**ციფრული მედიისა და კომუნიკაციის სამაგისტრო პროგრამა**

**პროგრამის სტრუქტურა, შინაარსი, სწავლის შედეგები:**

**პროგრამის სტრუქტურა** პროგრამა მოიცავს 120 კრედიტს

*მათ შორის:*

90 კრედიტი - სავალდებულო კომპონენტი, რომელიც განაწილებულია შემდეგნაირად:

70 კრედიტი - სპეციალობის სავალდებულო სასწავლო კურსები;

20 კრედიტი - არჩევითი კომპონენტი, რომელიც მოიცავს სპეციალობის არჩევით სასწავლო კურსებს.

30 კრედიტი - სამაგისტრო ნაშრომი.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **კურსის დასახელება**  | **კრედიტი** | **სასწავლო კურსის მიზანი** |
| **სავალდებულო კომპონენტი** |  |  |
| 1.შესავალი ციფრულ მედიაში | 6  | ამ სასწავლო კურსის მიზანია გააცნოს სტუდენტებს ციფრული მედიის საფუძვლები. მისცეს ცოდნა ციფრული მედიის თეორიაზე, ისტორიაზე და პროდუქციის წარმოებაზე. სტუდენტები მიიღებენ თეორიულ ცოდნას, თუმცა ასევე გაეცნობიან ელემენტარულ ტექნიკურ უნარებს, რომ გააცნობიერონ ვებგვერდების დიზაინი და მათი ხილვადობა სხვადასხვა პერსპექტივებიდან, გააცნობიერონ მათი ესთეტიკა |
| 2.ციფრული თხრობა | 6 | კურსის მიზანია ციფრულ საუკუნეში სტუდენტებს გააცნოს და შეასწავლოს თხრობის ახალი ტექნიკა ტრენდული თემების ანალიზის, აუდიტორიის მოთხოვნილებებისა  და ტექნოლოგიური სიახლეების გათვალისწინებით. კურსი სტუდენტებს საშუალებას მისცემს, გაიაზრონ 21-ე საუკუნის ჟურნალისტიკაში მთხრობელის როლი, გაიღრმავოს ცოდნა და განავითაროს უნარები ახალი და კრეატიული იდეების მოსამზადებლად. |
| 3.ციფრული მედიის დიზაინი   | 4 | კურსის მიზანია სტუდენტს მისცეს მრავალმხრივი ცოდნა ციფრული მედიის დიზაინის შესახებ. გააცნოს რასტრული და ვექტორული გრაფიკა, ტიპოგრაფია ციფრულ მედიაში, ვიზუალური თხრობის ხერხები, ვებდიზაინი და ვიზუალური კომუნიკაციის სხვა სახეები. გაიუმჯობესოს კრიტიკული აზროვნება ციფრული მედიის დიზაინის და მისი კომპოზიციის, ფერების, დინამიკისა თუ სხვა შემადგენელი ნაწილების შესახებ, გაეცნოს ციფრული მედიის დიზაინის ისტორიასა და კულტურულ კონტექსტს. კურსის დასრულების შემდეგ, სტუდენტს უნდა ჰქონდეს უნარები დამოუკიდებლად შექმნას მულტიმედია მასალის დიზანი და შეძლოს ეფექტური კომუნიკაცია ციფრულ სამყაროში. |
