



საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი
GEORGIAN TECHNICAL UNIVERSITY

დამტკიცებულია
 სტუ-ს აკადემიური საბჭოს
 2012 წლის 6 ივლისის
 №733 დადგენილებით

მოდულირებულია
 სტუ-ს აკადემიური საბჭოს
 2021 წლის 29 ივლისის
 №01-05-04/116 დადგენილებით

ბაკალავრიატის საგანმანათლებლო პროგრამა

პროგრამის სახელწოდება

საზოგადოებასთან ურთიერთობა
Public Relations

ფაკულტეტი

საინჟინრო ეკონომიკის, მედიატექნოლოგიებისა და სოციალურ მეცნიერებათა ფაკულტეტი
Engineering Economics, Media Technologies and Social Sciences

პროგრამის ხელმძღვანელი/ხელმძღვანელები

პროფესორი ვანო ჭიაურელი, ასოცირებული პროფესორი ელდარ პირმისაშვილი

მისანიჭებელი კვალიფიკაცია და პროგრამის მოცულობა კრედიტებით

<p>საზოგადოებასთან ურთიერთობის ბაკალავრი Bachelor of Public Relations)</p> <p>მიენიჭება პროგრამით გათვალისწინებული ძირითადი სწავლის სფეროს შესაბამისი შინაარსის სასწავლო კურსების 219 კრედიტის და თავისუფალი კომპონენტების 21 კრედიტის ათვისების შემთხვევაში, არანაკლებ 240 კრედიტის შესრულებისას.</p>

სწავლების ენა

ქართული

პროგრამაზე დაშვების წინაპირობა

<p>ბაკალავრიატის ქართულენოვან საგანმანათლებლო პროგრამაზე „საზოგადოებასთან ურთიერთობა“ სწავლის უფლება აქვს მხოლოდ სრული ზოგადი განათლების დამადასტურებელი სახელმწიფო სერტიფიკატის ან მასთან გათანაბრებული დოკუმენტის მფლობელ პირს, რომელიც ჩაირიცხება საქართველოს კანონმდებლობით დადგენილი წესით.</p>
--

პროგრამის აღწერა

პროგრამა შედგენილია ECTS ევროპული კრედიტების ტრანსფერის სისტემით. 1 კრედიტი უდრის 25 საათს, რომელშიც იგულისხმება როგორც საკონტაქტო, ასევე დამოუკიდებელი მუშაობის საათები. პროგრამა მოიცავს ძირითადი სწავლის სფეროს შესაბამისი შინაარსის სასწავლო კურსებს (219 კრედიტი) და თავისუფალ კომპონენტებს (21 კრედიტი). თითოეული სემესტრის მოცულობა არის - 30 კრედიტი. პროგრამის ხანგრძლივობაა 4 წელი (8 სემესტრი). სასწავლო წელი შედგება 2 სემესტრისგან. ერთი სემესტრი მოიცავს 20 სასწავლო კვირას.

პროგრამა შედგება 37 სავალდებულო სასწავლო კურსისგან, 13 არჩევითი, მათ შორის, 3 ინგლისურენოვანი სასწავლო კურსის, უცხოური ენის სასწავლო კურსების, პრაქტიკის, საბაკალავრო ნაშრომის და 7 თავისუფალი კომპონენტის სასწავლო კურსებისგან. (21 კრედიტი).

სასწავლო პროცესის ორგანიზების, საგანმანათლებლო პროგრამის კომპონენტების არჩევის, სტუდენტთა მიღწევების შეფასების, სწავლის შედეგების შეფასების გასაჩივრების, სტუდენტებთან სასწავლო და საფინანსო ხელშეკრულებებისა და სტუდენტის მიერ კრედიტების დაგროვების შესახებ დეტალური ინფორმაცია ასახულია „საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის სასწავლო პროცესის მართვის ინსტრუქციაში“, რომელიც შეგიძლიათ იხილოთ ლინკზე: <https://gtu.ge/Study-Dep/Forms/Forms.php>

პირველი სასწავლო წლის განმავლობაში სტუდენტი შეისწავლის 12 სავალდებულო სასწავლო კურსს (60 კრედიტი).

