



კავკასიის უნივერსიტეტი

კავკასიის მედიის სკოლა

საგანმანათლებლო პროგრამის დასახელება	PR-ის (პიარის) საბაკალავრო პროგრამა
საგანმანათლებლო პროგრამის დასახელება ინგლისურ ენაზე	BA Program in PR
უმაღლესი აკადემიური განათლების საფეხური	ბაკალავრიატი
საგანმანათლებლო პროგრამის ტიპი	უმაღლესი
სწავლების ენა	ქართული (ინგლისურენოვანი კომპონენტებით)
მისანიჭებელი კვალიფიკაცია	
ქართულად:	სოციალური მეცნიერებების ბაკალავრი
ინგლისურად:	
პროგრამის ხელმძღვანელი	Bachelor of Social Science

პროგრამის მოცულობა
კრედიტებით

საგანმანათლებლო პროგრამა მოიცავს 240 ECTS კრედიტს, რომელიც თანაბრად არის განაწილებული ოთხ სასწავლო წელზე. სასწავლო წელი აგებულია სემესტრული პრინციპით. პირველი (შემოდგომის) და მეორე (გაზაფხულის) სემესტრი მოიცავს 19 კალენდარულ კვირას, შესაბამისად, სასწავლო წელი დაეგმილია 38 კვირაზე. დამატებით შესაძლებელია ზაფხულის 8 კვირიანი სემესტრის ორგანიზება, ასეთ შემთხვევაში, სტუდენტმა მხედველობაში უნდა მიიღოს ის გარემოება, რომ მას არ აქვს უფლება ერთი სასწავლო წლის განმავლობაში მოიპოვოს 75 ECTS კრედიტზე მეტი.

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

პროგრამის სასწავლო გეგმის მიხედვით სავალდებულო და არჩევითი საგნების ხვედრითი წილი შემდეგნაირად ნაწილდება:

- 180 ECTS - სავალდებულო საგნები: მათ შორის 25 ECTS დათმობილი აქვს ზოგადსაუნივერსიტეტო საგნებს; 20 ECTS - ინგლისურ ენას (ზოგადი და პროფესიული); 135 ECTS - დარგობრივ თეორიულ და პრაქტიკულ საგნებს;
- 60 ECTS - არჩევითი საგნები: მათ შორის სტუდენტის სურვილის შემთხვევაში მეორე უცხო ენა (ფრანგული ენა ან გერმანული ენა)

სასწავლო გეგმით გათვალისწინებული 240 ECTS კრედიტის ფარგლებში, სტუდენტს აქვს შესაძლებლობა მაქსიმუმ 40 ECTS კრედიტი აითვისოს ალტერნატიული გზით - თავისუფალი კრედიტებით, რაც გამოიხატება კავკასიის უნივერსიტეტის ან პარტნიორი უნივერსიტეტის პროგრამებით გათვალისწინებული საგნების გავლით (25 ECTS) და პრაქტიკული საქმიანობით ჟურნალისტიკასა და საზოგადოებასთან ურთიერთობების სფეროში, ასევე სამეცნიერო საქმიანობით (15 ECTS).

PR-ის (პიარის) საბაკალავრო საგანმანათლებლო პროგრამის ვადის ამოწურვის შემდეგ აკადემიური დავალიანების მქონე სტუდენტს უფლება აქვს საგანმანათლებლო პროგრამის დასრულების მიზნით სწავლა განაგრძოს დამატებითი სემესტრების (არა უმეტეს 6 სემესტრის) განმავლობაში სტუდენტის სტატუსის შენარჩუნებით.

პროგრამაზე დაშვების
წინაპირობა

- PR-ის (პიარის) 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;
- ბაკალავრიატის საგანმანათლებლო პროგრამაზე მიღების წინაპირობაა ერთიანი ეროვნული გამოცდებზე ინგლისური ენის გამოცდის ჩაბარება (B1.0 დონე)

<p>პროგრამის მიზანი</p>	<p>ახალი საბაკალავრო პროგრამის შექმნის მიზანია ზემოხსენებული ურთიერთდაკავშირებული დარგებიდან ისეთი დისციპლინების შერჩევა და ორგანიზება, რომ სწავლის შედეგად სტუდენტი საზოგადოებასთან ურთიერთობების სფეროში უნივერსალურ კომპეტენციებს ფლობდეს. პიარის საბაკალავრო პროგრამის მიზანია ასევე, მომავალი სტუდენტებისთვის ყველა აუცილებელი წინაპირობის შექმნა საიმისოდ, რომ ისინი ჩამოყალიბდნენ მაღალკვალიფიციურ, კონკურენტუნარიან, პროფესიული ეთიკის მქონე პიარ სპეციალისტებად და შედეგად გააუმჯობესონ საქართველოში საზოგადოებასთან ურთიერთობების სფეროში მოქმედ სპეციალისტთა თუ პრაქტიკოსთა სტანდარტი და შესაძლოა ახალი პროფესიული ვექტორიც კი დაამკვიდრონ.</p> <p>სპეციალიზაცია "საზოგადოებასთან ურთიერთობები" თეორიული და პრაქტიკული ცოდნის გაღრმავების საუკეთესო საშუალებაა მათთვის, ვინც გადაწყვიტა, რომ პიარის, მარკეტინგული კომუნიკაციების ან რეკლამის სფეროში იმუშაოს.</p> <p>4 აკადემიური წლის მანძილზე სტუდენტები შეისწავლიან საზოგადოების, სოციუმის ცნებას ეკონომიკურ, პოლიტიკურ, კულტურულ, ფსიქოლოგიურ ჭრილში. ისინი შეისწავლიან სხვადასხვა საკომუნიკაციო მოდელს, საშუალებებს, მეთოდებს, როგორც საზოგადოებასთან ასევე ცალკეულ ინდივიდებთან მიმართებაში.</p> <p>სტუდენტები დაეუფლებიან საზოგადოებასთან ურთიერთობების სპეციალობის თავისებურებებს, როგორც ამას მოითხოვს პიარ სპეციალობა სხვადასხვა დარგობრივ სფეროში; ღონისძიებათა მენეჯმენტს, რაც გულისხმობს სხვადასხვა სპეციფიკის და ხასიათის ღონისძიებათა დაგეგმარებას.</p> <p>სტუდენტები დაეუფლებიან საზოგადოებრივი აზრის კვლევის სხვადასხვა მეთოდს და შედეგად თავად შეძლებენ აწარმოონ კვლევები და იმუშავონ მიღებულ შედეგებთან, სწორად განსაზღვრონ საზოგადოების განწყობები, იმედები და მოლოდინები.</p> <p>სტუდენტები შეისწავლიან მედიასთან ურთიერთობების თავისებურებებს და შეძლებენ ეფექტურად მართონ საინფორმაციო ნაკადი.</p> <p>სტუდენტები დაეუფლებიან კერძო და კორპორაციული იმიჯის შექმნის ტექნოლოგიებსა და მეთოდებს. შედეგად, ისინი შეძლებენ მართონ და შეინარჩუნონ კომპანიის, ორგანიზაციის თუ პოლიტიკოსის ან კერძო პირის დადებითი რეპუტაცია, მოიპოვონ და შეინარჩუნონ, როგორც ფართო საზოგადოების, ასევე, ცალკეული ე.წ. „სამიზნე აუდიტორიების“ ნდობა.</p>
-------------------------	---

<p>პროგრამის სწავლის შედეგი</p>	<p>4 წლიანი სასწავლო კურსის შედეგად სტუდენტი გამოიმუშავებს შემდეგ კომპეტენციებს:</p> <p>ცოდნა და გაცნობიერება</p> <ul style="list-style-type: none"> • შეძლებს დაადგინოს და განსაზღვროს როგორც ფართო საზოგადოების, ასევე გარკვეული სოციალური ფენების და მიკრო სოციალურების განწყობები, მოლოდინი ამა თუ იმ საჭირობო საკითხებთან მიმართებაში; • შეძლებს გააცნობიეროს საზოგადოებაში მიმდინარე პოლიტიკური, ეკონომიკური, კულტურული და სოციალური პროცესები, სწორად განსაზღვროს ტენდენციები; • შეძლებს აწარმოოს საზოგადოებრივი კვლევა და მოახდინოს კვლევის შედეგების ზუსტი დიაგნოსტიკა, კვლევის საგნის შესაძლო განვითარების შემდგომი პროგნოზირებით; • იქონიებს ღრმა და საფუძვლიან ცოდნას საზოგადოებასთან ურთიერთობების როგორც დარგის შესახებ და ასევე მასთან დაკავშირებულ და მომიჯნავე სპეციალობების შესახებ. • შეძლებს საზოგადოებაში არსებული პრობლემური, კონფლიქტური ან კრიზისული სიტუაციებისთვის როგორც აპრობირებული, ასევე ინოვაციური გადაწყვეტილებების მიღებას, პრობლემების გადაჭრის, კონფლიქტური სიტუაციების განმუხტვის და შესაძლო კრიზისის თავიდან არიდების ან გადალახვის მიზნით; • შეძლებს გააცნობიეროს და შეარჩიოს კონკრეტული გარემოებისათვის საუკეთესო საკომუნიკაციო მეთოდი და საშუალება; • შეძლებს შეიმუშავოს ინოვაციური და ორიგინალური იდეები, პროფესიის ღრმა სისტემური ცოდნიდან გამომდინარე; • შეძლებს ადექვატურად და ოპერატიულად იმოქმედოს მოულოდნელ და მულტიკულტურულ გარემოში და წარმატებულად მართოს დაგეგმილი პროექტები; • შეძლებს, რომ იმუშაოს ახალ გარემოში; მაღალი პროფესიული სტანდარტით დაგეგმოს და აღასრულოს ეფექტური პიარ კამპანიები. ასევე, მონაწილეობა მიიღოს ამ კამპანიებისთვის აუცილებელი კომპონენტების შექმნაში მარკეტინგული, სარეკლამო და კვლევითი მიმართულებით; • შეძლებს ადამიანების, სამუშაო ჯგუფისა თუ გუნდის მოტივირებას და მის ხელთ არსებული ადამიანური თუ სხვა რესურსების გაცნობიერებულად, ორგანიზებულად მართვას; • ფლობს საფუძვლიან ცოდნას იმისა, თუ როგორ შეიძლება საზოგადოებრივი განწყობების შეცვლა კომპანიის, ორგანიზაციის, სტრუქტურის თუ ქვეყნის საკეთილდღეოდ. <p>ცოდნის პრაქტიკაში გამოყენების უნარი:</p> <ul style="list-style-type: none"> • შეძლებს დაგეგმოს და მართოს საკომუნიკაციო სტრატეგიები, როგორც კერძო სექტორის, ასევე სამთავრობო და არასამთავრობო სექტორებისათვის; • მოახდინოს განხორციელებული საკომუნიკაციო სტრატეგიის ეფექტიანობის მონიტორინგი და კონტროლი; • შეძლებს შეუქმნას კომპანიას, ორგანიზაციას თუ ცალკეულ ინდივიდს დადებითი იმიჯი და რეპუტაცია; • შეძლებს არსებული იმიჯის კორექტირებას რეალური მონაცემებიდან გამომდინარე; • შეძლებს სასურველი გეზი მისცეს როგორც ფართო საზოგადოებაში, ასევე მის ცალკეულ ფენებში არსებულ განწყობებსა და მოლოდინებს; • შეძლებს გაააუმჯობესოს პროდუქციის გაყიდვების მოცულობა, დროული და ადექვატური პიარ კამპანიების განხორციელების გზით; • შეძლებს ითანამშრომლოს მარკეტოლოგებთან და სარეკლამო ბიზნესის წარმომადგენლებთან ბრენდის შემნის და მართვის პროცესში; • შეძლებს გაზარდოს პოლიტიკური პარტიებისა და პოლიტიკოსების ცნობადობა და ელექტორატის ნდობის
---------------------------------	--

<p>დასაქმების სფეროები</p>	<p>მედიის სკოლას დღეისათვის თანამშრომლობის მემორანდუმები აქვს გაფორმებული 20-ზე მეტ მედიასაშუალებასთან, სხვა კერძო ინსტიტუციებთან და დაწესებულებებთან.</p> <p>ტელე და რადიო მაუწყებლები:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ტელეკომპანია „მაესტრო“ • სამაუწყებლო კომპანია “რუსთავი2” • „რადიო თავისუფლება“ • რადიო “კომერსანტი” • რადიო “პალიტრა” • რადიო “უცნობი” • რადიო „პოზიტივი“ <p>დამოუკიდებელი სტუდია:სტუდია “რე” ინტერნეტ გამოცემები და მაუწყებლები:</p> <ul style="list-style-type: none"> • “ნეტგაზეტი” • პალიტრა TV • სააგენტო “ინტერპრესნიუსი” • შპს „მკვ“ (news.ge, „24 საათი“; WEEKEND) <p>ბეჭდური მედია:</p> <ul style="list-style-type: none"> • გაზეთი “ბათუმელები” • გაზეთი “რეზონანსი” • ჟურნალი “ლიბერალი” • ჟურნალი “სითი” • ჟურნალი “ცხელი შოკოლადი” <p>საზოგადოებასთან ურთიერთობის სფერო:</p> <ul style="list-style-type: none"> • პიარ სააგენტო სსიპ "სტრატეგიული კომუნიკაციის ცენტრი" • პიარ სააგენტო "პერიტუსგრუპი" • პიარ სააგენტო "ფაბლისითიგრუპი" • აი-პი-ემი საზოგადოებრივი აზრის კვლევის და მარკეტინგის ინსტიტუტი • სარეკლამო სააგენტო „Betterfly“ • საქართველოს ფოტოგრაფთა ასოციაცია <p>დამსაქმებელ პარტნიორთა წრის გაფართოება კვლავაც რჩება კავკასიის უნივერსიტეტის პრიორიტეტულ მიზნებს შორის.</p>
----------------------------	--

სტუდენტის ცოდნის შეფასების სისტემა

განვლილი სასწავლო კურსის პროგრამით გათვალისწინებული საკითხების ათვისება შეფასებული იქნება 100 ქულიანი სისტემით, რომელიც სასწავლო პროცესში ჩართული მეთოდების წილისგან შედგება.

სტუდენტის სემესტრის განმავლობაში გაწეული შრომის შეფასება გარკვეული შეფარდებით ითვალისწინებს:

- მიმდინარე შეფასებებს;
- დამოუკიდებელი მუშაობის (პრეზენტაციის ან იმიტირებული პროცესის სახით) შეფასებას;
- შუა სემესტრულ შეფასებას;
- საბოლოო გამოცდის შეფასებას.

შეფასების კომპონენტები და მათი ხვედრითი წილი ასახული იქნება კონკრეტული სასწავლო კურსის სილაბუსში და ეცნობება სტუდენტს სასწავლო სემესტრის დასაწყისში.