| 4.ინტერვიუ ციფრულ მედიაში | 4 | სასწავლო კურსის მიზანია,  სტუდენტს შეასწავლოს ინტერვიუს თეორიული საფუძვლები და მისცეს სათანადო პრაქტიკული ჩვევები: სტუდენტს მიაწოდოს აუცილებელი თეორიული ინფორმაცია ინტერვიუს შესახებ; გააცნოს და აუხსნას ინტერვიუს ცნება; მიაწოდოს ინფორმაცია ინტერვიუს მნიშვნელობისა და თავისებურებების შესახებ; განუვითაროს სტუდენტს ინტერვიუს აღებისთვის საჭირო პრაქტიკული უნარ-ჩვევები; მისცეს საშუალება სტუდენტს, რომ მიღებული თეორიული ცოდნა  პრაქტიკაში გამოიყენოს: გააანალიზოს სხვადასხვა მედიასაშუალების მიერ გამოქვეყნებული ინტერვიუები; შეაფასოს ჟურნალისტური მასალა ა) კანონმდებლობასთან, ბ) ეთიკის სტანდარტთან, გ) ბლუმის ტაქსონომიასთან შესაბამისობაში; შეძლოს, რომ აიღოს სხვადასხვა შინაარსის და ფორმატის ინტერვიუ შესაბამისი პირებისგან. |
| 5.სოციალური მედიის სტრატეგია და PR კამპანიები | 5 | ამ სასწავლო კურსის მიზანია სიღრმისეულად შეასწავლოს სტუდენტებს სოციალური მედიის კამპანიების დაგეგმვა, შექმნა და შესრულება; გააცნობიერებინოს ორგანიზაციებისთვის სოციალური მედიის როლი და მნიშვნელობა; დააუფლოს სოციალური მედიის სტრატეგიებისა და კამპანიების დაგეგვასა და შესრულებას. |
| 6. ციფრული პროდუქცია: ამბის თხრობის ხერხები 1 | 4 | კურსის მიზანია სტუდენტს მისცეს ციფრული ამბის თხრობის ხერხების შესახებ მრავალმხრივი განათლება. კურსის განმავლობაში სტუდენტი მიიღებს ცოდნას იმის შესახებ, თუ როგორ გამოიყენოს ციფრული თხრობის ხერხები ჟურნალისტურ საქმიანობაში; გაეცნობა ციფრული მედიისთვის ამბის თხრობის ხერხებს და ჩამოუყალიბდება საბაზისო უნარები იმისთვის, რომ როგორც ჟურნალისტმა, იმუშაოს ონლაინ გამოცემისთვის. სტუდენტები პრაქტიკულად გამოცდიან ციფრულ მედიაში მუშაობის პრინციპებს, გამოწვევებსა და შესაძლებლობებს, მიიღებენ გარკვეულ გამოცდილებას როგორც საავტორო, ისე ჯგუფური ნამუშევრების შექმნაში.  |
| 7.მასობრივი კომუნიკაციის თეორიები | 5 | სასწავლო კურსის მიზანია სტუდენტებს  მისცეს ღრმა და სისტემური ცოდნა მასკომუნიკაციის თეორიებზე, ძირითად თორიულ მოდელებსა და კონცეფციებზე, რათა საფუძვლიანი და მრავალმხრივი  წარმოდგენები შეექნათ ამა თუ იმ მედიის ფუნქციონირებაზე, ჟურნალისტთა მუშაობის თავისებურებებზე სხვადასხვა ტიპის მედიაორგანიზაციებში. გააცნობიერებონ თეორიებისა და კონცეფციების როლი მედიაანალიზსა თუ მასკომუნიკაციის კვლევებში; ჩამოუყალიბოს დასკვნისა და კრიტიკული ანალიზის უნარი. |
| 8. მონაცემთა ჟურნალისტიკა | 4 | სასწავლო კურსის მიზნებია, შეასწავლოს სტუდენტს მონაცემთა ელექტრონული ბაზებიდან მონაცემთა მოპოვების ხერხები; აათვისებინოს მონაცემთა გაანალიზების (გაფილტვრის, გადარჩევის, დაჯგუფების) მეთოდები, აათვისებინოს მოპოვებისა და დამუშავების შედეგად მიღებული ინფორმაციის ვიზუალიზაციის საბაზისო პლატფორმები. |
| 9.ვებპროგრამირება 1 (*ინგლისურ ენაზე)* | 4 | სასწავლო კურსის მიზაცნია გააცნოს სტუდენტებს ვებ პროგრამირების ე.წ. კლიენტის მხარის ძირითადი წესები და პრინციპები; უზრუნველყოს HTML, CSS და JavaScript ენების საფუძვლების შესწავლა. |
