

დამტკიცება: შავი ზღვის საერთაშორისო უნივერსიტეტის მმართველი საბჭოს
დადგენილება #03, 10/01/2024

შავი ზღვის საერთაშორისო უნივერსიტეტის
მარკეტინგისა და საზოგადოებასთან ურთიერთობის დეპარტამენტის
დ ე ბ უ ლ ე ბ ა

თბილისი
2024

თავი I. ზოგადი დებულებები

მუხლი 1. ზოგადი დებულებები

1.1. ეს დებულება განსაზღვრავს შპს „შავი ზღვის საერთაშორისო უნივერსიტეტის“ (შემდგომში - უნივერსიტეტი) ძირითადი ადმინისტრაციული სტრუქტურული ერთეულის - მარკეტინგისა და საზოგადოებასთან ურთიერთობის დეპარტამენტის (შემდგომში - დეპარტამენტი) ფუნქციებს, დეპარტამენტის სტრუქტურას, დეპარტამენტის ხელმძღვანელისა და თანამშრომელთა ფუნქციამოვალეობებს.

1.2. დეპარტამენტი თავის საქმიანობას წარმართავს საერთაშორისო სტანდარტებისა და საქართველოს კანონმდებლობის, უნივერსიტეტის დებულების, ამ დებულებისა და უნივერსიტეტში მოქმედი სხვა ნორმატიული დოკუმენტაციის საფუძველზე.

1.3. მარკეტინგისა და საზოგადოებასთან ურთიერთობის დეპარტამენტი ექვემდებარება რექტორს, პასუხისმგებელი და ანგარიშვალდებულია მის წინაშე.

მუხლი 2. დეპარტამენტის ფუნქციები

2.1. მარკეტინგისა და საზოგადოებასთან ურთიერთობის დეპარტამენტი:

ა) უზრუნველყოფს უნივერსიტეტის მარკეტინგის და საზოგადოებასთან ურთიერთობის პოლიტიკის შემუშავებას, მისი რეალიზაციის ეფექტური ფორმების, გზების, საშუალებების გამოყენებას;

ბ) უზრუნველყოფს უნივერსიტეტის სახელის ცნობადობის გაზრდას საზოგადოებაში;

გ) ზრუნავს IBSU-ს ბრენდის იმიჯზე და რეპუტაციაზე;

დ) უზრუნველყოფს უნივერსიტეტის ბრენდის (ბრენდების) მართვასა და განვითარებას;

ე) უზრუნველყოფს იმიჯის წარმოჩენას, როგორც გარე, ასევე შიდა აუდიტორიის წინაშე;

ვ) უზრუნველყოფს მიზნობრივი აუდიტორიის იდენტიფიკაციას და ამ აუდიტორიის მოზიდვისა და ჩართულობის გაზრდის მიზნით შესაბამისი სტრატეგიის შემუშავებას;

ზ) უზრუნველყოფს უნივერსიტეტის ბეჭდური და ელექტრონული სარეკლამო მასალების მომზადებას;

თ) უზრუნველყოფს სკოლის მოსწავლეებისათვის პროფესიული ორიენტაციის ტრენინგების (სტუდენტური პროექტები) ორგანიზებას და ზედამხედველობას;

ი) უზრუნველყოფს უნივერსიტეტის საქმიან ურთიერთობებს საქართველოს არასამთავრობო სტრუქტურებთან, მასმედიასთან და სხვა დაინტერესებულ მხარეებთან;

კ) უზრუნველყოფს უნივერსიტეტის შესახებ ინფორმაციის მართვას გარე დაინტერესებულ მხარეებთან;

ლ) უზრუნველყოფს უნივერსიტეტის მონაწილეობას სხვადასხვა საზოგადოებრივ, კულტურულ და საქველმოქმედო ღონისძიებებში;

მ) უზრუნველყოფს უნივერსიტეტში ღონისძიებების გამართვას სხვადასხვა დაინტერესებული პირებისთვის;

ნ) უზრუნველყოფს უნივერსიტეტში სტრუქტურულ ერთეულებს შორის თავისი კომპეტენციის ფარგლებში ინფორმაციის ოპერატიულ გავრცელებას;

ო) ახორციელებს უნივერსიტეტის შიგნით და გარეთ დაგეგმილი ღონისძიებების მენეჯმენტს;

