

საგანმანათლებლო პროგრამის სახელწოდება: საზოგადოებრივი ურთიერთობები

მისანიჭებელი კვალიფიკაცია: საზოგადოებასთან ურთიერთობის მაგისტრი / Master of Public Relations

პროგრამის მოცულობა კრედიტებით: 120 კრედიტი

სწავლების ენა: ქართული

უმაღლესი აკადემიური განათლების საფეხური: მაგისტრატურა

საგანმანათლებლო პროგრამის ტიპი: აკადემიური

პროგრამის მიზანი:

საზოგადოებრივი ურთიერთობების სამაგისტრო პროგრამის მიზანია საზოგადოებასთან ურთიერთობის მენეჯერის მომზადება, რომელიც შეძლებს ორგანიზაციის ეფექტური საზოგადოებრივი ურთიერთობების უზრუნველყოფას, შედეგზე ორიენტირებული მართვის, საკომუნიკაციო სტრატეგიის, ტაქტიკისა და ინსტრუმენტების გამოყენებით.

სამაგისტრო პროგრამის მიზანია სტუდენტს შესძინოს და გამოუმუშაოს:

- სიღრმისეული და სისტემური ცოდნა საზოგადოებასთან ურთიერთობის სფეროში და სისტემური ცოდნა მარკეტინგისა და მენეჯმენტის სფეროში (თეორიული ცოდნა);
- მართვის მოდელის ცოდნა, მათი კრიტიკული გააზრება და გაანალიზება, სხვადასხვა გარემოში შესაბამისი მართვის მოდელის გამოყენება, კრიზისულ სიტუაციაში დასაბუთებული, არგუმენტირებული დასკვნების გაკეთებისა და გადაწყვეტილების მიღების უნარი (შედეგზე ორიენტირებული მართვის ცოდნა /უნარი);

- საზოგადოებასთან ურთიერთობის სფეროში აკადემიური და გამოყენებითი კვლევის მეთოდების სიღრმისეული და სისტემური ცოდნა; კვლევის დამოუკიდებლად დაგეგმვისა და განხორციელების უნარი (კვლევა);
- ვიზუალური თხრობის ტექნიკების სიღრმისეული ცოდნა და კონცეფციის შექმნიდან, სამიზნე აუდიტორიასთან წვდომამდე, კონტენტის წარმოებისა და შესაბამისი საკომუნიკაციო არხებით გავრცელების უნარი (ვიზუალური თხრობა);
- შედეგზე ორიენტირებული საკომუნიკაციო, სტრატეგიის დაგეგმვისა და განხორციელების უნარი (საკომუნიკაციო, სტრატეგიის დაგეგმვისა და განხორციელების უნარი);
- პროექტის, ღონისძიების დაგეგმვისა და განხორციელების უნარი, თანამედროვე ტექნოლოგიების გამოყენებით (პროექტის, ღონისძიების დაგეგმვისა და განხორციელების უნარი);
- კონკურენტუნარიან პროფესიონალად ჩამოყალიბებისთვის საჭირო ცოდნისა და უნარების განვითარების დამოუკიდებლად დაგეგმვა და წარმართვა (ავტონომიურობა და პასუხისმგებლობა);

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 აკადემიური ხარისხი ნებისმიერ სფეროში; 2) საერთო სამაგისტრო გამოცდის ჩაბარება; 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), გამოცდისგან თავისუფლდებიან ის პირები, რომლებიც წარმოადგენენ კვალიფიკაციის დამადასტურებელ სერტიფიკატს (TOEFL IELTS); გამოცდა სპეციალობაში (ზეპირი ფორმით), რომლის მიზანია შეფასდეს აპლიკანტის ცოდნა საზოგადოებრივი ურთიერთობების სფეროში. საგამოცდო საკითხების ნიმუში (ინგლისურ ენასა და სპეციალობაში) განთავსდება უნივერსიტეტის ვებ. გვერდზე გამოცდამდე 30 კალენდარული დღით ადრე.