| 10.სოციალური მედიის ანალიტიკა და მონიტორინგი | 3 | ეს კურსი მიზნად ისახავს შეასწავლოს სტუდენტებს სოციალური მედიის ანალიზი და მონიტორინგი, გააცნობიერებინოს მათ სამზნე მომხმარებლების შერჩევის ტექნიკები, მონიტორინგის ხელსაწყოები და ტექნოლოგიები, სოციალური მედიის ანალიტიკისა და მონიტორინგის მომავალი. კურსი ასევე მიზანდ ისახავს გამომუშაოს მათ მონიტორინგისა და ანალიზისათვის საჭირო პრაქტიკული უნარ-ჩვევები. |
| 11. სტრატეგიული კომუნიკაცია | 5 | ამ სასწავლო კურსის მიზანია მისცეს სტუდენტებს სტრატეგიული კომუნიკაციის თეორიული  და სისტემური ცოდნა და განუვითაროს მათ საჭირო პრაქტიკული უნარ-ჩვევები საზოგადოებასთან, მედიასთან და სტრატეგიული კომუნიკაციის მენეჯერებთან ურთიერთობისათვის; განუვითაროს მათ პრაქტიკული უნარები სტრატეგიული კომუნიკაციის სფეროში სამუშაოდ, რათა  შეძლონ სტრატეგიული საკომუნიკაციო დოკუმენტის შემუშავება, შესრულება და მონიტორინგი. ამასთანავე, განუვითაროს სტუდენტებს უნარი, გაუმკლავდნენ გამოწვევებს, სწრაფად ადაპტირდენენ სფეროში არსებულ სიახლეებთან, დანერგონ და განავითარონ კრეატიული იდეები.   |
| 12. მედიისა და მასობრივი კომუნიკაციის კვლევის მეთოდები   | 6 | ამ სასწავლო კურსის კურსის მიზანია სტუდენტებს  მისცეს სიღრმისეული ცოდნა მედიისა და მასობრივი კომუნიკაციის კვლევის მეთოდებზე, რაც ერთის მხრივ, მათ მედია კვლევებში  ჩართვას გაუადვილებს, მეორეს მხრივ, ასევე გამოუმუშავებს ანალიზის უნარსაც, რაც შემდგომ, პრაქტიკულ საქმიანობაშიც გამოადგებათ.  სასწავლო კურსის განმავლობაში სტუდენტები შეისწავლიან როგორც თვისებრივ, ასევე რაოდენობრივ მეთოდებს და მათი გამოყენების გზებს.  |
| 13.ეთიკა ციფრული მედიის ეპოქაში | 3 | სასწავლო კურსის მიზანია, სტუდენტებმა შეისწავლონ ციფრული მედია ეთიკის პრინციპები, საკითხთან დაკავშირებით გაეცნონ საერთაშორისო და ქვეყანაში არსებულ სამართლებრივ ნორმებს. ასევე, ახალგაზრდებმა შეიძინონ ცოდნა ყალბი და ნამდვილი ამბების ერთმანეთისგან გასამიჯნად. კონკრეტული მაგალითების განხილვით სტუდენტებმა შეისწავლონ ფაქტების მრავალჯერადი შემოწმების ტექნიკები.  |
| 14. ციფრული მედიის სამართალი | 3 | კურსის მიზანია სტუდენტებს სტუდენტებს მისცეს სიღრმისეული და სისტემური ცოდნა იმ სამართლებრივ აქტებსა და რეგულაციებზე, რომლებიც გამოიყენება მედიასფეროში.  გააცნობიერებინოს მათ ის პრაქტიკა, რომელიც არსებობს საეთერო, ონლაინ, სატელიტური და ბეჭდვითი მედიის რეგულაციასთან დაკავშირებით.  |
