

**საგანმანათლებლო პროგრამის სახელწოდება:** საზოგადოებრივი ურთიერთობები

**მისანიჭებელი კვალიფიკაცია:** საზოგადოებრივ ურთიერთობათა მაგისტრი/Master in Public Relations

**პროგრამის მოცულობა კრედიტებით:** 120 კრედიტი

**სწავლების ენა:** ქართული

**უმაღლესი აკადემიური განათლების საფეხური:** მაგისტრატურა

**საგანმანათლებლო პროგრამის ტიპი:** აკადემიური

**პროგრამის მიზანი:**

პროგრამის მიზანია ისეთი საზოგადოებასთან ურთიერთობის მენეჯერების ჩამოყალიბება, რომლებიც შეძლებენ საზოგადოებასთან ურთიერთობის სტრუქტურის აწყობასა და მართვას, შედეგებზე ორიენტირებული საკომუნიკაციო სტრატეგიებისა და პროგრამების დაგეგმვისა და განხორციელებისათვის, როგორც კომერციულ, ისე სამთავრობო და არასამთავრობო სექტორში. სამაგისტრო პროგრამა სტუდენტებს უზრუნველყოფს აუცილებელი საბაზისო თეორიული ცოდნითა და პრაქტიკული უნარ-ჩვევებით მენეჯმენტის, კომუნიკაციის, საზოგადოებრივი ურთიერთობებისა და მარკეტინგის სფეროში ეფექტური საქმიანობისთვის.

**საზოგადოებრივი ურთიერთობების სამაგისტრო საგანმანათლებლო პროგრამის მიზანია სტუდენტს შესძინოს ღრმა და სისტემური ცოდნა:**

- საზოგადოებასთან ურთიერთობის პროფესიის ისტორიის, თეორიების, ტექტიკების და პროცესების შესახებ;
- გლობალური, სოციალურად პასუხისმგებლიანის კომუნიკაციის გარემო;
- კვლევის თანამედროვე მეთოდების შესახებ;
- შედეგებზე ორიენტირებული მენეჯმენტის თეორიისა და პრაქტიკის შესახებ;
- სტრატეგიული საკომუნიკაციო კამპანიების დაგეგმვისა და განხორციელების მოდელების შესახებ;
- მედია ურთიერთობების, ციფრული კომუნიკაციის, შეტყობინების გავრცელების სხვადასხვა არხების შესახებ;
- ორგანიზაციაში შიდაკომუნიკაციის მნიშვნელობის შესახებ;

- კრიზისული კომუნიკაციების შესახებ;

**საზოგადოებრივი ურთიერთობების სამაგისტრო საგანმანათლებლო პროგრამის მიზანია სტუდენტს გამოუმუშავოს უნარები შემდეგი მიმართულებით:**

- პრობლემების იდენტიფიცირება და კვლევის მონაცემებზე დაყრდნობით გადაწყვეტილებების მიღება და ცვლილებების გატარება;
- ცვალებად საკომუნიკაციო და მედია გარემოსთან ადაპტირება;
- კრიტიკული აზროვნება, ანალიზის, პრობლემის გადაწყვეტისას შედეგებზე ორიენტირებული ხედვის ჩამოყალიბება, სტრატეგიისა და გეგმის განსაზღვრა და განხორციელება;
- შედეგებზე ორიენტირებული სტრატეგიული და ოპერატიული მართვა;
- კორპორაციული კომუნიკაციები;
- პროფესიული დოკუმენტაციის მომზადება ( პრესრელიზი, მედია კიტი, PR გეგმა);
- ციფრული კომუნიკაცია;
- ინოვაციური პროექტების დაგეგმვა და განხორციელება;
- ღონისძიების დაგეგმვა და განხორციელება;
- მიღებული თეორიული ცოდნის პრაქტიკაში გამოყენება;
- სწავლის დამოუკიდებლად წარმართვა და პროფესიული ზრდისკენ მუდმივი სწრაფვა

**პროგრამაზე დაშვების წინაპირობა:**

საზოგადოებრივი ურთიერთობების სამაგისტრო პროგრამა განკუთვნილია იმ პირთათვის, რომლებსაც უკვე მიღებული აქვთ უმაღლესი განათლება ნებისმიერ სფეროში და სურთ გაიღრმავონ ცოდნა საზოგადოებრივი ურთიერთობების მიმართულებით.

შესაბამისად, სამაგისტრო პროგრამაზე ჩარიცხვის აუცილებელ წინაპირობას წარმოადგენს: 1) ბაკალავრის ან მასთან გათანაბრებული ხარისხი ნებისმიერ სფეროში; 2) ერთიანი სამაგისტრო გამოცდების ზღვრის გადალახვა; 3) შიდა საუნივერსიტეტო პროცედურის გავლა, რომელიც შედგება შემდეგი ეტაპებისაგან: დოკუმენტაციის ანალიზი: ამ ეტაპზე ხდება უნივერსიტეტის მიერ შემუშავებული საერთო სააპლიკაციო ფორმის შევსება, რომელიც მოიცავს აპლიკანტის პროფესიული ბიოგრაფიის შეფასებას; გამოცდის ჩაბარება ინგლისურ ენაში (B2 დონე) ან შესაბამისი კვალიფიკაციის დამდასტურებელი სერტიფიკატი (TOEFL, IELTS); გასაუბრება მიმღებ კომისიასთან, რომლის მიზანია შეფასდეს აპლიკანტის ცოდნა არჩეულ დარგში და განისაზღვროს აპლიკანტის უნარ-ჩვევების შესაბამისობა.