მეორე სასწავლო წლის განმავლობაში სტუდენტი შეისწავლის 10 სავალდებულო სასწავლო კურსს (50 კრედიტი), 2 არჩევით სასწავლო კურსს (10 კრედიტი).

მესამე სასწავლო წლის განმავლობაში სტუდენტი შეისწავლის 11 სასწავლო კურსს (55 კრედიტი), 1 არჩევით სასწავლო კურსს (5 კრედიტი)

მეოთხე სასწავლო წლის განმავლობაში სტუდენტი შეისწავლის 4 სასწავლო კურსს 21 კრედიტი, თავისუფალი კომპონენტის სასწავლო კურსებს (21 კრედიტი) გაივლის პრაქტიკას (8 კრედიტი) და იმუშაებს საბაკალავრო ნაშრომზე (10 კრედიტი)

თავისუფალ კომპონენტებს (21 კრედიტი) სტუდენტი ირჩევს საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის ნებისმიერი აკრედიტებული პროგრამიდან, საგანზე დაშვების წინაპირობების დაცვით.

პროგრამის მიზანი

პროგრამის მიზანია შეასწავლოს სტუდენტს როგორც მომხმარებლის ქცევისა და მოთხოვნილებების თავისებურებები, ასევე ორგანიზაციებსა და ინდივიდებს შორის პროდუქციისა და მომსახურების გაცვლის პროცესების ხელშეწყობის ტექნოლოგიები;

შესძინოს სტუდენტს საზოგადოებასთან ურთიერთობების სფეროს ფართო ცოდნა, რომელიც მოიცავს, თეორიების, პრინციპების, სტრატეგიული საკომუნიკაციო გეგმების შესწავლას და კრიტიკულ გააზრებას;

გამოუმუშაოს სტუდენტს საზოგადოებასთან ურთიერთობის სფეროში არსებული ამოცანების, ეფექტური კომუნიკაციის, პრობლემების გადაჭრის და დამოუკიდებელი სამუშაოს შესრულებისთვის აუცილებელი პრაქტიკული უნარები;

მოამზადოს საზოგადოებასთან ურთიერთობის დარგში არსებული შრომის ბაზრის მოთხოვნებთან თავსებადი კომპეტენციების მქონე კურსდამთავრებული, რომელსაც ექნება უწყვეტი პროფესიული განვითარებისა და შემდგომ საფეხურზე სწავლის გაგრძელების მყარი

საფუძველი.

სწავლის შედეგები/კომპეტენტურობები (ზოგადი და პროფესიული)

აღწერს

საზოგადოებასთან ურთიერთობის/სტრატეგიული კომუნიკაციის ძირითად პრინციპებს და პროცესებს, PR სტრატეგიისა და ტაქტიკის, კვლევის, დაგეგმვისა და მართვის პროცესებს, PR-კამპანიების, ღონისძიებების მომზადების და ჩატარების უახლეს მეთოდებს, პრინციპებსა და ინსტრუმენტებს, როგორც ბიზნესის, ასევე პოლიტიკის, ტურიზმის და კულტურის სფეროებში, ძირითად ფილოსოფიურ, ფსიქოლოგიურ და სოციოლოგიურ თეორიებს.

განსაზღვრავს

საზოგადოებასთან ურთიერთობის (PR) სფეროში არსებულ მიზნებს, ამოცანებს, განვითარების ტენდენციებსა და პერსპექტივებს, PR-ისა და მედიის ურთიერთმიმართების ფორმებს და მთავარ მიმართულებებს, საზოგადოებასთან ურთიერთობის სფეროში კვლევის თავისებურებებსა და ეტაპებს.

ხსნის

განსხვავებას საზოგადოებასთან ურთიერთობას, ბრენდინგს, მარკეტინგს, სტრატეგიულ კომუნიკაციებსა (PR) და რეკლამას შორის მსგავსებებსა და განსხვავებებს, ასევე მათი გამოყენების თანმიმდევრობას და პროცესების მართვის კურსს, PR - ღონისძიებების წარმართვის შესაძლებლობებს; ფილოსოფიის, ზოგადი ფსიქოლოგიის და სოციოლოგიის ზოგად პრინციპებს.

