



კავკასიის უნივერსიტეტი

კავკასიის მედიის სკოლა



საგანმანათლებლო პროგრამის დასახელება	PR (პიარი) და კომუნიკაცია
საგანმანათლებლო პროგრამის დასახელება ინგლისურ ენაზე	Bachelor's Program in PR and Communication
უმაღლესი აკადემიური განათლების საფეხური	ბაკალავრიატი
საგანმანათლებლო პროგრამის ტიპი	აკადემიური
სწავლების ენა	ქართული
მისანიჭებელი კვალიფიკაცია, კოდი	
ქართულად:	მასობრივი კომუნიკაციის ბაკალავრი, 0321
ინგლისურად:	Bachelor in Mass Communication, 0321
პროგრამის დამტკიცების თარიღი	27.09.2014, ბრძანება N01/01-91
პროგრამის განახლების თარიღი	30.11.2024, ბრძანება N01/01-74
პროგრამის ხელმძღვანელი და თანახელმძღვანელი	ირინე კურტანიძე, ავღიღრებული ასოცირებული პროფესორი
პროგრამის მოცულობა კრედიტებით	240 ECTS
PR-ის (პიარის) და კომუნიკაციის საბაკალავრო საგანმანათლებლო პროგრამა მოიცავს 240 ECTS კრედიტს: ✓ I სასწავლო წელი - 60 ECTS კრედიტი ✓ II სასწავლო წელი - 60 ECTS კრედიტი ✓ III სასწავლო წელი - 60 ECTS კრედიტი ✓ IV სასწავლო წელი - 60 ECTS კრედიტი 1 ECTS კრედიტი უდრის 25 საათს, რაც მოიცავს, როგორც სტუდენტის საკონტაქტო დატვირთვის დროს (ლექცია, სემინარი და სხვა), ასევე, მისი დამოუკიდებელი მუშაობისათვის განკუთვნილ დროს. სემესტრი მოიცავს სასწავლო კვირათა ერთობლიობას, დამატებითი გამოცდების ჩატარებისა და დამატებით გამოცდებზე სტუდენტის მიღწევის შეფასების პერიოდს. აკადემიური წელი არის სემესტრების ერთობლიობა და მათ შორის დასვენების პერიოდი. სტუდენტმა მხედველობაში უნდა მიიღოს ის გარემოება, რომ მას არ აქვს უფლება ერთი სასწავლო წლის განმავლობაში აითვისოს 75 ECTS კრედიტზე მეტი. ECTS კრედიტიდან პროგრამაში გათვალისწინებულია: ✓ ძირითადი სწავლის სფეროს სავალდებულო კომპონენტი - 160 ECTS; ✓ ძირითადი სწავლის სფეროს სავალდებულო არჩევითი კომპონენტი - 40 ECTS კრედიტი (30 ECTS მათთვის, ვინც მათთვის, ვინც ინგლისურს იწყებს B1.0 დონიდან); ✓ თავისუფალი სავალდებულო კომპონენტი, 40 ECTS კრედიტი (30 ECTS მათთვის, ვინც მათთვის,	

ვინც ინგლისურს იწყებს B1.0 დონიდან);

- ✓ თავისუფალი არჩევითი კომპონენტი: მაქსიმუმ 25 ECTS, რომელიც სტუდენტს შეუძლია მიიღოს ან კავკასიის უნივერსიტეტის სხვა საბაკალავრო პროგრამებიდან, ან მობილობის დროს აღიარების პროცესით.

PR-ის (პიარის) და კომუნიკაციის საბაკალავრო საგანმანათლებლო პროგრამის სწავლების ვადაა 4 აკადემიური წელი. ვადის ამოწურვის შემდეგ აკადემიური დავალიანების მქონე სტუდენტს უფლება აქვს საგანმანათლებლო პროგრამის დასრულების მიზნით სწავლა, სტუდენტის სტატუსის შენარჩუნებით, განაგრძოს დამატებითი სემესტრების განმავლობაში, საერთო ჯამში, არაუმეტეს 6 აკადემიური წლისა.

პროგრამაზე დაშვების წინაპირობა

PR-ის (პიარის) და კომუნიკაციის საბაკალავრო საგანმანათლებლო პროგრამაზე სწავლის უფლება აქვს სრული ზოგადი განათლების მქონე პირს.