**სწავლის შედეგები/ზოგადი და დარგობრივი კომპეტენციები:**

**ცოდნა და გაცნობიერება:**

მაგისტრს აქვს სისტემური და სრულყოფილი ცოდნა საზოგადოებრივი ურთიერთობების სფეროში, რაც გამოიხატება პრაქტიკულ აქტივობებში. აღიქვამს საზოგადოებრივ ურთიერთობებს პროფესიად, რაც გულისხმობს დარგის ისტორიისა და შესაბამისი თეორიების ტაქტიკის და პროცესებისა ცოდნას; აცნობიერებს ორგანიზაციაში საზოგადოებრივი ურთიერთობების როლს, როგორც ორგანიზაციის სტრატეგიულ მიზნების მნიშვნელოვან ნაწილს. იცის

მასობრივი კომუნიკაციის თეორიები, საზოგადოებრივი აზრის ფორმირების პროცესი და დარწმუნების თანამედროვე მიდგომები; იცნობს ტრადიციული და ციფრული მედიის არხებსა და სტრუქტურებს. ცოდნას ავლენს საკომუნიკაციო კამპანიების დაგეგმვა, განვითარებასა და შეფასებაში; ფლობს ცოდნას ინტეგრირებული მარკეტინგული კომუნიკაციების ირგვლივ; ფლობს მართვის მოდელების ცოდნას, შეუძლია მართოს საზოგადოებრივი ურთიერთობების პროცესი და კამპანიები, განასხვავოს მართვის ძირითადი მიდგომები კომერციული, არაკომერციული, სამთავრობო სექტორში. ახლოს იცნობს კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის თანამედროვე მიმართულებებს. შეუძლია მათი კრიტიკული გააზრება და გაანალიზება. აქვს კვლევისთვის, დაგეგმვისთვის, განხორციელებისა და შეფასებისთვის აუცილებელი ცოდნა,

## უნარი:

სასწავლო პროცესში მიღებული ცოდნისა და უნარების პრაქტიკული რეალიზაციის ხარჯზე, მაგისტრს გააჩნია გამოცდილება და შეუძლია მისი პრაქტიკაში გამოყენება და დანერგვა:

- მაგისტრს შესწევს უნარი უახლესი მეთოდებისა და მიდგომების გამოყენებით დამოუკიდებლად **დაგეგმოს და ჩაატაროს კვლევა**. გაანალიზოს, განმარტოს, შეაფასოს ინფორმაცია. განმარტოს სხვების მიერ ჩატარებული კვლევის შედეგები; მოახდინოს პრობლემების იდენტიფიცირებასა და კვლევის მონაცემებზე დაყრდნობით მიიღოს გადაწყვეტილება; მაგისტრს შეუძლია ჩატარებულ კვლევაზე დაყრდნობით, კრიტიკული ანალიზის საფუძველზე შექმნას და განახორციელოს **საკომუნიკაციო სტრატეგია**.
- მაგისტრმა იცის სტრატეგიული დაგეგმვისა და მართვის პროცესები; ფლობს პრობლემის გადაჭრის მეთოდებს; შეუძლია დაინტერესებული მხარეების, სამიზნე აუდიტორიის და ა.შ. იდენტიფიცირება. ათვისებინებინებს უწყვეტი პროფესიული განვითარების საჭიროებასა და უპირატესობებს. ამყდავენებს პრობლემის ანალიტიკური ამოხსნის უნარს; შეუძლია გუნდური მუშაობა და პროფესიული ურთიერთობების დამყარება;
- მაგისტრი ფლობს გამოყენებით უნარებს, როგორებიცაა მმართველობითი დილემის ამოცნობა და მისი გადაჭრის გზების **და მარკეტინგული გეგმის შემუშავება**,
- მაგისტრს აქვს აუცილებელი ტექნიკური უნარები პროფესიული საკომუნიკაციო არხების გამოყენებისთვის; შეუძლია ცვალებად საკომუნიკაციო და მედია გარემოსთან ადაპტირება; შეუძლია ინსტრუმენტების, კონცეფციებისა და ტექნოლოგიების გამოყენებით პროფესიულ საზოგადოებაში ინფორმაციის ეფექტურად წარდგენა;
- მაგისტრს შეუძლია დაგეგმოს პროექტი და განახორციელოს სხვადასხვა ტიპის ღონისძიებები;
- აქვს უნარი შეადგინოს მედიაგეგმა;
- პროგრამის მსველობისას მაგისტრს შექმნილი და პრაქტიკაში განხორციელებული აქვს შემდეგი: **საზოგადოებასთან ურთიერთობის დეპარტამენტის ორგანიზაციული სტრუქტურა და დებულება, სამოქმედო გეგმა, ბრენდის პლატფორმა, ციფრული კომუნიკაციის გეგმა, კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის სტრატეგია, კრიზისის მართვის გეგმა.**

პასუხისმგებლობა და ავტონომიურობა :

მაგისტრი აცნობიერებს პროფესიისთვის სახელმძღვანელო სოციალურ, ეთიკურ და სამართლებრივ ვალდებულებებს, მოსაზრებებს, პრაქტიკას და მოქმედებს პროფესიული მოთხოვნების ფარგლებში. გადაწყვეტილების მიღებისას ხელმძღვანელობს ეთიკური ნორმებით.

- მაგისტრი იცნობს და აფასებს ზოგადსაკაცობრიო ღირებულებებს;
- ათვისებდა თანაბარი შესაძლებლობებისა და გენდერული საკითხების მნიშვნელობას;
- შეუძლია შეაფასოს სოციალური ღირებულებებისა და პასუხისმგებლობების მიმართ არაერთგვაროვანი დამოკიდებულებები;
- აღიარებს და პატივს სცემს კულტურულ მრავალფეროვნებას, სოციალურ პასუხისმგებლობებსა და სამოქალაქო ცნობიერებას.
- ათვისებდა ეთიკურ მოთხოვნებს და პროფესიული სტანდარტების შესაბამისად მოქმედებს;
- მაგისტრი სამეცნიერო თუ პრაქტიკულ საქმიანობებში ითვალისწინებს საზოგადოებრივ ინტერესებსა და ღირებულებებს. საქმიანობისას აცნობიერებს პოლიტიკური, სოციალურ-ეკონომიკური და ფსიქოლოგიური ფაქტორების თავისებურებებს და ბიზნეს გადაწყვეტილების მიღებისას ეყრდნობა დემოკრატიულ ფასეულობებს;
- იცის საზოგადოებრივი ურთიერთობების სოციალური შედეგები და თუ როგორ ზემოქმედებას ახდენს საზოგადოებრივი ურთიერთობების საქმიანობა საზოგადოებაზე.
- სრულად აცნობიერებს საკუთარ თავზე აღებულ პასუხისმგებლობას, მოქმედებს კეთილსინდისიერად და ორიენტირებულია წარმოდგენილ პირთა ინტერესების დაცვაზე;
- საჭიროების შემთხვევაში წვლილი შეაქვს ახალი ღირებულებების ფორმირებასა და დანერგვაში.