პ) ყოველწლიურად აორგანიზებს ისეთ მამტაბურ საუნივერსიტეტო ღონისძიებებს, როგორებიცაა პირველკურსელთა და მაგისტრების მიღების, დასრულებისა და დიპლომების გადაცემის ცერემონიალს;

ჟ) მართავს უნივერსიტეტის ვებ-გვერდისა და სოციალური მედიის არხებს;

რ) კომპეტენციის ფარგლებში მონაწილეობს ავტორიზაციის/აკრედიტაციის პროცესში;

ს) ახორციელებს დებულებით განსაზღვრულ სხვა უფლებამოსილებებს.

ტ) ყოველწლიურად აორგანიზებს ისეთ მამტაბურ საუნივერსიტეტო ღონისძიებებს, როგორებიცაა პირველკურსელთა და მაგისტრების მიღების ცერემონია, სტუდენტური ცხოვრებისა და კლუბების გამოფენა და სხვა;

მუხლი 3. დეპარტამენტის სტრუქტურა და მართვა

3.1 მარკეტინგის და საზოგადოებასთან ურთიერთობის დეპარტამენტის შემადგენლობაში შედიან:

ა) მარკეტინგისა და საზოგადოებასთან ურთიერთობის დეპარტამენტის ხელმძღვანელი;

ბ) მარკეტინგისა და საზოგადოებასთან ურთიერთობის დეპარტამენტის ხელმძღვანელის ასისტენტი;

გ) კომუნიკაციების მენეჯერი;

დ) კომუნიკაციების მენეჯერის ასისტენტი;

ე) ღონისძიებების მენეჯერი;

ვ) ღონისძიებების მენეჯერის ასისტენტი;

ზ) საინფორმაციო ცენტრის მენეჯერები.

თ) ფოტოგრაფი;

ი) ვიდეოგრაფი;

კ) ვებდეველოპერი;

ლ) გრაფიკული დიზაინერი;

3.2. დეპარტამენტის თანამშრომელს უნივერსიტეტში დადგენილი წესის შესაბამისად თანამდებობაზე ნიშნავს და ათავისუფლებს რექტორი.

3.3. სამსახურში მიღებისას თანამშრომელთათვის წარსადგენ დამატებით საკვალიფიკაციო მოთხოვნებს, აუცილებლობის შემთხვევაში, განსაზღვრავს რექტორი.

მუხლი 4. დეპარტამენტის ხელმძღვანელობა

4.1 დეპარტამენტის საერთო ხელმძღვანელობას ახორციელებს დეპარტამენტის ხელმძღვანელი.

4.2 დეპარტამენტის ხელმძღვანელს უნივერსიტეტში დადგენილი წესით, თანამდებობაზე ნიშნავს და ათავისუფლებს უნივერსიტეტის რექტორი.

4.3 დეპარტამენტის ხელმძღვანელის თანამდებობაზე მიიღება უმაღლესი განათლების მქონე პირი, რომელსაც აქვს მსგავს პოზიციაზე მუშაობის მინიმუმ 5 (ხუთი) წლიანი გამოცდილება იმავე ან მომიჯნავე სფეროში, რომელიც ფლობს ქართულ და ინგლისურ ენებს.

4.4 დეპარტამენტის ხელმძღვანელი წარმოადგენს დეპარტამენტს შიდასაუნივერსიტეტო და საგარეო ურთიერთობებში, გეგმავს და წარმართავს დეპარტამენტის საქმიანობას და პასუხისმგებელია მის ეფექტურ მუშაობაზე.

4.5 დეპარტამენტის ხელმძღვანელი ანგარიშვალდებულია მმართველი საბჭოსა და რექტორის წინაშე.

