



კავკასიის უნივერსიტეტი
კავკასიის მედიის სკოლა



საგანმანათლებლო პროგრამის დასახელება	სტრატეგიული კომუნიკაცია
საგანმანათლებლო პროგრამის დასახელება ინგლისურ ენაზე	Strategic Communication
უმაღლესი აკადემიური განათლების საფეხური	მაგისტრატურა
საგანმანათლებლო პროგრამის ტიპი	აკადემიური
სწავლების ენა	ქართული
მისანიჭებელი კვალიფიკაციის კოდი	0414
მისანიჭებელი კვალიფიკაცია ქართულად:	ნაწილი I: საზოგადოებასთან ურთიერთობის მაგისტრი ნაწილი II: კვლევის მაგისტრი საზოგადოებასთან ურთიერთობაში
მისანიჭებელი კვალიფიკაცია ინგლისურად:	Part I: Master in Public Relations Part II: Master of Research in Public Relations
პროგრამის დამტკიცების თარიღი	07.08.2009, ბრძანება N01/05-111
პროგრამის განახლების თარიღები	22.06.2026, ბრძანება N01/01-56 11.12.2024, ბრძანება N01/01-86 08.04.2022, ბრძანება N01/01-15 02.07.2021, ბრძანება N01/01-44 14.04.2020, ბრძანება N 01/01-22 19.02.2019, ბრძანება N 01/01-30 25.01.2014, ბრძანება N01/01-18 27.09.2012, ბრძანება N01/01-24
პროგრამის ხელმძღვანელი და თანახელმძღვანელი	ხელმძღვანელი: გიორგი ჯოლოგუა, აფილირებული ასოცირებული პროფესორი თანახელმძღვანელი: ირინე კურტანიძე, აფილირებული ასოცირებული პროფესორი
პროგრამის მოცულობა კრედიტებით	

სტრატეგიული კომუნიკაციის სამაგისტრო საგანმანათლებლო პროგრამა სტანდარტულად მოიცავს ჯამურად 2 აკადემიურ წელს. პროგრამა შედგება ორი ნაწილისგან, თითოეული მათგანი მოიცავს ერთ აკადემიურ წელს:

- ნაწილი I - 60 ECTS კრედიტი;
- ნაწილი II - 60 ECTS კრედიტი.

სასწავლო წელი აგებულია სემესტრული პრინციპით და შედგება პირველ (შემოდგომის) და მეორე (გაზაფხულის) სემესტრებისგან. თითოეული სემესტრი მოიცავს 30 კრედიტს. სტუდენტმა მხედველობაში უნდა მიიღოს, რომ მას არ აქვს უფლება ერთი სასწავლო წლის განმავლობაში მოიპოვოს 75 ECTS კრედიტზე მეტი.

1 ECTS კრედიტი უდრის 25 საათს, რაც მოიცავს, როგორც მაგისტრანტის საკონტაქტო დატვირთვის დროს (ლექცია, სემინარი, გამოცდა და სხვა), ასევე, მისი დამოუკიდებელი მუშაობისათვის განკუთვნილ დროს.

სტრატეგიული კომუნიკაციის სამაგისტრო პროგრამის პირველი ნაწილის სტანდარტული ვადა არის ერთი წელი, დასაშვებია ვადა - 1 წელი. პროგრამის მეორე ნაწილის სტანდარტული ვადა არის ერთი წელი, ხოლო დასაშვებია ვადა - 2 წელი. დასაშვებ ვადაში არ შედის ის პერიოდი, რომლის განმავლობაშიც სტუდენტს შეჩერებული ჰქონდა სტატუსი. სტუდენტს, რომელიც ვერ შეძლებს სწავლის სტანდარტულ ვადაში დასრულებას, უფლება აქვს სწავლა განაგრძოს დამატებით განსაზღვრულ, პროგრამის დასაშვებ ვადაში, ხოლო დასაშვებ ვადაში სწავლის დაუსრულებლობის შემთხვევაში, სტუდენტს შეუწყდება სტუდენტის სტატუსი და რეესტრისა და საქმისწარმოების დეპარტამენტი მას გადასცემს ნიშნების ფურცელს.