## შედეგებისა და მიზნების რუკა:

ზემოთ დასახელებული მიზნებიდან გამომდინარე, პროგრამა ისახავს ქვემოთ ჩამოთვლილ 6 შედეგობრივ მაჩვენებელზე გასვლას:

### 1. საზოგადოებასთან ურთიერთობის - მენეჯერი

მაგისტრი ფლობს ცოდნას საზოგადოებასთან ურთიერთობის მართვის ძირითადი პრინციპებისა და მოდელების შესახებ, შეუძლია მათი კრიტიკული გააზრება და გაანალიზება, სხვადასხვა გარემოში შესაბამისი საზოგადოებასთან ურთიერთობის მართვის მოდელის გამოყენება; მაგისტრი განსაზღვრავს ორგანიზაციის საზოგადოებასთან ურთიერთობის ხედვას, სტრატეგიებს, სტრუქტურასა და საქმიანობის ორგანიზებას; ახდენს საჭირო ინფორმაციის იდენტიფიცირებას, მოპოვებასა და ამ ინფორმაციაზე დაყრდნობით შეიმუშავებს განახორციელებს საზოგადოებასთან ურთიერთობის სტრატეგიულ გეგმას და მართავს საზოგადოებასთან ურთიერთობის სტრუქტურულ ერთეულს.

### 2. საზოგადოებასთან ურთიერთობის - პრაქტიკოსი

მაგისტრი ფლობს ღრმა/სისტემურ ინფორმაციას საზოგადოებრივი ურთიერთობების, მარკეტინგის, მართვის სფეროში: აცნობიერებს, რომ ნებისმიერი საქმიანობა და გადაწყვეტილება მოიცავს ურთიერთდაკავშირებულ კომპონენტების ერთობლიობას. იცის ტერმინოლოგია, იცნობს და აცნობიერებს პრობლემატიკას, აღწერს ძირითად დებულებებსა და პრინციპებს, კონცეფციებსა და თეორიებს, იაზრებს სფეროსთვის

დამახასიათებელ თანამედროვე მიდგომებს, მეთოდებსა და პრიორიტეტულ მიმართულებებს, აქვს ცოდნა მედია ურთიერთობების, ციფრული კომუნიკაციის, შეტყობინების გავრცელების სხვადასხვა არხების შესახებ, ერკვევა სპეციალობის სტრუქტურასა და ძირითად კომპეტენციებში. შეუძლია წაიკითხოს ბრიფი (დაფიქრდეს, თუ რა მნიშვნელობა და გავლენა აქვს ამ კონკრეტულ საკითხს კომპანიაზე და მის მომავალ საქმიანობაზე), მოახდინოს სიტუაციური ანალიზი (გამოკვეთოს საკითხი ორგანიზაციის ან რომელიმე დეპარტამენტის კონტექსტში, დაგეგმოს შესაბამისი კვლევა) განსაზღვროს რა შედეგზე უნდა გავიდეს კამპანია. გამოკვეთოს ვინ არის სამიზნე აუდიტორია და ჩართული მხარეები. გაანალიზოს რა ბარიერები არსებობს სასურველი მიზნის მისაღწევად და რა არის სოციალური გავლენის ეფექტი (ვინ და როგორ ახდენს სოციალურ გავლენას). დაგეგმოს კამპანიის შედეგების კვლევა.

3. **მკვლევარი** - მაგისტრი უახლესი მეთოდებისა და მიდგომების გამოყენებით გეგმავს და იკვლევს საჭირო ინფორმაციას, ამუშავებს ანალიზებს და აფასებს მას, განმარტავს შედეგებს, აკეთებს დასკვნებს, როგორც შემთხვევაში განაზოგადებს და შეიმუშავებს რეკომენდაციებს. მაგისტრს აქვს მონაცემების ორგანიზების, კლასიფიცირების, სტრუქტურირების, სისტემატიზაციის და პირველადი დამუშავების მეთოდების სწორად გამოყენების უნარი; მაგისტრს აქვს უნარი, ჩატარებულ კვლევაზე დაყრდნობით, კრიტიკული ანალიზის საფუძველზე შექმნას და განახორციელოს საკომუნიკაციო სტრატეგია.
4. **მრჩეველ/ კონსულტანტი** - მაგისტრს აქვს ფართო ხედვა, როგორც ორგანიზაციაში, ისე ორგანიზაციის გარეთ მიმდინარე პროცესებზე და შეუძლია ორგანიზაციის სტრატეგიული მიზნებიდან გამომდინარე ხელი შეუწყოს ორგანიზაციის პოლიტიკის დაგეგმასა და განხორციელებას სხვადასხვა დონეზე. აქვს უნარი იყოს მრჩეველი ორგანიზაციის მმართველი რგოლისთვის.
5. **პროექტების მენეჯერი** მაგისტრი ფლობს პროექტის მართვის ინსტრუმენტებსა და მეთოდებს; გასაზღვრავს პროექტის მიზნებს და მათი წარმატებით შესრულების მიზნით გეგმავს ქმედებების თანმიმდევრობასა და დროითი, ადამიანური და მატერიალური რესურსების გამოყენებას; ფლობს პროექტის ორგანიზების, უსაფრთხოებისა და მართვისთვის საჭირო ცოდნას;
6. **Homo Moralis-** მაგისტრი აცნობიერებს ეთიკისა და ორგანიზაციული კულტურის მნიშვნელობას, მისთვის მნიშვნელოვანია პროფესიული კეთილსინდისიერება. აცნობიერებს ეთიკურ პრინციპებს და იჩენს მათდამი ერთგულებას ნებისმიერი კომუნიკაციის შემთხვევაში; შეუწყნარებელია ფაქტების გაყალბების მიმართ; იცავს კორექტულობას და კოლეგიალურობას; პატიოსნად იყენებს პიარტექნოლოგიებს;