ბაკალავრიატის საგანმანათლებლო პროგრამაზე მიღების წინაპირობაა ერთიანი ეროვნული გამოცდების წარმატებით ჩაბარება. ერთიანი ეროვნული გამოცდების ჩატარებას უზრუნველყოფს საჯარო სამართლის იურიდიული პირი – გამოცდების ეროვნული ცენტრი. უმაღლეს საგანმანათლებლო დაწესებულებაში ჩარიცხვის ზოგადი წესიდან გამონაკლისი დაიშვება მხოლოდ კანონით დადგენილ შემთხვევაში.

PR-ის (პიარის) და კომუნიკაციის საბაკალავრო საგანმანათლებლო პროგრამაზე მობილობის წესით ჩარიცხვა შესაძლებელია საქართველოს კანონმდებლობით დადგენილი წესით.

პროგრამის საკვალიფიკაციო დახასიათება

პროგრამის მიზანი	პროგრამის ზოგადი კონტექსტი მასობრივი კომუნიკაცია და საზოგადოებასთან ურთიერთობები (პიარი), რომელიც კომუნიკაციის სფეროს ნაწილია, XXI საუკუნეში დღითიდღე უფრო მეტ დატვირთვას იძენს. მასთან ცნობიერად თუ გაუცნობიერებლად ყოველდღიური შეხება აქვთ მოქალაქეებს. მასზე დიდწილად არის დამოკიდებული სხვადასხვა სფეროში მოქმედი ინსტიტუციების, კომპანიებისა თუ პირების წარმატება; პოლიტიკური, ეკონომიკური, საზოგადოებრივი საკითხებისა და სხვადასხვა სექტორში მიმდინარე პროცესების, ინსტიტუციური რეფორმების სწორი აქცენტით აღქმა. კომუნიკაცია, მედია - ფართო ჭრილში და საზოგადოებასთან ურთიერთობები - კონკრეტულად, დღეს ერთ-ერთი აქტუალური მიმართულებაა. ამ სფეროს კვალიფიციური წარმომადგენლები, პროფესიის წინაშე არსებული გამოწვევების სრულფასოვანი ცოდნით სჭირდება, ერთი მხრივ, მედიას და ქვეყანაში დემოკრატიული ღირებულებების დამკვირდების პროცესს, მეორე მხრივ კი, სხვადასხვა სფეროში მოთამაშე აქტორებს, დაწყებული პოლიტიკითა და გიგანტური ბიზნეს კონგლომერატებით, დასრულებული მცირე ბიზნესით, არასამთავრობო სექტორითა თუ სამოქალაქო აქტივიზმით. კავკასიის მედიის სკოლის PR-ის (პიარის) და კომუნიკაციის პროგრამა მოამზადებს მასობრივი კომუნიკაციის სფეროს ფართო პროფილის სპეციალისტს, რომელსაც ექნება მასობრივი კომუნიკაციის, მედიის, პიარისა და მარკეტინგული კომუნიკაციების ცოდნა, სოციალური მეცნიერებების კონკრეტული მიმართულებების ცოდნა, მაღალი დონის კომპეტენცია კომუნიკაციის სფეროში და კარგი პრაქტიკული უნარები, როგორც მედიისა და საზოგადოებასთან ურთიერთობების მიმართულებით, ასევე, მის მომიჯნავე სფეროებში. წარმოდგენილი პროგრამის მიზნები და შედეგები, სტრუქტურა კურსდამთავრებულს საშუალებას მისცემს დასაქმდეს მედიის ინდუსტრიაში, საზოგადოებასთან ურთიერთობების სფეროში, მარკეტინგული კომუნიკაციის მიმართულებით და ა.შ. შესაბამისად, პროგრამა, თავის მიზნებში, ითვალისწინებს ადგილობრივი შრომის ბაზრის მოთხოვნებსა და საერთაშორისო ბაზრის ტენდენციებსა და საჭიროებებს. პროგრამას აქვს შემდეგი მიზნები: მიზანი N1: კურსდამთავრებულს ჰქონდეს იმ ვალდებულებებისა და პასუხისმგებლობების არსის ცოდნა, რაც ზოგადად, მოქალაქეს და კონკრეტულად, მასობრივი კომუნიკაციების სფეროს სპეციალისტს აქვს დემოკრატიულ საზოგადოებაში; კომუნიკაციების სფეროს გავლენების, მისი სხვადასხვა კონტექსტისა და ამ კონტექსტში საკუთარი, როგორც პროფესიონალი წარმომადგენლის, როლის ცოდნა; მიზანი N2: კურსდამთავრებულს ჰქონდეს სოციალური და ჰუმანიტარული
--------------------------------	--