სტრატეგიული კომუნიკაციის საგანმანათლებლო პროგრამის კომპონენტები

სავალდებულო კომპონენტი	
I სასწავლო წელი 50 ECTS	II სასწავლო წელი 20 ECTS
- აკადემიური წერა - კომუნიკაციის ფსიქოლოგია - მარკეტინგული სტრატეგიები - სტრატეგიული კომუნიკაცია - ციფრული კომუნიკაცია - ბრენდის შექმნა და მართვა - CSR და ორგანიზაციული კომუნიკაცია - მენეჯმენტის სტრატეგიები და პროექტების მართვა	- თვისებრივი კვლევის მეთოდები - რაოდენობრივი კვლევის მეთოდები - კვლევის დიზაინი სტრატეგიულ კომუნიკაციაში

კვლევის სავალდებულო მოდული
II სასწავლო წელი 30 ECTS
- სამაგისტრო ნაშრომის შესრულება და დაცვა

არჩევითი კომპონენტი

I სასწავლო წელი 10 ECTS	II სასწავლო წელი 10 ECTS
- ვიზუალური კომუნიკაცია - მონაცემთა ანალიზი და ვიზუალიზაცია - რეკლამის თეორია და პრაქტიკა - პოლიტიკური კომუნიკაცია - ინტერკულტურული კომუნიკაცია - ღონისძიებების დაგეგმვა და მართვა - სავსე პრაქტიკა - თავისუფალი კრედიტი 1	- კრიზისული კომუნიკაციების მართვა - საინფორმაციო ოპერაციები და სტრატეგიული კომუნიკაცია - პროგრამული ენა კომუნიკაციაში - სოციოლოგიური კვლევები - თავისუფალი კრედიტი 2

პროგრამაზე დაშვების წინაპირობა

კავკასიის მედიის სკოლის სტრატეგიული კომუნიკაციის სამაგისტრო პროგრამის პირველ ნაწილზე დაშვების წინაპირობაა:

- ბაკალავრის აკადემიური ხარისხი;
- საერთო სამაგისტრო გამოცდის შედეგები;
- ინგლისური ენის B2 დონის დამადასტურებელი დოკუმენტის წარდგენა ან
- უნივერსიტეტის მიერ ორგანიზებული გამოცდის ჩაბარება;
- სპეციალობაში შიდასაუნივერსიტეტო გასაუბრება კომისიასთან. სამაგისტრო გამოცდების ჩატარებას უზრუნველყოფს საჯარო სამართლის იურიდიული პირი – გამოცდების ეროვნული ცენტრი.

უმაღლეს საგანმანათლებლო დაწესებულებაში ჩარიცხვის ზოგადი წესიდან გამონაკლისი დაიშვება მხოლოდ კანონით დადგენილ შემთხვევაში.

შიდასაუნივერსიტეტო გამოცდა (გასაუბრება) ტარდება კავკასიის მედიის სკოლის საბჭოს მიერ დადგენილი წესის მიხედვით. შიდასაუნივერსიტეტო გამოცდის შეფასების კრიტერიუმები და პროგრამაზე ჩარიცხვისათვის აუცილებელი ინფორმაცია წინასწარ თავსდება უნივერსიტეტის ვებ-გვერდზე.

პროგრამაზე მობილობის წესით ჩარიცხვა შესაძლებელია კანონმდებლობით და უნივერსიტეტის შიდა რეგულაციებით დადგენილი წესების შესაბამისად.

ნაწილი II:

- სამაგისტრო პროგრამის II ნაწილზე დაშვების წინაპირობაა პროგრამის I ნაწილის გავლა.