აღნიშნული შედეგებისა და მიზნების მატრიცა წარმოდგენილია შემდეგი სახით

მიზანი/შედეგი	ცონდა მართვის ძირითადი პრინციპებისა და მოდელების შესახებ საზოგადოებასთან ურთიერთობის სფეროში	ცოდნა საზოგადოებასთან ურთიერთობის სფეროში	კვლევის უნარი	კომუნიკაცია	კრიტიული ამოცანების და პრობლემების დროის შეზღუდულ ინტერვალში გადაწყვეტა	ღირებულებები
პიარ- მენეჯერი	X	X	X	X	X	X
პიარ-პრაქტიკოსი	X	X	X	X	X	X
მკვლევარი	X	X	X	X	X	X
მრჩეველი/ კონსულტანტი	X	X	X	X	X	X
პროექტების მენეჯერი	X	X	X	X	X	X
Homo Moralis	X	X	X	X	X	X

**სწავლება-სწავლის მეთოდები:**

- ლექცია
- სამუშაო ჯგუფში მუშაობა
- პრაქტიკული მუშაობა
- სემინარი
- ელექტრონული რესურსით სწავლება
- ელექტრონული სწავლება
- სხვა

პროფესორი შესაძლოა იყენებდეს ზემოთჩამოთვლილ ერთ ან რამდენიმე მეთოდს ან ნებისმიერ სხვა მეთოდს კონკრეტული სასწავლო კურსის ამოცანიდან გამომდინარე. კონკრეტული სასწავლო კურსის სწავლება-სწავლის მეთოდები ასახულია შესაბამისი სასწავლო კურსის სილაბუსში.

**სტუდენტის ცოდნის შეფასების სისტემა**

საზოგადოებრივი ურთიერთობების სამაგისტრო საგანმანათლებლო პროგრამით გათვალისწინებული სასწავლო კომპონენტის დაუფლება სწავლების პროცესში სტუდენტთა აქტიურ მონაწილეობას ითვალისწინებს და შეძენილი ცოდნის უწყვეტი შეფასების პრინციპს ეფუძნება.

საზოგადოებრივი ურთიერთობების სამაგისტრო საგანმანათლებლო პროგრამის განხორციელებისას სტუდენტის სწავლის შედეგის მიღწევის დონე ფასდება „უმაღლესი საგანმანათლებლო პროგრამების კრედიტებით გაანგარიშების წესის შესახებ“ საქართველოს განათლებისა და მეცნიერების მინისტრის 2007 წლის 5 იანვრის N3 ბრძანებით დამტკიცებული შეფასების სისტემის შესაბამისად.

საზოგადოებრივი ურთიერთობების სამაგისტრო საგანმანათლებლო პროგრამის სასწავლო კომპონენტში სტუდენტის სწავლის შედეგის მიღწევის დონის შეფასება მოიცავს შეფასების ფორმებს - შუალედურ (ერთჯერად ან მრავალჯერად) და დასკვნით შეფასებას, რომელთა ჯამი წარმოადგენს საბოლოო შეფასებას (100 ქულა).

შუალედური და დასკვნითი შეფასება (შეფასების ფორმები) მოიცავს შეფასების კომპონენტს/კომპონენტებს, რომელიც განსაზღვრავს სტუდენტის ცოდნის ან/და უნარის ან/და კომპეტენციების შეფასების ხერხს/ხერხებს (ზეპირი/წერიითი გამოცდა, ზეპირი/წერიითი გამოკითხვა, საშინაო დავალება, პრაქტიკული/თეორიული სამუშაო და სხვ.). შეფასების კომპონენტი აერთიანებს შეფასების ერთგვაროვან მეთოდებს (ტესტი, ესე/ესეი, დემონსტრირება, პრეზენტაცია, დისკუსია, პრაქტიკული/თეორიული დავალების შესრულება, სამუშაო ჯგუფში მუშაობა, დისკუსიაში მონაწილეობა და სხვ.). შეფასების მეთოდი/მეთოდები იზომება შეფასების კრიტერიუმებით ანუ შეფასების მეთოდის საზომი ერთეულით, რითაც დგინდება სწავლის შედეგების მიღწევის დონე.

შეფასების თითოეულ ფორმასა და კომპონენტს შეფასების საერთო ქულიდან (100 ქულა) განსაზღვრული აქვს ხვედრითი წილი საბოლოო შეფასებაში, რაც აისახება კონკრეტულ სილაბუსში და ეცნობება სტუდენტს სასწავლო სემესტრის დასაწყისში.

დაუშვებელია კრედიტის მინიჭება შეფასების მხოლოდ ერთი ფორმის (შუალედური ან დასკვნითი შეფასება) გამოყენებით. სტუდენტს კრედიტი ენიჭება მხოლოდ დადებითი შეფასების მიღების შემთხვევაში.

საზოგადოებრივი ურთიერთობების სამაგისტრო საგანმანათლებლო პროგრამის განხორციელებისას სტუდენტის შუალედური და დასკვნითი შეფასების მინიმალური კომპეტენციის ზღვარის ხვედრითი წილი აისახება კონკრეტულ სილაბუსში და ეცნობება სტუდენტს სასწავლო სემესტრის დასაწყისში.