მუხლი 5. მარკეტინგისა და საზოგადოებასთან ურთიერთობის დეპარტამენტის ხელმძღვანელის ფუნქცია მოვალეობები

5.1 მარკეტინგისა და საზოგადოებასთან ურთიერთობის დეპარტამენტის ხელმძღვანელის ფუნქცია მოვალეობებია:

- ა) უნივერსიტეტის სტრატეგიული გეგმიდან გამომდინარე დეპარტამენტის სამოქმედო გეგმის განსაზღვრა;
- ბ) მიზნობრივი აუდიტორიის იდენტიფიკაცია, ამ აუდიტორიის მოზიდვისა და ჩართულობის გაზრდის მიზნით შესაბამისი სტრატეგიის განსაზღვრა და შესრულების მონიტორინგი;
- გ) ადგილობრივ ან/და საერთაშორისო პარტნიორებთან ურთიერთობის გამყარების მიზნით სათანადო მარკეტინგული და პიარ აქტივობების დაგეგმვა და განხორციელების მონიტორინგი;
- დ) ახალი პროგრამების/პროექტებისთვის საკომუნიკაციო კამპანიის შემუშავება და განხორციელების მონიტორინგი;
- ე) უნივერსიტეტის პოპულარიზაცია;
- ვ) უნივერსიტეტისთვის მოკლე და გრძელვადიანი იმიჯ-გეგმების მომზადება და შესრულების მონიტორინგი;
- ზ) უნივერსიტეტის იმიჯის წარმოჩენა, როგორც გარე, ასევე შიდა აუდიტორიის წინაშე, შესაბამისი ღონისძიებების და აქტივობების განსაზღვრა და შესრულების მონიტორინგი;
- თ) სარეკლამო პოლიტიკის შემუშავება (სარეკლამო კონცეფციების, სცენარების, სლოგანების, დიზაინებისა და სხვა მასალების შემუშავება), ახალი სარეკლამო აქციების და მასტიმულირებელი პროგრამების განხორციელება;
- ი) უნივერსიტეტის საპრეზენტაციო, სუვენირული და პოლიგრაფიული პროდუქციის კონცეფციების შექმნა და მონიტორინგი;
- კ) უნივერსიტეტის შიდა იმიჯისა და ინტერიერის გასაუმჯობესებელი ღონისძიებების დაგეგმვა და განხორციელების მონიტორინგი;
- ლ) უნივერსიტეტის ოფიციალური ვებ-გვერდისა და სოციალური მედიის პლატფორმების სტრუქტურის/კონცეფციის განსაზღვრა და მართვის მონიტორინგი;
- მ) პიარ-კამპანიის დაგეგმვა და განხორციელების მონიტორინგი;
- ნ) სტეიკჰოლდერებთან ურთიერთობებისთვის საჭირო აქტივობების განსაზღვრა და მონიტორინგი;
- ო) სკოლის მოსწავლეებისთვის პროფესიული ორიენტაციის ტრენინგების (სტუდენტური პროექტები) პროექტების კოორდინატორების და ასისტენტების კანდიდატების წარდგენა უნივერსიტეტთან ხელშეკრულების გაფორმების მიზნით და პროექტის წევრებთან მიღება-ჩაბარების აქტების გაფორმება;
- პ) დეპარტამენტის თანამშრომლების დანიშვნის მიზნით მათი რექტორისთვის წარდგენა;
- ჟ) კომპეტენციის ფარგლებში ავტორიზაციის/აკრედიტაციის პროცესში მონაწილეობა;
- რ) მმართველი საბჭოსთვის დეპარტამენტის მიერ გაწეული წლიური საქმიანობის შესახებ ანგარიშის წარდგენა;
- ს) დეპარტამენტის საქმიანობის სრულყოფილად და უწყვეტად განხორციელების მიზნით უშუალო ხელმძღვანელის მიერ გაცემული მითითებების შესრულება.

მუხლი 6. მარკეტინგისა და საზოგადოებასთან ურთიერთობის დეპარტამენტის ხელმძღვანელის ასისტენტი

6.1 მარკეტინგისა და საზოგადოებასთან ურთიერთობის დეპარტამენტის ხელმძღვანელის ასისტენტის ფუნქცია-მოვალეობებია:

- ა) დეპარტამენტის ხელმძღვანელის მიერ დაგეგმილი მარკეტინგული კამპანიის კომპონენტების შესრულება;
- ბ) სხვადასხვა პროგრამის პრეზენტაციების მომზადება;
- გ) შესაბამის მარკეტინგულ ღონისძიებებში მონაწილეობა;
- დ) საშუალო სკოლებში აბიტურიენტებისთვის უნივერსიტეტის პროგრამების შესახებ პრეზენტაციების ჩატარების ორგანიზება;
- ე) აბიტურიენტების მოზიდვის მიზნით შესაბამისი მარკეტინგული ღონისძიებების დაგეგმვასა და აღსრულებაში მონაწილეობა;
- ვ) PR და CSR პროექტებში ჩართულობა;
- ზ) მარკეტინგულ ღონისძიებებში ჩართული მოხალისე სტუდენტების (სტუდენტი-მარკეტერების) ხელმძღვანელობა;
- თ) საშუალო სკოლების ადმინისტრაციასთან დაკავშირება და შეხვედრის/დროების ჩანიშვნა სკოლებში ვიზიტის მიზნით;
- ი) უნივერსიტეტის საქმიანობის სრულყოფილად და უწყვეტად განხორციელების მიზნით ხელმძღვანელის მიერ გაცემულ სხვა დავალებების შესრულება.

6.2 ასისტენტის საკვალიფიკაციო მოთხოვნებია:

- ა) მარკეტინგისა და საზოგადოებასთან ურთიერთობის დეპარტამენტის ხელმძღვანელის ასისტენტის თანამდებობაზე მიიღება საბაკალავრო საფეხურის მინიმუმ მეორე კურსის სტუდენტი, რომელიც ფლობს ქართულ და ინგლისურ ენებს.

6.3 მარკეტინგისა და საზოგადოებასთან ურთიერთობის დეპარტამენტის ხელმძღვანელის ასისტენტი ანგარიშვალდებულია დეპარტამენტის ხელმძღვანელის წინაშე.

მუხლი 7. კომუნიკაციების მენეჯერი

7.1. კომუნიკაციების მენეჯერის ფუნქცია-მოვალეობებია:

- ა) პიარ კამპანიის დაგეგმვა - კამპანიის სტრატეგიის, აქტივობების გაწერა, ვადების და სხვა საორგანიზაციო საკითხებზე გეგმის გაწერა და შესრულება;
- ბ) უნივერსიტეტის საკომუნიკაციო კამპანიისთვის საჭირო მასალების შეგროვება, კონცეფციის განსაზღვრა და კონტენტის მომზადება;
- გ) უნივერსიტეტის საკომუნიკაციო არხების (ვებ გვერდი, სოციალური ქსელების Facebook, Instagram, Tiktok, Youtube, Twitter, LinkedIn) სტრატეგიის განსაზღვრა, კონტენტის მომზადება და სარედაქციო პოლიტიკის მართვა.
- დ) მედიასთან კომუნიკაცია, მედია-გეგმების შექმნა, მედიისათვის პუბლიკაციის მომზადება, პრესკონფერენციების მოწყობა, პრესასთან ურთიერთობა;
- ე) უნივერსიტეტის შესახებ ინფორმაციის შექმნა და განთავსება საინფორმაციო მედიაში;
- ვ) უნივერსიტეტის საკომუნიკაციო არხების სარეკლამო პოლიტიკის განსაზღვრა და განხორციელება (advertiasing);
- ზ) უნივერსიტეტის საკომუნიკაციო კამპანიებისთვის საჭირო საინფორმაციო მასალების დაგეგმვასა და განხორციელებაში მონაწილეობა;

- თ) ახალი შეთავაზებების, სიახლეების სტიმულირების მიზნით შესაბამისი ღონისძიებების დაგეგმვა, მომზადება და შესრულება;
- ი) უნივერსიტეტის სიახლეების შესახებ კონტენტის მომზადება და დროულად ინფორმაციის გადაცემა საკომუნიკაციო არხებისთვის;
- კ) სოციალური ქსელების სტრატეგიის შექმნა, რუბრიკების დაგეგმვა და განხორციელება/მართვა;
- ლ) ვიდეოგრაფთან, ფოტოგრაფთან და დიზაინერთან აქტიური მუშაობა;
- მ) უნივერსიტეტის ფოტო/ვიდეო არქივის მონიტორინგი;
- ნ) უნივერსიტეტის ღონისძიებების ფოტო/ვიდეო გადაღების დაგეგმვა და კონტენტის მომზადება საკომუნიკაციო არხებისთვის;
- ო) ასისტენტის საქმიანობისთვის კოორდინაციის გაწევა;
- პ) უნივერსიტეტის სარეკლამო პოლიტიკის განსაზღვრა და განხორციელება;
- ჟ) კომუნიკაცია გარეშე პირებთან დეპარტამენტის აქტივობების საჭიროებების მიხედვით;
- რ) უნივერსიტეტის პროგრამების (საბაკალავრო, ერთსაფეხურიანი, სამაგისტრო, სადოქტორო პროგრამების და სხვა პროექტების) სტიმულირების კამპანიის განხორციელებაში მონაწილეობა;
- ს) მოწოდებული ინფორმაციის საფუძველზე ახალი ამბების, განცხადებების, ღონისძიებების, ფოტო/ვიდეო მასალასთან ერთად საიტზე განთავსება;
- ტ) სტრუქტურული ერთეულების და სკოლების წარმომადგენლებთან მუდმივი კავშირი;
- უ) უნივერსიტეტისათვის მოკლე და გრძელვადიანი იმიჯ-გეგმების მომზადება და შესრულება;
- ქ) კომპეტენციის ფარგლებში ავტორიზაციის/აკრედიტაციის პროცესში მონაწილეობა;
- ღ) უნივერსიტეტის საქმიანობის სრულყოფილად და უწყვეტად განხორციელების მიზნით დეპარტამენტის ხელმძღვანელის მიერ გაცემულ სხვა მითითებების შესრულება.