	მეცნიერებების კონკრეტული მიმართულებების საფუძვლების, ზოგ შემთხვევაში კი მაღალი დონის ცოდნა, მათ შორის ფსიქოლოგიის, სოციოლოგიის, ეკონომიკის, საქართველოს ისტორიის, თანამედროვე აზროვნების საფუძვლების; ფლობდეს საზოგადოებრივი აზრის კვლევის სხვადასხვა მეთოდს და შეეძლოს, როგორც კვლევების წარმოება, ასევე, შედეგების ანალიზი; მიზანი N3: კურსდამთავრებულს შეეძლოს ქართულ და ინგლისურ ენებზე მსჯელობა, მოსაზრებების ჩამოყალიბება, მოსმენა, ანალიზი; ორივე ენაზე ჰქონდეს დისკუსიისა და პრეზენტაციის უნარები, განსაკუთრებული აქცენტით პროფესიულ თემებზე; ჰქონდეს ტექსტური, აუდიოვიზუალური, ციფრული კომუნიკაციის პრაქტიკული უნარები, თანამედროვე ტექნოლოგიების შესაბამისად; მიზანი N4: კურსდამთავრებულს შეეძლოს საზოგადოებასთან ურთიერთობების სფეროს სპეციალისტისთვის საჭირო მაღალი პროფესიული სტანდარტითა და პროფესიული ეთიკის დაცვით მუშაობა, როგორც სახელმწიფო უწყებებში, ასევე კერძო და საერთაშორისო/არასამთავრობო სექტორებში, მათი სპეციფიკის გათვალისწინებით; ასევე, მუშაობა შეეძლოს საზოგადოებასთან ურთიერთობების სფეროს მომიჯნავე სექტორებში; მიზანი N5: კურსდამთავრებულს ჰქონდეს სრულყოფილი ცოდნა სტრატეგიული კომუნიკაციის, მარკეტინგული და ციფრული კომუნიკაციების შემადგენელი კომპონენტების შესახებ და ამ ცოდნის პრაქტიკაში გამოყენების უნარი: შეეძლოს ამ პროცესების სრულფასოვნად დაგეგმვა, მართვა და შეფასება; მიზანი N6: კურსდამთავრებულს ჰქონდეს მედიის, მისი სხვადასხვა კონტექსტისა და ფორმატის, ახალი მედია პლატფორმების შესახებ ცოდნა და მათი გამოყენების უნარი; ესმოდეს მედიის, როგორც მედიატორის როლი სტრატეგიული კომუნიკაციის პროცესში და შეეძლოს მასთან მუშაობა: მედიის დაინტერესება, მედიის წარმომადგენლებთან თანამშრომლობა, მედიის პროდუქტების შექმნა და ა.შ.
პროგრამის სწავლის შედეგები	PR-ისა და კომუნიკაციების საბაკალავრო საგანმანათლებლო საბაკალავრო პროგრამა ამახადებს სფეროს ფართო პროფილის სპეციალისტს, რომელსაც პროგრამის დასრულების შემდეგ ექნება მისი მიზნების შესაბამისი ცოდნა და გაცნობიერება, უნარები, პასუხისმგებლობა და ავტონომიურობა: შედეგი 1: განსაზღვრავს დემოკრატიულ საზოგადოებაში მასობრივი კომუნიკაციის სფეროს სამოქალაქო და სოციალურ მნიშვნელობას; ახდენს იმ ვალდებულებებისა და პასუხისმგებლობის სტრუქტურირებას, რაც ამ პროფესიული ჯგუფის წევრობას თან ახლავს; აღწერს და დამოუკიდებლად ავითარებს საკუთარ პროფესიულ როლს დემოკრატიული და ლიბერალური ღირებულებების, ასევე, ღია საზოგადოების ჩამოყალიბების ხელშეწყობის პროცესში; შედეგი 2: სიღრმისეულად ხსნის მასობრივი კომუნიკაციისა და მომიჯნავე სფეროების საფუძვლებს; დემონსტრირებს სოციალური და ჰუმანიტარული მეცნიერებების კონკრეტული მიმართულებების საბაზისო საკითხების