შეფასების სისტემა უშვებს:

ხუთი სახის დადებით შეფასებას:

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

ორი სახის უარყოფით შეფასებას:

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

საზოგადოებრივი ურთიერთობების სამაგისტრო საგანმანათლებლო პროგრამის სასწავლო კომპონენტში, FX-ის მიღების შემთხვევაში დამატებითი გამოცდა დაინიშნება დასკვნითი გამოცდის შედეგების გამოცხადებიდან არანაკლებ 5 კალენდარულ დღეში. სტუდენტის მიერ დამატებით გამოცდაზე მიღებულ შეფასებას



არ ემატება დასკვნით შეფასებაში მიღებული ქულათა რაოდენობა. დამატებით გამოცდაზე მიღებული შეფასება არის დასკვნითი შეფასება და აისახება საგანმანათლებლო პროგრამის სასწავლო კომპონენტის საბოლოო შეფასებაში. დამატებით გამოცდაზე მიღებული შეფასების გათვალისწინებით საგანმანათლებლო კომპონენტის საბოლოო შეფასებაში 0-50 ქულის მიღების შემთხვევაში, სტუდენტს უფორმდება შეფასება F-0 ქულა.

საზოგადოებრივი ურთიერთობების სამაგისტრო საგანმანათლებლო პროგრამის სამეცნიერო-კვლევითი კომპონენტი (სამაგისტრო ნაშრომის შესრულება და დაცვა) უნდა შეფასდეს იმავე ან მომდევნო სემესტრში, რომელშიც სტუდენტი დაასრულებს მასზე მუშაობას. საზოგადოებრივი ურთიერთობების სამაგისტრო საგანმანათლებლო პროგრამის სამეცნიერო-კვლევითი კომპონენტი ფასდება ერთჯერადად (დასკვნითი შეფასებით).

საზოგადოებრივი ურთიერთობების სამაგისტრო საგანმანათლებლო პროგრამის სამეცნიერო-კვლევითი კომპონენტის შეფასების სისტემა უშვებს:

ხუთი სახის დადებით შეფასებას:

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

ორი სახის უარყოფით შეფასებას:

(FX) ვერ ჩააბარა - მაქსიმალური შეფასების 41-50 ქულა, რაც ნიშნავს, რომ მაგისტრანტს უფლება ეძლევა გადამუშავებული სამაგისტრო ნაშრომი წარადგინოს მომდევნო სემესტრის განმავლობაში;

(F) ჩაიჭრა - მაქსიმალური შეფასების 40 ქულა და ნაკლები, რაც ნიშნავს, მაგისტრანტი კარგავს იგივე სამაგისტრო ნაშრომის წარდგენის უფლებას.

სტუდენტის ცოდნის შეფასების სისტემის შემადგენელი ნაწილია საშუალო მაჩვენებლის (GPA) გამოანგარიშება. სტუდენტთა შეფასების საშუალო მაჩვენებელი (GPA) გამოიანგარიშება სტუდენტის მიერ სასწავლო პროგრამით გათვალისწინებულ ყოველ საგანში მიღებული შეფასების ნამრავლით ამავე საგნის კრედიტზე. საგნებისა და კრედიტების ნამრავლი ჯამდება და იყოფა გავლილი საგნების კრედიტების ჯამურ რაოდენობაზე. საშუალო მაჩვენებლის დაანგარიშებისათვის ნიშნის ხვედრითი წილია:

- A = 4
- B = 3, 2
- C = 2, 4
- D = 1, 6
- E = 0, 8

### დასაქმების სფერო:

საზოგადოებრივ ურთიერთობებში სამაგისტრო პროგრამის კურსდამთავრებულების დასაქმება შესაძლებელია საზოგადოებრივი ურთიერთობების, კომუნიკაციებისა და ინტეგრირებული მარკეტინგული კომუნიკაციების დეპარტამენტებსა და სახელმწიფო, კერძო ან არასამთავრობო ორგანიზაციებში.

### სწავლის გაგრძელების შესაძლებლობა:

საზოგადოებრივი ურთიერთობების სამაგისტრო საგანმანათლებლო პროგრამის კურსდამთავრებული უფლებამოსილია, სწავლა განაგრძოს საქართველოს ან სხვა ქვეყნების უმაღლეს საგანმანათლებლო დაწესებულებებში საზოგადოებრივი ურთიერთობების სადოქტორო პროგრამაზე, რომელიც ორიენტირებულია შემდგომი დონის მკვლევარის მომზადებაზე.

### პროგრამის განხორციელებისათვის აუცილებელი ადამიანური რესურსი:

საზოგადოებრივი ურთიერთობების სამაგისტრო პროგრამის განხორციელება უზრუნველყოფილია შესაბამისი ადამიანური რესურსით. საგანმანათლებლო პროგრამით გათვალისწინებულ სასწავლო კომპონენტებს უძღვება უნივერსიტეტის აკადემიური პერსონალი, აგრეთვე სათანადო გამოცდილებისა და კომპეტენციების მქონე მოწვეული სპეციალისტები.

ადამიანური რესურსის შესახებ დამატებითი ინფორმაცია იხილეთ №2 დანართში.

### პროგრამის განხორციელებისათვის აუცილებელი მატერიალური რესურსი:

საზოგადოებრივი ურთიერთობების სამაგისტრო პროგრამით გათვალისწინებული სწავლის შედეგების მისაღწევად გამოიყენება სტუდენტებისთვის შეზღუდვების გარეშე ხელმისაწვდომი უნივერსიტეტის ინფრასტრუქტურა და მატერიალურ-ტექნიკური რესურსი, კერძოდ:

- სათანადო ინვენტარით აღჭურვილი სასწავლო აუდიტორიები და საკონფერენციო დარბაზები;
- კომპიუტერული ტექნიკითა და საინფორმაციო-საკომუნიკაციო ტექნოლოგიებით აღჭურვილი ბიბლიოთეკა;
- კომპიუტერული კლასები, ინტერნეტში და შიდა ქსელში ჩართული კომპიუტერული ტექნიკა და სწავლის/სწავლების პროცესის ადეკვატური კომპიუტერული პროგრამები;
- სხვადასხვა ტექნიკური მოწყობილობები და ა.შ.

საზოგადოებრივი ურთიერთობების სამაგისტრო საგანმანათლებლო პროგრამა უზრუნველყოფილია შესაბამისი სახელმძღვანელო და მეთოდური ლიტერატურით. უნივერსიტეტის ბიბლიოთეკა სტუდენტებს უზრუნველყოფს სასწავლო კურსების სილაბუსებით გათვალისწინებული შესაბამისი ელექტრონული სახელმძღვანელოებით, სასწავლო-მეთოდური და სამეცნიერო ლიტერატურით, აგრეთვე ბიბლიოთეკის წიგნადი ფონდის მონაცემთა ბაზით.