განასხვავებს

PR - ღონისძიებების ფორმებს და ტიპოლოგიურ თავისებურებებს, სტრატეგიული სქემების ჩამოყალიბების თეორიულ და პრაქტიკულ შესაძლებლობებს, ტაქტიკური ნაბიჯების შემუშავების ტექნოლოგიურ თავისებურებებს, კონკრეტული ღონისძიებების განსხორციელების ეფექტიან და ნაკლებ ეფექტიან შესაძლებლობებს.

აანალიზებს

საზოგადოებასთან ურთიერთობების არსს, მიზნებსა და ამოცანებს, პიარ კამპანიების, სარეკლამო კამპანიების დაგეგმვისა და განხორციელების თავისებურებებს, საზოგადოებაზე რეკლამის ფსიქოლოგიური ზეგავლენის თავისებურებებს, PR-კომუნიკაციის მნიშვნელოვან პროცესებს და მათი წარმართვის აუცილებლობას.

გეგმავს

PR - აქციებს, PR - კამპანიებსა და ღონისძიებებს, სხვადასხვა სფეროში საჭირო ეფექტურ საკომუნიკაციო საქმიანობას და ეფექტური კომუნიკაციის ჩამოყალიბების საშუალებებს, მარკეტინგულ, სარეკლამო, საკომუნიკაციო და საპრომოციო კამპანიებს, პრიორიტეტულ მედია არხებთან ურთიერთობას, PR ღონისძიების შინაარსობრივ და ვიზუალურ მხარეს, მიღებული ცოდნის გაღრმავებისა და შემდგომ საფეხურზე სწავლის გაგრძელების შესაძლებლობებს.

ამზადებს

პიარის, მარკეტინგის, რეკლამის საკომუნიკაციო სტრატეგიას სამიზნე აუდიტორიებამდე საკვანძო საინფორმაციო გზავნილების მიწოდების მიზნით, მაღალ პროფესიულ დონეზე გააზრებულ პრეზენტაციებსა და ზეპირ გამოსვლებს უმნიშვნელოვანეს პროფესიულ საკითხებზე.

იყენებს

აუდიტორიასთან სათანადო კონტაქტის დამყარებისა და ზემოქმედების ტექნოლოგიებს, გადაწყვეტილების მიღების თანამედროვე სტრატეგიებს; უცხოური ენის სასწავლო კურსით გათვალისწინებული დონის საფეხურის შესატყვის ლექსიკურ მარაგსა და სინტაქსურ სტრუქტურებს, ენის ოთხივე კომპონენტს: წერით კომპეტენციას, წაკითხულის სწორად გაგებას, სმენით აღქმას და მეტყველების წარმართვა-გაგებას.

სწავლის შედეგების მიღწევის (სწავლება-სწავლის) მეთოდები

ლექცია სემინარი (ჯგუფში მუშაობა) პრაქტიკული ლაბორატორიული
 პრაქტიკა საკურსო სამუშაო/პროექტი კონსულტაცია დამოუკიდებელი მუშაობა
სწავლის პროცესში კონკრეტული სასწავლო კურსის სპეციფიკიდან გამომდინარე, გამოიყენებასწავლება-სწავლის მეთოდების ქვემოთ მოცემული შესაბამისი აქტივობები, რომელიც ასახულია შესაბამის სასწავლო კურსის პროგრამებში (სილაბუსებში):

1. დისკუსია/დებატები
2. თანამშრომლობითი (cooperative) სწავლება
3. ჯგუფური (collaborative) მუშაობა –
4. პრობლემაზე დაფუძნებულის წავლება (PBL)
5. ევრისტიკული მეთოდი
6. შემთხვევების შესწავლა (Case study)
7. გონებრივი იერიში (Brain storming)
8. როლური და სიტუაციური თამაშები
9. დემონსტრირება
10. ინდუქცია
11. დედუქცია
12. ვერბალური, ანუზეპირსიტყვიერი მეთოდი.
13. პრაქტიკული მეთოდები
14. ახსნა-განმარტება
15. ქმედებაზე ორიენტირებული სწავლება
16. პროექტის შემუშავება და პრეზენტაცია

სტუდენტის ცოდნის შეფასების სისტემა

შეფასება ხდება 100 ქულიანი სკალით.