თეორიულ ცოდნას ფსიქოლოგიაში, სოციოლოგიაში და ეკონომიკაში; გეგმავს, აყალიბებს და იკვლევს საზოგადოებრივ აზრს, არჩევს კვლევის რელევანტურ მეთოდს, აფასებს და აანალიზებს შედეგებს; პროცესში იცავს ეთიკურ პრინციპებსა და აკადემიურ კეთილსინდისიერებას;

შედეგი 3: არგუმენტირებულად მსჯელობს, უსმენს სხვის აზრს, მონაწილეობს დისკუსიაში; ოპონირებს, ავითარებს და აანალიზებს საკითხებს, გამოაქვს დასკვნა; ქართულ და ინგლისურ ენებზე დემონსტრირებს პრეზენტაციის ვერბალურ და წერილობით უნარებს; ასევე, ვიზუალური კომუნიკაციის უნარებს: იღებს და ამონტაჟებს ფოტო და ვიდეომასალას, მუშაობს ციფრული კომუნიკაციის არხებში; აგროვებს, ამუშავებს, ავიზუალურებს მონაცემებს და ანთავსებს მას საჭირო პლატფორმებზე, თანამედროვე ტექნოლოგიების გამოყენებით;

შედეგი 4: ანალიზებს მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების შინაარსსა და კონტენტებს; აგროვებს, ახარისხებს, აანალიზებს მედიის მასალებს; აიდენტიფიცირებს დეზინფორმაციას და ჰიბრიდული ომის საფრთხეებს; გადმოსცემს გამოხატვის თავისუფლების არსს; აღწერს მედიის, როგორც სისტემის დანიშნულებას საზოგადოების ცხოვრებაში; წერს ტექსტს მედიისთვის; აუდივიზუალურ ფორმატებში ამზადებს და სხვადასხვა პლატფორმით ავრცელებს მასალას მედიასაშუალებებისთვის; აყალიბებს კონტაქტებს მედიის წარმომადგენლებთან;

შედეგი 5: გადმოსცემს საზოგადოებასთან ურთიერთობების, ასევე, მასთან დაკავშირებული და მომიჯნავე - მედიისა და მარკეტინგის მიმართულებებს შორის განსხვავებას და მათ, როგორც პროფესიულ დანიშნულებას, ასევე, პროფესიულ და ეთიკური სტანდარტებს; აორგანიზებს საზოგადოებასთან ურთიერთობის პროცესს სახელმწიფო უწყებების, კერძო და საერთაშორისო/არასამთავრობო სექტორებისთვის; სწრაფად ადაპტირებს გუნდში და ოპერატიულად მოქმედებს მულტიდისციპლინურ და მულტიკულტურულ გარემოში; აყალიბებს, მართავს და აფასებს სტრატეგიული კომუნიკაციის მთელ ციკლს - საზღვრავს სამიზნე აუდიტორიის/ებს, შეისწავლის მათ თავისებურებებს და ითვალისწინებს პროცესში, წერს სრულყოფილ საკომუნიკაციო გეგმას; აიდენტიფიცირებს კრიზისულ სიტუაციას და აყალიბებს კრიზისული კომუნიკაციის გეგმას;

შედეგი 6: აორგანიზებს და მართავს მარკეტინგულ პროექტებს; აყალიბებს პროექტის ბიუჯეტს, აფასებს რისკებს, მართავს კრიზისული კომუნიკაციის პროცესს; ასევე, კომბინირებულად აწარმოებს ფართო პროფილის მარკეტინგულ კამპანიას, სარეკლამო და პიარ კამპანიას; ქმნის და ავითარებს კონტენტს ციფრული კომუნიკაციის პლატფორმებისთვის; პროფესიულ დონეზე აანალიზებს შედეგებს როგორც ანალიტიკური უნარების გამოყენებით, ასევე, თვლადი პარამეტრებით.