| 15. ციფრული პროდუქცია: ამბის თხრობის ხერხები 2 | 4 | კურსის მიზანია სტუდენტებს ღრმად შესაწავლოს და განუმტკიცოს ციფრული მედიისა და ამბის თხრობის ხერხების შესახებ ცოდნა. თუ როგორ გამოიყენონ ციფრული ამბის თხრობის ხერხები ყოველდღიურ ჟურნალისტურ საქმიანობაში; განუმტკიცოს ის უნარები, რაც პრაქტიკულად სჭირდებათ ონლაინგამოცემის შექმნისთვის. მოამზადონ სრულყოფილი მულტიმედია ჟურნალისტური პროდუქტი და გამოიყენონ ეფექტური ხერხები ინტერნეტაუდიტორიისთვის მათ გასაცნობად.ეს კურსი სტუდენტებს პრაქტიკულად განუმტკიცებს ციფრულ მედიაში მუშაობის პრინციპებს, გამოწვევებსა და შესაძლებლობებს. ისინი მიიღებენ სერიოზულ  გამოცდილებას როგორც საავტორო, ისე ჯგუფური მულტიმედია თუ ტრანსმედია პროექტების შექმნაში. |
| 16.ვებპროგრამირება 2 (*ინგლისურ ენაზე)* | 4 | სასწავლო კურსის მიზანია სტუდენტებს სიღრმისეულად შეასწავლოს ვებ პროგრამირების ძირითადი წესები და პრინციპები;უზრუნველყოს HTML, CSS, JavaScript და PHP ენების და სხვა ვებტექნოლოგიების სიღრმისეული საკითხების შესწავლა.  |
| **არჩევითი სასწავლო კურსები** |  |  |
| 17. არავერბალური და ვიზუალური კომუნიკაცია | 5 | ამ სასწავლო კურსის მიზანია შეასწავლოს სტუდენტს არავერბალური და ვიზუალური კომუნიკაცია. შესძინოს სიღრმისეული და სისტემური ცოდნა კომუნიკაციის და უფრო კონკრეტულად კი, არავერბალური ფორმის კომუნიკაციის პროცესისა და თავისებურებების შესახებ.  კურსი ასევე მიზანდ ისახავს, განიხილოს ვიზუალური კომუნიკაციის პრინციპები ფსიქოლოგიური ასპექტების თვალსაზრისით - ფერის თეორიისა და ტექსტური მასალის ორგანიზების  თანამედროვე პრინციპების ჩათვლით. კურსი გათვლილია  როგორც თეორიული ცოდნის   შეძენაზე, ასევე   პრაქტიკული უნარჩვევების გამომუშავებაზე. |
| 18. კიბერუსაფრთხოება | 5 | სასწავლო კურსის მიზანია, სტუდენტებმა შეისწავლონ კიბერუსაფრთხოების ძირითადი საფუძვლები, საქართველოში არსებული კიბერუსაფრთხოების სტანდარტები და უსაფრთხოების დაცვის მექანიზმები. ასევე, სტუდენტები შეიძინენ ცოდნას მსოფლიოში არსებული კიბერუსაფრთხოების სტანდარტების და უსაფრთხოების დაცვის შესახებ. მიიღონ ინფორმაცია კიბერშეტევების შესახებ და შეისწავლონ მისგან დაცვის ძირითადი პრინციპები. კონკრეტული მაგალითების გამოყენებით, სტუდენტები შეისწავლიან Facebook-ში პირადი უსაფრთხოების დაცვას, ელექტრონული ფოსტის უსაფრთხოდ გამოყენებას, ასევე მიიღონ კონკრეტულ ინფორმაციას ინტერნეტში არსებული საფრთხეებისა და მათგან დაცვის შესახებ.  |