7.2. კომუნიკაციების მენეჯერის საკვალიფიკაციო მოთხოვნები

- ა) კომუნიკაციების მენეჯერის თანამდებობაზე მიიღება უმაღლესი განათლების მქონე პირი, რომელსაც აქვს იმავე ან მომიჯნავე სფეროში მუშაობის მინიმუმ 3 (სამი) წლიანი გამოცდილება, რომელიც ფლობს ქართულ და ინგლისურ ენებს.

7.3. კომუნიკაციები მენეჯერი ანგარიშვალდებულია დეპარტამენტის ხელმძღვანელის წინაშე.

მუხლი 8. კომუნიკაციების მენეჯერის ასისტენტი

8.1. კომუნიკაციების მენეჯერის ასისტენტის ფუნქცია-მოვალეობებია:

- ა) სოციალური ქსელების: Instagram, Tik-Tok, YouTube არხებისთვის კონტენტის მომზადება და პლატფორმების მართვა;
- ბ) უნივერსიტეტის ფოტო/ვიდეო არქივის შექმნის კოორდინაცია;
- გ) უნივერსიტეტის საკომუნიკაციო კამპანიისთვის საჭირო მასალების შეგროვებაში და კონტენტის მომზადებაში მონაწილეობა;
- დ) PR და CSR პროექტებში ჩართულობა;
- ე) უნივერსიტეტის საქმიანობის სრულყოფილად და უწყვეტად განხორციელების მიზნით კომუნიკაციების მენეჯერის მიერ გაცემული მითითებების შესრულება.

8.2. ასისტენტის საკვალიფიკაციო მოთხოვნები:

- ა) კომუნიკაციების მენეჯერის ასისტენტის თანამდებობაზე მიიღება საბაკალავრო საფეხურის მინიმუმ მეორე კურსის სტუდენტი, რომელიც ფლობს ქართულ და ინგლისურ ენებს.

8.3. კომუნიკაციები მენეჯერის ასისტენტი ანგარიშვალდებულია კომუნიკაციების მენეჯერისა და დეპარტამენტის ხელმძღვანელის წინაშე.

მუხლი 9. ღონისძიებების მენეჯერი

9.1 ღონისძიებების მენეჯერის ფუნქცია-მოვალეობებია:

- ა) პროექტების შემუშავების პროცესში უნივერსიტეტის შესაბამის სტრუქტურულ ერთეულთან თანამშრომლობა;
- ბ) შესაბამის სტრუქტურულ ერთეულთან ერთად ღონისძიებებისთვის საჭირო დოკუმენტაციის მომზადება;
- გ) უნივერსიტეტში დაგეგმილი ღონისძიებების პროტოკოლის შედგენა და მართვა;
- დ) უნივერსიტეტის მარკეტინგული ღონისძიებების დაგეგმვა და განხორციელება;
- ე) ახალი შეთავაზებების, სიახლეების სტიმულირების მიზნით შესაბამისი ღონისძიებების დაგეგმვა, მომზადება და შესრულება;
- ვ) უნივერსიტეტში გამართული ღონისძიებების მხარდაჭერა სხვადასხვა საჭირო ატრიბუტიკით;
- ზ) ბრენდის ცნობადობის გაზრდისთვის საჭირო სტრატეგიის შემუშავება და შესაბამისი ღონისძიებების განხორციელება;
- თ) მარკეტინგული პროექტების დაგეგმვა და განხორციელება;
- ი) აპლიკანტების მოზიდვის მიზნით შესაბამისი მარკეტინგული ღონისძიებების დაგეგმვა და შესრულება;
- კ) უნივერსიტეტის პარტნიორებთან კომუნიკაცია და შესაბამისი ღონისძიებების დაგეგმვა და განხორციელება;
- ლ) უნივერსიტეტის ვიზიტორების მასპინძლობა;
- მ) უნივერსიტეტში გამართულ ღონისძიებებზე პროტოკოლური საკითხების უზრუნველყოფა;
- ნ) შიდა კორპორატიული ღონისძიებების დაგეგმვასა და განხორციელებაში მონაწილეობა;
- ო) PR და CSR პროექტებში ჩართულობა;
- პ) ასისტენტის საქმიანობისთვის კოორდინაციის გაწევა;
- ჟ) უნივერსიტეტის საქმიანობის სრულყოფილად და უწყვეტად განხორციელების მიზნით დეპარტამენტის ხელმძღვანელის მიერ გაცემული მითითებების შესრულება.

9.2 ღონისძიებების მენეჯერის საკვალიფიკაციო მოთხოვნები:

- ა) ღონისძიებების მენეჯერის თანამდებობაზე მიიღება უმაღლესი განათლების მქონე პირი, რომელსაც აქვს იმავე ან მომიჯნავე სფეროში მუშაობის მინიმუმ 2 (ორი) წლიანი გამოცდილება, რომელიც ფლობს ქართულ და ინგლისურ ენებს.

9.3 ღონისძიებების მენეჯერი ანგარიშვალდებულაა დეპარტამენტის ხელმძღვანელის წინაშე.

მუხლი 10. ღონისძიებების მენეჯერის ასისტენტი

10.1. ღონისძიებების მენეჯერის ასისტენტის ფუნქცია-მოვალეობები:

- ა) ღონისძიებებისთვის საჭირო სივრცეების დაჯავშნა და მოწესრიგება;
- ბ) შესყიდვებისა და ლოჯისტიკის დეპარტამენტისა და ინფორმაციული ტექნოლოგიების სამსახურთან კოორდინირებით ღონისძიებების ლოჯისტიკურ გამართულობაზე ზრუნვა;
- გ) საჭიროების შემთხვევაში, ღონისძიებაში ჩართული მოხალისე სტუდენტების კოორდინირება;
- დ) ღონისძიებების სტუმრებისთვის საჭირო რესურსების მომზადება;
- ე) პარტნიორ კომპანიებთან კომუნიკაცია, ღონისძიებების საჭიროების მიხედვით;
- ვ) უნივერსიტეტის მარკეტინგულ ღონისძიებებში ჩართულობა;
- ზ) PR და CSR პროექტებში ჩართულობა;

- თ) უნივერსიტეტის მარკეტინგული ღონისძიებების დაგეგმვა და განხორციელება.
 - ი) უნივერსიტეტის საქმიანობის სრულყოფილად და უწყვეტად განხორციელების მიზნით ღონისძიებების მენეჯერის მიერ გაცემულ სხვა მითითებების შესრულება.
- 10.2. ღონისძიებების მენეჯერის ასისტენტის საკვალიფიკაციო მოთხოვნები:
- ა) ღონისძიებების მენეჯერის ასისტენტის თანამდებობაზე მიიღება საბაკალავრო საფეხურის მინიმუმ მეორე კურსის სტუდენტი. რომელიც ფლობს ქართულ და ინგლისურ ენებს.
- 10.3 ღონისძიების მენეჯერის ასისტენტი ანგარიშვალდებულია ღონისძიების მენეჯერისა და დეპარტამენტის ხელმძღვანელის წინაშე.