უნივერსიტეტის საკუთრებაში და მფლობელობაში არსებული მატერიალური რესურსი უზრუნველყოფს საზოგადოებრივი ურთიერთობების სამაგისტრო საგანმანათლებლო საგანმანათლებლო პროგრამის მიზნების რეალიზაციასა და დაგეგმილი სწავლის შედეგების მიღწევას:

**შენობა-ნაგებობანი** - სამაგისტრო პროგრამა ხორციელდება უნივერსიტეტის მფლობელობაში არსებულ და იჯარით აღებულ შენობა-ნაგებობებში, სადაც დაცულია სანიტარულ-ჰიგიენური და უსაფრთხოების ნორმები (შენობებში დამონტაჟებულია სიგნალიზაცია, არის ცეცხლმაქრები, პერიმეტრზე მიმდინარეობს ვიდეო კონტროლი, წესრიგს იცავს უნივერსიტეტის დაცვის თანამშრომელი). შენობა სრულად პასუხობს უმაღლესი საგანმანათლებლო დაწესებულებისათვის დადგენილ ტექნიკურ მოთხოვნებს, არის სათანადო ტექნიკითა და ინვენტარით (პროექტორი, სკამები, მერხები, დაფები და სხვ.) აღჭურვილი სალექციო და პრაქტიკული მეცადინეობებისთვის განკუთვნილი აუდიტორიები.

**ბიბლიოთეკა** - უნივერსიტეტის ბიბლიოთეკაში დაცულია სამაგისტრო საგანმანათლებლო პროგრამის შესაბამისი ბეჭდური და ელექტრონული ფონდი, რომელიც ხელმისაწვდომია სტუდენტებისთვის, მოწვეული და აკადემიური პერსონალისთვის. ბიბლიოთეკას აქვს სათანადო ინვენტარით (სკამები, მაგიდები, კომპიუტერები) აღჭურვილი სამკითხველო დარბაზი. ბიბლიოთეკაში არის მულტიფუნქციური ქსეროქსის აპარატი, რომლით სარგებლობაც სტუდენტს ბიბლიოთეკის თანამშრომლის დახმარებით შეუძლია. სამკითხველო დარბაზში სტუდენტებს შესაძლებლობა აქვთ ისარგებლონ ინტერნეტით და საზოგადოებრივი ელექტრონული რესურსით (EBSCO; JSTOR; Cambridge Journals Online; BioOne Complete; e-Duke Journals Scholarly Collection; Edward Elgar Publishing Journals and Development Studies e-books; IMechE Journals; New England Journal of Medicine; Openedition Journals; Royal Society Journals Collection; SAGE Premier). უნივერსიტეტის ბიბლიოთეკას აქვს ელექტრონული კატალოგი.

**აკადემიური პერსონალის სამუშაო სივრცე** - აკადემიური პერსონალისათვის შექმნილია სათანადო ინვენტარითა და ტექნიკით (სკამები მაგიდები, კარადები, ინტერნეტში ჩართული კომპიუტერი, ქსეროქსის მულტიფუნქციური აპარატი) აღჭურვილი სამუშაო გარემო.

**საინფორმაციო-საკომუნიკაციო ტექნოლოგიები** - სამაგისტრო საგანმანათლებლო პროგრამის განხორციელებისა და ადმინისტრირების ხელშეწყობის მიზნით, უნივერსიტეტი იყენებს საინფორმაციო-საკომუნიკაციო ტექნოლოგიებს. არსებობს საზოგადოებრივი ურთიერთობების სამაგისტრო საგანმანათლებლო პროგრამის შესაბამისი პროგრამული უზრუნველყოფა, არსებული კომპიუტერული ტექნიკა პასუხობს თანამედროვე მოთხოვნებს, ჩართულია ინტერნეტში და ხელმისაწვდომია სტუდენტებისთვის, აკადემიური, მოწვეული და ადმინისტრაციული პერსონალისთვის. სტუდენტებისთვის შეფასებების ხელმისაწვდომობის, ადმინისტრაციის მხრიდან სტუდენტთა აკადემიური მოსწრების კონტროლისა და სასწავლო პროცესის ხელშეწყობისთვის გამოიყენება სტუდენტთა ცოდნის შეფასებისა და სწავლების ორგანიზების ელექტრონული სისტემა - lmb.gipa.ge. უნივერსიტეტის ვებ-გვერდის მეშვეობით, რომელზეც განთავსებულია საგანმანათლებლო პროგრამების კატალოგი, საგანმანათლებლო პროგრამების განხორციელებასთან და სასწავლო პროცესის წარმართვასთან დაკავშირებული და სხვ. ინფორმაცია, უნივერსიტეტი უზრუნველყოფს ინფორმაციის საჯაროობას და ხელმისაწვდომობას.

**საზოგადოებრივი ურთიერთობების სამაგისტრო საგანმანათლებლო პროგრამის საგნობრივი დატვირთვა**

№	საგნის კოდი	დაშვების წინაპირობა	მოდული/საგანი	ECTS კრედიტი				სტუდენტის სასწავლო დატვირთვა <sup>1</sup>	
				I წელი		II წელი		საკონტაქტო საათები <sup>2</sup>	დამოუკიდებელი საათები <sup>3</sup>
				სემესტრი					
				I	II	III	IV		
<b>სასწავლო კომპონენტი<sup>4</sup></b>									
<b>სავალდებულო სასწავლო კურსები</b>				<b>22</b>	<b>37</b>	<b>18</b>	<b>6</b>		
1.	PR700	არ გააჩნია	საზოგადოებასთან ურთიერთობის საფუძვლები	6/150				39	111
2.	MGT700	არ გააჩნია	მენეჯმენტის საფუძვლები	5/125				36	89
3.	PR701	არ გააჩნია	კომუნიკაციის მენეჯმენტი (პროფესიული უნარები)	5/125				36	89
4.	PR702	არ გააჩნია	ახალი ტექნოლოგიები და საზოგადოებასთან ურთიერთობა	6/150				39	111
5.	MGT701	არ გააჩნია	მარკეტინგის საფუძვლები		6/150			30	120

<sup>1</sup> დრო, რომელიც საჭიროა საგანმანათლებლო პროგრამით განსაზღვრული სწავლის შედეგების მისაღწევად. სტუდენტის სასწავლო დატვირთვა ეფუძნება დამოუკიდებელ და საკონტაქტო საათებს.