| 19. პითონი - შესავალი კურსი (*ინგლისურ ენაზე)* | 5 | დიდი ზომის მონაცემების ანალიზი  და დამუშავება უმეტესწილად მოითხოვს უფრო მეტი ფუნქციების გამოყენებას და ავტომატიზირებულ რეჟიმში უფრო რთული დავალებების შესრულებას, ვიდრე ეს შეუძლია არსებულ პროგრამებს (ექსელი, Eviews, SPS  ა.შ), სწორედ ამიტომ ბაზარზე ნელნელა იზრდება მოთხოვნა სპეციალურად დიდი ზომის მონაცემების დასამუშავებლად განკუთვნილ პროგრამულ ენებზე: მათლაბი, პითონი და R.ამ კურსის მთავარი მიზანი სწორედ სტუდენტებისთვის პითონის საფუძვლების სიღრმისეულად შესწავლაა. სტუდენტები ისწავლიან იმ ძირითად ფუნქციებს, ბიბლიოთეკებს, ასევე  ციკლური  და ლოგიკურ ოპერატორებს, რომლებიც მათ დაეხმარებათ სხვადასხვა სახის ამოცანები გადაჭრან ეფექტურად და უმოკლეს დროში, ასევე  საჭიროების შემთხვევაში შეძლონ პითონის გამოყენებით სიღრმისეული თემების შესწავლა.  |
| 20. საქმიანი კომუნიკაცია მედიისთვის (*ინგლისურ ენაზე)* | 5 | ამ სასწავლო კურსის ძირითადი მიზანია მაგისტრანტს გამოუმუშაოს ეფექტური საქმიანი კომუნიკაციის უნარი, რაც მას შეაძლებინებს მედია სფეროში თავდაჯერებულად და მაღალ პროფესიონალურ დონეზე მოახდინოს კომუნიკაცია, გახდეს თავდაჯერებული და დაძლიოს დღევანდელი კრიტიკული და მომთხოვნი საზოგადოების გამოწვევები, მიეჩვიოს დამოუკიდებლად მუშაობას და გადაწყვეტილებების თამამად მიღებას. კურსი დოზირებულად აერთიანებს თეორიასა და პრაქტიკას და მაგისტრანტს გამოუმუშავებს ცოდნის, უნარებისა და დამოკიდებულებათა კომპლექსს, რაც მას შეაძლებინებს გახდეს გარკვეული ღირებულებებისა და ვალდებულებების მატარებელი მედია პროფესიონალი.  |
| 21. მულტიმედია ახალი ამბები | 5 | კურსის მიზანია სტუდენტს მისცეს სიღრმისეული ცოდნა მულტიმედია ახალი ამბების შესახებ და გამოუმუშავოს თანამედროვე უნარ-ჩვევები, რათა მომავალმა ჟურნალისტმა შეძლოს სხვადასხვა პლატფორმების გამოყენებით, ახალი ამბების შექმნა და გავრცელება მულტიმედია ფუნქციების გამოყენებით, რათა ოპერატიული, საინტერესო და განსხვავებული იყოს აუდიტორიისა და მედია მენეჯერებისთვის. |
| 22. სტატისტიკა და მისი გამოყენება სოციალურ მეცნიერებებში (*ინგლისურ ენაზე)* | 5 | ამ სასწავლო კურსის მიზანია, განემარტოს სტუდენტს სტატისტიკა, როგორც ემპირიული კვლევების შემადგენელი ნაწილი. მიეწოდოს დესკრიპტიული სტატისტიკის და სტატისტიკური პროგნოზირების კონცეფციები და მეთოდები. გამოუმუშავდეთ მონაცემთა სტატისტიკური დამუშავების პაკეტების გამოყენებისთვის აუცილებელი უნარ-ჩვევები. |
