

განახლებულია 11.05.2026

სამაგისტრო საგანმანათლებლო პროგრამა „ლოგისტიკა“

მიღა სამაგისტრო გამოცდის საკითხები სპეციალობაში

1. ლოგისტიკის არსი და ამოცანები;
2. მატერიალური ნაკადის და ლოგისტიკური ოპერაციის ცნება;
3. ლოგისტიკური მატერიალური ნაკადის ოპტიმიზაცია ;
4. ლოგისტიკის შვიდი წესი ;
5. ლოგისტიკური სისტემის ცნება;
6. ლოგისტიკური სისტემის სახეები;
7. ლოგისტიკური სისტემის ოპტიმიზაცია;
8. ლოგისტიკური ამოცანების გადაჭრის მეთოდების საერთო დახასიათება;
9. ლოგისტიკური სისტემის მოდელის კლასიფიკაცია;
10. ლოგისტიკური სერვისის არსი და სახეები;
11. ლოგისტიკური სერვისის სისტემის ფორმირება ;
12. ლოგისტიკური სერვისის შეფასება, მომსახურების დონის მაჩვენებლები;
13. შესყიდვების ლოგისტიკის ამოცანები და ფუნქციები;
14. ინფორმაციით უზრუნველყოფის სტრუქტურა შესყიდვების ბაზრის გამოკვლევისას;
15. შესყიდვების ლოგისტიკის ფუნქციონირების მექანიზმი;
16. საწყობის როლი ლოგისტიკურ სისტემაში;
17. ლოგისტიკის ძირითადი პრობლემები ;
18. სასაწყობო სისტემის კლასიფიკაცია;
19. სასაწყობო სისტემის სტრუქტურა ;
20. თანამედროვე ტენდენციები სასაწყობო სისტემაში ;
21. საწარმოო ლოგისტიკის არსი და ამოცანები ;
22. წარმოების დაგეგმვისა და მართვის ორგანიზების თანამედროვე მიდგომები;
23. საწარმოო ლოგისტიკის ტექნოლოგიები;
24. კაიძენის კონცეფცია;
25. განაწილების მნიშვნელობა და არსი ლოგისტიკაში ;
26. მატერიალური ნაკადის მოხმარება ლოგისტიკაში ;
27. ლოგისტიკური არხები და ჯაჭვები;
28. ლოგისტიკურ პოლიგონზე გამანაწილებელი ცენტრების განთავსება;
29. სასაქონლო-მატერიალური მარაგების კლასიფიკაცია ;
30. ტექნიკური და გარადამავალი მარაგები;
31. ციკლური მარაგები, სარეზერვო ანუ “ბუფერული” მარაგები.
32. სტრატეგიული მენეჯმენტის საფუძვლები;
33. სტრატეგიული ხედვისა და მისიის ფორმულირება;
34. კომპანიის სტრატეგიული მიზნების დასახვა და სტრატეგიის შემუშავება;
35. მარკეტინგის არსი და ამოცანები;
36. მარკეტინგის სახეები და ტიპები;
37. მარკეტინგის მართვის პროცესი ;
38. მარკეტინგის ორგანიზაცია ფირმაში;
39. კომპანიის მაკროგარემო;
40. კომპანიის მიკროგარემო;
41. მარკეტინგული კვლევის პროცესი ;
42. მომხმარებელთა გამოკვლევის მნიშვნელობა და პრინციპები;
43. ბაზრის სეგმენტირების ეტაპები ;

44. ბრენდი. ბრენდის შექმნა. ბრენდი (სავაჭრო მარკის) კაპიტალი ;
45. მომსახურების მარკეტინგის მახასიათებლები ;
46. ფასები და ფასწარმოქმნა;
47. საბაზრო ფასი და მისი სახეები;
48. მარკეტინგული არხების არსი, ფუნქციები და დონეები;
49. სადისტრიბუციო არხის სტრუქტურა;
50. საბითუმო ვაჭრობა;
51. საცალო ვაჭრობა;

მოსამზადებელი ლიტერატურა:

1. რ. მამულაძე, მ.გაბაიაძე. ლოჯისტიკა.გამომცემლობა „აჭარა“. 2013
2. შ. ვეშაპიძე, ლ. ოსაძე, დ. სეხნიაშვილი. ლოგისტიკა. თბილისი, 2012
3. გ. წიფური. ზ.შენგელია. საერთაშორისო გადაზიდვები და ლოგისტიკა. 100 კითხვა- პასუხი. თბ., 2010
4. ლ. ბოცვაძე, ო. გელაშვილი, მ. მებურიშვილი. სატრანსპორტო ლოგისტიკის საფუძვლები. ტექნიკური უნივერსიტეტის გამომცემლობა. თბილისი. 2017
5. ფრედ. რ. დევიდი, ფორესტ რ. დევიდი. სტრატეგიული მენეჯმენტი (ცნებები და ვითარებები), მეთხუთმეტე გამოცემა. ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის გამომცემლობა, თბილისი 2017
7. თოდუა ნ. მღებრიშვილი ბ. მარკეტინგის საფუძვლები. თბ., 2010
8. თოდუა ნ. საერთაშორისო მარკეტინგი (სახელმძღვანელო). თბ 2012
9. კოტლერი ფ. ამსტრონგი გ. მარკეტინგის საფუძვლები. მე-14 გამოცემა, თბილისი, 2015
10. Kotler Ph., Armstrong G. Principles of Marketing. 2021