მუხლი 11. საინფორმაციო ცენტრის მენეჯერი

- 11.1 საინფორმაციო ცენტრის მენეჯერის ფუნქცია- მოვალეობებია:
- ა) უპასუხოს და ამომწურავი ინფორმაცია მიაწოდოს საინფორმაციო ცენტრში შემომავალ ზარებს;
 - ბ) შემოსული ზარების შესაბამის სტრუქტურულ ერთეულებთან გადამისამართება;
 - გ) უპასუხოს ვებგვერდისა და სოციალური ქსელების ონლაინ ჩათში შემოსულ შეტყობინებებს;
 - დ) სტუდენტების Facebook დახურულ ჯგუფის ადმინისტრირება, შემოსულ შეტყობინებებზე რეაგირება, სტუდენტთა ინდივიდუალური კონსულტირება და შესაბამის სტრუქტურულ ერთეულებთან გადამისამართება;
 - ე) კომპეტენციის ფარგლებში ავტორიზაციის/აკრედიტაციის პროცესში მონაწილეობის მიღება;
 - ვ) უნივერსიტეტის საქმიანობის სრულყოფილად და უწყვეტად განხორციელების მიზნით ხელმძღვანელის მიერ გაცემული სხვა მითითებების შესრულება.
- 11.2. საინფორმაციო ცენტრის მენეჯერის საკვალიფიკაციო მოთხოვნები:
- ა) საინფორმაციო ცენტრის მენეჯერის თანამდებობაზე მიიღება უმაღლესი განათლების მქონე პირი ან სტუდენტი, რომელიც ფლობს ქართულ და ინგლისურ ენებს.
- 11.3. საინფორმაციო ცენტრის მენეჯერი ანგარიშვალდებულია დეპარტამენტის ხელმძღვანელის წინაშე.

მუხლი 12. ფოტოგრაფი

- 12.1 ფოტოგრაფის ფუნქცია-მოვალეობებია:
- ა) უნივერსიტეტის ღონისძიებების ფოტო გადაღება და არსებული ფოტომასალის დამუშავება და კონტენტის მომზადება საკომუნიკაციო არხებისთვის.
 - ბ) კომუნიკაციის და ღონისძიებების მენეჯერებთან მათი კომპეტენციის ფარგლებში თანამშრომლობა;
 - გ) არქივის შექმნა და მართვა;
 - დ) უნივერსიტეტის საქმიანობის სრულყოფილად და უწყვეტად განხორციელების მიზნით ხელმძღვანელის მიერ გაცემულ სხვა მითითებების შესრულება
- 12.2 ფოტოგრაფის საკვალიფიკაციო მოთხოვნები:
- ა) ფოტოგრაფის თანამდებობაზე მიიღება პირი, რომელსაც აქვს შესაბამის სფეროში მუშაობის მინიმუმ 1 (ერთი) წლის გამოცდილება და ფლობს ქართულ და ინგლისურ ენებს.
- 12.3. ფოტოგრაფი ანგარიშვალდებულია დეპარტამენტის ხელმძღვანელის წინაშე.

მუხლი 13. ვიდეოგრაფი

13.1 ვიდეოგრაფის ფუნქცია-მოვალეობები:

- ა) უნივერსიტეტის ღონისძიებების ვიდეო გადაღება და კონტენტის მომზადება საკომუნიკაციო არხებისთვის;
 - ბ) ვიდეო რგოლების მომზადება;
 - გ) უნივერსიტეტის ვიდეო კონტენტის გრაფიკული შეფუთვა;
 - დ) სადისერტაციო დაცვების ვიდეო გადაღება, დამუშავება და შესაბამისი სტრუქტურული ერთეულებისთვის მიწოდება.
 - ე) კომუნიკაციის და ღონისძიებების მენეჯერებთან მათი კომპეტენციის ფარგლებში თანამშრომლობა;
 - ვ) Youtube-ის გვერდზე უნივერსიტეტის ღონისძიებების შესახებ სხვადასხვა ტელეარხზე გასული სიუჟეტების გადმოწერა და შემდეგ მათი ატვირთვა;
 - ზ) არქივის შექმნა და მართვა;
 - თ) უნივერსიტეტის საქმიანობის სრულყოფილად და უწყვეტად განხორციელების მიზნით ხელმძღვანელის მიერ გაცემულ სხვა მითითებების შესრულება.
- ### 13.2 ვიდეოგრაფის საკვალიფიკაციო მოთხოვნები:
- ა) ვიდეოგრაფის თანამდებობაზე მიიღება პირი, რომელსაც აქვს შესაბამის სფეროში მუშაობის მინიმუმ 1 (ერთი) წლის გამოცდილება, რომელიც ფლობს ქართულ და ინგლისურ ენებს.
- ### 13.3. ვიდეოგრაფი ანგარიშვალდებულია დეპარტამენტის ხელმძღვანელის წინაშე.