| 23. მონაცემები და ალგორითმები (*ინგლისურ ენაზე)* | 5 | ამ სასწავლო კურსის მიზანია სტუდენტებს მისცეს მნიშვნელოვანი, სისტემური ცოდნა ალგორითმიზაციის მიმართულებით, რაც ოპტიმალური გადაწყვეტილებების მიღებას ითვალისწინებს. ფუნდამენტური ტექნიკისა და შეხედულებების გამომუშავება ეფექტური ალგორითმების დამუშავებისათვის და სპეციფიკური, მნიშვნელოვანი ალგორითმების სწავლება. აგრეთვე, ოპტიმალური ალგორითმების საშუალებით პრობლემების გადაჭრის სწავლება მინიმალური რესურსების გამოყენებით. შესაბამისად, სტუდენტებისათვის ანალიტიკური, შემოქმედებითი და კვლევითი აზროვნების ჩამოყალიბება, რომელიც ოპტიმალური გადაწყვეტილებების მიღებაზეა ორიენტირებული. |
| 24.ინტეგრირებული ციფრული მარკეტინგული კომუნიკაცია (*ინგლისურ ენაზე)* | 5 | ამ სასწავლო კურსის მიზანია სიღრმისეულად შეასწავლოს სტუდენტს ციფრული ინტეგრირებული მარკეტინგული კომუნიკაციები, რადგან მათი როლი დღითიდღე იზრდება. გააცნობიერებენ ინტერნეტკომუნიკაციების გამოყენებით მომხმარებლისა და საზოგადოების პერცეფციის მნიშვნელოვან პროცესს, რომელიც ხაზს უსვამს ციფრულ მედიაში განხორციელებული კომუნიკაციის მარკეტინგული ეფექტურობის აუცილებლობას. როგორ შევქმნათ შესაბამისი ციფრული მარკეტინგული კომუნიკაცია? ეს მნიშვნელოვანი საკითხია, განსაკუთრებით 21-ე საუკუნეში, ინფორმაციისა და ციფრული ტექნოლოგიების პერიოდში. |
| 25. ინტეგრირებული ნიუსრუმი | 5 | კურსის მიზანია, სტუდენტებმა აამოქმედონ და მართონ “კონვერგირებული” ნიუსრუმი, სადაც მოხდება როლებისა და პასუხიმგებლობების თანაბრად გადანაწილება;მიიღონ შესაბამისი ცოდნა და უნარები, რათა შექმნან მასალა ერთდროულად რამდენიმე პლატფორმისთვის და ასევე მიიღონ მათ ჯგუფური მუშაობის გამოცდილება.  |
| 26.სიღრმისეული ჟურნალისტიკა    |  | სასწავლო კურსის მიზნებია, გააცნოს სტუდენტებს სიღრმისეული გაშუქებისა (In depth Reporting)  და საგამოძიებო ჟურნალისტიკის თავისებურებები; სიღრმისეულად შეასწავლოს ის მეთოდები და ხერხები, რომლის საშუალებითაც ჟურნალისტიკა ახორციელებს ე.წ. მეოთხე ხელისუფლების როლს -  მეთვალყურეობს ხელისუფლების აღმასრულებელი, საკანონმდებლო და სასამართლო შტოების საქმიანობას.  |
| 27. სტაჟირების კრედიტკურსი***შენიშვნა****:* ***სავალდებულოა მათთვის, ვინც მედიაორგანიზაციაში არ მუშაობს*** | 10 | სტაჟირების კრედიკურსი მიზნად ისახავს, გაამდიდროს სტუდენტის მიერ სწავლის პროცესში მიღებული თეორიული ცოდნა პრაქტიკული უნარ-ჩვევებით და დაეხმაროს სტუდენტს გააცნობიეროს მიღებული ცოდნის პრაქტიკაში გამოყენების შესაძლებლობები. სტუდენტებისთვის სამუშაო გარემოს გაცნობას, შესწავლას, სამუშაო გარემოში ინტეგრირებასა და ჯგუფთან მუშაობის უნარ-ჩვევების გამომუშავებას.  |
| **კვლევითი კომპონენტი - სამაგისტრო ნაშრომი****სავალდებულო** | 30  |  |
|  |  |  |