<sup>2</sup> საგანმანათლებლო პროგრამის კომპონენტის განმახორციელებელი პერსონალის ჩართულობით სტუდენტის სასწავლო საქმიანობისთვის განსაზღვრული დრო.

<sup>3</sup> საგანმანათლებლო პროგრამის კომპონენტის განმახორციელებელი პერსონალის ჩართულობის გარეშე სტუდენტის სასწავლო საქმიანობის დრო (სამინაო დავალებისა და გამოცდების მომზადება და ა.შ.).

<sup>4</sup> საგანმანათლებლო პროგრამის შემადგენელი ნაწილი, რომელიც წარმოდგენილია სასწავლო კურსის, მოდულის, პრაქტიკის ან სხვა კომპონენტის სახით.

6.	PR704	PR700	კორპორაციული კომუნიკაციები		5/150			39	111
7	MCOM703	PR700	მედიასთან ურთიერთობა და წერა საზოგადოებასთან ურთიერთობის სფეროში		6/150			42	108
8	MGT702	MGT701	სტრატეგიული ბრენდინგი		5/125			36	89
9	PR703	არ გააჩნია	მულტიმედია		4/100			30	70
10	MCOM702	არ გააჩნია	მასკომუნიკაციის თეორიები		6/100			39	111
11	MGT704	არ გააჩნია	მედია დაგეგმარება		5/125			30	95
12	MGT703	PR704	ლონისძიების მართვა			5/150		39	111
13	RES 700	არ გააჩნია	კვლევის მეთოდები და მონაცემთა ანალიზი			8/200		54	146
14	MGT705	MGT700	პროექტის მენეჯმენტი			5/150		42	108
15	MGT706	MGT700	მართვა შედეგებისათვის				3/75	24	51
16	PR705	PR704	პიარი მოქმედებაში				3/75	24	51
<b>არჩევითი სასწავლო კურსები</b>									
1	PR 706	არ გააჩნია	გარემოსდაცვითი საკითხები, მდგრადი განვითარება, და სოციალური პასუხისმგებლობა		4/100			39	61
2	PR 707	არ გააჩნია	არასამთავრობო და საერთაშორისო ორგანიზაციის პიარი		4/100			30	70
3	PR 708	არ გააჩნია	სამთავრობო ორგანიზაციის პიარი			4/100			პლ
4	PR 709	არ გააჩნია	პიარი და კრეატიულობა				4/100	33	
5	MCOM700	არ გააჩნია	საზოგადოებრივი აზრი და პოლიტკომუნიკაცია		4/100	-		36	52
6	MGT706	PR700; RES 700	ფონდების მოძიება				4/100	24	76
7	PR 710	PR704	სოცალურ საკითხებზე კამპანიის წარმოება			4/100		42	58
<b>კვლევითი კომპონენტი<sup>5</sup></b>							24		
1.	PR 711	არ გააჩნია	სამაგისტრო ნაშრომი				25/750		
სემესტრში				22	41	22	35		
წელიწადში				63		57			
სულ					120				

<sup>5</sup> საგანმანათლებლო პროგრამის შემადგენელი ნაწილი, რომელიც წარმოდგენილია სამაგისტრო სამაგისტრო ნაშრომის სახით

პროგრამის ხელმძღვანელის რეზიუმე  
(CURRICULUM VITAE)

სახელი, გვარი	მარიამ სეხნიაშვილი		
თანამდებობა	საზოგადოებრივი ურთიერთობების სამაგისტრო პროგრამის ხელმძღვანელი		
სამუშაო ადგილი	საქართველოს საზოგადოებრივ საქმეთა ინსტიტუტი		
საკონტაქტო ინფორმაცია	ტელეფონი:	+995 577 571816	ელ-ფოსტა: m.sekhniashvili@gipa.ge
დაცული დისერტაცია და სამეცნიერო კვლევის სფეროები			
პუბლიკაციები	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Анализ основных факторов, влияющих на преуспеваемость женщин в постсоветской грузии.(2005). Идентичность,власть и город в работах молодых ученых Южного Кавказа, Сборник статей. Heinrich Boll Stiftung;</b></li> <li>• <b>Addressing Corruption in Infrastructure Services in Georgia; Partnering to Combat Corruption; (2007);</b></li> </ul>		