საერთო სამაგისტრო გამოცდების გავლის გარეშე სწავლა დასაშვებია - „უმაღლეს საგანმანათლებლო დაწესებულებაში ერთიანი ეროვნული გამოცდების/საერთო სამაგისტრო გამოცდების გავლის გარეშე სწავლის უფლების მქონე აბიტურიენტების/მაგისტრანტობის კანდიდატების/სტუდენტების მიერ დოკუმენტების წარდგენისა და განხილვის წესის

დამტკიცების შესახებ“ საქართველოს განათლებისა და მეცნიერების მინისტრის, 2011 წლის 19 დეკემბრის № 224 / ნ ბრძანების მე-2 მუხლის მე-2 პუნქტში განსაზღვრული მაგისტრანტობის კანდიდატებისთვის.

პროგრამით გათვალისწინებული სწავლის შედეგები:

ცოდნა:

სწავლის შედეგი 1 - სიღრმისეულად აღწერს საზოგადოებასთან ურთიერთობისა და მარკეტინგის სფეროს არსს, მიზნებს, პრინციპებს, ძირითად თეორიებს და სისტემურად განიხილავს სფეროს თანამედროვე მიდგომებს, მეთოდებსა და პრიორიტეტულ მიმართულებებს;

სწავლის შედეგი 2 - გამოკვეთს კორპორაციული კომუნიკაციის, მედიასთან ურთიერთობის, კონტენტ მარკეტინგის და ციფრული კომუნიკაციების ძირითად მახასიათებლებს და სიღრმისეულად განიხილავს ურთიერთდაკავშირებული კომპონენტების ერთობლიობას;

სწავლის შედეგი 3 – განიხილავს საზოგადოებასთან ურთიერთობის მართვის ძირითად მიდგომებისა და მოდელებს, სიღრმისეულად აღწერს მათი განვითარების ეტაპებსა და თანამედროვე ტენდენციებს;

უნარები:

სწავლის შედეგი 4 - კრიტიკულად აანალიზებს და აფასებს სხვადასხვა გარემოში საზოგადოებასთან ურთიერთობის შესაბამის მართვის მოდელს და დამოუკიდებლად აყალიბებს ორგანიზაციის საზოგადოებასთან ურთიერთობის სტრუქტურას;

სწავლის შედეგი 5 – სოციალურ მეცნიერებათა კვლევის თვისებრივი და რაოდენობრივი მეთოდებისა და ინსტრუმენტების გამოყენებით, სისტემურად ამუშავებს და კრიტიკულად აანალიზებს თანამედროვე და კომპლექსურ პროფესიულ/აკადემიურ სამეცნიერო მიდგომებსა და ინფორმაციას, ემპირიული კვლევის საფუძველზე დამოუკიდებლად მოიპოვებს მონაცემებს, რაზე დაყრდნობითაც ინდივიდუალურად ქმნის კვლევით ნაშრომს - სამაგისტრო ნაშრომის ან საკომუნიკაციო სტრატეგიის სახით.

სწავლის შედეგი 6 - დამოუკიდებლად ავითარებს იდეას, ქმნის და აწყობს საკომუნიკაციო პროდუქტის ლოგიკურ სტრუქტურას და ვიზუალური თხრობის ტექნიკების გამოყენებით წარმოადგენს სხვადასხვა ფორმატის კონტენტს, რომლის შესაბამისადაც არჩევს ამბის თხრობის ტექნიკებს;

სწავლის შედეგი 7 - ორგანიზაციის მისიის, ხედვის, ამოცანების გათვალისწინებით შეიმუშავებს საკომუნიკაციო სტრატეგიას, (მათ შორის: კრიზისული კომუნიკაციის გეგმას, სოციალური პასუხისმგებლობის პროგრამას და ა.შ.) და შესაბამის სამოქმედო გეგმას. თანამედროვე ტექნოლოგიებსა და საკომუნიკაციო ტენდენციებზე დაყრდნობით, მაღალი პროფესიული სტანდარტით ახორციელებს შესაბამის აქტივობებს.