შეფასების სისტემაში ქულები გადანაწილდება შემდეგი სქემის მიხედვით:

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

თუ სტუდენტმა ვერ დააგროვა დადებითი შეფასებისთვის საკმარისი ქულათა ჯამი, მაგრამ მის მიერ მოპოვებული ქულები შეადგენს ან აღემატება მაქსიმალური შეფასების 41%-ს, მას ეძლევა დამოუკიდებელი მუშაობით დამატებით გამოცდაზე ერთხელ გასვლის უფლება.

მაქსიმალური შეფასების 40% და ნაკლები შეფასების მიღება ნიშნავს, რომ სტუდენტის მიერ ჩატარებული სამუშაო არ არის საკმარისი და მას საგანი ახლიდან აქვს შესასწავლი.

სწავლებისა და სწავლის
მეთოდები

სწავლის პროცესში კონკრეტული სასწავლო კურსის სპეციფიკიდან გამომდინარე გამოიყენება სწავლების შემდეგი მეთოდები:

- ვერბალური, ანუ ზეპირსიტყვიერი მეთოდი;
- წიგნზე მუშაობის მეთოდი;
- წერიტი მუშაობის მეთოდი - ამონაწერებისა და ჩანაწერების გაკეთება, მასალის დაკონსპექტება, თეზისების შედგენა, რეფერატის, ან ესეს შესრულება, და ა.შ.
- პრაქტიკული მეთოდები, რომელიც აერთიანებს სწავლების ყველა იმ ფორმას, რომელიც სტუდენტს პრაქტიკულ უნარ-ჩვევებს უყალიბებს, აქ სტუდენტი შექნილი ცოდნის საფუძველზე დამოუკიდებლად ასრულებს ამა თუ იმ აქტივობას, მაგალითად: სავლე მუშაობა, ინდივიდუალური პროექტი და სხვ.
- დისკუსია/დებატები - ინტერაქცია;
- ჯგუფური (collaborative) მუშაობა;
- შემთხვევის ანალიზი (Case study) - კონკრეტულ შემთხვევების განხილვა, რომლის დროსაც ხდება საკითხის ყოველმხრივ და საფუძვლიანად შესწავლა;
- გონებრივი იერიში (Brain storming) - კონკრეტული თემის ფარგლებში კონკრეტული საკითხის/პრობლემის შესახებ მაქსიმალურად მეტი, რადიკალურად განსხვავებული, აზრის, იდეის ჩამოყალიბება და გამოთქმის ხელშეწყობა.
- დემონსტრირების მეთოდი - ინფორმაციის ვიზუალურად წარმოდგენა;
- ახსნა-განმარტებითი მეთოდი - მსჯელობა მოცემული საკითხის ირგვლივ;
- ქმედებაზე ორიენტირებული სწავლება - თეორიული მასალის პრაქტიკული ინტერპრეტაცია;

კონკრეტული სასწავლო კურსის სწავლება-სწავლის მეთოდები ასახული იქნება შესაბამისი სასწავლო კურსის სილაბუსში. პროფესორი შესაძლოა იყენებდეს ზემოთჩამოთვლილ ერთ ან რამდენიმე მეთოდს, ან ნებისმიერ სხვა მეთოდს კონკრეტული სასწავლო ამოცანიდან გამომდინარე. სწავლების პროცესში აპრობირებული სწავლების მეთოდების არსის დეფინიცია წარმოდგენილია კავკასიის უნივერსიტეტის დიდაქტიკურ კონცეფციაში.

პროგრამის სასწავლო კურსები

სასწავლო კურსის დასახელება	სასწავლო კურსის აღწერა	სავალდებულო/არჩევითი	ECTS კრედიტი	სწავლების სემესტრი
კომუნიკაციის თეორია, შესავალი	<p>კომუნიკაციის თეორია წარმოადგენს საბაზისო აკადემიურ დისციპლინას, რომელიც შეასწავლის სტუდენტებს კომუნიკაციას, როგორც კვლევის საგანს: კომუნიკაცია, როგორც პროცესი და კაცობრიობის განვითარების განუყოფელი მამოძრავებელი ძალა, კომუნიკაციის სახეობები, მოდელები, სქემები.</p> <p>სტუდენტები გაეცნობიან ისეთ კომუნიკაციის სახეობებს, როგორცაა: ვერბალური, არავერბალური, ინტერპერსონალური, ინტერკულტურული, და ა.შ.</p> <p>კომუნიკაციის თეორიის კურსი ითვალისწინებს აგრეთვე კომუნიკაციის, როგორც დისციპლინის, ისტორიულ ჭრილში მიმოხილვას და მისი მნიშვნელობის განსაზღვრას, როგორც ანტიკურ, ასევე თანამედროვე საზოგადოების ცხოვრებაში.</p> <p>კომუნიკაციის თეორიის შესავალი კურსი წარმოადგენს კრებით ცოდნას იმის შესახებ, თუ რა არის კომუნიკაცია და რა ფორმით შეიძლება ის გამოვლინდეს.</p>	სავალდებულო	5	I
საქართველოს ისტორია	<p>საქართველოს ისტორიის სასწავლო კურსი მოიცავს ჩვენი სამშობლოს ისტორიის უძველესი დროიდან დღევანდელ დღემდე. იგი წარმოადგენს ლექციების ადაპტირებულ კურსს, სადაც განხილულია როგორც ზოგადი საკითხები - ქვეყნის გეოგრაფიული მდებარეობა, ბუნებრივი გარემო, მოსახლეობა, ისტორიულ-გეოგრაფიული მიმოხილვა, ქართველების ეთნოგენეზი და ქართული ენის ადგილი მსოფლიოს ხალხთა ენებს შორის, ასევე ძირითადი საკითხები - ქართველი ხალხის (ზოგჯერ, მისი მეზობელი, ან მის წარსულთან დაკავშირებული სხვა ხალხების) პოლიტიკური, სოციალურ-ეკონომიკური და კულტურული წარსულის ძირითადი, უმთავრესი ფაქტები.</p>	სავალდებულო	5	I

<p>ქართული მართლწერა და მართლმეტყველება</p>	<p>კურსი ორიენტირებულია დაეხმაროს ქართული მართლწერისა და მეტყველების კულტურის დანვრეწაში კომუნიკაციების სფეროს მომავალი სპეციალისტების დანმარებაზე. სტუდენტები გაიღრმავებენ ქართული გრამატიკის თეორიულ ცოდნას; ზეპირი მეტყველების დასახვეწად და მშობლიურ ენაზე წერითი უნარების გასაუმჯობესებლად შეასრულებენ ტიპობრივ სავარჯიშოებს; მედიატექსტების კრიტიკული ანალიზის საფუძველზე გამოავლენენ თანამედროვე ენაში მეტყველების ეტიკეტთან და გრამატიკული კომპეტენციის ფლობასთან დაკავშირებულ ხარვეზებს. სტუდენტებს გამოუმუშავდებათ აზრის გამართულად ჩამოყალიბების, ანალიზისა და კრიტიკული აზროვნების უნარი. ისინი მოაწყობენ პრეზენტაციებს, დისკუსიებს და შეიძენენ აუდიტორიასთან ურთიერთობის ელემენტარულ უნარ-ჩვევებს.</p>	<p>სავალდებულო</p>	<p>5</p>	<p>I</p>
<p>საინფორმაციო ტექნოლოგიები და მათი გამოყენება, ლაბ.</p>	<p>საგანი შეასწავლის სტუდენტებს თუ როგორ უნდა გამოიყენონ კომპიუტერი, როგორც მონაცემთა ეფექტური ორგანიზების, ანალიზისა და კომუნიკაციის საშუალება. საგნის საშუალებით სტუდენტები შეისწავლიან სწავდასწავა საოფისე კომპიუტერულ პროგრამებსა და ინტერნეტ რესურსების ეფექტურ გამოყენებას, ძირითად კომპიუტერულ ტექნოლოგიებსა და კონცეფციებს. საგანი მოიცავს ისეთ საკითხებს, როგორიცაა: Email -ის აპლიკაციები, MS Windows 8, MS OFFICE 2013- ის პროგრამები: MS Word, MS Power Point მაღალ დონეზე და MS Excell (საბაზისო დონეზე).</p>	<p>სავალდებულო</p>	<p>5</p>	<p>I</p>

<p>პიროვნება და სოციალური ქცევა</p>	<p>კურსი ეძღვნება თანამედროვე ფსიქოლოგიის ერთ-ერთ ყველაზე აქტუალურ პრობლემას – ადამიანის პიროვნულ მახასიათებლებსა და სოციალურ ქცევას შორის ურთიერთკავშირს. განხილულია პიროვნული ფაქტორების გავლენა ადამიანის ცხოვრების სხვადასხვა სფეროზე – აკადემიკობასა და ჯანმრთელობაზე, განათლებაზე და შრომით საქმიანობაზე, დასვენებასა და მოხმარებაზე. სტუდენტი გაეცნობა თანამედროვე ფსიქოლოგიაში ამ სფეროში დაგროვილ მდიდარ ფაქტობრივ, ექსპერიმენტულ და თეორიულ მასალას. დიდი ყურადღება ეთმობა პიროვნების ინდივიდუალური თავისებურებების როლს ადამიანის ცხოვრებაში. კურსის ცენტრალური საკითხია – ადამიანის ყოველდღიური ცხოვრების ამ თითოეულ სფეროში ინდივიდუალური მახასიათებლების როლის განხილვა – რომელი პიროვნული ცვლადები, რამდენად და რა პროცესების მეშვეობით ახდენს ზემოქმედებს სოციალურ ქცევაზე.</p> <p>კურსის გავლის შედეგად სტუდენტი შეძლებს იმ ტიპობრივ პრობლემათა გაცნობიერებას, რომელთა გადაწყვეტა აუცილებელია საზოგადოებაში პიროვნების სრულფასოვანი ფუნქციონირებისთვის, ამგვარი გადაუჭრელი პრობლემების იდენტიფიცირებას, ხელმძღვანელის დახმარებით შესაძლო (საჭირო) ფსიქოლოგიური ჩარევის გზების დასახვას.</p>	<p>სავალდებულო</p>	<p>5</p>	<p>I</p>
-------------------------------------	--	--------------------	----------	----------

<p>ზოგადი ინგლისური B1.0/ B2.0</p>	<p>მოცემული სალექციო კურსი წარმოადგენს უცხო ენის პრაქტიკულ კურსს. ეს სემესტრი, ერთის მხრივ, ემსახურება უკვე არსებული პრაქტიკული თუ თეორიული უნარ-ჩვევების გამყარება-გაღრმავებას, მეორე მხრივ კი ქმნის საფუძველს რიგი კომპეტენციების შესაძენად, რომლებიც მომავალი პროფესიული აქტივობისთვის საჭირო სპეციფიურ ენობრივ მოთხოვნებზე იქნება ორიენტირებული. მოცემული სალექციო კურსის (მეორე სემესტრის სალექციო კურსსა და პროფესიულ ენასთან ერთობლიობაში), წარმატებული გავლის შემთხვევაში კურსდამთავრებულს ექნება სათანადო ენობრივი კომპეტენცია, იმისთვის რომ აიღოს B 1 დონის დამადასტურებელი სერთიფიკატი.</p> <p>გრამატიკა: ინგლისური ენის დროთა სისტემა - აწმყო, წარსული და მომავალი დროები. სტატიკური და დინამიური ზმნები. სრული დროების შეპირისპირება განუსაზღვრელ დროებთან. დროის მარკერები. მომავალი მოქმედების გამოხატვის საშუალებები ინგლისურ ენაში. მოდალური ზმნები. განსაზღვრებითი დამოკიდებული წინადადებები. ზმნის ინფინიტივური და გერუნდიული ფორმები. ზედსართავთა რიგითობა ინგლისურ ენაში. ხოლმეობითობის გამოხატვის საშუალება ინგლისურ ენაში (<i>used to</i>). ძანხლის წინადადებები. კავშირები. პირობითი წინადადებების სამი ტიპი.</p> <p>ლექსიკა: შედგენილი ზედსართავი სახელები; არსებითი და ზედსართავი სახელების მაწარმოებელი სუფიქსები და პრეფიქსები; წინდებულის გამოყენება ზედსართავი სახელების შემდეგ; სხეულის ნაწილებთან დაკავშირებული იდიომები. არსებითი სახელებისა და ზმნების ფიქსირებული წყვილები. იდიომები; ლათინური და სხვა ევროპული ენიებთან შემოსული სიტყვები;</p> <p>განსახილველი თემები: მოდის სამყარო; გრძნობები და განწყობა; დასაქმება, გენდერული თანასწორობა; ოფიციალური წერილისათვის დამახასიათებელი სტილი; ადამიანის სხეული და ჯანმრთელობა; ინფორმაციული ტექნოლოგიები. ეკოლოგიური პრობლემები.</p>	<p>სავალდებულო</p>	<p>5</p>	<p>I</p>
<p>რიტორიკა და პრეზენტაციის უნარები</p>	<p>კურსი სტუდენტებს შეასწავლის იმას, თუ როგორ მოემზადონ საჯარო გამოსვლისთვის, როგორ დაამყარონ აუდიტორიასთან სასურველი კონტაქტი და მოახდინონ მასზე შემოქმედება, როგორ წარმართონ დისკუსია და გაიმარჯვონ კამათში. სალექციო კურსი მომავალ ჟურნალისტებს დაეხმარება შეარჩიონ შესაბამისი სამეტყველო სტილი, მიაღწიონ მეტყველების სიზუსტეს, ლოგიკურობას.</p>	<p>სავალდებულო</p>	<p>5</p>	<p>II</p>