პროგრამის პირველი ნაწილის დასრულების შემდეგ, პირი უფლებამოსილია სამაგისტრო გამოცდების ჩაბარების გარეშე გააგრძელოს სწავლა პროგრამის 60 კრედიტის მოცულობის მეორე ნაწილზე, იმ შემთხვევაში, თუ პირველ ნაწილზე ჩარიცხვიდან არ არის გასული 5 წელი. აღნიშნული ვადის გასვლის შემდეგ, პროგრამის 60 კრედიტის მოცულობის მეორე ნაწილზე ჩარიცხვისთვის, პირი ვალდებულია ჩააბაროს სამაგისტრო გამოცდა. სხვა უმაღლესი საგანმანათლებლო დაწესებულების არანაკლებ 120-კრედიტიანი იმავე სამაგისტრო

საგანმანათლებლო პროგრამის 60 კრედიტის მოცულობის პირველი ნაწილის დასრულების შემდეგ, პირი ვალდებულია ჩააბაროს სამაგისტრო გამოცდა იმისათვის, რომ ჩააბაროს აღნიშნული პროგრამის მეორე ნაწილზე.

- ინგლისური ენის B2 დონის დამადასტურებელი დოკუმენტის წარდგენა ან უნივერსიტეტის მიერ ორგანიზებული გამოცდის ჩაბარება.
- კავკასიის მედიის სკოლის სამაგისტრო მიმღებ კომისიასთან გასაუბრების წარმატებით გავლა.

პროგრამაზე მობილობის წესით ჩარიცხვა შესაძლებელია კანონმდებლობით და უნივერსიტეტის შიდა რეგულაციებით დადგენილი წესების შესაბამისად.

პროგრამის საკვალიფიკაციო დახასიათება

პროგრამის მიზანი

სტრატეგიული კომუნიკაცია თანამედროვე საზოგადოებაში, ბიზნესში, საჯარო მმართველობასა და სამოქალაქო სექტორში ერთ-ერთ მნიშვნელოვან ფუნქციურ მიმართულებად ჩამოყალიბდა. ციფრული ტექნოლოგიების, სოციალური მედიისა და მონაცემებზე დაფუძნებული გადაწყვეტილებების ზრდამ მნიშვნელოვნად გაზარდა მოთხოვნა პროფესიონალებზე, რომლებსაც შეუძლიათ საკომუნიკაციო პროცესების დაგეგმვა, მართვა, შეფასება და განვითარება. ამავდროულად, სფეროს სწრაფმა ტრანსფორმაციამ წარმოშვა აკადემიური კვლევების საჭიროებაც, რომლებიც სწავლობს კომუნიკაციის გავლენას საზოგადოებაზე, ორგანიზაციებსა და ინდივიდებზე.

ამ მოთხოვნების გათვალისწინებით, კავკასიის მედიის სკოლის სტრატეგიული კომუნიკაციის პროგრამა აერთიანებს პრაქტიკულ და კვლევით კომპონენტებს. პროგრამის პირველი ნაწილი ორიენტირებულია პროფესიული უნარების განვითარებაზე და სტუდენტებს ამზადებს საზოგადოებასთან ურთიერთობის, კორპორაციული კომუნიკაციის, ციფრული კომუნიკაციის, ბრენდინგის, კრიზისული კომუნიკაციისა და სხვა პრაქტიკული მიმართულებებით. პროგრამის მეორე ნაწილი კი სტუდენტებს სთავაზობს კომუნიკაციის სფეროში არსებული პროცესების, ტენდენციებისა და გამოწვევების მეცნიერულ შესწავლას, კვლევითი მეთოდების დაუფლებასა და ანალიტიკური აზროვნების განვითარებას. შედეგად, პროგრამა ამზადებს როგორც პრაქტიკოს სპეციალისტებს, ისე პროფესიონალებს, რომლებსაც შეუძლიათ სტრატეგიული კომუნიკაციის სფეროში კვლევითი და ანალიტიკური საქმიანობა.