სწავლის შედეგი 8 - პროექტის მართვის ინსტრუმენტებისა და მეთოდის გამოყენებით აყალიბებს პროექტის მიზნებს და გეგმავს განსახორციელებელი ღონისძიებების თანმიმდევრობას, ითვალისწინებს დროით, ადამიანურ, მატერიალურ, ფინანსურ და საჭიროებისამებრ სხვა რესურსებს;

პასუხისმგებლობა და ავტონომიურობა:

სწავლის შედეგი 9 - აკადემიური კეთილსინდისიერების პრინციპების დაცვით, აკადემიურ და პროფესიულ საზოგადოებას, წერილობითი და ზეპირი ფორმით წარუდგენს კვლევის შედეგებს. პროფესიული ეთიკური ნორმების გათვალისწინებით შეაქვს წვლილი საზოგადოებასთან ურთიერთობების დარგის განვითარებაში და განსაზღვრავს შემდგომში ცოდნის გაღრმავების მნიშვნელობას;

სწავლის შედეგი 10 - როგორც დამოუკიდებლად, ისე გუნდთან მუშაობის პროცესში პროფესიული, ეთიკური ნორმების დაცვით გეგმავს და წარმართავს პროექტს საზოგადოებასთან ურთიერთობის სფეროში და იღებს პასუხისმგებლობას მიღებულ გადაწყვეტილებებზე;

შედეგი	მიზანი						
	მიზანი 1	მიზანი 2	მიზანი 3	მიზანი 4	მიზანი 5	მიზანი 6	მიზანი 7
შედეგი 1	X						
შედეგი 2	X			X	X		
შედეგი 3		X					
შედეგი 4		X					
შედეგი 5	X		X		X		
შედეგი 6				X			
შედეგი 7		X	X		X	X	
შედეგი 8		X			X	X	
შედეგი 9			X				X
შედეგი 10					X		X

სწავლება-სწავლის მეთოდები:

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

პროგრამის განმახორციელებელი პერსონალი შესაძლოა იყენებდეს ზემოთ ჩამოთვლილ ერთ, ან რამდენიმე მეთოდს, ან ნებისმიერ სხვა მეთოდს კონკრეტული სასწავლო კურსის ამოცანიდან გამომდინარე. კონკრეტული სასწავლო კურსის სწავლა-სწავლების მეთოდები ასახულია შესაბამისი სასწავლო კურსის სილაბუსში.

სტუდენტის ცოდნის შეფასების სისტემა

საზოგადოებრივი ურთიერთობის სამაგისტრო საგანმანათლებლო პროგრამით გათვალისწინებული სასწავლო კომპონენტის დაუფლება სწავლების პროცესში სტუდენტთა აქტიურ მონაწილეობას ითვალისწინებს და შექმნილი 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/წერიტი გამოცდა, ზეპირი/წერიტი გამოკითხვა, საშინაო დავალება, პრაქტიკული/თეორიული სამუშაო და სხვა). 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 ზღვრის 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 ორგანიზაციებსა და მედია სექტორში.

კურსდამთავრებულებს, ასევე შეეძლებათ განახორციელონ დამოუკიდებელი პროექტები, ინდივიდუალური შეკვეთების სახით შექმნან სხვადასხვა საკომუნიკაციო სტრატეგიები და კონსულტაცია გაუწიონ დაინტერესებულ პირებს.

სწავლის გაგრძელების შესაძლებლობა:

საზოგადოებრივი ურთიერთობების სამაგისტრო პროგრამის კურსდამთავრებული უფლებამოსილია, სწავლა განაგრძოს საქართველოს ან სხვა ქვეყნების უმაღლეს საგანმანათლებლო დაწესებულებებში სადოქტორო პროგრამაზე, რომელიც ორიენტირებულია შემდგომი დონის მკვლევრის მომზადებაზე, თუ ამ პროგრამაზე მიღების წინაპირობა არ არის შეზღუდული სხვა სპეციალობის მაგისტრის აკადემიური ხარისხით.

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 პერსონალი.

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 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 საკუთრებაში არსებულ შენობა-ნაგებობაში, 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 სხვა) აღჭურვილი სალექციო და პრაქტიკული მეცადინეობებისთვის განკუთვნილი აუდიტორიები.

ბიბლიოთეკა - უნივერსიტეტის ბიბლიოთეკაში დაცულია სამაგისტრო პროგრამის შესაბამისი ბეჭდური და ელექტრონული ფონდი, რომელიც ხელმისაწვდომია სტუდენტებისთვის, მოწვეული და აკადემიური პერსონალისთვის. ბიბლიოთეკას აქვს სათანადო ინვენტარით (სკამები, მაგიდები, კომპიუტერები, ასლგადამღები აპარატი) აღჭურვილი სამკითხველო დარბაზი. 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, ასლგადამღები აპარატი) აღჭურვილი სამუშაო გარემო.