<p>მასობრივი კომუნიკაცია, შესავალი</p>	<p>კომუნიკაცია, როგორც პროცესი მესიჯის გაგზავნა და უკუკავშირი მასობრივი კომუნიკაცია და მისი თავისებურებები მედიის განვითარების ეტაპები მედიის მთავარი თეორიები რეკლამა როგორც კომუნიკაციის ფორმა მოკლევადიანი და გრძელვადიანი გავლენა აუდიტორიაზე კამპანიები და უკუკავშირი პოლიტიკური კამპანიები ახალი მედია და PR</p>	<p>სავალდებულო</p>	<p>5</p>	<p>II</p>
<p>ზოგადი ფსიქოლოგია, შესავალი</p>	<p>ეს არის შესავალი კურსი ფსიქოლოგიაში. ამ კურსის ფარგლებში სტუდენტები შეისწავლიან ფსიქოლოგიის კვლევის მეთოდებს, ბიოლოგიურ და სოციალურ ფაქტორებს, რომლებიც ზეგავლენას ახდენენ პიროვნების ქცევაზე, პიროვნების ფსიქიკურ პროცესებზე და თვისებებზე; ასევე განვიხილავთ პიროვნების თეორიებს და სოციალური ფსიქოლოგიის ისეთ მნიშვნელოვან საკითხებს, როგორიცაა სოციალური გავლენა, ჯგუფში მიმდინარე პროცესები, ჯგუფში გადაწყვეტილების მიღება, ლიდერობა, ჯგუფის გავლენა საქმიანობის ეფექტურობაზე, სოციალური სიზარმაცე, პიროვნებათშორისი ურთიერთობებით გამოწვეული გავლენა: კონფორმულობა, დამთმობლობა, მორჩილება; აგრესიულობა, პროსოციალური ქცევა</p>	<p>სავალდებულო</p>	<p>5</p>	<p>II</p>
<p>თანამედროვე აზროვნების საფუძვლები</p>	<p>სემესტრის განმავლობაში სტუდენტები გაიგებენ და გაიაზრებენ რა არის კრიტიკული აზროვნება, რა განსხვავებაა ძველსა და ახალ აზროვნებაში, რა არის „შეუძლებელი“ და „შესაძლებელი“ კრიტიკულ აზროვნებაში; რომ არსებობს სამი პასუხი კრიტიკულ აზროვნებაში.</p>	<p>სავალდებულო</p>	<p>5</p>	<p>II</p>
<p>PR (საზოგადოებასთან ურთიერთობა), შესავალი</p>	<p>კურსის ფარგლებში სტუდენტები შეისწავლიან, თუ რა არის საზოგადოებასთან ურთიერთობა; რა განსხვავებას საზოგადოებასთან ურთიერთობას უურნალისტიკის, რეკლამისა და მარკეტინგისგან; საზოგადოებასთან ურთიერთობა, როგორც მუდმივი პროცესი; მედიასთან ურთიერთობების როლი საზოგადოებასთან ურთიერთობებში; მედიასთან ურთიერთობების ძირითადი სტრატეგიები; ინტეგრირებული მიდგომა საზოგადოებასთან ურთიერთობისადმი.</p>	<p>სავალდებულო</p>	<p>5</p>	<p>II</p>

<p>ზოგადი ინგლისური B1/B2</p>	<p>მოცემული სალექციო კურსი წარმოადგენს უცხო ენის პრაქტიკულ კურსს. ეს სემესტრი, ერთის მხრივ, ემსახურება უკვე არსებული პრაქტიკული თუ თეორიული უნარ-ჩვევების გამყარება-გაღრმავებას, მეორე მხრივ კი ქმნის საფუძველს რიგი კომპეტენციების შესაძენად, რომლებიც მომავალი პროფესიული აქტივობისთვის საჭირო სპეციფიურ ენობრივ მოთხოვნებზე იქნება ორიენტირებული.</p> <p>მოცემული სალექციო კურსი პირველი სემესტრის სალექციო კურსის ლოგიკურ გაგრძელებას წარმოადგენს; მისი და შესაბამისი პროფესიულ ენის წარმატებით გავლის შემთხვევაში კურსდამთავრებულს ექნება სათანადო ენობრივი კომპეტენცია, იმისთვის რომ აიღოს B1 დონის დამადასტურებელი სერთიფიკატი.</p> <p>განსაკუთრებული აქცენტი კეთდება აზრის წერილობითი ფორმით ჩამოყალიბების უნარის გამომუშავებასა და თემატურად შედარებით რთული, მოცულობითი მასალის კითხვის უნარ-ჩვევების შექმნაზე, ასევე აზრის ზეპირი ფორმით გადმოცემის უნარის დახვეწა-გაძლიერებასა და სხვათა გაბმული მეტყველების გაგებაზე. განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ლექსიკური მარაგის გამდიდრება; იწყება მუშაობა დერივატივებისა და კომპოზიტების წარმოებასა და გამოყენებაზე, ასევე ფრაზეოლოგიზმების საბაზისო მარაგის შექმნაზე.</p> <p>გრამატიკა: ირიბი ნათქვამი; (ოთხივე საკომუნიკაციო ტიპი); მოდარული ზმნები; ზედსართავ სახელთა და ზმნისზედების შედარების ხარისხები; აწმყო სრული დრო; ვნებითი გვარი; მიმართებითი ნაცვალსახელები; კოზატიური ზმნები; მიმღებობითი კონსტრუქციები; ფრაზეოლოგიური ზმნები;</p> <p>თემატიკა და ლექსიკა: სახლი და ბაღი; ადამიანთა შორის არსებული ურთიერთობები (სიყვარული და ქორწინება); მგზავრობა და მოგზაურობა; ფული და ფინანსები; ხელოვნება და ხელოვანები. ლათინური და სხვა ევროპული ენებიდან შემოსული ლექსიკური ერთეულები;</p>	<p>სავალდებულო</p>	<p>5</p>	<p>II</p>
<p>სოციოლოგია, შუა სავალი</p>	<p>კურსი მიმოიხილავს და ერთმანეთს ადარებს იმ მიდგომებს, რასაც საზოგადოებრივი აზრის კვლევის სხვადასხვა მეთოდი ეფუძნება. კურსის გავლის შედეგად სტუდენტები შეძლებენ კვლევის მიზნის ჩამოყალიბებას და კვლევის დაგეგმვას მის შესაბამისად და რაოდენობრივ და თვისებრივ მონაცემთა შეგროვებასა და გაანალიზებას. ისინი ასევე შეძლებენ კვლევების შეფასებას მეთოდოლოგიური გამართულობის თვალსაზრისით. სტუდენტები გაიაზრებენ საზოგადოებრივი აზრის კვლევის ეთიკურ შედეგებს.</p>	<p>სავალდებულო</p>	<p>5</p>	<p>III</p>

<p>სოციალური ფსიქოლოგია, I ნაწილი</p>	<p>კურსის მიზანია სტუდენტს გააცნოს სოციალური ფსიქოლოგიის ძირითადი ცნებები, თეორიული მიდგომები, ემპირიული აღმოჩენები და სოციალურ-ფსიქოლოგიური ფენომენების კვლევის ძირითადი შედეგები, სოციუმში პიროვნების ქცევის კანონზომიერებები, არსებული პრობლემები და მათი გადაწყვეტის სხვადასხვა ვარიანტები. განსაკუთრებული ყურადღება მიექცევა სოციალური ფსიქოლოგიის ფუძემდებლოურ ექსპერიმენტებს, აგრეთვე ძირითადი ცნებებისა და კატეგორიების გააზრებას. საგანგებოდ იქნება გაანალიზებული ის სოციალურ-ფსიქოლოგიური თეორიები, რომლებმაც შეუწყო ხელი არა მხოლოდ სოციალური ფსიქოლოგიის, არამედ ფსიქოლოგიური მეცნიერების განვითარებას. კურსის გავლის შემდეგ სტუდენტს ეცოდინება სოციალური ფსიქოლოგიის ძირითადი ცნებები, თეორიები და საკვანძო პრობლემები, მას შეუმოწავდება ცოდნის პრაქტიკაში განმარტების ისეთი უნარ-ჩვევები, რომლებიც გამოიყენება ემპირიულ სოციალურ-ფსიქოლოგიურ კვლევაში, აგრეთვე საკონსულტაციო-პრაქტიკულ მუშაობაში საზოგადოებრივი ცხოვრების სხვადასხვა სფეროში. სტუდენტი შეძლებს პიროვნებისა და საზოგადოების ურთიერთმიმართებასთან დაკავშირებული ძირეული სოციალურ-ფსიქოლოგიური პრობლემების გააზრებას, ხელმძღვანელის დახმარებით ტიპობრივი პრობლემური სიტუაციების იდენტიფიცირებასა და მათი გადაჭრის გზების დასაზვას.</p>	<p>სავალდებულო</p>	<p>5</p>	<p>III</p>
<p>ურთიერთობები მედიასთან</p>	<p>მოცემული სასწავლო კურსი განიხილავს მედიასთან ურთიერთობის, განსაკუთრებით კი პრაქტიკაში მედიისთვის პიარ მასალების მომზადებისთვის წერის საბაზისო ელემენტებს. კურსის განმავლობაში სტუდენტი მიიღებს თეორიულ და პრაქტიკულ ცოდნას ისეთი საბაზისო დოკუმენტაციის მომზადებაში, რედაქტირებასა და გავრცელებაში, რომელიც წარმოადგენს მედიასთან და სხვადასხვა მიზნობრივ ჯგუფებთან ურთიერთობების განუყოფელ ნაწილს.</p>	<p>სავალდებულო</p>	<p>5</p>	<p>III</p>

<p>კვლევის მეთოდები, შესავალი</p>	<p>კურსის მიზანია ფუნდამენტური და გამოყენებითი ხასიათის ემპირიული თუ ექსპერიმენტული კვლევის დაგეგმვის, კვლევის მეთოდის შერჩევის, კვლევის (სავლე სამუშაოების) ჩატარების თეორიული საფუძვლების შესწავლა და შესაბამისი პრაქტიკული უნარ-ჩვევების შემუშავება. კვლევის მეთოდოლოგიის სწავლება პიარის სპეციალისტის მომზადების უცილებელი პირობაა. ის მყარ საფუძველს ქმნის სხვა ფსიქოლოგიური დისციპლინების შესასწავლად. მეთოდიკის კურსსა და სხვა სასწავლო კურსებს შორის ძირითადი განსხვავება დაიყვანება, ფაქტობრივად, განსხვავებაზე სასწავლო პროცესსა და მის შინაარსს შორის. სახელდობრ, კვლევის მეთოდიკის კურსი გულისხმობს ცოდნის მიღების ტექნოლოგიის ათვისებას, რომელიც შემდგომში შეიძლება იქნეს გამოყენებული სასწავლო გეგმით გათვალისწინებულ სხვა ნებისმიერ სფეროში. ასე, მაგალითად, კონფორმულობის სოციალურ-ფსიქოლოგიური ექსპერიმენტი შეიძლება ძალიან განსხვავდებოდეს ხანმოკლე მუხსიერების კოგნიტურ-ფსიქოლოგიური კვლევისაგან, მაგრამ ამ ორივე კვლევას აერთიანებს მეთოდი – საგნის შესახებ ცოდნის მიღების ხერხი. კურსის გავლის შემდეგ სტუდენტი გააცნობიერებს ფსიქოლოგიური კვლევის სპეციფიკას, შეძლებს როგორც აღწერითი, ისე ანალიტიკური ერთფაქტორიანი თუ მრავალფაქტორიანი ემპირიული თუ ექსპერიმენტული კვლევის დაგეგმვას, კვლევის ადეკვატური მეთოდების შერჩევას/კითხვარის შემუშავებასა და კვლევის (სავლე სამუშაოების) ჩატარებას. ამასთანავე, ამ კურსის გავლის შედეგად მიღებული ცოდნა და პრაქტიკული უნარ-ჩვევები წარმატებით შეიძლება გამოყენებულ იქნეს არა მარტო ფსიქოლოგიაში, არამედ სხვა სფეროშიც – სოციოლოგიაში, ეკონომიკაში, მარკეტინგულ კვლევისა და სხვ.</p>	<p>სავალდებულო</p>	<p>5</p>	<p>III</p>
-----------------------------------	---	--------------------	----------	------------

<p>კონფლიქტოლოგია</p>	<p>კურსის მიზანია კონფლიქტოლოგიის პრობლემატიკის სისტემატიზირებული და ყოველმხრივი განხილვა. კურსის ფარგლებში სტუდენტები გაეცნობიან კონფლიქტების წარმოშობისა და მისი თავიდან აცილების გზებს. კურსის სპეციფიკური ნიშანია – კონფლიქტოლოგიის თეორიული და პრაქტიკული საკითხების სინთეზი. ლექციის მსვლელობისას განიხილება კონფლიქტოლოგიის თეორიული საკითხები, ხოლო სემინარებსა და პრაქტიკულებზე სტუდენტები სიტუაციის მოდელირებისა და სიმულაციის მეშვეობით ეუფლებიან კონფლიქტის დაძლევის, თავიდან აცილების გზებსა და კონფლიქტურ სიტუაციაში ქცევის სტრატეგიებს. კურსის ფარგლებში განხილულია კონფლიქტოლოგიის თეორიის ზოგადი და სპეციფიკური საკითხები, კონფლიქტოლოგიის სწავლებისა და კონფლიქტის ანალიზის ძირითადი პრინციპები, თანამედროვე შეხედულებები და წარმოდგენები სხვადასხვა ტიპის კონფლიქტური სიტუაციების შესახებ. გათვალისწინებულია პიროვნებათაშორისი, ჯგუფური, ორგანიზაციული, პოლიტიკური და ეთნიკური კონფლიქტების განხილვა. სტუდენტები შეისწავლიან კონფლიქტის ზოგად თეორიას, კონფლიქტის ფსიქოლოგიას, წარმომშობ წყაროებს, კონფლიქტის ტიპოლოგიას, კონფლიქტის გადაწყვეტის ეფექტურ ტექნოლოგიებსა და სხვ. ლექციაზე განხილული ყველა თეორიული საკითხი გათამაშდება პრაქტიკულ მეცადინეობაზე (როლოური თამაში, ჯგუფური მუშაობა, სიტუაციის მოდელირება, გონითი იერიში). გარდა ამისა, განსაკუთრებით საინტერესო და სადისკუსიო თემები ინტერაქტიული მეთოდით დამუშავდება სემინარებზე. კურსის გავლის სტუდენტი მიიღებს ცოდნას კონფლიქტის ტიპოლოგიის, გაყინული კონფლიქტის, კონფლიქტის დროს ადამიანის ქცევის სტრატეგიების შესახებ, დაეფლება კონფლიქტის ანალიზს, მოლაპარაკების ხელოვნებას კონფლიქტურ სიტუაციაში და ა.შ.</p>	<p>სავალდებულო</p>	<p>5</p>	<p>III</p>
-----------------------	---	--------------------	----------	------------

