

პროგრამაზე დაშვების წინაპირობა

ბაკალავრიატში სწავლის უფლება აქვს მხოლოდ სრული ზოგადი განათლების დამადასტურებელი სახელმწიფო სერტიფიკატის ან მასთან გათანაბრებული დოკუმენტის მფლობელს, რომელიც ჩაირიცხება საქართველოს კანონმდებლობით დადგენილი წესით.

პროგრამის მიზანია:

პროგრამის მიზანია შეასწავლოს სტუდენტს როგორც მომხმარებლის ქცევისა და მოთხოვნილებების თავისებურებები, ასევე ორგანიზაციებსა და ინდივიდებს შორის პროდუქციისა და მომსახურების გაცვლის პროცესების ხელშეწყობის ტექნოლოგიები;

შესძინოს სტუდენტს საზოგადოებასთან ურთიერთობების სფეროს ფართო ცოდნა, რომელიც მოიცავს, თეორიების, პრინციპების, სტრატეგიული საკომუნიკაციო გეგმების შესწავლას და კრიტიკულ გააზრებას;

გამოუმუშაოს სტუდენტს საზოგადოებასთან ურთიერთობის სფეროში არსებული ამოცანების, ეფექტური კომუნიკაციის, პრობლემების გადაჭრის და დამოუკიდებელი სამუშაოს შესრულებისთვის აუცილებელი პრაქტიკული უნარები;

მოამზადოს საზოგადოებასთან ურთიერთობის დარგში არსებული შრომის ბაზრის მოთხოვნებთან თავსებადი კომპეტენციების მქონე კურსდამთავრებული, რომელსაც ექნება უწყვეტი პროფესიული განვითარებისა და შემდგომ საფეხურზე სწავლის გაგრძელების მყარი საფუძველი.

სწავლის შედეგები/კომპეტენტურობები (ზოგადი და პროფესიული)

აღწერს

საზოგადოებასთან ურთიერთობის/სტრატეგიული კომუნიკაციის ძირითად პრინციპებს და პროცესებს, PR სტრატეგიისა და ტაქტიკის, კვლევის, დაგეგმვისა და მართვის პროცესებს, PR-კამპანიების, ღონისძიებების მომზადების და ჩატარების უახლეს მეთოდებს, პრინციპებსა და ინსტრუმენტებს, როგორც ბიზნესის, ასევე პოლიტიკის, ტურიზმის და კულტურის სფეროებში, ძირითად ფილოსოფიურ, ფსიქოლოგიურ და სოციოლოგიურ თეორიებს.

განსაზღვრავს

საზოგადოებასთან ურთიერთობის (PR) სფეროში არსებულ მიზნებს, ამოცანებს, განვითარების ტენდენციებსა და პერსპექტივებს, PR-ისა და მედიის ურთიერთმიმართების ფორმებს და მთავარ მიმართულებებს, საზოგადოებასთან ურთიერთობის სფეროში კვლევის თავისებურებებსა და ეტაპებს.

ხსნის

განსხვავებას საზოგადოებასთან ურთიერთობას, ბრენდინგს, მარკეტინგს, სტრატეგიულ კომუნიკაციებსა (PR) და რეკლამას შორის მსგავსებებსა და განსხვავებებს, ასევე მათი გამოყენების თანმიმდევრობას და პროცესების მართვის კურსს, PR - ღონისძიებების წარმართვის შესაძლებლობებს; ფილოსოფიის, ზოგადი ფსიქოლოგიის და სოციოლოგიის ზოგად პრინციპებს.

განასხვავებს

PR - ღონისძიებების ფორმებს და ტიპოლოგიურ თავისებურებებს, სტრატეგიული სქემების ჩამოყალიბების თეორიულ და პრაქტიკულ შესაძლებლობებს, ტაქტიკური ნაბიჯების შემუშავების ტექნოლოგიურ თავისებურებებს, კონკრეტული ღონისძიებების განხორციელების ეფექტიან და ნაკლებ ეფექტიან შესაძლებლობებს.