I ნაწილი:

- **მიზანი N1:** კურსდამთავრებულს ჰქონდეს სტრატეგიული კომუნიკაციის თეორიული, სისტემური და სიღრმისეული ცოდნა;
- **მიზანი N2:** კურსდამთავრებულს ჰქონდეს პრაქტიკული უნარები სტრატეგიული კომუნიკაციის სფეროში სამუშაოდ: შეძლოს სტრატეგიული საკომუნიკაციო დოკუმენტის შემუშავება, აღსრულება და მონიტორინგი, ინტეგრირებული მარკეტინგის, მედიასთან ურთიერთობების, ციფრული მედიის, რეკლამისა და მენეჯმენტის ცოდნის საფუძველზე;
- **მიზანი N3:** კურსდამთავრებულს ჰქონდეს მენეჯერული უნარები, შეძლოს იყოს ლიდერი გუნდში; ჰქონდეს უნარი, რომ სწრაფად ადაპტირდეს სფეროში არსებულ სიახლეებთან, დანერგოს და განავითაროს კრეატიული იდეები;
- **მიზანი N4:** კურსდამთავრებულს გააზრებული ჰქონდეს საზოგადოების წინაშე არსებული ვალდებულებები და პასუხისმგებლობები, რასაც სფეროში არსებული გამოწვევები მას

	აკისრებს. იცოდეს მისი, როგორც სტრატეგიული კომუნიკაციების სპეციალისტის როლი დემოკრატიული საზოგადოების განვითარების პროცესში. II ნაწილი: • მიზანი N1: კურსდამთავრებულს ჰქონდეს სტრატეგიული კომუნიკაციის თეორიული, სისტემური და სიღრმისეული ცოდნა; • მიზანი N2: კურსდამთავრებულს გააზრებული ჰქონდეს საზოგადოების წინაშე არსებული ვალდებულებები და პასუხისმგებლობები, რასაც სფეროში არსებული გამოწვევები მას აკისრებს. იცოდეს მისი, როგორც სტრატეგიული კომუნიკაციების სპეციალისტის როლი დემოკრატიული საზოგადოების განვითარების პროცესში; • მიზანი N3: კურსდამთავრებულს ჰქონდეს კვლევის წარმოებისა და შედეგების ანალიზის თეორიული ცოდნა და პრაქტიკული უნარები.
პროგრამის სწავლის შედეგები	პროგრამა ამზადებს სფეროს ფართო პროფილის სპეციალისტებს, რომლებსაც პროგრამის დასრულების შემდეგ ექნებათ მისი მიზნების შესაბამისი ცოდნა, უნარები, პასუხისმგებლობა და ავტონომიურობა. I ნაწილი: შედეგი N1: კურსდამთავრებული იყენებს სტრატეგიული კომუნიკაციის სფეროს ღრმა და სისტემურ ცოდნას, აცნობიერებს სფეროში არსებულ გამოწვევებს, სწრაფად იაზრებს და იყენებს ნოვაციებს; შედეგი N2: კურსდამთავრებული გამოიმუშავებს კომუნიკაციის სფეროს სპეციალისტისთვის საჭირო ყველა კომპეტენციას, მათ შორის: მაღალ დონეზე, აკადემიური წერის სტანდარტების სრული დაცვით, ქმნის საჭირო დოკუმენტებსა და ვერბალურ თუ ვიზუალურ პრეზენტაციებს; შედეგი N3: კურსდამთავრებული მაღალი პროფესიული სტანდარტით გეგმავს, აღასრულებს და აფასებს პიარ კამპანიებს. ამისთვის ის კომპლექსურად და სიღრმისეულად აანალიზებს კომუნიკაციის სფეროს მახასიათებლებს. მედიასთან ურთიერთობის, მარკეტინგის, ციფრული მედიისა და რეკლამის სფეროების ცოდნასა და საჭირო პრაქტიკულ უნარებს იყენებს სხვადასხვა სექტორისთვის: პოლიტიკისთვის, ბიზნესისთვის, არასამთავრობო ორგანიზაციებისთვის და ა.შ.; შედეგი N4: კურსდამთავრებულს უყალიბდება სფეროში მომუშავე მენეჯერისთვის საჭირო უნარები, მათ შორის: უმღვება და მართავს პროექტებს; სწრაფად იღებს გადაწყვეტილებებს, ითვალისწინებს და შეიმუშავებს ნოვატორულ, ორიგინალურ და კრეატიულ იდეებს; შედეგი N5: კურსდამთავრებული აანალიზებს, იზიარებს და იცავს სტრატეგიული კომუნიკაციის სფეროსა და პროფესიაში არსებულ ღირებულებებსა და ნორმებს; თავისი საქმიანობით ის ხელს უწყობს დემოკრატიული ღირებულებების დანერგვასა და პოპულარიზაციას, საკუთარი წვლილი შეაქვს ღია საზოგადოების ჩამოყალიბებაში.