<p>ზოგადი ინგლისური B2.0 PT1 პროფესიული სამიზნე ენა</p>	<p>მოცემული სალექციო კურსი წარმოადგენს უცხო ენის პრაქტიკულ კურსს. ეს სემესტრი, ერთის მხრივ, ემსახურება უკვე არსებული პრაქტიკული თუ თეორიული უნარ-ჩვევების გამყარება-გაღრმავებას, მეორე მხრივ კი ქმნის საფუძველს რიგი კომპეტენციების შესაძენად, რომლებიც მომავალი პროფესიული აქტივობისთვის საჭირო სპეციფიურ ენობრივ მოთხოვნებზე იქნება ორიენტირებული. მოცემული სალექციო კურსის (მეორე სემესტრის სალექციო კურსსა და პროფესიულ ენასთან ერთობლიობაში), წარმატებული გავლის შემთხვევაში კურსდამთავრებულს ექნება სათანადო ენობრივი კომპეტენცია, იმისთვის რომ აიღოს B 2 დონის დამადასტურებელი სერთიფიკატი.</p> <p>გრამატიკა: ინგლისური ენის დროთა სისტემა (გამეორება/შეჯამება); სტილისტური ინვერსია; ზედსართავი ხარისხების შედარების ხარისხები; არტიკლები და სიმრავლის გამომხატველი ზედსართავი სახელები; ზმნის ინფინიტივური და გერუნდიული ფორმები (ზმნები, რომელთა მნიშვნელობაც იცვლება მათთან ინფინიტივისა და გერუნდივის გამოყენების შემთხვევაში); დროის გარემოების დამოკიდებული წინადადებები; მომავალი დროის გამოხატვის საშუალებები; სახელადი ფრაზები; კრებითი არსებითი სახელები; მიზნის გამოხატვის საშუალებები ინგლისურ ენაში; ირიბი ნათქვამი; დროთა შეთანხმების კანონები;</p> <p>ლექსიკა: ძლიერი და ნეიტრალური ზედსართავი სახელები; ფულთან დაკავშირებული იდიომატური გამოთქმები; ფრაზული ზმნები; ზედსართავ სახელთა წარმოება (სუფიქსაცია/პრეფიქსაცია); ცხოველებთან დაკავშირებული იდიომატური გამოთქმები; აბრევიატურები; საგაზეთო ჰედლაინების თავისებურებები ინგლისურ ენაში (დროთა გამოყენების თავისებურება); პრესის ენა (ბრიტანული გამოცემები)</p> <p>ტექსტების თემატიკა: 1. გმირები; ექსტრემალური სიტუაციები/კატასტროფები; 2. საგაზეთო სტატიები; 3. ფული და ფინანსები; 4. მშობლები და შვილები (თაობათა შორის არსებული განსხვავება); 5. ცხოველთა სამყარო; 6. პრესა და პაპარაცები; კრეატიული აზროვნება; „ვორკაჰოლიკები“ და თანამედროვე ბიზნეს გარემო;</p>	<p>სავალდებულო</p>	<p>5</p>	<p>III</p>
<p>ორგანიზაციული კომუნიკაცია</p>	<p>კურსის გავლის შემდგომ, სტუდენტს ეცოდინება:</p> <p>ადამიანური ორგანიზაციული ქცევის არსი, მიზნები და ამოცანები, ადამიანური რესურსების მოტივაციის მართვა; ეფექტური კომუნიკაციები ორგანიზაციაში; ლიდერობა ორგანიზაციაში და გუნდის მართვა; ორგანიზაციული კულტურა და ცვლილებები; სამსახურეობრივი სტრუქტურისა და კონფლიქტების მართვა.</p>	<p>სავალდებულო</p>	<p>5</p>	<p>IV</p>

<p>მოლაპარაკებები ს ხელოვნება</p>	<p>სასწავლო კურსი მიზნად ისახავს დაეხმაროს სტუდენტს მოლაპარაკების წარმოებისათვის აუცილებელი სტრატეგიული და ტაქტიკური უნარ-ჩვევების ჩამოყალიბებაში. საგანი ძირითადად ორიენტირებულია მოლაპარაკების დაგეგმვის, გაძღოლის, ინტერესთა მართვის, ღირებულების შექმნისა და დანაწილების მეთოდებზე. სასწავლო კურსი მოიცავს მოლაპარაკების წარმოების ზოგად მეთოდებს და გამიზნულია სტუდენტთა ფართო წრისათვის, მათ შორის საზოგადოებასთან ურთიერთობების სპეციალისტებისთვის. ეს კურსი ძირეულად განსხვავდება სოციალურ მეცნიერებებში არსებული პრაქტიკისაგან და სტუდენტს ეძლევა შესაძლებლობა თეორიული ცოდნის მიღების პარალელურად განივითაროს პრაქტიკული უნარ-ჩვევები ექსპერიმენტალური სიმულაციების გამოყენებით.</p>	<p>სავალდებულო</p>	<p>5</p>	<p>IV</p>
<p>მარკეტინგი, შესავალი</p>	<p>კურსი წარმოაჩენს მარკეტინგს, როგორც მენეჯმენტის პროცესს. მისი წარმატებით გავლის შემდეგ სტუდენტი შეძლებს უკეთესი ბიზნეს გადაწყვეტილებების მიღებას, იმის გათვალისწინებით, რომ ეცოდინება, თუ როგორ უნდა შეაფასოს გარემო, როგორ დაგეგმოს და წარმართოს მარკეტინგული ფუნქციები და განსაზღვროს, თუ რა ელემენტებია უფრო მნიშვნელოვანი მომხმარებლისათვის, როცა იღებს გადაწყვეტილებას რაიმე საქონლის შექმნასთან დაკავშირებით. საგანი ინიციალურად ისეთ საკითხებს, როგორებიცაა მარკეტინგული ინფორმაციის მართვა, პროდუქტისა და მომსახურების კონცეფციების ჩამოყალიბება, მათი შემდგომი მართვა; ასევე გადაწყვეტილებები ფასთან, დისტრიბუციასთან და მარკეტინგულ კომუნიკაციასთან დაკავშირებით. კურსის გავლის დროს განიხილება თუ როგორ უნდა დალაგდეს საბაზრო ინფორმაცია და გადაწყვეტილებები სტრატეგიულ დაგეგმვაში რაც ეხმარება ორგანიზაციას კომერციული წარმატების მოპოვებაში.</p>	<p>სავალდებულო</p>	<p>5</p>	<p>IV</p>

<p>სოციალური ფსიქოლოგია, II</p>	<p>სასწავლო კურსით გათვალისწინებულია სოციალურ-ფსიქოლოგიურ ტრენინგის მართვის სწავლება. სოციალურ-ფსიქოლოგიური ტრენინგის მიზანია ადამიანისათვის ცოდნის მიწოდება, გარკვეული უნარებისა და დამოკიდებულების შემუშავება და მოდიფიცირება სამუშაოს უფრო ეფექტურად შესასრულებლად. განსხვავებით განათლების ტრადიციული მეთოდებისაგან, სოციალურ-ფსიქოლოგიური ტრენინგი მიმართულია კონკრეტულ საქმიანობასთან დაკავშირებული ქცევის ისეთი სპეციფიკური ფორმებისა და ჩვევების შემუშავებისაკენ, რომელთა სწავლება ტრადიციული მეთოდებით (ლექცია, კითხვა და ა.შ.) რთულია. მოხმენა ან წაკითხვა არ გულისხმობს წაკითხულისა თუ მოხმენილის უპირობო ასახვას განცდასა და ქცევაში. ცვლილებები და გაგება, უმეტესად, რეალური გამოცდილების მიღებით ხდება. სწორედ ამას უკავშირდება ტრენინგების მზარდი პოპულარობა და გავრცელება მთელ მსოფლიოში. შესაბამისად, ტრენინგების მომზადება აქტუალურია, განსაკუთრებით ფსიქოლოგიური განათლების მქონე სტუდენტთა წრეში, რაც საზოგადოებასთან ურთიერთობის ტექნოლოგიის საფუძველია. მათ გააჩნიათ საბაზისო ცოდნა, რომელიც გაუადვილებს ტრენინგის პროფესიის დაუფლებასა და სოციალურ-ფსიქოლოგიური ტრენინგისა და ზოგადად ჯგუფის მართვას. ამასთანავე, ფსიქოლოგებს პრაქტიკულ საქმიანობაში ხშირად უწევთ ჯგუფის მართვა და ჩვევების შემუშავებაზე ზრუნვა.</p> <p>სასწავლო კურსის მიზანია ჯგუფური მუშაობის მნიშვნელობის, არსის, მიზანშეწონილობის გაცნობიერება და ასეთი მუშაობის გამოცდილების შემუშავება. კურსის ფარგლებში მომავალი პიარ ტექნოლოგი გაეცნობა იმ თეორიულ - ფსიქოლოგიურ საფუძვლებს (ბიჰევიორიზმი, ჰუმანისტური ფსიქოლოგია, ბერნის კომუნიკაციური მოდელები), რომელსაც ეყრდნობა ტრენინგი და ტრენინგი ჯგუფის წყვანის დროს. კურსი თეორიულად განიხილავს და პრაქტიკულად ავარჯიშებს სტუდენტებს ჯგუფის მართვაში. სტუდენტები შეისწავლიან ინტერაქტიული თამაშებს (როლური თამაში, სიტუაციის მოდელირება, საქმიანი თამაში), გააცნობიერებენ მათ მნიშვნელობას ტრენინგის მსვლელობაში, დაუფლებიან სავარჯიშოების წყვანასა და გარჩევას. სტუდენტი გააცნობიერებს, თუ როგორი უნდა იყოს ეფექტური ჯგუფის წამყვანი, ტრენინგი, სავარჯიშოების მეშვეობით დაუფლებიან წამყვანისათვის აუცილებელ უნარებს. სტუდენტები შეისწავლიან ჯგუფის განვითარების ეტაპებს, თემატიკას, რომელსაც მიზანშეწონილია დაეთმოს ტრენინგები.</p> <p>კურსის ფარგლებში განიხილება ჯგუფური მუშაობის პროცესში წარმოქმნილი პრობლემები და მათი წარმოქმნის მიზეზები.</p>	<p>სავალდებულო</p>	<p>5</p>	<p>IV</p>
---------------------------------	---	--------------------	----------	-----------

<p>ინტერკულტურული კომუნიკაცია</p>	<p>საგანი სტუდენტებს საშუალებას მისცემს გაეცნონ თანამედროვე კომუნიკაციის მეთოდებს, რომლებიც განვითარდა დასავლეთში, განსაკუთრებით ამერიკულ პრაქტიკაში ტექნოლოგიის განვითარებასთან ერთად და რომელიც დღემდე ჩამოყალიბების პროცესშია. ასევე სტუდენტებს ექნებათ საშუალება გაეცნონ ორგანიზების სხვადასხვა თეორიულ მოდელებს, რომლებსაც ორგანიზაციები დასაბამიდან დღემდე იყენებენ.</p>	<p>არჩევითი</p>	<p>5</p>	<p>I V</p>
<p>განწყობის ფსიქოლოგია</p>	<p>კურსის მიზანია განწყობის ფსიქოლოგიის საფუძვლების, თეორიული მოდელებისა და ექსპერიმენტული მეთოდოლოგიის შესწავლა და შესაბამისი უნარ-ჩვევების შემუშავება, რამაც უნდა შექმნას საფუძველი სხვა პროგრამული დისციპლინების ასათვისებლად. კურსის ფარგლებში შემდეგი საკითხები: ქართული ფსიქოლოგიური სკოლის ძირითადი ტერმინები და კატეგორიები, მეთოდოლოგიური პრიციპები, ქვევის განწყობისეული დეტერმინაცია, ცნობიერებისა და არაცნობიერი ფსიქიკურის ურთიერთმიმართება, ფსიქიკური პროცესების განწყობისეული მექანიზმები, განწყობის შექმნის პირობები, განწყობის ექსპერიმენტული ფსიქოლოგია, განწყობის დიფერენციალური ფსიქოლოგია, განწყობა სულით ავადმყოფებთან. განსაკუთრებული ყურადღება ეთმობა სათანადო პრაქტიკული უნარ-ჩვევების შემუშავებასა და განვითარებას. კურსის გავლის შემდეგ სტუდენტი დაეუფლება განწყობის შესწავლის ექსპერიმენტულ მეთოდებს, შეძლებს განწყობის მეთოდით პიროვნების ტესტირებას კლინიკაში, პროფშერჩევაში, სპორტში და სხვ., სოციალურ-ფსიქოლოგიური და აუტოგენური ტრენინგების კონსტრუირებას განწყობის ფაქტორების გათვალისწინებით და ა.შ., განწყობის შეცვლის კანონების მიხედვით პროპაგანდის, რეკლამის, პედაგოგიური პროცესის თუ ფსიქოთერაპიული ზემოქმედების დაგეგმვას და სხვ.</p>	<p>არჩევითი</p>	<p>5</p>	<p>I V</p>

<p>ზოგადი ინგლისური B2. PT2</p> <p>პროფესიული სამიზნე ენა</p>	<p>მოცემული სალექციო კურსი წარმოადგენს უცხო ენის პრაქტიკულ კურსს. კურსი ორიენტირებულია ყველა იმ ენობრივი უნარ-ჩვევის დახვეწა-გადრმავებაზე, რომელიც კურსდამთავრებულს ინგლისურენოვან გარემოში / ინგლისური ენის მატარებლებთან სკონტაქტური და შეუფერხებელი კომუნიკაციის / დისკუსიის საშუალებას მისცემს. მოცემული კურსის გავლის შემდეგ კურსდამთავრებულს ექნება ენობრივ-კომუნიკაციური კომპეტენცია, რათა გაიგოს და, გარკვეული მომზადების შემდეგ - ჩაერთოს მის დარგობრივ სფეროში მიმდინარე დისკუსიაში. მოცემული სალექციო კურსი პირველი სემესტრის სალექციო კურსის ლოგიკურ გაგრძელებას წარმოადგენს; მისი და შესაბამისი პროფესიულ ენის წარმატებით გავლის შემთხვევაში კურსდამთავრებულს ექნება სათანადო ენობრივი კომპეტენცია, იმისთვის რომ აიღოს B 2 დონის დამადასტურებელი სერთიფიკატი.</p> <p>გრამატიკა: მოდალური ზმნები; კითხვითი წინადადებები; ქვემდებარისა და დამატების კითხვები; პირობითი წინადადებების ხუთი ტიპი; ალბათობის გამოხატვის საშუალებები ინგლისურ ენაში; კავშირებითი კილო მოდალურ ზმნებთან; ვნებითი გვარი; ლექსიკა: განსახილველ თემატიკასთან დაკავშირებული ლექსიკური ერთეულები; კომპოზიციები; ფრაზული ზმნები; იდიომატური გამოთქმები; ლათინური წარმოშობის სიტყვები; ჟურნალ-გაზეთებსა და მხატვრულ ლიტერატურაში ხშირად გამოყენებული ლექსიკური ერთეულები; თემატიკა: რელიგია; ტელე ვიქტორინები; ცნობილი სატელევიზიო სკანდალები; ადამიანის პირადი ცხოვრება; ეკოლოგიური პრობლემები; საკვები; ჭარწონიანობის პრობლემა; ტექნოლოგიური მიღწევები; კიბერსამყარო და ქორწინება; მობილური ტექნოლოგიები;</p>	<p>სავალდებულო</p>	<p>5</p>	<p>IV</p>
<p>ინტეგრირებული მარკეტინგული კომუნიკაციები</p>	<p>ინტეგრირებული მარკეტინგული კომუნიკაციების კურსი მიზნად ისახავს სტუდენტებს მიაწოდოს ამომწურავი ცოდნა სხვადასხვა საკომუნიკაციო მეთოდების და საშუალებების შესახებ, ისეთების, როგორიცაა საზოგადოებასთან ურთიერთობები (პიარი), რეკლამა, გაყიდვების პრომო-უშენი, სიტყვიერი მარკეტინგი და სხვა ტრადიციული თუ ახალი საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების შესახებ და თუ როგორ შეიძლება საკომუნიკაციო საშუალებების გაერთიანება ერთ სტრატეგიულ საკომუნიკაციო გეგმაში, რომ მან ბიზნესის წარმატებულად მართვას შეუწყოს ხელი.</p>	<p>სავალდებულო</p>	<p>5</p>	<p>V</p>