აანალიზებს

საზოგადოებასთან ურთიერთობების არსს, მიზნებსა და ამოცანებს, პიარ კამპანიების, სარეკლამო კამპანიების დაგეგმვისა და განხორციელების თავისებურებებს, საზოგადოებაზე რეკლამის ფსიქოლოგიური ზეგავლენის თავისებურებებს, PR-კომუნიკაციის მნიშვნელოვან პროცესებს და მათი წარმართვის აუცილებლობას.

გეგმავს

PR - აქციებს, PR - კამპანიებსა და ღონისძიებებს, სხვადასხვა სფეროში საჭირო ეფექტურ საკომუნიკაციო საქმიანობას და ეფექტური კომუნიკაციის ჩამოყალიბების საშუალებებს, მარკეტინგულ, სარეკლამო, საკომუნიკაციო და საპრომოციო კამპანიებს, პრიორიტეტულ მედია არხებთან ურთიერთობას, PR ღონისძიების შინაარსობრივ და ვიზუალურ მხარეს, მიღებული ცოდნის გაღრმავებისა და შემდგომ საფეხურზე სწავლის გაგრძელების შესაძლებლობებს.

ამზადებს

პიარის, მარკეტინგის, რეკლამის საკომუნიკაციო სტრატეგიას სამიზნე აუდიტორიებამდე საკვანძო საინფორმაციო გზავნილების მიწოდების მიზნით, მაღალ პროფესიულ დონეზე გააზრებულ პრეზენტაციებსა და ზეპირ გამოსვლებს უმნიშვნელოვანეს პროფესიულ საკითხებზე.

იყენებს

აუდიტორიასთან სათანადო კონტაქტის დამყარებისა და ზემოქმედების ტექნოლოგიებს, გადაწყვეტილების მიღების თანამედროვე სტრატეგიებს; უცხოური ენის სასწავლო კურსით გათვალისწინებული დონის საფეხურის შესატყვის ლექსიკურ მარაგსა და სინტაქსურ სტრუქტურებს, ენის ოთხივე კომპონენტს: წერით კომპეტენციას, წაკითხულის სწორად გაგებას, სმენით აღქმას და მეტყველების წარმართვა-გაგებას.

სტუდენტის ცოდნის შეფასების სისტემა

შეფასება ხდება 100 ქულიანი

სკალით. დადებითი შეფასებებია:

- (A) - ფრიადი - შეფასების 91-100ქულა;
- (B) - ძალიან კარგი - შეფასების 81-90ქულა;
- (C) - კარგი - შეფასების 71-80ქულა;
- (D) - დამაკმაყოფილებელი - შეფასების 61-70ქულა;
- (E) - საკმარისი - შეფასების 51-60ქულა.

უარყოფითი შეფასებებია:

- (FX) - ვერ ჩააბარა - შეფასების 41-50 ქულა, რაც ნიშნავს, რომ სტუდენტს ჩასაბარებლად მეტი მუშაობა სჭირდება და ეძლევა დამოუკიდებელი მუშაობით დამატებით გამოცდაზე ერთხელ გასვლისუფლება;
- (F) - ჩაიჭრა - შეფასების 40 ქულა და ნაკლები, რაც ნიშნავს, რომ სტუდენტის მიერ ჩატარებული სამუშაო არ არის საკმარისი და მას საგანი ახლიდან აქვს შესასწავლი.