	II ნაწილი: შედეგი N1: კურსდამთავრებული იყენებს სტრატეგიული კომუნიკაციის სფეროს ღრმა და სისტემურ ცოდნას, აცნობიერებს სფეროში არსებულ გამოწვევებს, სწრაფად იაზრებს და იყენებს ნოვაციებს; შედეგი N2: კურსდამთავრებული გამოიმუშავებს კომუნიკაციის სფეროს სპეციალისტისთვის საჭირო ყველა კომპეტენციას, მათ შორის: მაღალ დონეზე, აკადემიური წერის სტანდარტების სრული დაცვით, ქმნის საჭირო დოკუმენტებსა და ვერბალურ თუ ვიზუალურ პრეზენტაციებს; შედეგი N3: კურსდამთავრებული აანალიზებს, იზიარებს და იცავს სტრატეგიული კომუნიკაციის სფეროსა და პროფესიაში არსებულ ღირებულებებსა და ნორმებს; თავისი საქმიანობით ის ხელს უწყობს დემოკრატიული ღირებულებების დანერგვასა და პოპულარიზაციას, საკუთარი წვლილი შეაქვს ღია საზოგადოების ჩამოყალიბებაში; შედეგი N4: კურსდამთავრებული გეგმავს და ახორციელებს აკადემიურ კვლევას - აწარმოებს როგორც რაოდენობრივ, ასევე თვისებრივ კვლევას და ამ ცოდნას იყენებს პრაქტიკაში; ასევე, აანალიზებს სხვისი კვლევის შედეგებს და იყენებს მათ სტრატეგიულ საკომუნიკაციო დოკუმენტზე მუშაობისას.
დასაქმების სფეროები	სტრატეგიული კომუნიკაციის სამაგისტრო პროგრამის ფარგლებში მიღებული ცოდნა, უნარები, ავტონომიურობა და პასუხისმგებლობა კურსდამთავრებულს დასაქმების ბაზრის მოთხოვნად კადრად აყალიბებს. მას შეუძლია დასაქმდეს: I ნაწილი: სტრატეგიული კომუნიკაციისა და საზოგადოებასთან ურთიერთობის, მარკეტინგისა და რეკლამის სფეროებში, საჯარო, კერძო და საერთაშორისო ორგანიზაციებში; პოლიტიკურ ორგანიზაციებში. • სტრატეგიული კომუნიკაციისა და საზოგადოებასთან ურთიერთობის (PR) მიმართულებით; • მარკეტინგული კომუნიკაციისა და ბრენდების შექმნის, პოზიციონირებისა და მართვის სფეროში; • ციფრული კომუნიკაციისა და სოციალური მედიის სტრატეგიული მართვის მიმართულებით; • კორპორაციული კომუნიკაციის, CSR-ისა და შიდა ორგანიზაციული კომუნიკაციის სფეროში; • რეკლამის, ინტეგრირებული მარკეტინგული კომუნიკაციისა და კრეატიული ინდუსტრიების მიმართულებით; • პოლიტიკური კომუნიკაციის მიმართულებით; • კომუნიკაციის ფსიქოლოგიის ცოდნაზე დაფუძნებულ მომხმარებელთა ქცევის, აუდიტორიის კვლევისა და კომუნიკაციური კამპანიების დაგეგმვა-მართვის მიმართულებით.