<p>დარგობრივი PR I: კორპორაციული კომუნიკაცია</p>	<p>პიარ სპეციალობა კომპლექსური დარგია, რომელიც გულისხმობს როგორც ზოგადად თანამედროვე კომუნიკაციის საშუალებების პროფესიულ დონეზე ცოდნას, აგრეთვე, იმ სფეროს სპეციფიკის სიღრმისეულ ცოდნას, რომელშიც უშუალოდ ხორციელდება პიარი.</p> <p>კორპორაციული კომუნიკაცია წარმოადგენს საზოგადოებასთან ურთიერთობების ისეთ დარგს, რომელიც კონცენტრირებულია კერძო სექტორზე, მეწარმეობაზე, ბიზნესზე და საქმეწარმოების საკომუნიკაციო ასპექტებზე. დღეს საზოგადოებასთან ურთიერთობების ამ მიმართულებას თანამედროვე ბიზნეს სამყაროში კორპორაციულ კომუნიკაციას უწოდებენ.</p> <p>კომპანიის ან კორპორაციის საქმიანობა ხშირად საჭიროებს გამჭვირვალობის გარკვეულ ხარისხს, ნდობას იმ სამიზნე აუდიტორიების მხრიდან, რომელთანაც კომპანიას ან კორპორაციას აქვს ურთიერთობა.</p> <p>კომპანიის და მისი პარტნიორების და კლიენტების ურთიერთობები ორმხრივი პროცესია, რომლის ეფექტურობა პირდაპირ უკავშირდება კომპანიის მომავალ წარმატებას ან წარუმატებლობას. გამჭვირვალობა და ნდობა მოიპოვება სწორად დაგეგმილი და განხორციელებული კომუნიკაციების შემთხვევაში. ყოველ კომპანიას თუ კორპორაციას უნდა ჰქონდეს კარგად გააზრებული და დაგეგმილი საკომუნიკაციო გეგმა/სტრატეგია, რომ უზრუნველყოს წარმატებული საქმიანობა მომავალში და თავი აარიდოს შესაძლო ფიასკოებს.</p>	<p>სავალდებულო</p>	<p>5</p>	<p>V</p>
<p>ბრენდის მართვა</p>	<p>მოცემული კურსი მოიცავს იმ სტრატეგიების შესწავლას რომლების აუცილებელია ბრენდის შექმნის, განვითარებისა და შენარჩუნებისათვის. სტუდენტებს კურსის ფარგლებში საშუალება ეძლევათ შეისწავლონ ის ძირითადი კონცეფციები, პრინციპები და ხელსაწყოები რომლებიც საჭიროა ბრენდის მართვისათვის. სტუდენტები ასევე შეისწავლიან როგორ განავითარონ მარკეტინგული კომპლექსი ბრენდისათვის, ბრენდის ტესტირებას შემუშავებულ მარკეტინგულ კომპლექსთან ერთად, მის წარდგენას ბაზარზე ასევე მარკეტინგული კომპლექსის ელემენტებთან ერთად და ბრენდის შემდგომ მონიტორინგს ბაზარზე.</p>	<p>სავალდებულო</p>	<p>5</p>	<p>V</p>

<p>იმიჯის შექმნა</p>	<p>აღნიშნული კურსი მოიცავს ისეთ საკითხებს, როგორც არის იმიჯი. პიროვნული და კორპორატიული იმიჯი. ეფექტური კომუნიკაცია. ლიდერის სხვადასხვა ტიპი და შესაბამისი იმიჯი. სხეულის ენა. მოძრაობის პლასტიკა, ჟესტიკულაცია და ტემპერამენტის ტიპები.</p>	<p>სავალდებულო</p>	<p>5</p>	<p>V</p>
<p>მენეჯმენტის კონცეფციები</p>	<p>კურსი იძლევა შესაძლებლობას სტუდენტები გაერკვნენ ინდივიდის ძლიერ და სუსტ მხარეებში. შეეცადონ გამოასწორონ ნაკლოვანებები და აირჩიონ შესაფერისი ურთიერთობის სტრატეგიები ორგანიზაციაში, რათა გახდნენ უფრო ეფექტური თანამშრომლები. განხილულია ინდივიდის ორგანიზაციაში ქცევის როგორც მიკრო ასევე მაკრო ასპექტები. ძირეულ თემებს წარმოადგენს: სამსახურით კმაყოფილება, მოტივაცია, სამართლიანობა, სამუშაოს შესრულება და ნდობა. აგრეთვე, საგანი სტუდენტს აძლევს საშუალებას გააცნობიერონ ორგანიზაციული მმართველობა სხვადასხვა მეთოდის საშუალებით, ძირითადად ქეისებისა და გუნდური მუშაობის საუძველზე.</p>	<p>სავალდებულო</p>	<p>5</p>	<p>V</p>

<p>გეოპოლიტიკა, შესავალი</p>	<p>მსოფლიოს პოლიტიკური ისტორიის ძირითად მამოძრავებელ ძალას საერთაშორისო პოლიტიკური კონკურენცია წარმოადგენს. რაც უფრო მასშტაბურია საერთაშორისო კონკურენცია, მით უფრო მეტ მნიშვნელობას იძენს მისი გეოგრაფიული ფაქტორები - მდებარეობა, მანძილი, რელიეფი, ბუნებრივი რესურსები, ტერიტორიისა და აქვატორიის ფართობი, პოლიტიკური რუკა, ძალაუფლების სივრცითი განაწილება, სახელმწიფოთა ავტორიტეტი და სხვ. ამ ფაქტორების გათვალისწინებისა და გამოყენების უნარი მნიშვნელოვანწილად განსაზღვრავს ერების საერთაშორისო პოლიტიკურ კონკურენტუნარიანობას. ეს განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია თანამედროვე მსოფლიოში, რომელშიც მკაფიოდ გამოიკვეთა პოლიტიკის, ეკონომიკის, კულტურათა ურთიერთზემოქმედების, ურთიერთშეღწევისა და, იმავდროულად, საყოველთაო კონკურენციის ტენდენციები. ამ პირობებში საქართველოს, ქვეყნის, რომელიც ოც წელზე ცოტა მეტია რაც გამოვიდა საერთაშორისო ასპარეზზე, უპირველესი ამოცანაა საგარეო საფრთხეების აცილება, კონკურენტუნარიანობის გაძლიერება და სახელმწიფოებრივი იმიჯის ამაღლება.</p> <p>სასწავლო კურსის ძირითადი თემატიკა მოიცავს გეოპოლიტიკის ძირითადი ცნებებს, თეორიებსა და მიმართულებებს, ისტორიულ და თეორიულ წინამძღვრებს და თანამედროვე გეოპოლიტიკური ტრანზიციის საკითხებს.</p> <p>სახელმწიფოთა კონკურენტუნარიანობის ფაქტორებს შორის მნიშვნელოვანი ადგილი უჭირავს სახელმწიფოთა უნარს სათანადოდ წარადგინონ საკუთარი თავი და ქმედებები საერთაშორისო ასპარეზზე, დაიცვან საკუთარი ღირსება და რეპუტაცია, უზრუნველყოს საინფორმაციო უსაფრთხოება. „საზოგადოებასთან ურთიერთობების“ სპეციალობისათვის განსაზღვრული „გეოპოლიტიკის“ სასწავლო კურსში, რომელსაც წარმოადგენს წინამდებარე სილაბუსი, ამ საკითხებს განსაკუთრებული ყურადღება ეთმობა.</p>	<p>არჩევითი</p>	<p>5</p>	<p>V</p>
<p>საერთაშორისო მარკეტინგი</p>	<p>ამ კურსი მიზანია სტუდენტები გააცნონ მარკეტინგის წარმოების თავისებურებების საერთაშორისო ბაზრებზე. კურსის დასრულების შემდეგ სტუდენტებს შესაძლებლობა ექნებათ: შეაფასონ გლობალური ეკონომიკური და სავაჭრო გარემო; სხვადასხვა ქვეყნების სოციალური, კულტურული, პოლიტიკურ, იურიდიული მახასიათებლები; დაინახონ რა თავისებურებებით გამოირჩევა მარკეტინგული მიქსის წარმოება გლობალიზაციის პირობებში, შეაფასონ საერთაშორისო ბაზრების შეღწევის სტრატეგიები და ელექტრონული მარკეტინგის წარმოების საკითხები.</p>	<p>არჩევითი</p>	<p>5</p>	<p>V</p>

<p>ფრანგული ენა ა1/0 ფრანგული ენა ბ1/0</p>	<p>ფრანგული ენის სწავლების I სემესტრში ფრანგული ენა ისწავლება ზოგადად. კურსის მიზანია განუვითაროს სტუდენტს წერის, კითხვის, მოსმენის და საუბრის ჩვევები. ძირითადი ლექსიკური ერთეულების შესწავლა ხდება ყოფით და ინფორმაციული ხასიათის ტექსტებზე დაყრდნობით, დიდი ყურადღება ეთმობა ლექსიკის ათვისებას და მის გამოყენებას დიალოგურ მეტყველებაში. განსაკუთრებით აქტუალურია ფრაზების შედგენა შესწავლილი გრამატიკული და ლექსიკური კონსტრუქციებით და მათი პრაქტიკულად გამოყენება, საუბარი ელემენტარულ ყოფით თემებზე.</p>	<p>არჩევითი</p>	<p>5</p>	<p>V</p>
<p>გერმანული ენა ა1/0 გერმანული ენა ბ1/0</p>	<p>მოცემული სალექციო კურსი წარმოადგენს გერმანულის, როგორც (მეორე) უცხო ენის, ექვსსემესტრიანი პრაქტიკული კურსის პირველ ეტაპს. სწორედ ამ ეტაპზე იქმნება ის საფუძველი, რომელიც ყოველი მომდევნო საფეხურის წარმატებულად გავლის წინაპირობად ითვლება. ზოგადი თვალსაზრისით, მოცემული კურსი ორიენტირებულია თანამედროვე შრომის ბაზრის მოთხოვნებზე, სადაც ორი და მეტი უცხო ენის ფლობა სპეციალისტის კვალიფიციურობის ერთ-ერთ განმსაზღვრელ კრიტერიუმად განიხილება. სრული სალექციო კურსის, რომელიც ორ სემესტრს მოიცავს, წარმატებით გავლის შემთხვევაში კურსდამთავრებული ექნება სათანადო ენობრივი კომპეტენცია იმისთვის, რომ აიღოს A1 დონის (შეფასების ზოგადევროპული ერთიანი ჩარჩო) დამადასტურებელი სერტიფიკატი.</p>	<p>არჩევითი</p>	<p>5</p>	<p>V</p>
<p>ესპანური ენა ა1/0 ესპანური ენა ბ1/0</p>	<p>მოცემული სალექციო კურსი წარმოადგენს ესპანურის, როგორც (მეორე) უცხო ენის, ექვსსემესტრიანი პრაქტიკული კურსის პირველ ეტაპს. სწორედ ამ ეტაპზე იქმნება ის საფუძველი, რომელიც ყოველი მომდევნო საფეხურის წარმატებულად გავლის წინაპირობად ითვლება. ზოგადი თვალსაზრისით, მოცემული კურსი ორიენტირებულია თანამედროვე შრომის ბაზრის მოთხოვნებზე, სადაც ორი და მეტი უცხო ენის ფლობა სპეციალისტის კვალიფიციურობის ერთ-ერთ განმსაზღვრელ კრიტერიუმად განიხილება. სრული სალექციო კურსის, რომელიც ორ სემესტრს მოიცავს, წარმატებით გავლის შემთხვევაში კურსდამთავრებული ექნება სათანადო ენობრივი კომპეტენცია იმისთვის, რომ აიღოს A1 დონის (შეფასების ზოგადევროპული ერთიანი ჩარჩო) დამადასტურებელი სერტიფიკატი.</p>	<p>არჩევითი</p>	<p>5</p>	<p>V</p>

<p>დარგობრივი PR 2: სამთავრობო და არასამთ. ორგანიზაციებში</p>	<p>არასამთავრობო და სამთავრობო სექტორების საქმიანობის სფერო და პრიორიტეტები განსხვავდებიან ერთმანეთისაგან, თუმცა ურთიერთამოკიდებული სექტორებია. არასამთავრობო სექტორის პიარი სპეციფიურია და განსხვავებულია სხვა პიარ დარგებისაგან იმ თვალსაზრისით, რომ აქ პრიორიტეტული საკომუნიკაციო სფერო “ფანდრაიზინგია” (სახსრების მოძიება). არაკომერციულ, არასამთავრობო ინსტიტუციებს, თავისი საქმიანობის მიმართულებიდან გამომდინარე უნდა ჰქონდეთ ძალიან მკაფიოდ ჩამოყალიბებული საკომუნიკაციო-პიარ გეგმა და სტრატეგია რომელიც მუდმივად მოიაზრებს 3 ძირითად სამიზნე აუდიტორიას: სახელმწიფო სტრუქტურებს, მედიის საშუალებებსა და იმ სოციალურ ჯგუფებს, რომელთა ინტერესების დაცვას უზრუნველყოფენ არაკომერციული და არასამთავრობო ორგანიზაციები. სამთავრობო სტრუქტურების და ინსტიტუციების პიარ პრიორიტეტები და ვექტორები განსხვავდებიან არასამთავრობო პიარისაგან. აქ მთავარი ვექტორი და ე.წ. „სამიზნე აუდიტორია“ ქვეყნის მოსახლეობა და საზოგადოება არის. სამთავრობო სტრუქტურების პიარ სამსახურების ამოცანას უპირველეს ყოვლისა წარმოადგენს ინფორმაციის მაქსიმალური საჯაროების და გამჭვირვალობის უზრუნველყოფა და სამთავრობო სექტორსა და საზოგადოებას შორის ეფექტური კომუნიკაციის დამყარება.</p>	<p>სავალდებულო</p>	<p>5</p>	
<p>რეკლამის თეორია და პრაქტიკა</p>	<p>მოცემული კურსის განმავლობაში სტუდენტი მიიღებს საბაზისო ცოდნას რეკლამის, როგორც მარკეტინგის ინსტრუმენტის შესახებ. სტუდენტები გამოიმუშავენ უნარ-ჩვევებს ეფექტური სარეკლამო კამპანიის შესაქმნელად – შეისწავლიან სამიზნე სემენტის განსაზღვრას და მასთან მუშაობას, ეფექტიან კომუნიკაციას, კრეატიულ მიდგომას რეკლამისადმი და ოპტიმალური მედია-საშუალების შერჩევას. მოცემული სასწავლო კურსის მიზანია სტუდენტებს შეუქმნას ზოგადი წარმოდგენა რეკლამის შესახებ, იმ ამოცანებისა და პრობლემების შესახებ, რომლებსაც ყოველდღიურ მუშაობაში აწყდებიან რეკლამის პროფესიონალები საქართველოში.</p>	<p>სავალდებულო</p>	<p>5</p>	<p>VI</p>
<p>ფსიქოლინგვისტიკის საფუძვლები (NLP)</p>	<p>აღნიშნული კურსი მოიცავს ისეთ საკითხებს, როგორც არის ეფექტური კომუნიკაცია, კომუნიკაციის ოქროს წესები. აღქმის ფილტრები და აღქმის 3 პოზიცია. კალიბლირება, სხეულის ენა, მიმიკა და ექსტიკულაცია. მეტამოდელი. ლოგიკური დონეები და მისი მნიშვნელობა ეფექტურ კომუნიკაციაში. წარმატების ფსიქოლოგია. ტყუილის ფსიქოლოგია. მოდელი TOTE, SCORE. მიერთება, რაპორტი.</p>	<p>სავალდებულო</p>	<p>5</p>	<p>VI</p>