საინფორმაციო-საკომუნიკაციო ტექნოლოგიები - სამაგისტრო საგანმანათლებლო პროგრამის განხორციელებისა და ადმინისტრირების ხელშეწყობის მიზნით, უნივერსიტეტი იყენებს საინფორმაციო-საკომუნიკაციო ტექნოლოგიებს. არსებობს საზოგადოებრივი ურთიერთობების სამაგისტრო 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 სხვა. ინფორმაცია, უნივერსიტეტი უზრუნველყოფს ინფორმაციის საჯაროობას და ხელმისაწვდომობას.

პროგრამის ხელმძღვანელი:

მარიამ სეხნიაშვილი
ასისტენტ-პროფესორი
ბროსეს ქ. #2
თბილისი, 0108, საქართველო
ტელ: (995 32) 2 49 75 00
მობ: (995 599) 200 280
მეილი: m.sekhniashvili@gipa.ge

პროგრამის ხელმძღვანელი:

ნიკოლოზ აბუაშვილი
პროფესორი
იეთიმ გურჯის ქუჩა #7
თბილისი, 0105, საქართველო
ტელ: (995 32) 249 75 00
მობ: +995 577 728 228
მეილი: n.abuashvili@gipa.ge

საზოგადოებრივი ურთიერთობების სამაგისტრო საგანმანათლებლო პროგრამის საგნობრივი დატვირთვა:

№	საგნის კოდი	დაშვების წინაპირობა	მოდული/საგანი	ECTS კრედიტი				სტუდენტის სასწავლო დატვირთვა ¹	
				I წელი		II წელი		საკონტაქტო საათებ ი ²	დამოუკიდებელი საათებ ³
				სემესტრი					
				I	II	III	IV		
		სასწავლო კომპონენტი ⁴							
		სავალდებულო სასწავლო კურსები							
მოდული I - ორგანიზაციის საზოგადოებასთან ურთიერთობის მართვის ანალიზი									
1.	PR 700	არ გააჩნია	საზოგადოებასთან ურთიერთობის მართვა	5/125				39	86
2.	MGT 700	არ გააჩნია	ორგანიზაციული მენეჯმენტი საზოგადოებასთან ურთიერთობაში	5/125				36	89
3.	PR 701	არ გააჩნია	კომუნიკაციის ფსიქოლოგია	5/125				30	95
4.	MCOM 702	არ გააჩნია	მასკომუნიკაციის თეორიები საზოგადოებასთან ურთიერთობაში	5/125				39	86
5.	PR 712	არ გააჩნია	I მოდულის პროექტი: ორგანიზაციის საზოგადოებასთან ურთიერთობის მართვის ანალიზი	3 / 75				17	58

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

² საგანმანათლებლო პროგრამის კომპონენტის განმახორციელებელი პერსონალის ჩართულობით სტუდენტის სასწავლო საქმიანობისთვის განსაზღვრული დრო.

³ საგანმანათლებლო პროგრამის კომპონენტის განმახორციელებელი პერსონალის ჩართულობის გარეშე სტუდენტის სასწავლო საქმიანობის დრო (საშინაო დავალებისა და გამოცდების მომზადება და ა.შ.).