	II ნაწილი: პროგრამის კურსდამთავრებულს შესაძლებლობა დასაქმდეს კომუნიკაციის სფეროს კვლევით და ანალიტიკურ მიმართულებაში: • სტრატეგიული კომუნიკაციის, მარკეტინგული კომუნიკაციის, საზოგადოებასთან ურთიერთობისა და ციფრული კომუნიკაციის კვლევით პროექტებში; • საზოგადოებრივი აზრის, მედიის, აუდიტორიისა და კომუნიკაციის ეფექტიანობის კვლევის მიმართულებით, თვისებრივი და რაოდენობრივი კვლევის მეთოდების გამოყენებით; • კვლევით ცენტრებში (Think Tank), ანალიტიკურ ორგანიზაციებსა და საერთაშორისო კვლევით პროექტებში; • საჯარო, კერძო და არასამთავრობო ორგანიზაციების, ასევე, პოლიტიკური ორგანიზაციების კვლევისა და სტრატეგიული დაგეგმვის ერთეულებში; • უმაღლეს საგანმანათლებლო და სამეცნიერო-კვლევით დაწესებულებებში, როგორც მკვლევარი ან აკადემიური საქმიანობის განმახორციელებელი პირი.
სწავლის გაგრძელების შესაძლებლობა	I ნაწილი: პირველი ნაწილის ფარგლებში მიღებული ცოდნა და კომპეტენციები სტუდენტს აძლევს საფუძველს, წარმატებით გააგრძელოს სწავლა პროგრამის მეორე ნაწილზე. II ნაწილი: პროგრამის კურსდამთავრებულს უფლება აქვს სწავლა გააგრძელოს განათლების შემდგომ საფეხურზე - დოქტორანტურაში.

პროგრამის სასწავლო გეგმა
(მოდულების, სასწავლო კურსების, შესაბამისი კრედიტების მითითებით)

№	საგნის კოდი	წინაპირობა	საგანის მოდული	სწავლების წელი და ECTS კრედიტი			
				ნაწილი I		ნაწილი II	
				I სემესტრი	II სემესტრი	I სემესტრი	II სემესტრი
სავალდებულო კომპონენტი							
1.	PSYC 5131.11	არ აქვს	კომუნიკაციის ფსიქოლოგია	5			
2.	MARK 5230.11	არ აქვს	მარკეტინგული სტრატეგიები	7			
3.	PR 5132.11	არ აქვს	სტრატეგიული კომუნიკაცია	7			
4.	MARK 5231.11	არ აქვს	ციფრული კომუნიკაცია	6			
5.	MARK 5331.11	MARK 5230.11	ბრენდის შექმნა და მართვა		7		
6.	PR 5234.11	PR 5132.11	CSR და ორგანიზაციული კომუნიკაცია		6		
7.	MENG 5131.11	არ აქვს	მენეჯმენტის სტრატეგიები და პროექტების მართვა		7		
8.	GEO 5131.11	არ აქვს	აკადემიური წერა	5			
9.	MCOM 5135.21	არ აქვს	თვისებრივი კვლევის მეთოდები			7	
10.	QRME 5230.21	არ აქვს	რაოდენობრივი კვლევის მეთოდები			7	
11.	RESH 5232.21	არ აქვს	კვლევის დიზაინი სტრატეგიულ კომუნიკაციაში			6	
არჩევითი კომპონენტი							
12.	COMM 5231.11	არ აქვს	ვიზუალური კომუნიკაცია		5		
13.	DATA 5231.11	არ აქვს	მონაცემთა ანალიზი და ვიზუალიზაცია		5		
14.	ADV 5231.11	MARK 5230.11	რეკლამის თეორია და პრაქტიკა		5		