<p>PR პროექტების მენეჯმენტი</p>	<p>კურსი ყურადღებას ამახვილებს წარმატებული პროექტების მენეჯერის უნარებზე იმისთვის, რომ წარმართოს და გამოიმუშავოს მენეჯერული უნარ-ჩვევები, აუცილებელი პიარ სპეციალისტისათვის, უშუალოდ, პიარ პროექტების მართვის (მენეჯმენტის) განხრით.</p> <p>სასწავლო კურსი სტრუქტურირებულია ისე, რომ მომავალი პიარ სპეციალისტი დაეუფლოს სტრატეგიული აზროვნების და სტრატეგიული დაგეგმარების უნარ-ჩვევებს, მეთოდებს, ტექტიკას, რაც ნებისმიერი კომპანიისა თუ ორგანიზაციის რეპუტაციის და ზოგადად, წარმატებული მართვისათვის სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანია.</p> <p>სტრატეგიული მიდგომა პიარ პროექტების მართვაში მნიშვნელოვანია, რომ კომპანიამ თუ ორგანიზაციამ კრიზისულ ვითარებებს აარიდოს თავი, ან უმტკივნეულოდ გადალახოს ისინი, მათი წარმოშობის შემთხვევაში. ამიტომ, სტუდენტი, კურსის მსვლელობის დროს პიარ პროექტების არა მხოლოდ მართვის სტრატეგიულ მხარეებს, არამედ ზოგადად, ანტიკრიზისული კომუნიკაციების მეთოდებს შეისწავლის.</p> <p>გარდა ამისა, განხილული იქნება პროექტების მართვის სიღრმისეული პრინციპები: პროექტის სასიცოცხლო ციკლის შესწავლა, მაკონტროლებელი მექანიზმები, ეფექტური ბიუჯეტის დასახვა, ანგარიშების შედგენა, შესაფერისი ინსტრუმენტების გამოყენება. კურსის განმავლობაში წარმოდგენილი მაგალითები შეეხება თანამედროვე გარემოსა და რეალურ პრობლემებს, მოქმედ კომპანიებსა თუ სხვა საერთაშორისო ბაზარზე მოქმედ ორგანიზაციებს.</p>	<p>სავალდებულო</p>	<p>5</p>	<p>VI</p>
---------------------------------	---	--------------------	----------	-----------

<p>სოციალური მედია</p>	<p>მოცემული კურსის განმავლობაში სტუდენტები შეისწავლიან ახალი მედიისა და ონლაინ კომუნიკაციის საფუძვლებს; მიღებენ ტრადიციული და ციფრული ტენოლოგიების გაერთიანების შედეგად წარმოქმნილ ახალ მედია საშუალებებს თანამუშაობის გამოცდილებას.</p> <p>სტუდენტები მიიღებენ პრაქტიკულ ცოდნას, ვიზუალური და აუდიო ინფორმაციის შექმნასა და მათ ვებ-გვერდზე განთავსებაში. ონლაინ კონტენტის შემდგომ მართვაში.</p> <p>სტუდენტები შეისწავლიან კითხვადი და ეფექტური, მედია პროდუქტის შექმნისა და ონლაინ ტრესურსის რეიტინგის ამალგების საშუალებებს. სასწავლო პროცესის მსვლელობისას ყურადღება გამახვილდება ინტერნეტისთვის წერის სპეციფიკაზე.</p> <p>საგანი მორგებულია სტუდენტის პროფესიულ ინტერესებზე და ინდივიდუალური პროექტების განხორციელების გზით ცოდნის გაღმავების საშუალებას იძლევა.</p>	<p>სავალდებულო</p>	<p>5</p>	<p>VI</p>
------------------------	---	--------------------	----------	-----------

<p>ნეიროფიზიოლოგია</p>	<p>ფსიქიკური პროცესების მაორგანიზებელი და მაკონტროლებელი ორგანო ცენტრალური ნერვული სისტემაა. ფსიქიკური პროცესების, ასევე ფსიქიკური მდგომარეობის აღმოცენების, მიმდინარეობა/განვითარებისა და ფსიქიკური პროცესების დარღვევათა კანონზომიერებების ანალიზი უცილობლად მოითხოვს ცენტრალური ნერვული სისტემის ფუნქციური ორგანიზაციის იმ ფუნდამენტური პრინციპების ცოდნას, რასაც ნეირომეცნიერების ერთ-ერთი მიმართულება – ნეიროფიზიოლოგია – შეისწავლის. შესაბამისად, ფსიქიკური პროცესების ნეიროფიზიოლოგიური მექანიზმების საფუძვლიანი ცოდნის გარეშე ძნელი წარმოსადგენია თანამედროვე მოთხოვნათა შესაბამისი ფსიქოლოგიის მომზადება. შესაბამისად, კურსი მიზნად ისახავს კონტექსტუალური საფუძვლების შექმნას სასწავლო პროგრამით გათვალისწინებული დისციპლინების ასათვისებლად.</p> <p>ნეიროფიზიოლოგიის კურსის ფარგლებში სტუდენტები შეისწავლიან როგორც ნერვული სისტემისა და მისი ძირითადი მორფოლოგიურ-ფუნქციური ერთეულის, ნეირონის, ფუნქციონირების ზოგად კანონზომიერებებს, ისე ფსიქიკური პროცესების საფუძვლად მდებარე ნეიროფიზიოლოგიურ მექანიზმებს. კერძოდ, კურსით გათვალისწინებულია შემდეგი საკითხების სწავლება: ნერვული უჯრედის მოქმედების კანონზომიერებები, აგზნების წარმოშობა და გატარება ნერვულ ბოჭკოში, აგზნების გადაცემის მექანიზმები უჯრედებს შორის, ანუ სინაფსური გადაცემა, ცენტრალური ნერვული სისტემის მაკოორდინირებელი მოქმედების მექანიზმები, ემოციებისა და ძილ-ღვიძილის ციკლის ნეიროფიზიოლოგიური საფუძვლები, დასწავლისა და მეხსიერების ფორმები, ტკივილის ნეიროფიზიოლოგიური მექანიზმები.</p> <p>ნეირომარკეტინგი მარკეტინგის ახალი განშტოებაა, რომელიც ეფუძნება ნეიროფიზიოლოგიის და ზოგადად ნეირომეცნიერების ცოდნას. ნეირომარკეტინგი გამოიყენება სამომხმარებლო ქცევების შესასწავლად და ადამიანის ნეიროფიზიოლოგიის და მისი როგორც მყიდველის გემოვნების და სამომხმარებლო ჩვევებს შორის კანონზომიერებებისა და ურთიერთკავშირის დასადგენად.</p> <p>ნეიროფიზიოლოგიის კურსის მიზანია, მომავალ პიარ სპეციალისტებს ნეირომეცნიერების ცოდნით გზა მარკეტინგისა და პიარის ახალ სფეროში-ნეირომარკეტინგში გაუკვალოს.</p>	<p>არჩევითი</p>	<p>5</p>	<p>VI</p>
------------------------	--	-----------------	----------	-----------

ენის სოციოლოგია	ენის სოციოლოგია შეისწავლის ენას, როგორც ურთიერთობის საშუალებას, ენის არსსა და მისი ძირითად ფუნქციებს; ენას, როგორც კვლევის შესწავლის ობიექტს სხვადასხვა მეცნიერებებში; ენისა და საზოგადოების, ენისა და აზროვნების მიმართებებს, ენის სოციალური ბუნებას; ენას, როგორც რეალობის გამოხატვის საშუალებას. საგნის შესწავლის ძირითადი ფოკუსებია სოციოლინგვისტიკური პრობლემები. კურსი სექნება ისეთ საკითხებს, როგორცაა: სოციოლინგვისტიკის ძირითადი ცნებები, ენის სოციალური ინტეგრაცია და ინტერფერენცია, ბილინგვიზმი, ენის სოციალური ვარიეტულობა და ენის სოციალური დიფერენციაცია, ენათა კლასიფიკაციის ფორმები და საფუძვლები, ენების სოციოლინგვისტიკური ტიპოლოგია, სოციოლინგვისტიკური ნორმის პრობლემა, ენობრივი პოლიტიკა, სოციოლინგვისტიკური კვლევის მეთოდები.	არჩევითი	5	VI
ფრანგული ენა ა1 ფრანგული ენა ბ1	ფრანგული ენის სწავლების II სემესტრში ფრანგული ენა ისწავლება ზოგადად. კურსის მიზანია განუვითაროს სტუდენტს წერის, კითხვის, მოსმენის და საუბრის ჩვევები. ძირითადი ლექსიკური ერთეულების შესწავლა ხდება ყოფით და ინფორმაციული ხასიათის ტექსტებზე დაყრდნობით, დიდი ყურადღება ეთმობა ლექსიკის ათვისებას და მის გამოყენებას დიალოგურ მეტყველებაში. განსაკუთრებით აქტუალურია ფრაზების შედგენა შესწავლილი გრამატიკული და ლექსიკური კონსტრუქციებით და მათი პრაქტიკულად გამოყენება, საუბარი ელემენტარულ ყოფით თემებზე.	არჩევითი	5	VI
გერმანული ენა ა1 გერმანული ენა ბ1	მოცემული სალექციო კურსი წარმოადგენს გერმანულის, როგორც (მეორე) უცხო ენის, ექვსსემესტრიანი პრაქტიკული კურსის მეორე ეტაპს. კურსის ფარგლებში სტუდენტები გაიმყარებენ პირველი სემესტრის განმავლობაში შეძენილ უნარ-ჩვევებს და მიიღებენ იმ ენობრივ ცოდნას, რომელიც სრულად შეესაბამება A1 დონეს (შეფასების ზოგადევროპული ერთიანი ჩარჩო). ზოგადი თვალსაზრისით, მოცემული კურსი ორიენტირებულია თანამედროვე შრომის ბაზრის მოთხოვნებზე, სადაც ორი და მეტი უცხო ენის ფლობა სპეციალისტის კვალიფიციურობის ერთ-ერთ განმსაზღვრელ კრიტერიუმად განიხილება. სრული სალექციო კურსის წარმატებით გავლის შემთხვევაში კურსდამთავრებული ექნება სათანადო ენობრივი კომპეტენცია იმისთვის, რომ აიღოს A1 დონის დამადასტურებელი სერტიფიკატი.	არჩევითი	5	VI

<p>ესპანური ენა ა1 ესპანური ენა ბ1</p>	<p>მოცემული სალექციო კურსი წარმოადგენს ესპანურის, როგორც (მეორე) უცხო ენის, ექვსსემესტრიანი პრაქტიკული კურსის მეორე ეტაპს. კურსის ფარგლებში სტუდენტები გაიმყარებენ პირველი სემესტრის განმავლობაში შეძენილ უნარ-ჩვევებს და მიიღებენ იმ ენობრივ ცოდნას, რომელიც სრულად შეესაბამება A1 დონეს (შეფასების ზოგადევროპული ერთიანი ჩარჩო). ზოგადი თვალსაზრისით, მოცემული კურსი ორიენტირებულია თანამედროვე შრომის ბაზრის მოთხოვნებზე, სადაც ორი და მეტი უცხო ენის ფლობა სპეციალისტის კვალიფიციურობის ერთ-ერთ განმსაზღვრელ კრიტერიუმად განიხილება. სრული სალექციო კურსის წარმატებით გავლის შემთხვევაში კურსდამთავრებული ექნება სათანადო ენობრივი კომპეტენცია იმისთვის, რომ აიღოს A1 დონის დამადასტურებელი სერტიფიკატი.</p>	<p>არჩევით ი</p>	<p>5</p>	<p>VI</p>
<p>ლონისძიებების დაგეგმვა და მართვა (Event Management)</p>	<p>ლონისძიებების დაგეგმვისა და მართვის კურსი მოიცავს თეორიულ და პრაქტიკულ სწავლებას. სტუდენტი შეისწავლის ლონისძიებების დაგეგმვისა და მართვის მთლიან ციკლს, რომელიც მოიცავს საკითხის (ლონისძიების) იდენტიფიცირება-განალიზებას, ეფექტურ დაგეგმარებას, კოორდინაციას და კონტროლს. კურსი დაეხმარება მსმენელებს ლონისძიებების დაგეგმვის და მართვის ეფექტური უნარების გამომუშავება-განვითარებაში.</p>	<p>სავალდებულო</p>	<p>5</p>	<p>VII</p>
<p>დარგობრივი PR 3: პოლიტიკური პიარი</p>	<p>კურსის განსახილველი თემებია: PR, როგორც პოლიტიკური პროცესების ძირითადი შემდგენელი; PR სტრატეგია პოლიტიკურ პროცესებში; საარჩევნო სტრატეგიები, ელექტორალური მოდელები; სტრატეგიის განსაზღვრის კომპონენტები; სტრატეგიის ჩამოყალიბება, მიმდინარეობა, გეგმა; კვლევის ანალიზის ფსიქოლოგიური პროექტირების მეთოდები; PR -ის ტაქტიკური ამოცანები საარჩევნო პროცესში. პოლიტიკური PR -ის ძირითადი მიმართულებები, ეტაპები. საარჩევნო კამპანიის მართვის პროექტირება. პოლიტიკური ორგანიზაციების ჩამოყალიბება და ეფექტური ფუნქციონირება საზოგადოებასთან ურთიერთობის თვალსაზრისით.</p>	<p>სავალდებულო</p>	<p>5</p>	<p>VII</p>

