლებში სპეციალური საგანმანათლებლო საჭიროების მქონე პროფესიული სტუდენტის/მსმენელის მიმდინარე შეფასება ხორციელდება ინდივიდუალურად, განსაზღვრულ მისაღწევ სწავლის შედეგებთან, ხოლო საბოლოო შეფასება და კრედიტების მინიჭება - საგანმანათლებლო პროგრამის/მოდულის მოთხოვნებთან მიმართებით.

**მოდულის განმახორციელებელი პერსონალი (იხ. დანართი 2)**