PR-ისა (პიარი) და კომუნიკაციის საბაკალავრო პროგრამის სასწავლო გეგმა
(მოდულების, სასწავლო კურსების, შესაბამისი კრედიტების მითითებით)

	კოდი	წინაპირობა	სასწავლო კურსი\ მოდული	სწავლების წელი								ჯამური ECTS კრედიტი
				I		II		III		IV		
				ECTS კრედიტი								
				I სემესტრი	II სემესტრი	III სემესტრი	IV სემესტრი	V სემესტრი	VI სემესტრი	VII სემესტრი	VIII სემესტრი	
I აკადემიური წელი												
სავალდებულო სასწავლო კურსები												
1.	COMM 1130	არ აქვს	კომუნიკაციის თეორია	5								
2.	HIST 1030	არ აქვს	საქართველოს ისტორია		5							
3.	GEO 1130	არ აქვს	ქართული მართლწერა და მართლმეტყველება	5								
4.	CIS 1230	არ აქვს	საინფორმაციო ტექნოლოგიები და მათი გამოყენება	5								
5.	PSYC 2132	არ აქვს	კომუნიკაციის ფსიქოლოგია	5								
6.	ENGL 0005 ENGL 0007	არ აქვს	ზოგადი ინგლისური B1.0/B2.0	5								
7.	ACAW 1230	არ აქვს	აკადემიური წერა		5							
8.	MCOM 1231	არ აქვს	მასობრივი კომუნიკაცია		5							

9.	SOCI 2130	არ აქვს	სოციოლოგია		5							
10.	PHIL 1030	არ აქვს	თანამედროვე აზროვნების საფუძვლები	5								
11.	PR 1231	არ აქვს	საზოგადოებასთან ურთიერთობა და სტრატეგიული კომუნიკაცია		5							
12.	ENGL 0006 ENGL 0008	ENGL 0005 ENGL 0007	ზოგადი ინგლისური B1/B2		5							
II აკადემიური წელი												
სავალდებულო სასწავლო კურსები												
13.	PSYC 2130	არ აქვს	სოციალური ფსიქოლოგია		5							
14.	MARK 2230	არ აქვს	მარკეტინგის საფუძვლები		5							
15.	COMM 2131	არ აქვს	ვიზუალური კომუნიკაცია I		5							
16.	PR 2130	არ აქვს	ურთიერთობები მედიასთან		5							
17.	SPCH 1230	არ აქვს	საჯარო გამოსვლის ტექნიკა		5							
18.	ENGL 0007 ENGP 0130	ENGL 0006 ENGL 0008	ზოგადი ინგლისური B2.0 PT1 პროფესიული სამიზნე ენა		5							
19.	WRIT 2230	არ აქვს	კრეატიული წერა			5						
20.	MARK 3130	MARK 2230	ინტეგრირებული მარკეტინგული კომუნიკაცია			5						
21.	MENG 3130	არ აქვს	მენეჯმენტის საფუძვლები			5						
22.	COMM 2231	COMM 2131	ვიზუალური კომუნიკაცია II			5						
23.	ECON 0008	არ აქვს	ეკონომიკა			5						
24.	ENGL 0008 ENGP 0230	ENGL 0007 ENGP 0131	ზოგადი ინგლისური B2 PT2 პროფესიული სამიზნე ენა			5						
III აკადემიური წელი												
სავალდებულო სასწავლო კურსები												
25.	ADV 3134	არ აქვს	რეკლამის ფსიქოლოგია					4				
26.	MARK 3132	MARK 2230 COMM 2231	ციფრული მარკეტინგი					5				
27.	DATA 3134	COMM 2231	მონაცემთა ანალიზი და ვიზუალიზაცია						4			