<p>ლიდერობის ფსიქოლოგია</p>	<p>კურსი ეძღვნება სოციალური ფსიქოლოგიის ერთ-ერთ ცენტრალურულ სფეროს – ლიდერობის ფსიქოლოგიას. ლიდერობა გულისხმობს დომინირება-დაქვემდებარების, გავლენისა და გაყობის ურთიერთობებს ადამიანთა შორის სხვადასხვა ჯგუფებში. ლიდერობის ფსიქოლოგია სხვადასხვა სახის ლიდერებს სწავლობს – როგორც ოფიციალურს (ხელმძღვანელებს), ისე არაფორმალურს, მცირე (ოჯახი, სამეგობრო) და დიდი (ფირმა, საზოგადოებრივი ორგანიზაცია, პოლიტიკური პარტია) ჯგუფის ლიდერებს, აგრეთვე კულტურის, ეკონომიკის, პოლიტიკის, კრიმინალური სამყაროს ლიდერებს და სხვ. კურსის ფარგლებში სტუდენტები გაეცნობიან ლიდერობის ფენომენის მეცნიერული შესწავლის ისტორიასა და თანამედროვე თეორიულ მიდგომებს, კერძოდ, ისეთისა, როგორიცაა „ხედვა“, ლიდერის სტრატეგიული როლი და სხვ. გათვალისწინებულია შემდეგი საკითხების შესწავლა: ლიდერობის სტრუქტურულ-დინამიკური მახასიათებლები, ამ მახასიათებლების კავშირი ინდივიდუალური, ჯგუფური, ორგანიზაციული ქცევის სხვადასხვა ასპექტებთან, ჰარიზმის ცნება, ლიდერ-ქალსა და ლიდერ-მამაკაცს შორის განსხვავება. განსაკუთრებული ყურადღება დაეთმობა ორგანიზაციული და პოლიტიკური ლიდერობის, აგრეთვე მენეჯერული ქცევის სხვადასხვა მოდელებსა და სხვადასხვა გამოყენებითი ხასიათის ემპირიულ კვლევას. ამასთანავე, ნებისმიერი გამოყენებითი ხასიათის დარგის ძირითადი მიზანია პრაქტიკული ამოცანებს გადაწყვეტა, ამიტომ კურსის ფარგლებში განსაკუთრებული ყურადღება ეთმობა ლიდერობის ფენომენის კვლევის მეთოდებს, რათა სტუდენტს შეუმუშავდეს ისეთი უნარ-ჩვევები, რომლებიც ხელს შეუწყობს მიღებული ცოდნის ადეკვატურ გამოყენებას პრაქტიკაში, განუვითარდეს მას პრობლემური საკითხების გადაჭრის გზების მოძიების უნარს.</p>	<p>სავალდებულო</p>	<p>5</p>	<p>VII</p>
-----------------------------	---	--------------------	----------	------------

<p>სოციალური გავლენა</p>	<p>კურსის მიზანია სტუდენტს გააცნოს და შეასწავლოს სოციალური გავლენის ფენომენი, საზოგადოებაში მოქმედი სხვადასხვა სოციალური ინსტიტუტის, როლოური და ნორმატიული სისტემის ადამიანზე ზემოქმედების კანონზომიერებანი, სოციალურ გარემოში ადამიანის მაინტეგრირებელი პირობების ბუნება. სტუდენტები დაეუფლებიან საბაზისო ცოდნას პირდაპირი და არაპირდაპირი გავლენის ძირითად პრინციპებზე, აითვისებენ სოციალური ურთიერთქმედების ძირითად ცნებებს, გაეცნობიან სოციალური გავლენის სფეროში არსებულ კვლევებსა და მიმართულებებს. განსაკუთრებული ყურადღება დაეთმობა ამ სფეროში არსებული თეორიული და ექსპერიმენტული კვლევების შესწავლას. საგანგებოდ იქნება განხილული უმრავლესობისა და უმცირესობის გავლენის ძალის ბუნება, რომლის გარეშეც შეუძლებელია პიროვნებისა და სოციალური პროცესების გაგება და მართვა. კურსდამთავრებული შეძლებს დარგის ძირითადი პრინციპებისა და საერთაშორისო სტრანდარტების მოთხოვნათა გაცნობიერებას, მას შეუმუშავდება ისეთი უნარები, რომლებიც ხელს შეუწყობს მიღებული ცოდნის ადეკვატურ გამოყენებას პრაქტიკაში. ნებისმიერი გამოყენებითი ხასიათის დარგის ძირითადი მიზანია მიღებული ცოდნის პრაქტიკულად გამოყენების უნარი, ამიტომ კურსის ფარგლებში განსაკუთრებული ყურადღება ეთმობა საორგანიზაციო მოვლენების კვლევის მეთოდებს, რათა სტუდენტს, განუვითარდეს სხვა ადამიანთან კორექტული ურთიერთობებისა და კომუნიკაციის უნარი, აგრეთვე დარგთაშორისი პრობლემური საკითხების გადაჭრის გზების მოძიების უნარი. კურსის გავლის შემდეგ სტუდენტებს შეეძლებათ გავლენის ფსიქოლოგიის უმნიშვნელოვანესი პრობლემებისა და პერსპექტივების ნათლად გამოკვეთა, ამ დარგის სხვა დისციპლინებთან (სოციალური პედაგოგიკა, ფსიქიატრია და სხვ.) კავშირების დადგენა. ისინი ისწავლიან და შეძლებენ საკუთარი ქცევის მართვას, ყოფით ურთიერთობათა დარეგულირებას, გავლენის ფსიქოლოგიის, როგორც მეცნიერების გამოყენებითი დარგის, თანამედროვე პოლიტიკურ ცხოვრებაში მნიშვნელობის განსაზღვრას, ხელმძღვანელის დახმარებით ტიპობრივი პრაქტიკული ამოცანების გადაწყვეტას.</p>	<p>არჩევითი</p>	<p>5</p>	<p>VII</p>
--------------------------	---	-----------------	----------	------------

ეთნოფსიქოლოგია	<p>ეთნოფსიქოლოგია ინტერდისციპლინური დარგია, რომელიც წარმოიქმნა სოციალური ფსიქოლოგიის, კულტუროლოგიის, ფილოსოფიის, სოციოლოგიისა და ეთნოგრაფიის მიჯნაზე. ეთნოფსიქოლოგია სწავლობს სხვადასხვა ეთნიკური ერთობის წარმომადგენელთა ხასიათისა და ფსიქიკის ეროვნულ თავისებურებებს და ამჟამად ერთ-ერთი ყველაზე ახალი, რთული და პერსპექტიული დარგია. კურსის ფარგლებში სტუდენტი გაეცნობა ამ სფეროში დაგროვილ ცოდნას – კროს-კულტურული ფსიქოლოგიის ისტორიას, კროს-კულტურულ მიდგომას და თანამედროვე ეთნოფსიქოლოგიური სკოლების მონაპოვარს, გაერკვევა ეთნოფსიქოლოგიის არსში, გაცნობიერებს ადამიანის ფსიქიკისა და ქცევის კულტურულ განპირობებულობას, რაც, თავის მხრივ, დაეხმარება მას ზოგადფსიქოლოგიური ცოდნის ჩამოყალიბებაში. კურსის მიზანია ისეთი თეორიული ცოდნის მოწოდება და შესაბამისი უნარ-ჩვევებს შემუშავება, რაც აუცილებელია ისეთი ეთნოფსიქოლოგიური პროცესების გაცნობიერებისა და ანალიზისათვის, როგორიცაა ეთნიკური იდენტურობა, განსხვავებული ეთნიკური ჯგუფების მიერ ურთიერთაღქმის თავისებურებები, ეთნიკური სტერეოტიპების შექმნა, კულტურული კონტექსტის გავლენა სოციალიზაციის პროცესში. მიღებული ცოდნა და უნარ-ჩვევები დაეხმარება სტუდენტს ისეთი კომპეტენციის მიღწევაში, როგორიცაა ეთნიკური კონფლიქტების წარმოქმნის, მიმდინარეობისა და მოწესრიგების რესურსების წვდომა და ანალიზი.</p>	არჩევითი	5	VII
წერა საერთაშორისო მედიისთვის	<p>კურსის მიზანია მსმენელებს გამოუმუშაოს ზეპირი და წერიტი კომუნიკაციის უნარ-ჩვევები საერთაშორისო მედია სივრცეში ეფექტური მუშაობისთვის. კურსის განმავლობაში სტუდენტები განსაკუთრებულად იმუშავებენ ინგლისურ ენაზე პროფესიულ წერით უნარებზე, როგორც ჟურნალისტიკაში, ასევე საზოგადოებასთან ურთიერთობის მიმართულებით.</p>	არჩევითი	5	VII

<p>ფრანგული ენა ა2/0 ფრანგული ენა ბ2/0</p>	<p>მოცემული სალექციო კურსი ორიენტირებულია ფრანგული ენის საერთო ევროპული ჩარჩოს მიხედვით A2 დონის შესწავლაზე. კურსის თემატიკა მრავალფეროვანია და მოიცავს თანამედროვე ცხოვრების მნიშვნელოვან ასპექტებს, რაც სტუდენტებს მისცემს ინტერკულტურულ გარემოში წარმატებული ორიენტაციისა და კომუნიკაციის საშუალებას. სტუდენტები სწავლობენ ისეთ თემებს, როგორცაა: პირადი და პროფესიული ცხოვრება, მოგზაურობა, კულტურა და მედია. კურსი გულისხმობს მარტივი ლიტერატურული, ოფიციალური ტექსტების, საგაზეთო სტატიების კითხვას; აზრის წერილობით გადმოცემის უნარის ჩამოყალიბებას. კურსით გათვალისწინებული სიტუაციური, ინტერაქტიური თამაშები და პრეზენტაციები კი ხელს უწყობს სტუდენტების არგუმენტირებული მსჯელობის უნარის განვითარებას.</p>	<p>არჩევით ი</p>	<p>5</p>	<p>VII</p>
<p>გერმანული ენა ა2/0 გერმანული ენა ბ2/0</p>	<p>მოცემული სალექციო კურსი წარმოადგენს გერმანულის, როგორც (მეორე) უცხო ენის, ექვსსემესტრიანი პრაქტიკული კურსის მესამე ეტაპს. კურსის ფარგლებში სტუდენტები გაიუმჯობესებენ უკვე შეძენილ ელემენტარულ ენობრივ უნარ-ჩვევებს და შეიძენენ დამატებით გრამატიკულ თუ ლექსიკურ ცოდნას, რომელიც მათ შედარებით კომპლექსურ კომუნიკაციურ სიტუაციაში შესაბამისი ენობრივი აქტივობის რეალიზების საშუალებას მისცემს. ზოგადი თვალსაზრისით, მოცემული კურსი ორიენტირებულია თანამედროვე შრომის ბაზრის მოთხოვნებზე, სადაც ორი და მეტი უცხო ენის ფლობა სპეციალისტის კვალიფიციურობის ერთ-ერთ განმსაზღვრელ კრიტერიუმად განიხილება. სრული სალექციო კურსის, რომელიც ორ სემესტრს მოიცავს, წარმატებით დასრულების შემთხვევაში, სტუდენტს ექნებასათანადო ენობრივი კომპეტენცია იმისთვის, რომ აიღოს A 2 დონის (შეფასების ზოგადევროპული ერთიანი ჩარჩო) დამადასტურებელი სერტიფიკატი.</p>	<p>არჩევით ი</p>	<p>5</p>	<p>VII</p>

<p>ესპანური ენა ა2/0 ესპანური ენა ბ2/0</p>	<p>მოცემული სალექციო კურსი წარმოადგენს ესპანურის, როგორც (მეორე) უცხო ენის, ექვსსემესტრიანი პრაქტიკული კურსის მესამე ეტაპს. კურსის ფარგლებში სტუდენტები გაიუმჯობესებენ უკვე შეძენილ ელემენტარულ ენობრივ უნარ-ჩვევებს და შეიძენენ დამატებით გრამატიკულ თუ ლექსიკურ ცოდნას, რომელიც მათ შედარებით კომპლექსურ კომუნიკაციურ სიტუაციაში შესაბამისი ენობრივი აქტივობის რეალიზების საშუალებას მისცემს. ზოგადი თვალსაზრისით, მოცემული კურსი ორიენტირებულია თანამედროვე შრომის ბაზრის მოთხოვნებზე, სადაც ორი და მეტი უცხო ენის ფლობა სპეციალისტის კვალიფიციურობის ერთ-ერთ განმსაზღვრელ კრიტერიუმად განიხილება. სრული სალექციო კურსის, რომელიც ორ სემესტრს მოიცავს, წარმატებით დასრულების შემთხვევაში, სტუდენტს ექნებასათანადო ენობრივი კომპეტენცია იმისთვის, რომ აიღოს A 2 დონის (შეფასების ზოგადევროპული ერთიანი ჩარჩო) დამადასტურებელი სერტიფიკატი.</p>	<p>არჩევით ი</p>	<p>5</p>	<p>VII</p>
<p>ადამიანური რესურსების მართვა</p>	<p>კურსი ითვალისწინებს სტუდენტებისთვის ადამიანის რესურსების მართვის ძირითადი მიმართულებების - ორგანიზაციული სტრუქტურა ძირითადი საკადრო დოკუმენტაციის შექმნა, რეკრუტინგი, მოტივაცია, ტრენინგების და განვითარება, შიდა პიარი და საორგანიზაციო კულტურა, შესრულებული სამუშაოს შეფასება, საკომპენსაციო სისტემა და ა.შ. - გაცნობას, შესწავლას და მათი პრაქტიკაში გამოყენების შესაძლებლობას</p>	<p>არჩევით ი</p>	<p>5</p>	<p>VIII</p>
<p>თანამედროვე ურბანიზმი - ქალაქის სოციოლოგია</p>	<p>ურბანული სოციოლოგიის კურსის ფარგლებში სტუდენტები შეისწავლიან თანამედროვე ქალაქის განვითარებისა და ურბანიზაციის პროცესებს. კურსის ფოკუსში მოექცევა შემდეგ საკითხები: ჯგუფის, სამეზობლოს და თემური წარმონაქმნების პრობლემები; ურბანიზაცია; თემი და ურბანიზაციის გავლენა თემზე. ურბანული ცნოვრების ცვალებადი ფორმები; პირველი ქალაქები; ცვლილებები სოციალურ ორგანიზაციაში, ინდუსტრიალიზაცია და ურბანიზაცია. გაეცნობიან კონკრეტულ ქეისებს ბოსტონსა და ლოს-ანჯელესზე. ასევე, მიიღებენ ცოდნას მაქს ვებერისა და გეორგ ზიმელის იდეებს ურბანული სოციოლოგიის ფარგლებში. გამახვილდება ყურადღება კულტურულ პრობლემებზე ქალაქში, კერძოდ, ეთნიკური უმცირესობები და ურბანიზაციის პროცესი. ინტეგრაციისა და უთანასწორობის პრობლემები გლობალიზაციის პირობებში; ურბანული პოლიტიკის ბუნება. სიღარიბის, დანაშაულისა და ძალაუფლების თემები ურბანიზაციის კონტექსტში.</p>	<p>არჩევით ი</p>	<p>5</p>	<p>VIII</p>