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

მოდული II - ორგანიზაციის საზოგადოებასთან ურთიერთობის კონცეფცია									
6.	MGT 701	არ გააჩნია	მარკეტინგი		5/125			45	80
7.	PR 704	PR 700	კორპორაციული კომუნიკაციები		5/125			39	86
8	MCOM 703	PR 700	მედიასთან ურთიერთობა და წერა საზოგადოებასთან ურთიერთობის სფეროში		5/125			42	83
9	PR 716	PR 700, MGT 700	კრიზისული კომუნიკაციები		5/125			36	89
10	PR 702	არ გააჩნია	კონტენტ მარკეტინგი და ციფრული კომუნიკაცია		5/125			36	89
11	RES 700	არ გააჩნია	კვლევის მეთოდები და მონაცემთა ანალიზი		6/150			48	102
12	PR713	PR 712	II მოდულის პროექტი: ორგანიზაციის საზოგადოებასთან ურთიერთობის კონცეფცია		3 / 75			12	63
მოდული III - ორგანიზაციის კამპანიის განხორციელება									
13	MGT 703	PR 704	ღონისძიების მართვა			4/100		36	64
14	MGT 704	PR 700, MGT 701	მედია დაგეგმარება			5/125		36	89
15	MGT 705	MGT 700	პროექტის მენეჯმენტი			4/100		42	58
16	PR 703	PR700/ PR702	ვიზუალური თხრობა			4/100		42	58
17	PR 714	PR713	III მოდულის პროექტი - ორგანიზაციის საზოგადოებასთან ურთიერთობის შემაჯამებელი კამპანიის განხორციელება			3 / 75		12	63
18	MGT 706	MGT 700, PR 701, MGT 705	მართვა შედეგებისათვის				3/75	27	48
19	PR 705	PR 700, RES 700, PR 704, PR 716,	საზოგადოებასთან ურთიერთობა მოქმედებაში - კამპანიების დაგეგმვა და ბიუჯეტირება				3/75	24	51

		MGT 704, MGT 705, PR 703							
		არჩევითი სასწავლო კურსები		4	4	4			
1	PR 717	არ გააჩნია	კომუნიკაციის უნარები, პრეზენტაცია და პერფორმანსი	4/100				30	70
2	PR 709	არ გააჩნია	საზოგადოებასთან ურთიერთობა და კრეატიულობა	4/100				33	67
3	MCOM 700	არ გააჩნია	საზოგადოებრივი აზრი და პოლიტიკური კომუნიკაცია	4/100				36	64
4	MGT 702	PR 700	სტრატეგიული ბრენდინგი		4/100			36	64
5	PR 707	PR 700	საერთაშორისო და არასამთავრობო ორგანიზაციის საზოგადოებასთან ურთიერთობა		4/100			36	64
6	PR 708	PR 700	სამთავრობო უწყებების საზოგადოებასთან ურთიერთობა		4/100			27	73
7	MGT 707	PR700; RES 700	ფონდების მოძიება			4/100		30	70
8	PR 715	MGT 701	პერსონალური ბრენდინგი			4/100		33	67
9	PR 710	PR 704	სოციალურ საკითხებზე კამპანიის წარმოება			4/100		36	64
10	MGT 708	MGT 701, RES 700, PR 716	გაყიდვების მენეჯმენტი			4/100		30	70
		კვლევითი სავალდებულო კომპონენტი ⁵							
1.	PR 711	95 ECTS დაგროვება	სამაგისტრო ნაშრომი				25/625		
სემესტრში				27	38	24	31		

⁵ საგანმანათლებლო პროგრამის შემადგენელი ნაწილი, რომელიც წარმოდგენილია სამაგისტრო სამაგისტრო ნაშრომის სახით

წელიწადში	65	55
სულ	120	

სწავლის შედეგების რუკა

პროგრამის შედეგებზე გასასვლელად თითოეული სავალდებულო საგანი წარმოდგენილია პროგრამის შედეგებთან მიმართებაში. თუ რომელი საგნის შესწავლა იწვევს რომელ შედეგზე გასვლას, შესაბამისი დონის აღნიშვნით. საგნები ჩაშლილია სამ დონედ - ა) გაცნობაზე ორიენტირებული კურსები (I-Introduction); ბ) გაღრმავებაზე ორიენტირებული კურსები (D -Development) გ) განმტკიცებაზე ორიენტირებული კურსები (M - Mastering). საგნისა და შედეგის თანაკვეთის უჯრაში მითითებულია ერთ-ერთი დონის აღმნიშვნელი ინდიკატორი - I, D, M. ყველა საგანი შეიცავს პრაქტიკულ კომპონენტებს.