დადებითი შეფასებებია:

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

უარყოფითი შეფასებებია:

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

დასაქმების სფერო

ბაკალავრიატის საგანმანათლებლო პროგრამის კურსდამთავრებულს შესაძლებლობა ექნება იმუშაოს საჯარო, კერძო არასამთავრობო და საერთაშორისო ორგანიზაციებში სტრატეგიული კომუნიკაციებისა და საზოგადოებასთან ურთიერთობის მიმართულებით.

სწავლის გაგრძელების შესაძლებლობა

მაგისტრატურის საგანმანათლებლო პროგრამები.

პროგრამის განხორციელებისათვის აუცილებელი ადამიანური და მატერიალური რესურსი

პროგრამა უზრუნველყოფილია შესაბამისი ადამიანური და მატერიალური რესურსით. დამატებითი ინფორმაცია მოცემულია თანდართულ დოკუმენტებში.

თანდართული სილაბუსების რაოდენობა: 67

პროგრამის საგნობრივი დატვირთვა

№	სასწავლო კურსი	დაშვების წინაპირობა	ECTS კრედიტი															
			I წელი		II წელი		III წელი		IV წელი									
			სემესტრი															
			I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII								
1	PR-ის საფუძვლები	არ აქვს	5															
2	წერითი და ზეპირი კომუნიკაციები	არ აქვს	5															
3	ზოგადი ფსიქოლოგია	არ აქვს	5															
4	მენეჯმენტის საფუძვლები	არ აქვს	4															
5	სოციოლოგია	არ აქვს	5															
6	უცხოური ენა - (არჩევით ერთ-ერთი ენა)																	
6.1	უცხოური ენა (ინგლისური) –B 1.1	ინგლისურ ენაში ეროვნული გამოცდის შედეგი																
6.2	უცხოური ენა (გერმანული) - B 1.1	გერმანულ ენაში ეროვნული გამოცდის შედეგი	6															
6.3	უცხოური ენა (ფრანგული) – B1.1	ფრანგულ ენაში ეროვნული გამოცდის შედეგი																
6.4	უცხოური ენა (რუსული) - B 1.1	რუსულ																

		ენაში ეროვნული გამოცდის შედეგი								
7	სოციალური ფსიქოლოგია	ზოგადი ფსიქოლოგია	5							
8	ქართული ენის გამოყენებითი სტილისტიკა	არ აქვს	5							
9	პროექტების მართვა	მენეჯმენტის საფუძვლები	4							
10	ფილოსოფიის შესავალი	არ აქვს	5							
11	მარკეტინგის საფუძვლები	არ აქვს	5							
12	უცხოური ენა - (არჩევით ერთ-ერთი ენა)									
12.1	უცხოური ენა (ინგლისური) –B 1.2	უცხოური ენა (ინგლისური) –B 1.1								
12.2	უცხოური ენა (გერმანული) - B 1.2	უცხოური ენა(გერმანული) - B 1.1								
12.3	უცხოური ენა (ფრანგული) – B1.2	უცხოური ენა (ფრანგული) – B1.1	6							
12.4	უცხოური ენა (რუსული) - B 1.2	უცხოური ენა (რუსული) - B 1.1								
13.1	პოლიტოლოგია	არ აქვს								
13.2	ადამიანური რესურსების მენეჯმენტი	არ აქვს								
13.3	ფილოსოფიური ანთროპოლოგია	არ აქვს	5							
13.4	Public Relations 2	არ აქვს								
13.5	საქართველოს ისტორია და კულტურა	არ აქვს								
14	კომუნიკაციის მენეჯმენტი	მენეჯმენტის საფუძვლები	5							
15	PR და რეკლამა	PR_ის საფუძვლები	5							