სასწავლო კურსების ჩამონათვალი კრედიტების მითითებით

№	სასწავლო კურსი	კრედიტი
1	PR-ის საფუძვლები	5
2	წერითი და ზეპირი კომუნიკაციები	5
3	ზოგადი ფსიქოლოგია	5
4	მენეჯმენტის საფუძვლები	4
5	სოციოლოგია	5
6	უცხოური ენა - (არჩევით ერთ-ერთი ენა)	
6.1	უცხოური ენა (ინგლისური) –B 1.1	6
6.2	უცხოური ენა (გერმანული) - B 1.1	
6.3	უცხოური ენა (ფრანგული) – B1.1	
6.4	უცხოური ენა (რუსული) - B 1.1	
7	სოციალური ფსიქოლოგია	5
8	ქართული ენის გამოყენებითი სტილისტიკა	5

9	პროექტების მართვა	4
10	ფილოსოფიის შესავალი	5
11	მარკეტინგის საფუძვლები	5
12	უცხოური ენა - (არჩევით ერთ-ერთი ენა)	
12.1	უცხოური ენა (ინგლისური) – B 1.2	6
12.2	უცხოური ენა (გერმანული) - B 1.2	
12.3	უცხოური ენა (ფრანგული) – B1.2	
12.4	უცხოური ენა (რუსული) - B 1.2	
13.1	პოლიტიკის მეცნიერების შესავალი	5
13.2	ადამიანური რესურსების მენეჯმენტი	
13.3	ფილოსოფიური ანთროპოლოგია	
13.4	Public Relations 2	
13.5	საქართველოს ისტორია და კულტურა	
13.6	საქართველოს სახელმწიფოებრიობის ისტორია და ქრისტიანული ცივილიზაცია	
14	კომუნიკაციის მენეჯმენტი	5
15	PR და რეკლამა	5
16	PR და მედიაურთიერთობები	5
17	უცხოური ენა - (არჩევით ერთ-ერთი ენა)	
17.1	უცხოური ენა (ინგლისური) –B 2.1	5
17.2	უცხოური ენა (გერმანული) - B 2.1	
17.3	უცხოური ენა (ფრანგული) – B2.1	
17.4	უცხოური ენა (რუსული) - B 2.1	
18	PR და კულტურა	5
19	სოციალური კვლევის მეთოდები	5
20	წერა PR-ისთვის	5
21	ბრენდინგი	5
22	საზოგადოება და კონფლიქტების მართვა	5
23	უცხოური ენა - (არჩევით ერთ-ერთი ენა)	
23.1	უცხოური ენა (ინგლისური) –B 2.2	5
23.2	უცხოური ენა (გერმანული) - B 2.2	
23.3	უცხოური ენა (ფრანგული) – B2.2	
23.4	უცხოური ენა (რუსული) - B 2.2	
24.1	ვიზუალური მასკომუნიკაციის საფუძვლები	5
24.2	შესავალი მასობრივ კომუნიკაციაში	
24.3	კულტურა და თანამედროვეობა	
24.4	Branding 2	
25	ბიზნეს ეთიკა	5
26	PR- ის სტრატეგია და ტაქტიკა	5
27	საჯარო გამოსვლის ტექნოლოგიები	5
28	ინტერპერსონალური კომუნიკაცია	5
29.1	ციფრული ეკონომიკა	5
29.2	სასტუმრო საქმის მენეჯმენტი	

29.3	ეკონომიკის პრინციპები	
29.4	Online Communication and Digital Marketing	
30	მარკეტინგის სტრატეგია და ტაქტიკა	5
31	მულტიმედია ინფორმაციული ტექნოლოგიები	5
32	პოლიტიკური კომუნიკაცია	5
33	PR და კრიზის მენეჯმენტი	5
34	PR და ბიზნესი	5
35	PR - კამპანიები	5
36	სტრატეგიული კომუნიკაციები ტურიზმში	5
37	მომხმარებელთა ქცევა	5
38	ლონისძიებებთან მენეჯმენტი	5
39	სოციალური მედიის დაგეგმვა და მართვა	5
40	PR ქეისები	6
41	საბაკალავრო პრაქტიკა	8
42	საბაკალავრო ნაშრომი	10
43	თავისუფალი კომპონენტები	