მუხლი 14. ვებდეველოპერი

14.1 ვებდეველოპერის ფუნქცია-მოვალეობები:

- ა) უნივერსიტეტის მთავარ დომენზე განთავსებული ვებ გვერდის ტექნიკურად მართვა და განვითარება;
- ბ) საჭიროების შემთხვევაში, ვებ გვერდზე ახალი მოდულების პროგრამული უზრუნველყოფა;
- გ) კომუნიკაციის მენეჯერთან კომპეტენციის ფარგლებში თანამშრომლობა;
- დ) SEO უზრუნველყოფა;
- ე) უნივერსიტეტის საქმიანობის სრულყოფილად და უწყვეტად განხორციელების მიზნით ხელმძღვანელის მიერ გაცემული სხვა მითითებების შესრულება.

14.2 ვებდეველოპერის საკვალიფიკაციო მოთხოვნები:

- ა) ვებ დეველოპერის თანამდებობაზე მიიღება უმაღლესი განათლების მქონე პირი, რომელსაც აქვს შესაბამის სფეროში მუშაობის მინიმუმ 2 (ორი) წლიანი გამოცდილება და ფლობს ქართულ და ინგლისურ ენებს.

14.3. ვებდეველოპერი ანგარიშვალდებულია დეპარტამენტის ხელმძღვანელის წინაშე.

მუხლი 15. გრაფიკული დიზაინერი

15.1 გრაფიკული დიზაინერის ფუნქცია-მოვალეობები:

- ა) ბრენდის იმიჯის პოზიციონირებისთვის საჭირო ვიზუალური კონტენტის დაგეგმვა დეპარტამენტის ხელმძღვანელთან ერთად და განხორციელება;
- ბ) უნივერსიტეტის ინტერიერის გასაუმჯობესებელი ღონისძიებების დაგეგმვა და განხორციელება;
- გ) ბრენდის ატრიბუტიკის მომზადება და სარეკლამო კომპანიებთან ურთიერთობა;

- დ) კომუნიკაციის მენეჯერებთან კომპეტენციის ფარგლებში თანამშრომლობა და სოციალური მედიის არხებისთვის პოსტერების, ბანერების და სხვა ვიზუალური მასალების მომზადება;
- ე) ღონისძიებების მენეჯერებთან კომპეტენციის ფარგლებში თანამშრომლობა ღონისძიებებისთვის საჭირო პრომო მასალის ვიზუალის მომზადება და დამზადების უზრუნველყოფა სარეკლამო კომპანიებთან თანამშრომლობით;
- ვ) უნივერსიტეტის საქმიანობის სრულყოფილად და უწყვეტად განხორციელების მიზნით ხელმძღვანელის მიერ გაცემული სხვა მითითებების შესრულება.

15.2 გრაფიკული დიზაინერის საკვალიფიკაციო მოთხოვნები:

- ა) გრაფიკული დიზაინერის თანამდებობაზე მიიღება უმაღლესი განათლების მქონე პირი, რომელსაც აქვს შესაბამის სფეროში მუშაობის მინიმუმ 1 (ერთი) წლიანი გამოცდილება და ფლობს ქართულ და ინგლისურ ენებს.

15.3. გრაფიკული დიზაინერი ანგარიშვალდებულია დეპარტამენტის ხელმძღვანელის წინაშე.

მუხლი 16. დასკვნითი დებულებები

16.1. წინამდებარე დებულება ძალაში შედის მმართველი საბჭოს მიერ მიღებისთანავე.

16.2. წინამდებარე დებულებაში ცვლილებების შეტანა ხორციელდება უნივერსიტეტში დადგენილი წესების შესაბამისად.

16.3. ცვლილებებს განიხილავს და ამტკიცებს უნივერსიტეტის მმართველი საბჭო.

16.4. დეპარტამენტის დამატებითი ფუნქციები შესაძლებელია განისაზღვროს უნივერსიტეტის სხვა ნორმატიული დოკუმენტაციით.