		ი									
16	PR და მედიაურთიერთობები	PR_ის საფუძვლებ ი			5						
17	უცხოური ენა - (არჩევით ერთ-ერთი ენა)										
17.1	უცხოური ენა (ინგლისური) –B 2.1	უცხოური ენა (ინგლისური) –B 1.2									
17.2	უცხოური ენა (გერმანული) - B 2.1	უცხოური ენა(გერმანული) - B 1.2									
17.3	უცხოური ენა (ფრანგული) – B2.1	უცხოური ენა (ფრანგული) – B1.2			5						
17.4	უცხოური ენა (რუსული) - B 2.1	უცხოური ენა (რუსული) - B 1.2									
18	PR და კულტურა	პროექტების მართვა			5						
19	სოციალური კვლევის მეთოდები	სოციოლოგია				5					
20	წერა PR-ისთვის	წერითი და ზეპირი კომუნიკაციები				5					
21	ბრენდინგი	მარკეტინგის საფუძვლები				5					
22	საზოგადოება და კონფლიქტების მართვა	სოციოლოგია				5					
23	უცხოური ენა - (არჩევით ერთ-ერთი ენა)										
23.1	უცხოური ენა (ინგლისური) –B 2.2	უცხოური ენა (ინგლისური) –B 2.1									
23.2	უცხოური ენა (გერმანული) - B 2.2	უცხოური ენა(გერმანული)									

		ლი) - B 2.1							
23.3	უცხოური ენა (ფრანგული) – B2.2	უცხოური ენა (ფრანგული) – B2.1				5			
23.4	უცხოური ენა (რუსული) - B 2.2	უცხოური ენა (რუსული) - B 2.1							
24.1	ვიზუალური მასკომუნიკაციის საფუძვლები	არ აქვს							
24.2	შესავალი მასობრივ კომუნიკაციაში	არ აქვს				5			
24.3	კულტურა და თანამედროვეობა	არ აქვს							
24.4	Branding 2	არ აქვს							
25	ბიზნეს ეთიკა	ფილოსოფიის შესავალი					5		
26	PR- ის სტრატეგია და ტაქტიკა	PR_ის საფუძვლები					5		
27	საჯარო გამოსვლის ტექნოლოგიები	PR და მედიაურთიერთობები					5		
28	ინტერპერსონალური კომუნიკაცია	ზოგადი ფსიქოლოგია					5		
29.1	ციფრული ეკონომიკა	არ აქვს							
29.2	სასტუმრო საქმის მენეჯმენტი	არ აქვს					5		
29.3	ეკონომიკის პრინციპები	არ აქვს							
29.4	Online Communication and Digital Marketing	არ აქვს							
30	მარკეტინგის სტრატეგია და ტაქტიკა	მარკეტინგის საფუძვლები					5		
31	მულტიმედიური ინფორმაციული ტექნოლოგიები	არ აქვს						5	
32	პოლიტიკური კომუნიკაცია	მარკეტინგის საფუძვლები						5	
33	PR და კრიზის მენეჯმენტი	საზოგადოება და კონფლიქტი						5	

34	PR და ბიზნესი	ბიზნეს ეთიკა						5			
35	PR - კამპანიები	PR სტრატეგია და ტაქტიკა						5			
36	სტრატეგიული კომუნიკაციები ტურიზმში	PR-ის საფუძვლები						5			
37	მომხმარებელთა ქცევა	მარკეტინგის სტრატეგია და ტაქტიკა							5		
38	ლონისძიებებათა მენეჯმენტი	PR და კულტურა							5		
39	სოციალური მედიის დაგეგმვა და მართვა	მულტიმედია ტექნოლოგიები							5		
40	PR ქეისები	PR სტრატეგია და ტაქტიკა							6		
41	საბაკალავრო პრაქტიკა	PR სტრატეგია და ტაქტიკა								8	
42	საბაკალავრო ნაშრომი	ყველა ძირითადი სასწავლო კურსი, გარდა VIII სემესტრით განსაზღვრული სასწავლო კურსებისა								10	
43	თავისუფალი კომპონენტები								9	12	
			სემესტრში				30	30	30	30	30
			წელიწადში				60	60	60	60	60
			სულ				240				