28.	PR 3233	MENG 3130	პროექტის მენეჯმენტი					5				
29.	ADV 3230	ADV 3134 COMM 2231	რეკლამის თეორია და პრაქტიკა						5			
30.	PR 3133	PR 1231 PR 2130	დარგობრივი PR 1: კორპორაციული კომუნიკაცია					6				
31.	MARK 3133	არ აქვს	ბრენდის შექმნა და მართვა						5			
32.	PR 3234	PR 1231 PR 2130	დარგობრივი PR2: კომუნიკაცია სამთავრობო და არასამთავრობო ორგანიზაციებში						6			
33.	ENGP 0130	ENGL 0008	PT1 პროფესიული სამიზნე ენა					5				
34.	ENGP 0231	ENGP 0131	PT2 პროფესიული სამიზნე ენა						5			
IV აკადემიური წელი												
სავალდებულო სასწავლო კურსები												
35.	PSYC 3233	PSYC 2132	პიროვნების ტიპოლოგია და ნეიროლინგვისტური პროგრამირება (NLP)							5		
36.	RESH 2130	SOCI 2130 ACAW 1230 DATA 3134	კვლევის მეთოდები							5		
37.	PR 4135	PR 1231 PR 2130	დარგობრივი PR3: პოლიტიკური პიარი							6		
38.	MARK 4134	GEO 1130 MARK 3133	ბრენდის ჟურნალისტიკა							4		
39.	PRJ 4230	PR 1231 PR 3133 PR 3234 PR 4135	PR პროექტების დაგეგმვა და განხორციელება								20	
	შენიშვნა: PR პროექტების დაგეგმვა და განხორციელების დეტალები იხილეთ ქვემოთ.											
არჩევითი სასწავლო კურსები												
40.	JOUR 4134	არ აქვს	მედია მონიტორინგი							5		
41.	PSYC 4130	არ აქვს	ლიდერობის ფსიქოლოგია							5		
42.	MCOM 2232	არ აქვს	გამოხატვის თავისუფლების მსოფლმხედველობრივი							5		

			წინამძღვრები							
43.	EPSY 4030	არ აქვს	ეთნოფსიქოლოგია						5	
44.	MCOM 2231	არ აქვს	ინტერკულტურული კომუნიკაცია						5	
45.	PR 4130	PR 2130 PR 3233	ღონისძიებების დაგეგმვა და მართვა						5	
46.	CORP 3130	არ აქვს	კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა						5	
47.	MED 3130	არ აქვს	მედიაწიგნიერება						5	
48.	COMM 2230	PSYC 2132	მოლაპარაკების ხელოვნება						5	
49.	FIN 4130	არ აქვს	ფონდებისა და რესურსების მოძიება						5	
50.	MENG 4030	MENG 3130	ადამიანური რესურსების მართვა						5	
51.	STRC 4230	არ აქვს	საინფორმაციო ოპერაციები და სტრატეგიული კომუნიკაცია						5	
52.	PR 4231	არ აქვს	მონაცემები და ციფრული მედია						5	
53.	RESH 4231	არ აქვს	რაოდენობრივი ანალიზი						5	
54.	FREE 0031	არ აქვს	თავისუფალი კრედიტი 1						5	
55.	FREE 0032	არ აქვს	თავისუფალი კრედიტი 2						5	
56.	FREE 0033	არ აქვს	თავისუფალი კრედიტი 3						5	
57.	FREE 0034	არ აქვს	თავისუფალი კრედიტი 4						5	
58.	FREE 0036	არ აქვს	თავისუფალი კრედიტი 5						5	
შენიშვნა: თუკი არჩევით საგანს/აქტივობას მითითებული აქვს აკადემიური წლის რამდენიმე სემესტრი, ეს ნიშნავს, რომ სტუდენტს მისი არჩევა, წინარეკვიზიტის დაცვით, შეუძლია ნებისმიერ მითითებულ სემესტრში.										
ECTS კრედიტები			სემესტრში	30	30	30	30	30	30	30
			წელიწადში	60	60	60	60	60	60	240

შენიშვნა:

თავისუფალი კრედიტების სისტემა:

სტუდენტთა აკადემიური ინტერესის ფართოდ დაკმაყოფილების მიზნით, კავკასიის მედიის სკოლის PR-ისა და კომუნიკაციის საბაკალავრო საგანმანათლებლო პროგრამა სტუდენტებს აძლევს შესაძლებლობას, პროგრამის დასრულებისათვის საჭირო 240 ECTS კრედიტიდან მაქსიმუმ 25 ECTS დააგროვოს თავისუფალი კრედიტების აღების გზით. ამისთვის სტუდენტს შეუძლია, რომ არჩევითი საგნების ნაცვლად გაიაროს მისთვის საინტერესო საგნები კავკასიის უნივერსიტეტის სხვა სკოლებში, ან პარტნიორ უცხოურ უნივერსიტეტებში, გაცვლითი პროგრამების ფარგლებში, წინარეკვიზიტის დაცვით.