შედეგები	შედეგი 1	შედეგი 2	შედეგი 3	შედეგი 4	შედეგი 5	შედეგი 6	შედეგი 7	შედეგი 8	შედეგი 9	შედეგი 10
საზოგადოებასთან ურთიერთობის მართვა	I	I		I	I		I		I	I
ორგანიზაციული მენეჯმენტი საზოგადოებასთან ურთიერთობაში	I		I	I			I	I	I	
კომუნიკაციის ფსიქოლოგია	I		I	I		I				
მასკომუნიკაციის თეორიები საზოგადოებასთან ურთიერთობაში	I	I	I		I				I	I

მოდული I - ორგანიზაციის საზოგადოებასთან ურთიერთობის მართვის ანალიზი	I	I	I	I	I				I	I
მარკეტინგი	I	I	D	I	D		D	D	D	D
კორპორაციული კომუნიკაციები		D		D	D		D	D	D	D
მედიასთან ურთიერთობა და წერა საზოგადოებასთან ურთიერთობის სფეროში	I	D	I		D		D			D
კრიზისული კომუნიკაციები	D		D	D	D		D	D	D	
კონტენტ მარკეტინგი და ციფრული კომუნიკაცია	I	D		D	I	I	D	D		
კვლევის მეთოდები და მონაცემთა ანალიზი				D	M		M		M	D
მოდული II - ორგანიზაციის		D	D	D	M	D	M	D	D	D

საზოგადოებასთან ურთიერთობის კონცეფცია	<i>D</i>									
ლონისძიების მართვა		<i>M</i>		<i>M</i>	<i>M</i>	<i>M</i>	<i>M</i>	<i>M</i>		<i>M</i>
მედია დაგეგმარება	<i>M</i>	<i>M</i>	<i>D</i>	<i>M</i>	<i>M</i>		<i>M</i>		<i>D</i>	
ვიზუალური თხრობა		<i>M</i>	<i>D</i>	<i>M</i>	<i>M</i>	<i>M</i>	<i>M</i>		<i>D</i>	
პროექტის მენეჯმენტი		<i>M</i>	<i>M</i>	<i>M</i>	<i>D</i>		<i>M</i>	<i>M</i>		<i>M</i>
მოდული III - შემაჯამებელი კამპანიის განხორციელება	<i>M</i>	<i>M</i>	<i>M</i>	<i>M</i>	<i>M</i>	<i>M</i>	<i>M</i>	<i>M</i>	<i>M</i>	<i>M</i>
მართვა შედეგებისათვის		<i>M</i>	<i>M</i>	<i>M</i>	<i>M</i>		<i>M</i>	<i>M</i>	<i>M</i>	
პიარი მოქმედებაში	<i>M</i>		<i>M</i>	<i>M</i>	<i>M</i>	<i>M</i>	<i>M</i>		<i>M</i>	<i>M</i>
სამაგისტრო ნაშრომი	<i>M</i>	<i>M</i>	<i>M</i>	<i>M</i>	<i>M</i>		<i>M</i>		<i>M</i>	<i>M</i>

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	<p>Digital competences and cyber security. A case of universities in Tbilisi. Nino durglishvili, Ivane Kechahkmadze, Mariam Sekhnishvili; Internet Education Science. Horizonti (2020).</p> <p>შზოზღებზე მოქმედი გარემო ფაქტორების გავლენა გადაწყვეტილების მიღებისას; http://press.tsu.edu.ge/data/image_db_innova/PRINT-mermisi-2019-1.pdf</p> <p>Анализ основных факторов, влияющих на преуспеваемость женщин в постсоветской грузии.(2005). Идентичность,власть и город в работах молодых ученых Южного Кавказа, Сборник статей. Heinrich Böll Stiftung;</p> <p>Addressing Corruption in Infrastructure Services in Georgia; Partnering to Combat Corruption; (2007);</p>		

პროგრამის ხელმძღვანელის რეზიუმე
(CURRICULUM VITAE)