პროგრამის სასწავლო გეგმა

№	სასწავლო კურსის კოდი	სასწავლო კურსი	საათი										
			ECTS კრედიტი/საათი	ლექცია	სემინარი (ჯგუფში მუშაობა)	პრაქტიკული	ლაბორატორიული	პრაქტიკა	საკურსო სამუშაო/პროექტი	შუასემესტრული გამოცდა	დასკვნითი გამოცდა	დამოუკიდებელი მუშაობა	
1.	SOS21312G1-LS	PR_ის საფუძვლები	5/125	15	30						2	2	76
2.	LEH11912G1-LS	წერითი და ზეპირი კომუნიკაციები	5/125	15	30						2	2	76
3.	SOS31712G1-LS	ზოგადი ფსიქოლოგია	5/125	15	30						1	1	78
4.	BUA70112G1-LS	მენეჯმენტის საფუძვლები	4/100	15	30						1	1	53
5.	SOS40212G1-LS	სოციოლოგია	5/125	15	30						1	1	78
6.1	LEH19212G1-P	უცხოური ენა (ინგლისური) –B 1.1	5/125			60					1	1	88
6.2	LEH18812G1-P	უცხოური ენა(გერმანული) - B 1.1	5/125			60					1	1	88
6.3	LEH18612G1-P	უცხოური ენა (ფრანგული) – B1.1	5/125			60					1	1	88
6.4	LEH19012G1-P	უცხოური ენა (რუსული) - B 1.1	5/125			60					1	1	88
7.	SOS31812G1-LS	სოციალური ფსიქოლოგია	5/125	15	30						1	1	78
8.	LEH11812G1-LS	ქართული ენის გამოყენებითი სტილისტიკა	5/125	15	30						2	2	76
9.	BUA35112G3-LS	პროექტების მართვა	4/100	15	30						1	1	53
10.	HEL30512G1-LS	ფილოსოფიის შესავალი	5/125	15	30						2	2	76
11.	SOS22312G1-LS	მარკეტინგის საფუძვლები	5/125	15	30						1	1	78
12.1	LEH19312G1-P	უცხოური ენა (ინგლისური) –B 1.2	5/125			60					1	1	88
12.2	LEH18912G1-P	უცხოური ენა(გერმანული) - B 1.2	5/125			60					1	1	88
12.3	LEH18712G1-P	უცხოური ენა (ფრანგული) – B1.2	5/125			60					1	1	88
12.4	LEH19112G1-P	უცხოური ენა (რუსული) - B 1.2	5/125			60					1	1	88
13.1	SOS25011G2-LS	პოლიტოლოგია	5/125	15	30						2	2	76
13.2	BUA39912G1-LS	ადამიანური რესურსების მენეჯმენტი	5/125	15	30						2	2	76
13.3	HEL31212G1-LS	ფილოსოფიური	5/125	15	30						2	2	76