**პროგრამის ხელმძღვანელის რეზიუმე  
(CURRICULUM VITAE)**

<b>სახელი, გვარი</b>	ნიკოლოზ აბუაშვილი		
<b>თანამდებობა</b>	პროფესორი, ბიზნესის ადმინისტრირების სამაგისტრო პროგრამის ხელმძღვანელი		
<b>სამუშაო ადგილი</b>	საქართველოს საზოგადოებრივ საქმეთა ინსტიტუტი		
<b>საკონტაქტო ინფორმაცია</b>	ტელეფონი:	+995 577 728 228	ელ-ფოსტა: <a href="mailto:n.abuashvili@gipa.ge">n.abuashvili@gipa.ge</a>
<b>დაცული დისერტაცია და სამეცნიერო კვლევის სფეროები</b>	<p>დოქტორი, ეკონომიკა, საქართველოს საზოგადოებრივ საქმეთა ინსტიტუტი;</p> <p>სამეცნიერო კვლევის სფეროები: ბიზნეს პროცესები, ეკონომიკა, ფინანსები, მარკეტინგი;</p>		
<b>პუბლიკაციები</b>	<p>2017 - კუნჯონ სონგი, ნ. ფარცხალაძე, ნ. აბუაშვილი, დ. ახვლედიანი - ეკონომიკური განვითარების პოლიტიკა და კლასტერული შესაძლებლობები განვითარებად ქვეყნებში: საქართველოს მაგალითი, თავი წიგნისა: საქართველოს პოლიტიკისა და საჯარო მმართველობის საჭირობოტო საკითხები, Westphalia Press, George Mason University, 2017</p> <p>ნ. აბუაშვილი, თვალის თვალის წილ - რა მიაჩნია ბაზრებს მნიშვნელოვნად ბიზნესების შეფასებისას, Eurasian Journal of Economics and Finance , 2017</p> <p>2016 - ნ. აბუაშვილი, დ. ახვლედიანი, ნ. ფარცხალაძე - რეგიონთაშორისი და მუნიციპალიტეტთაშორისი თანამშრომლობისა და კლასტერული განვითარების შესაძლებლობები. პოლიტიკის დოკუმენტები #2 2016, pp. 49-70.</p> <p>1999 - ა. ედიბერიძე, ნ. აბუაშვილი, მ. ნიკოლაშვილი – კვლევითი ორგანიზაციებისათვის მენეჯმენტის სწავლება დისტანციური სწავლების მეთოდების გამოყენებით, TET99, გიოვიკი(ნორვეგია), 1999</p> <p>1998 - ა. ედიბერიძე, ნ. აბუაშვილი, მ. ნიკოლაშვილი – საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის ქსელის განვითარების კონცეფცია, EUNIS98, პრადა, 1998</p> <p>ნ. აბუაშვილი – საით მიდის ინფორმაციული ტექნოლოგიები დღეს? ღია საზოგადოება, თბილისი, 1998</p> <p>1997 - ნ. აბუაშვილი – ვემსგავსებით თუ გვემსგავსებიან? ნ. ჭავჭავაძის სახელობის ქართული საერთაშორისო ცენტრი „თავისუფალი საზოგადოება“, თბილისი, 1997</p> <p>1996 - ნ. აბუაშვილი – გიფიქრიათ მოტივაციაზე? თსუ, თბილისი, 1996</p>		

ინფორმაცია ადამიანური რესურსების შესახებ

№	სახელი და გვარი	სტატუსი	სასწავლო კურსი
1.	ელდარ პირმისაშვილი	მოწვეული ლექტორი	<ul style="list-style-type: none"> <li>საზოგადოებრივი ურთიერთობების საფუძვლები</li> </ul>
2.	ნინო შოშიტაიშვილი	მოწვეული ლექტორი	<ul style="list-style-type: none"> <li>მენეჯმენტის საფუძვლები</li> </ul>
3.	ზურაბ მხეიძე	მოწვეული ლექტორი	<ul style="list-style-type: none"> <li>კომუნიკაციის უნარები/მენეჯმენტი</li> </ul>
4.	ნიკოლოზ აბუაშვილი	პროფესორი	<ul style="list-style-type: none"> <li>მარკეტინგის საფუძვლები</li> </ul>
5.	მაია მიქაშაიძე	პროფესორი	<ul style="list-style-type: none"> <li>მასკომუნიკაციის თეორიები</li> </ul>
6.	თინათინ ნაჭყებია	პროფესორი	<ul style="list-style-type: none"> <li>მულტიმედია</li> </ul>
7.	ლია მოშიაშვილი	მოწვეული ლექტორი	<ul style="list-style-type: none"> <li>ახალი ტექნოლოგიები და საზოგადოებასთან ურთიერთობა</li> </ul>
8.	თამარ როდონაია	მოწვეული ლექტორი	<ul style="list-style-type: none"> <li>საზოგადოებრივი ურთიერთობების მენეჯმენტი</li> </ul>
9.	თეა სხიერელი	მოწვეული ლექტორი	<ul style="list-style-type: none"> <li>მედიასთან ურთიერთობა საზოგადოებასთან ურთიერთობის სფეროში</li> </ul>
10.	ანნა ქეშელაშვილი	პროფესორი	<ul style="list-style-type: none"> <li>კვლევის მეთოდები</li> </ul>
11.	თინათინ ცომაია	პროფესორი	<ul style="list-style-type: none"> <li>სოცალურ საკითხებზე კამპანიის წარმოება</li> </ul>
12.	ჯაბა ბოკუჩავა	მოწვეული ლექტორი	<ul style="list-style-type: none"> <li>ინტეგრირებული მარკეტინგული კომუნიკაციები</li> </ul>
13.	ნანა აბურჯანიძე	მოწვეული ლექტორი	<ul style="list-style-type: none"> <li>მედია დაგეგმარება</li> </ul>
14.	მარიამ ყუბუსიძე	მოწვეული ლექტორი	<ul style="list-style-type: none"> <li>დონისძიების მართვა</li> </ul>
15.	ანა ქეშელაშვილი	პროფესორი	<ul style="list-style-type: none"> <li>მონაცემთა ანალიზი</li> </ul>
16.	გიორგი თურქია	პროფესორი	<ul style="list-style-type: none"> <li>პროექტის მენეჯმენტი</li> </ul>



17.	ეკა შალუტაშვილი	მოწვეული ლექტორი	<ul style="list-style-type: none"> <li>გარემოსდაცვითი საკითხები, მდგარადი განვითარება, და სოციალური პასუხისმგებლობა</li> </ul>
18.	შოთა ჩინჭალაძე	მოწვეული ლექტორი	<ul style="list-style-type: none"> <li>ბრენდინგი</li> </ul>
19.	ნინო დანელია	მოწვეული ლექტორი	<ul style="list-style-type: none"> <li>საზოგადოებრივი აზრი და პოლიტკომუნიკაცია</li> </ul>
20.	მაია მიქაშავიძე	პროფესორი	<ul style="list-style-type: none"> <li>ფონდების მოძიება</li> </ul>
21.	სალომე ბენიძე	მოწვეული ლექტორი	<ul style="list-style-type: none"> <li>სამთავრობო და არასამთავრობო ორგანიზაციის პრ</li> </ul>