№	საგნის კოდი	წინაპირობა	საგანი\ მოდული	სწავლების წელი და ECTS კრედიტი			
				წელი I		წელი II	
				I სემესტრი	II სემესტრი	I სემესტრი	II სემესტრი
15.	PR 5133.11	PR 5132.11	პოლიტიკური კომუნიკაცია		5		
16.	MCOM 5333.11	არ აქვს	ინტერკულტურული კომუნიკაცია		5		
17.	PR 5235.11	არ აქვს	ღონისძიებების დაგეგმვა და მართვა		5		
18.	PR 5331.21	არ აქვს	კრიზისული კომუნიკაციის მართვა			5	
19.	STRC 5231.21	არ აქვს	საინფორმაციო ოპერაციები და სტრატ. კომუნიკაცია			5	
20.	MCOM 5233.21	არ აქვს	პროგრამული ენა კომუნიკაციაში			5	
21.	SOC 5237.21	არ აქვს	სოციოლოგიური კვლევები			5	
22.	JRMA 0003.11	არ აქვს	საველე პრაქტიკა		5		
23.	FREE 5130.11	არ აქვს	თავისუფალი კრედიტი 1		5		
24.	FREE 5131.21	არ აქვს	თავისუფალი კრედიტი 2			5	
კვლევის სავალდებულო კომპონენტი							
25.	MCOM 5136	პროგრამის II წლის I სემესტრის სავალდებულო საგნები სრულად	სამაგისტრო ნაშრომის შესრულება და დაცვა				30
ECTS კრედიტები			სემესტრში	30	30	30	30
			წელიწადში	60		60	
საგნების/მოდულების რაოდენობა წელიწადში				10 საგანი		5 საგანი და	

№	საგნის კოდი	წინაპირობა	საგანი\ მოდული	სწავლების წელი და ECTS კრედიტი			
				ნაწილი I		ნაწილი II	
				I სემესტრი	II სემესტრი	I სემესტრი	II სემესტრი
						სამაგისტრო ნაშრომი	
თავისუფალი კრედიტების სისტემა:							
სტუდენტთა აკადემიური ინტერესის უფრო სრულად დაკმაყოფილების მიზნითა და პროფესიულ ინდუსტრიასთან კავშირის გასაძლიერებლად კავკასიის მედიის სკოლა სტუდენტს აძლევს შესაძლებლობას, რომ ისარგებლოს სტრატეგიული კომუნიკაციის სამაგისტრო საგანმანათლებლო პროგრამის თავისუფალი არჩევითი კომპონენტით: I სასწავლო წელს მაქსიმუმ 10 ECTS დააგროვოს - ან თავისუფალი (5 ECTS), ან საველე პრაქტიკის (5ECTS) ადების გზით; II სასწავლო წელს - მაქსიმუმ 5 ECTS თავისუფალი კრედიტის ადების გზით. ➤ სტრატეგიული კომუნიკაციის სამაგისტრო პროგრამის ძირითადი სწავლის სფეროს არჩევითი სასწავლო კურსის ნაცვლად “თავისუფალ კრედიტად” გაიაროს მისთვის საინტერესო სასწავლო კურსი კავკასიის უნივერსიტეტის სხვა სკოლებში, ან პარტნიორ გაცვლითი პროგრამების ფარგლებში უცხოურ უნივერსიტეტებში: მაქსიმუმ 5 ECTS კრედიტი I აკადემიურ წელს, ასევე, მაქსიმუმ 5 ECTS კრედიტი II აკადემიურ წელს; სტრატეგიული კომუნიკაციის სამაგისტრო პროგრამის ძირითადი სწავლის სფეროს არჩევითი სასწავლო კურსის ნაცვლად I სასწავლო წელს აირჩიოს „საველე პრაქტიკა“ მისთვის საინტერესო პროფილურ ორგანიზაციასა თუ პროექტში - მაქსიმუმ 5 ECTS კრედიტი.							