**ცოდნა და გაცნობიერება:**

1. კურსდამთავრებულს აქვს ღრმა და სისტემური ცოდნა მასობრივი კომუნიკაციის თეორიების, კონცეფციებისა თუ მეთოდების, ციფრული მედიის განვითარების ტენდენციების, ციფრული მედიასამართლისა და ციფრული მედიაეთიკის შესახებ;
2. კურსდამთავრებული ფლობს ღრმა და სისტემურ ცოდნას ციფრული მედიისა და ვიზუალური ამბის თხრობის ხერხებისა თუ ფორმების შესახებ;
3. კურსდამთავრებული აცნობიერებს ციფრული მედიაპლატფორმების მუშაობის სპეციფიკას; სტრატეგიული კომუნიკაციის როლს; სოციალური მედია ანალიტიკის ინოვაციურ ხერხებსა და ციფრული მედიაპროდუქციის აუდიტორიაში გავრცელების ფორმებს;
4. კურსდამთავრებული კრიტიკულად იაზრებს და ეძიებს რთული პრობლემების გადაწყვეტის ახალ გზებს; იცის, როგორ შექმნას ორიგინალური ახალი პროექტები და ინოვაციური პროდუქტები; როგორ დაგეგმოს და მართოს სოციალური მედიის სტრატეგიები და კამპანიები.

**უნარი:**

***კურსდამთავრებულს  შეუძლია:***

1. მოიძიოს და დაამუშაოს ინფორმაცია, შექმნას კონტენტი; გამომუშავებული აქვს წერის უნარი; ფლობს ციფრული ამბის თხრობისთვის საჭირო ხერხებსა და შესაბამის ტექნოლოგიებს (ტექსტი, ფოტო, აუდიო, ვიდეო თუ ვები); დაგეგმოს და მართოს სოციალური მედიის სტრატეგიები და კამპანიები;
2. მოამზადოს და გაავრცელოს მულტიმედია პროდუქცია სხვადასხვა ციფრული პლატფორმებისა და აუდიტორიისთვის;
3. დაამუშაოს და გაანალიზოს მონაცემები; წარმოადგინოს ისინი ვიზუალური ხერხებით;
4. კრიტიკულად გაანალიზოს რთული ან არასრული ინფორმაცია; იყენებს კვლევისთვის შესაბამის მეთოდოლოგიას; ატარებს სოციალური მედიის ანალიზსა და მონიტორინგს; აყალიბებს დასკვნებს აკადემიური კეთილსინდისიერების პრინციპებისა და ეთიკის სტანდარტების დაცვით.
5. განახორციელოს ეფექტური კომუნიკაცია, როგორც კოლეგებთან, ისევე აუდიტორიასთან, მრავალფეროვან მედიაპლატფორმებზე და სოციალურ მედიაში.

**პასუხისმგებლობა და ავტონომიურობა**

გამომუშავებული აქვს პროფესიული პასუხისმგებლობა, რომ მთელი ცხოვრების მანძილზე ციფრული მედიაინდუსტრიისა და ციფრული სტრატეგიული კომუნიკაციების სფეროს საჭიროებებიდან გამომდინარე, დამოუკიდებლად  წარმართოს საკუთარი სწავლა.

**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 – შეფასების 91 - 100 ქულა;

2) (B) ძალიან კარგი – მაქსიმალური შეფასების 81 - 90 ქულა;

3) (C) კარგი – მაქსიმალური შეფასების 71 - 80 ქულა;

4) (D) დამაკმაყოფილებელი – მაქსიმალური შეფასების 61 - 70 ქულა;

5) (E) საკმარისი – მაქსიმალური შეფასების 51 - 60 ქულა.

ორი სახის უარყოფით  შეფასებას:

1)  (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;

2)  (F) ჩაიჭრა – მაქსიმალური შეფასების 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 შეფასებისთვის განსაზღვრული მინიმალური კომპეტენციის ზღვარი.