საზოგადოებასთან ურთიერთობა (PR)

საგანმანათლებლო პროგრამის სახელწოდება	**საზოგადოებასთან ურთიერთობა (PR)**
მისანიჭებელი კვალიფიკაცია:	საზოგადოებასთან ურთიერთობის ბაკალავრი/Bachelor of Public Relations
პროგრამის მოცულობა კრედიტებით:	180 კრედიტი
სწავლების ენა:	ქართული
პროგრამაზე დაშვების წინაპირობა:	საზოგადოებასთან ურთიერთობის საბაკალავრო პროგრამაზე სტუდენტის ჩარიცხვა ხდება საქართველოს კანონმდებლობით დადგენილი წესით - ერთიანი ეროვნული გამოცდების შედეგების საფუძველზე. საბაკალავრო საგანმანათლებლო პროგრამაზე სწავლის უფლება აქვს სრული ზოგადი განათლების მქონე პირს, რომელსაც აქვს სახელმწიფოს მიერ დადასტურებული შესაბამისი დოკუმენტი და რომელიც ერთიანი ეროვნული გამოცდების შედეგების საფუძველზე მოიპოვებს სწავლის უფლებას აღნიშნულ პროგრამაზე, სწავლის უფლების მოპოვების შემდეგ პირმა შავი ზღვის საერთაშორისო უნივერსიტეტში უნდა გაიროს ადმინისტრაციული რეგისტრაცია. კანონმდებლობით გათვალისწინებულ შემთხვევებში ერთიანი ეროვნული გამოცდების ჩაბარების გარეშე ჩარიცხვა შესაძლებელია კანონმდებლობით დადგენილი წესის შესაბამისად, პროგრამაზე დაშვების პირობები უცხო ქვეყნის მოქალაქეებისათვის იხილეთ ბმულზე- https://iro.ibsu.edu.ge/admissions/. ერთიან ეროვნულ გამოცდებზე საზოგადოებასთან ურთიერთობის საბაკალავრო პროგრამისთვის ერთ-ერთი ჩასაბარებელი სავალდებულო საგანია: მათემატიკა ან ისტორია. ამასთან, აბიტურიენტმა შემდეგი უცხო ენებიდან უნდა ჩააბაროს ერთ-ერთი: ინგლისური, გერმანული, ფრანგული, რუსული.

საგანმანათლებლო პროგრამის მიზანი:	1. საზოგადოებასთან ურთიერთობის საბაკალავრო პროგრამის ძირითადი მიზანია კურსდამთავრებულების პროფესიულ და კონკურენტუნარიან კადრებად მომზადება. პროგრამის კურსდამთავრებულებს ექნებათ ფართო, კვალიფიციური თეორიული და პრაქტიკული ცოდნა/უნარები საზოგადოებასთნ ურთიერთობის მიმართულებით რათა კონკურენციაში შევიდნენ პიარის ინდუსტრიაში და განახორციელონ თავისი საქმიანობა პროფესიული ეთიკის ნორმების დაცვით 2. პროგრამის მიზანია სასწავლო გეგმით - სტუდენტებს განუვითაროს უნარ-ჩვევები, თუ როგორ და რა სტარტეგიებით მოახდინონ გავლენა ადამიანების აზრებსა და ქცევაზე, ჩამოაყალიბოს ორგანიზაციასა და საზოგადოებას შორის ნდობა, ლოიალობა, შეაფასოს საზოგადოებრივი დამოკიდებულება და შექმნას გრძელვადიანი კეთილგანწყობა. შეიმუშავონ/მართონ ეფექტური კომუნიკაცია და კამპანიები 3. პროგრამის მიზანია კვლევითი/პრაქტიკული ხასიათის პროექტების შემუშავების, ეფექტური საჯარო გამოსვლების, ღონისძიების დაგეგმვის/მართვის და ზეპირი და წერილობითი კომუნიკაციის (ქართულ და უცხო ენაზე) უნარები.
სწავლის შედეგები	1. განმარტავს მარკეტინგის და საზოგადოებასთან ურთიერთობის და მასთან დაკავშირებული დარგების/სფეროების ძირითად კონცეფციებს, თეორიებსა და პრინციპებს. 2. აღწერს და იყენებს კვლევის მეთოდებს სტრატეგიული დაგეგმვისთვის და პროცესის მართვისთვის. 3. განიხილავს სტრატეგიულ კომუნიკაციებს, განსაზღვრავს სამიზნე ჯგუფებს, არჩევს ტაქტიკას, მართავს პროცესს და აფასებს შედეგს 4. აფასებს ორგანიზაციებთან და მედიასთან (ტრადიციული ბეჭდვითი/მაუწყებლობის, ასევე განვითარებადი სოციალური/ციფრული მედია.) სტრატეგიული ურთიერთობის მნიშვნელობას, ახორციელებს ზეპირ ან/და წერილობით კომუნიკაციას ქართულ და უცხო ენაზე (ინგლისური ენა) 5. აფასებს საზოგადოებასთან ურთიერთობის სტრატეგიების ეფექტურობას და აფასებს მათი განსაზღვრული მიზნებისა და ამოცანების შესრულებას. 6. ახდენს სწორი და ეფექტური საკომუნიკაციო მესიჯების ფორმირებას, სიტყვით გამოსვლის, პროექტის წარდგინების უნარების დემონსტრირებას (ქართულ და უცხო ენაზე). 7. მართავს კრიზისულ სიტუაციებს, ამჟღავნებს კრიტიკულ აზროვნებას 8. ინფორმირებულია დარგში მიმდინარე პროცესების, ინოვაციების და გამოწვევების შესახებ. 9. აღიარებს და იზიარებს პროფესიული ეთიკის პრინციპებს, პროფესიულს საქმინაობას წარმართვას ეთიკის ნორმების დაცვით.