სახელი, გვარი	ნიკოლოზ აბუაშვილი			
თანამდებობა	პროფესორი, საზოგადოებრივი ურთიერთობების სამაგისტრო პროგრამის ხელმძღვანელი			
სამუშაო ადგილი	საქართველოს საზოგადოებრივ საქმეთა ინსტიტუტი			
საკონტაქტო ინფორმაცია	ტელეფონი:	+995 577 728 228	ელ-ფოსტა:	n.abuashvili@gipa.ge
დაცული დისერტაცია და სამეცნიერო კვლევის სფეროები	<p>დოქტორი, ეკონომიკა, საქართველოს საზოგადოებრივ საქმეთა ინსტიტუტი;</p> <p>სამეცნიერო კვლევის სფეროები: ბიზნეს პროცესები, ეკონომიკა, ფინანსები, მარკეტინგი;</p>			
პუბლიკაციები	<p>2017 - კეუნვონ 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 გვემსგავსებთან? 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/კვლევითი კომპონენტი
1	ელდარ პირმისაშვილი	მოწვეული ლექტორი	საზოგადოებასთან ურთიერთობის მართვა სამაგისტრო ნაშრომი
2	ნინო შოშიტაიშვილი	მოწვეული ლექტორი	ორგანიზაციული მენეჯმენტი საზოგადოებასთან ურთიერთობაში, მართვა შედეგებისთვის
3	მარიამ დავითაშვილი	მოწვეული ლექტორი	კომუნიკაციის ფსიქოლოგია
4	ნიკოლოზ აბუაშვილი	პროფესორი	მარკეტინგი/ სტრატეგიული ბრენდინგი სამაგისტრო ნაშრომი
5	ეკატერინე ბასილაია	ასისტენტ პროფესორი	მასკომუნიკაციის თეორიები საზოგადოებასთან ურთიერთობაში
6	თინათინ ნაჭყებია	ასისტენტ -პროფესორი	ვიზუალური თხრობა
7	ლილი ფულარიანი	მოწვეული ლექტორი	კონტენტ მარკეტინგი და ციფრული კომუნიკაცია
8	თამარ როდონაია	მოწვეული ლექტორი	კორპორაციული კომუნიკაციები სამაგისტრო ნაშრომი
9	თეა სხიერელი	მოწვეული ლექტორი	მედიასთან ურთიერთობა და წერა საზოგადოებასთან ურთიერთობის სფეროში
10	ანნა ქეშელაშვილი	პროფესორი	კვლევის მეთოდები და მონაცემთა ანალიზი სამაგისტრო ნაშრომი
11	თინათინ ცომაია	პროფესორი	სოციალურ საკითხებზე კამპანიის წარმოება სამაგისტრო ნაშრომი
12	ნინო გოგოლაძე	მოწვეული ლექტორი	მედია დაგეგმარება
13	მარიამ ყუბუსიძე	მოწვეული ლექტორი	ლონისძიების მართვა
14	გიორგი თურქია	პროფესორი	პროექტის მენეჯმენტი სამაგისტრო ნაშრომი

15	ვანო ცერცვაძე	პროფესორი	კვლევის მეთოდები და მონაცემთა ანალიზი სამაგისტრო ნაშრომი
16	ნინო დანელია	მოწვეული ლექტორი	საზოგადოებრივი აზრი და პოლიტიკური კომუნიკაცია
17	მაია მიქაშავიძე	პროფესორი	ფონდების მოძიება სამაგისტრო ნაშრომი
18	სალომე ბენიძე	ასისტენტ პროფესორი	საერთაშორისო და არასამთავრობო ორგანიზაციების საზოგადოებასთან ურთიერთობა, კრიზისული კომუნიკაციები სამაგისტრო ნაშრომი
19	თინათინ სტამბოლიშვილი	ასოცირებული პროფესორი	საზოგადოებასთან ურთიერთობა მოქმედებაში - კამპანიების დაგეგმვა და ბიუჯეტირება სამაგისტრო ნაშრომი
20	სოფიო ჯაჯანაშვილი	მოწვეული ლექტორი	სამთავრობო უწყებების საზოგადოებასთან ურთიერთობა
21	ნინო წითლანაძე	მოწვეული ლექტორი	საზოგადოებასთან ურთიერთობა და კრეატიულობა, პერსონალური ბრენდინგი სამაგისტრო ნაშრომი
22	ნანა აბურჯანიძე	მოწვეული ლექტორი	გაყიდვების მენეჯმენტი
23	მარიამ სეხნიაშვილი	ასისტენტ პროფესორი	კრიზისული კომუნიკაციები სამაგისტრო ნაშრომი
24	ირინა ბრეგვაძე	მოწვეული ლექტორი	კომუნიკაციის უნარები - პრეზენტაცია და პერფორმანსი