<p>სოციალური მოძრაობები, პროტესტი, რევოლუცია</p>	<p>კურსის - სოციალური მოძრაობები, პროტესტი, რევოლუცია მიზანია სტუდენტებს გააცნოს სოციალური მოძრაობების, პროტესტისა და რევოლუციების შესახებ არსებული სოციოლოგიური თეორიები. სოციალური მოძრაობების ცნება და ზოგადი მიმოხილვა. გადასცეს ცოდნა სოციალური მოძრაობის კლასიფიკაციის, მათი განვითარების მექანიზმების, მორალის განვითარების, კორპორაციული გონის შესახებ.</p> <p>კურსის ფარგლებში ასევე საუბარი იქნება შემდეგ თემებზე: აგიტაციის როლი; ქალების როლი სოციალურ მოძრაობებში; სოციალური ინსტიტუტების წარმოშობისა და ცვლილებების თეორიები; თეორიები სოციალური ინსტიტუტების შესახებ; სოციალური ცვლილებების ანალიზი; რევოლუცია; ინდივიდის მოქმედება, კულტურა და სოციალური მოძრაობები; სოციალური ცვლილებები და სოციალური მოძრაობა. პროტესტი და პოლიტიკა. საინტერესო იქნება სოციალური მოძრაობისა და დემოკრატიზაციის პროცესზე მსჯელობა; ასევე, ცვლილებებზე პოლიტიკაში, რევოლუციებზე XXI საუკუნეში და ისეთ კონკრეტულ მაგალითებზე, როგორებიცაა "ვარდების რევოლუცია", არაბული გაზაფხული და რევოლუცია ტუნისში.</p>	<p>არჩევითი</p>	<p>5</p>	<p>VIII</p>
<p>ესთეტიკა</p>	<p>კურსის მიზანია, გააცნოს სტუდენტს ესთეტიკის, როგორც ფილოსოფიური მოძღვრებისა და დისციპლინის განვითარების ისტორია, სტრუქტურა, ძირითადი ცნებები, თეორიები, მიდგომები და პრინციპები, აგრეთვე ხელოვნების განვითარების კანონზომიერებები, მხატვრულ-იდეური შინაარსი და ფორმები, მისი ადგილი საზოგადოებისა და ადამიანის ცხოვრებაში, მხატვრული შემოქმედების თავისებურებები, მათი აღქმისა და გააზრების პრინციპები. კურსი ორიენტირებულია სამყაროსადმი ადამიანის ესთეტიკური დამოკიდებულების სპეციფიკისა და კულტურულ სივრცეში ხელოვნების თავისებურებების კრიტიკულ გააზრებაზე. კურსის გავლის პროცესში მნიშვნელოვანი ყურადღება დაეთმობა როგორც დასავლეთ ევროპული გამოცდილების გაანალიზებას, ასევე თანამედროვეობის ყველაზე მწვავე ფილოსოფიურ-მხატვრული პრობლემების განხილვას.</p>	<p>არჩევითი</p>	<p>5</p>	<p>VIII</p>

<p>მედია მონიტორინგი, ლაბორატორიული</p>	<p>ეს არის კურსი კომუნიკაციების სპეციალისტისთვის (მედია, საზოგადოებასთან ურთიერთობა), რომელიც მიზნად ისახავს სტუდენტებს ეტაპობრივად გააცნოს ქართული და მსოფლიო მედია საშუალებები და გამოუმუშავოს ახალი ამბების ყოველდღიური მოძიება/მიღების, ანალიზის ჩვევა.</p> <p>კურსის გავლის შემდეგ სტუდენტები სწავლობენ პროფესიონალური და სტანდარტების გარეშე შექმნილი მედია პროდუქტის გარჩევას, უყალიბდებათ გემოვნება; ხდებიან ინფორმირებულები საკუთარ ქვეყანაში, რეგიონში, თუ მსოფლიოში მიმდინარე სხვადასხვა სფეროს მოვლენების შესახებ.</p> <p>კურსის განმავლობაში გათვალისწინებულია მოქმედ მედია პროფესიონალებთან მაქსიმალური კომუნიკაცია; არსებულ რედაქციებში, სატელევიზიო სტუდიებში გასვლითი ლექციები.</p>	<p>არჩევითი</p>	<p>5</p>	<p>VIII</p>
<p>ბიზნეს ეტიკეტი და დიპლომატიური პროტოკოლი</p>	<p>დიპლომატიური პროტოკოლისა და ეტიკეტის წესების შესწავლა მნიშვნელოვანი და აქტუალურია უპირატესად ყველა იმ ადამიანისთვის ვინც დაკავშირებულია საერთაშორისო ურთიერთობის წარმოების საკითხებთან. დიპლომატიური პროტოკოლის ნორმები საერთაშორისოა. მათ საფუძვლად უდევს სახელმწიფოს სუვერენიტეტის, ტერიტორიული მთლიანობის, თანაბრობისა და ერთმანეთის საშინაო საქმეებში ჩაურევლეობის პრინციპები. ეს კურსი აქტუალური და მნიშვნელოვანია საზოგადოებასთან ურთიერთობის სპეციალისტების იმ წრისთვის, რომლებიც საკუთარ თავს მომავალში ამ მიმართულებაში ხედავენ.</p>	<p>არჩევითი</p>	<p>5</p>	<p>VIII</p>
<p>კომერციული დიზაინი</p>	<p>კომერციული დიზაინი არის თანამედროვე ბიზნეს კომუნიკაციის იერსახე, ვიზუალური გამოვლინება. სამომხმარებლო ბაზარზე, სადაც კონკურენცია დღითიდღე უფრო მძაფრი ხდება და მომხმარებლის ყურადღების მოსაგებად იბრძვიან, როგორც ადგილობრივი, ასევე უცხოური ბრენდები, სწორად შერჩეული ფერი, შესაფუთი მასალა, ლოგო, სტილი, ესთეტიკა, განათება და დიზაინის სხვა ელემენტები ხშირად გადაამწყვეტ როლს თამაშობენ მომხმარებელთა ამა თუ იმ ბრენდის სასიკეთოდ გადაწყვეტილების მიღების პროცესში. კომერციული დიზაინი აყალიბებს კომპანიების და ბრენდების უნიკალურ, გამორჩეულ სტილს, რომ მომხმარებელმა შეძლოს არა მხოლოდ ერთის მეორისაგან გარჩევა, არამედ სამუდამოდ დამახსოვრება.</p>	<p>არჩევითი</p>	<p>5</p>	<p>VIII</p>

<p>ეკონომიკა, შესავალი</p>	<p>ეკონომიკის არსი. ეკონომიკის პრინციპები, საბაზრო სისტემა, ინდივიდუალური გადაწყვეტილებების მიღება. ადამიანთა ურთიერთქმედებები. ეკონომიკის ფუნქციონირება მთლიანობაში. მიკროეკონომიკა და მაკროეკონომიკა. ეკონომიკური აზროვნება. ეკონომიკური ერთიერთქმედებები. ვაჭრობა. ბაზრის მექანიზმი: მოთხოვნა და მიწოდება. კონკურენტული ბაზარი და ფასები. ინდივიდუალური მოთხოვნა და მოთხოვნის წირი. მოთხოვნის წირის გადაადგილება და გადაადგილება მოთხოვნის წირზე. ინდივიდუალური მიწოდება და მიწოდების წირი. ბაზრის მოთხოვნა და მიწოდება. მიწოდების წირის გადაადგილება და გადაადგილება მიწოდების წირზე. ჭარბი მიწოდება, ჭარბი მოთხოვნა. საბაზრო წონასწორობა. ბაზარი და სამთავრობო პოლიტიკა. საზოგადოებრივი პროდუქტები და რესურსები. კონკურენცია და მისი სახეები. მოვების მაქსიმიზაცია. ბაზრის წონასწორობა. მონოპოლიები. წარმოების და ფასდადების გადაწყვეტილებები. რეგულაციები. ეროვნული შემოსავალი. შემოსავლები და ხარჯები. ერთიანი ეროვნული შემოსავალი. რეალური და ნომინალური ერთიანი ეროვნული შემოსავალი. ინვესტიციები და ფინანსური სისტემა. უმუშევრობა. შემოსავლის უთანაბრობა და სიღარიბე. უთანასწორობის რაოდენობრივი განსაზღვრა. სიღარიბის დონე. სიღარიბესთან ბრძოლის პოლიტიკური პროგრამები.</p>	<p>არჩევით ი</p>	<p>5</p>	<p>VIII</p>
<p>გლობალური სოციალური ტრანსფორმაციებ ი</p>	<p>გლობალური სოციალური ტრანსფორმაციის კურსზე სტუდენტები შეისწავლიან თანამედროვე მსოფლიოში მიმდინარე ცვლილებების არსს. ამ ცვლილებების გავლენას სოციალური ინსტიტუტებზე, ასევე ტრანსფორმაციული პროცესების ეკონომიკურ, პოლიტიკურ და კულტურულ თავისებურებებს. გაანალიზდება თანამედროვე მსოფლიოში მიმდინარე გლობალური ცვლილებების არსი და მასთან დაკავშირებული პოლიტიკური და ფინანსური სისტემების, გლობალური ბაზრის, კორპორაციული ხელისუფლებისა და წარმოების გლობალური ქსელები, კულტურული სისტემების და ბუნებრივი გარემოს გლობალიზაციის გავლენით გამოწვეული შედეგები; გლობალიზაციის ისტორიული ფორმები და გლობალიზაციის თანამედროვე ფორმების ზემოქმედების შედეგად პოლიტიკური და ორგანიზაციული ძალადობის ფორმები და მასშტაბები; ხალხთა ახალი მიგრაციების და ეროვნული კულტურის და ბუნებრივ გარემოს სფეროში გამოწვეული ფუნდამენტური ხასიათის ცვლილებები.</p>	<p>არჩევით ი</p>	<p>5</p>	<p>VIII</p>

<p>კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა</p>	<p>კურსი მოიცავს კორპორაციულ სოციალურ პასუხისმგებლობასთან დაკავშირებული კონცეფციების, ტერმინების, სამეცნიერო თეორიების, რეგულირების ძირითადი საერთაშორისო ინსტრუმენტებისა და ამ სფეროში არსებული საერთაშორისო გამოცდილების ზოგად მიმოხილვას, ასევე კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის ცალკეული თემებისა და კომპონენტების უფრო დაწვრილებით განხილვას, როგორცაა: დაინტერესებულ მხარეებთან ურთიერთობა, ბიზნეს ეთიკა და ანტიკორუფცია, გარემოსდაცვითი პასუხისმგებლობა, ადამიანის უფლებებისა და შრომითი სტანდარტების დაცვა, მომხმარებლებთან პასუხისმგებელი ურთიერთობა, სათემო პროგრამები და ფილანთროპია, სოციალური და ეკოეტიკეტირება, პასუხისმგებელი მონარება და სოციალურად პასუხისმგებელი ინვესტირება. კურსში განხილულია კომპანიის საქმიანობაში აღნიშნული CSR მიდგომების დანერგვისა და განხორციელების მექანიზმები, ერთიანი CSR სტრატეგიის შედგენისა და განხორციელების ეტაპები. კურსი ითვალისწინებს აგრეთვე საქართველოს სოციალურ-პოლიტიკურ, ეკონომიკურ და სამართლებრივ გარემოს და ქართულ კომპანიათა გამოცდილებას ამ სფეროში.</p>	<p>არჩევითი</p>	<p>5</p>	<p>VIII</p>
<p>ფრანგული ენა ა2 ფრანგული ენა ბ2</p>	<p>მოცემული სალექციო კურსი ორიენტირებულია ფრანგული ენის საერთო ევროპული ჩარჩოს მიხედვით A2 დონის შესწავლაზე. კურსის თემატიკა მრავალფეროვანია და მოიცავს თანამედროვე ცხოვრების მნიშვნელოვან ასპექტებს, რაც სტუდენტებს მისცემს ინტერკულტურულ გარემოში წარმატებული ორიენტაციისა და კომუნიკაციის საშუალებას. სტუდენტები სწავლობენ ისეთ თემებს, როგორცაა: პირადი და პროფესიული ცხოვრება, მოგზაურობა, კულტურა და მედია. კურსი გულისხმობს მარტივი ლიტერატურული, ოფიციალური ტექსტების, საგაზეთო სტატიების კითხვას; აზრის წერილობით გადმოცემის უნარის ჩამოყალიბებას. კურსით გათვალისწინებული სიტუაციური, ინტერაქტიური თამაშები და პრეზენტაციები კი ხელს უწყობს სტუდენტების არგუმენტირებული მსჯელობის უნარის განვითარებას.</p>	<p>არჩევითი</p>	<p>5</p>	<p>VIII</p>

<p>გერმანული ენა ა2 გერმანული ენა ბ2</p>	<p>მოცემული სალექციო კურსი წარმოადგენს გერმანულის, როგორც (მეორე) უცხო ენის, ექვსსემესტრიანი პრაქტიკული კურსის მეოთხე ეტაპს. კურსის ფარგლებში სტუდენტები განიმტკიცებენ ცოდნას, რომელსაც დაეუფლნენ წინა სამი სემესტრის განმავლობაში. გარდა ამისა, ისინი შეიძენენ იმ უნარ-ჩვევებს, რომლებიც საჭიროა გერმანული ენის A2 დონის (შეფასების ზოგადევროპული ერთიანი ჩარჩო) გამოცდის ჩასაბარებლად და შესაბამისი სერთიფიკატის მოსაპოვებლად. ზოგადი თვალსაზრისით, მოცემული კურსი ორიენტირებულია თანამედროვე შრომის ბაზრის მოთხოვნებზე, სადაც ორი და მეტი უცხო ენის ფლობა სპეციალისტის კვალიფიციურობის ერთ-ერთ განმსაზღვრელ კრიტერიუმად განიხილება.</p>	<p>არჩევითი</p>	<p>5</p>	<p>VIII</p>
<p>ესპანური ენა ა2 ესპანური ენა ბ2</p>	<p>მოცემული სალექციო კურსი წარმოადგენს ესპანურის, როგორც (მეორე) უცხო ენის, ექვსსემესტრიანი პრაქტიკული კურსის მეოთხე ეტაპს. კურსის ფარგლებში სტუდენტები განიმტკიცებენ ცოდნას, რომელსაც დაეუფლნენ წინა სამი სემესტრის განმავლობაში. გარდა ამისა, ისინი შეიძენენ იმ უნარ-ჩვევებს, რომლებიც საჭიროა ესპანური ენის A2 დონის (შეფასების ზოგადევროპული ერთიანი ჩარჩო) გამოცდის ჩასაბარებლად და შესაბამისი სერთიფიკატის მოსაპოვებლად. ზოგადი თვალსაზრისით, მოცემული კურსი ორიენტირებულია თანამედროვე შრომის ბაზრის მოთხოვნებზე, სადაც ორი და მეტი უცხო ენის ფლობა სპეციალისტის კვალიფიციურობის ერთ-ერთ განმსაზღვრელ კრიტერიუმად განიხილება.</p>	<p>არჩევითი</p>	<p>5</p>	<p>VIII</p>