სტუდენტის ცოდნის შეფასების სისტემა	შეფასების მიზანია ხარისხობრივად განსაზღვროს სტუდენტის სწავლის შედეგები აკადემიური პროგრამის მიზნებთან და პარამეტრებთან მიმართებაში. სტუდენტის ცოდნის შეფასება ხორციელდება ზეპირი და/ან წერილობითი ფორმით. სასწავლო კურსის/კომპონენტის მაქსიმალური შეფასება 100 ქულის ტოლია. შეფასება ითვალისწინებს შუალედურ და დასკვნით შეფასებას, რომელთა ჯამი შეადგენს 100 ქულას. შეფასების სისტემა უშვებს: ხუთი სახის დადებით შეფასებას: 1) (A) ფრიადი – 91-100 ქულა; 2) (B) ძალიან კარგი – 81 - 90 ქულა; 3) (C) კარგი – 71 - 80 ქულა; 4) (D) დამაკმაყოფილებელი – 61 - 70 ქულა; 5) (E) საკმარისი – 51 - 60 ქულა. ორი სახის უარყოფით შეფასებას: 1) (FX) ვერ ჩააბარა – 41 - 50 ქულა, რაც ნიშნავს, რომ სტუდენტს ჩასაბარებლად მეტი მუშაობა სჭირდება და ეძლევა დამოუკიდებელი მუშაობით დამატებით გამოცდაზე ერთხელ გასვლის უფლება; 2) (F) ჩაიჭრა – 40 ქულა და ნაკლები, რაც ნიშნავს, რომ სტუდენტის მიერ ჩატარებული სამუშაო არ არის საკმარისი და მას საგანი ახლიდან აქვს შესასწავლი. შუალედური და დასკვნითი შეფასებებისთვის განსაზღვრულია მინიმალური კომპეტენციის ზღვარი. დასკვნითი შეფასების მინიმალური კომპეტენციის ზღვრის ხვედრითი წილი არ აღემატება დასკვნითი შეფასების 60%-ს. შუალედური და დასკვნითი შეფასებების ქულობრივი განაწილება, მათი მინიმალური კომპეტენციის ზღვარი და შეფასების რუბრიკები გაწერილია შესაბამისი კომპონენტის სილაბუსში. კრედიტის მიღება შესაძლებელია მხოლოდ სტუდენტის მიერ სილაბუსით დადგენილი სწავლის შედეგების მიღწევის შემდეგ, ქვემოთ მოყვანილი აუცილებელი მოთხოვნების გათვალისწინებით: ა) შუალედური და დასკვნითი შეფასებების მინიმალური კომპეტენციის ზღვრის გადალახვის შემთხვევაში; ბ) საბოლოო შეფასების მაქსიმალური 100 ქულიდან მინიმუმ 51 ქულის მოგროვების შემთხვევაში.

	დამატებით გამოცდაზე სტუდენტი დაიშვება იმ შემთხვევაში, თუ მან საბოლოო შეფასების მაქსიმალური 100 ქულიდან მოაგროვა 41 - 50 ქულა ან მინიმუმ 51 ქულა, მაგრამ ვერ გადალახა დასკვნითი შესაფებისთვის განსაზღვრული მინიმალური კომპეტენციის ზღვარი.
დასაქმების სფერო	საზოგადოებასთან ურთიერთობის საბაკალავრო პროგრამის კურსდამთავრებულები დასაქმდებიან როგორც საჯარო, ისე კერძო სექტორში - საზოგადოებასთან ურთიერთობისა თუ სტრატეგიული კომუნიკაციების, ასევე მარკეტინგული კომუნიკაციისა და რეკლამისა ან/და მედიის მიმართულებით.

#	სასწავლო კურსი / მოდული/ პრაქტიკა / კვლევითი კომპონენტი	სტატუსი	კრედიტების რაოდენობა	საათების განაწილება სემესტრის მიხედვით						საკონტაქტო საათები					დამოუკიდებელი მუშაობა	ჯამური საათები
				I სემესტრი	II სემესტრი	III სემესტრი	IV სემესტრი	V სემესტრი	VI სემესტრი	ლექცია	სემინარი/ჯგუფური მუშაობა/პრაქტიკული სამუშაო	შუალედური გამოცდ(ა/ები)	დასკვნითი გამოცდა	სულ საკონტაქტო		
I	**საბაზისო სავალდებულო კურსები**		20 ECTS													
1	აკადემიური წერა	სავალდებულო	5	5						14	14	2	2	32	93	125
2	კომპიუტერული უნარები	სავალდებულო	5	5						14	14	2	2	32	93	125
3	ზოგადი ინგლისური B2.1	სავალდებულო	5	5						-	56	2	4	62	63	125
4	ზოგადი ინგლისური B2.2	სავალდებულო	5		5					-	56	2	4	62	63	125

II	**ძირითადი სპეციალობის სავალდებულო კურსები**		130 ECTS													
4	კომუნიკაციის თეორია	სავალდებულო	5	5						14	14	2	2	32	93	125
5	მარკეტინგის საფუძვლები	სავალდებულო	5	5						14	14	2	2	32	93	125
6	მენეჯმენტის საფუძვლები	სავალდებულო	5	5						14	14	2	2	32	93	125
7	საზოგადოებასთან ურთიერთობის პრინციპები	სავალდებულო	5		5					14	14	2	2	32	93	125
8	მასობრივი კომუნიკაციის კვლევის მეთოდები	სავალდებულო	5		5					14	14	2	2	32	93	125
9	წერის ტექნიკა საზოგადოებასთან ურთიერთობაში	სავალდებულო	5		5					14	14	2	2	32	93	125
10	პროფესიული ეთიკა	სავალდებული	5			5				14	14	2	2	32	93	125
11	პრეზენტაციის უნარები	სავალდებულო	5		5					14	14	2	2	32	93	125
12	საჯარო გამოსვლის ხელოვნება	სავალდებულო	5			5				14	14	2	2	32	93	125
13	ფოტო/ვიდეო ხელოვნება	სავალდებულო	5		5					14	14	2	2	32	93	125

14	პროპაგანდა და მედია მანიპულაციები	სავალდებულო	5			5				14	14	2	2	32	93	125
15	პროფესიული ინგლისური	სავალდებულო	5			5				14	14	2	2	32	93	125
16	ბრენდინგი	სავალდებულო	5				5			14	14	2	2	32	93	125
17	სოციალური მედია საზოგადოებასთან ურთიერთობაში	სავალდებულო	5				5			14	14	2	2	32	93	125
18	რეკლამა და მედია	სავალდებულო	5				5			14	14	2	2	32	93	125
19	მედიასთან ურთიერთობა	სავალდებულო	5				5			14	14	2	2	32	93	125
20	მედიამონიტორინგი საზოგადოებასთან ურთიერთობაში	სავალდებულო	5				5			14	14	2	2	32	93	125
21	პიარის როლი ორგანიზაციაში	სავალდებულო	5				5			14	14	2	2	32	93	125
22	ღონისძიების დაგეგმვა და მართვა	სავალდებულო	5					5		14	14	2	2	32	93	125

23	პიარ ქეისები საზოგადოებასთან ურთიერთობების სტრატეგიები და კამპანიები	სავალდებულო	5					5		14	14	2	2	32	93	125
24	საჯარო სამსახურის პიარი	სავალდებულო	5					5		14	14	2	2	32	93	125
25	ამბის თხრობა (storytelling)	სავალდებულო	5						5	14	14	2	2	32	93	
26	საზოგადოებასთან ურთიერთობა და კრიზისული კომუნიკაცია	სავალდებულო	5						5	14	14	2	2	32	93	125
27	კრეატივი პიარში	სავალდებულო	5						5	14	14	2	2	32	93	125
28	საბაკალავრო ნაშრომი	სავალდებულო	10						10							250
II	**ძირითადი სპეციალობის არჩევითი კურსები**	20 ECTS														
29	ვიზუალური კომუნიკაცია	არჩევითი	5			5				14	14	2	2	32	93	125
31	სტრატეგიული მენეჯმენტი	არჩევითი	5			5				14	14	2	2	32	93	125
32	პროექტის მენეჯმენტი	არჩევითი	5			5				14	14	2	2	32	93	125

33	სერვის მარკეტინგი	არჩევითი	5					5		14	14	2	2	32	93	125
34	გაყიდვების მენეჯმენტი	არჩევითი	5					5		14	14	2	2	32	93	125
35	მომხმარებელთა ქცევა	არჩევითი	5					5		14	14	2	2	32	93	125
36	ხელოვნური ინტელექტი და მარკეტინგული ტექნოლოგიები	არჩევითი	5						5	14	14	2	2	32	93	125
37	პროფესიული პრაქტიკა	არჩევითი	5						5	70.5					54.5	125
38	მარკეტინგ-მენეჯმენტი	არჩევითი	6					6		14	28	2	2	46	104	150
III	**თავისუფალი არჩევითი კურსები**		**10 ECTS**													
39			5					5	5	14	14	2	2	32	93	125
40			5					5	5	14	14	2	2	32	93	125
სულ:180				30	30	30	30	30	30							