		ანთროპოლოგია										
13.4	BUA56312E1-LSP	Public Relations 2	5/125	15	30					2	2	76
13.5	HEL20312G1-LS	საქართველოს ისტორია და კულტურა	5/125	15	30					1	1	78
14.	BAU47812G1-LS	კომუნიკაციის მენეჯმენტი	5/125	15	30					2	2	76
15.	SOS21212G1-LS	PR და რეკლამა	5/125	15	30					2	2	76
16.	SOS21012G1-LS	PR და მედია ურთიერთობები	5/125	15	30					1	1	78
17.1	LEH10412G1-P	უცხოური ენა (ინგლისური) –B 2.1	5/125			45				1	1	78
17.2	LEH11212G1-P	უცხოური ენა(გერმანული) - B 2.1	5/125			45				1	1	78
17.3	LEH10812G1-P	უცხოური ენა (ფრანგული) – B2.1	5/125			45				1	1	78
17.4	LEH11612G1-P	უცხოური ენა (რუსული) - B 2.1	5/125			45				1	1	78
18.	SOS20912G1-LS	PR და კულტურა	5/125	15	30					2	2	76
19.	SOS45312G1-LS	სოციალური კვლევის მეთოდები	5/125	15	30					1	1	78
20.	SOS40912G1-LS	წერა PR-ისთვის	5/125	15	30					2	2	76
21.	SOS20612G1-LS	ბრენდინგი	5/125	15	30					1	1	78
22.	SOS22112G1-LS	საზოგადოება და კონფლიქტების მართვა	5/125	15	30					1	2	77
23.1	LEH10512G1-P	უცხოური ენა (ინგლისური) –B 2.2	5/125			45				1	1	78
23.2	LEH11312G1-P	უცხოური ენა(გერმანული) - B 2.2	5/125			45				1	1	78
23.3	LEH10912G1-P	უცხოური ენა (ფრანგული) – B2.2	5/125			45				1	1	78
23.4	LEH11712G1-P	უცხოური ენა (რუსული) - B 2.2	5/125			45				1	1	78
24.1	JOI10312G1-LS	ვიზუალური მასკომუნიკაციის საფუძვლები	5/125	15	30					2	2	76
24.2	JOI11912GI-LS	შესავალი მასობრივ კომუნიკაციაში	5/125	15	30					2	2	76
24.3	SOS44711G1-LS	კულტურა და თანამედროვეობა	5/125	15	30					2	2	76
24.4	BUA56212E1-LSP	Branding 2	5/125	15	30					2	2	76
25.	BUA35312G3-LS	ბიზნეს ეთიკა	5/125	15	30					2	2	76
26.	SOS201412G1-LS	PR- ის სტრატეგია და ტექტიკა	5/125	15	30					1	1	78
27.	SOS47512G1-LS	საჯარო გამოსვლის ტექნოლოგიები	5/125	15	30					2	2	76
28.	SOS22012GI-LS	ინტერპერსონალური კომუნიკაცია	5/125	15	30					2	2	76
29.1	SOS14612G2-LS	ციფრული ეკონომიკა	5/125	15	30					2	2	76
29.2	BUA35212G3-LS	სასტუმრო საქმის	5/125	15	30					2	2	76

		მენეჯმენტი											
29.3	SOS10912GL-LS	ეკონომიკის პრინციპები	5/125	15	30						2	2	76
29.4	BUA56512E1-LSP	Online Communication and Digital Marketing	5/125	15	30						2	2	76
30.	BUA56112G1-LSK	მარკეტინგის სტრატეგია და ტაქტიკა	5/125	15	30						1	1	78
31.	ICT23908G1-LB	მულტიმედიური ინფორმაციული ტექნოლოგიები	5/125	15	30						1	2	77
32.	SOS21112G1-LS	პოლიტიკური კომუნიკაცია	5/125	15	30						1	2	77
33.	SOS20812G1-LS	PR და კრიზის მენეჯმენტი	5/125	15	30						1	1	78
34.	SOS41012G1-LS	PR და ბიზნესი	5/125	15	30						1	1	78
35.	SOS20712G1-LS	PR - კამპანიები	5/125	15	30						2	2	76
36.	BUA56012G1-LS	სტრატეგიული კომუნიკაციები ტურიზმში	5/125	15	30						2	2	76
37.	BUA56412G1-LS	მომხმარებელთა ქცევა	5/125	15	30						2	2	76
38.	SOS21812G1-LS	ლონისძიებებათა მენეჯმენტი	5/125	15	30						2	2	76
39.	SOS47612G1-LS	სოციალური მედიის დაგეგმვა და მართვა	5/125	15	30						2	2	76
40.	BUA56612G1-LS	PR ქეისები									1	1	78
41.	SOS22412G1-LS	საბაკალავრო პრაქტიკა	8/200						90			2	108
42.	BUA56712G1-K	საბაკალავრო ნაშრომი	10/250					75				2	173

პროგრამის ხელმძღვანელი/ხელმძღვანელები

ვანო ჭიაურელი

ელდარ პირმისაშვილი

საინჟინრო ეკონომიკის, მედიატექნოლოგიებისა და სოციალურ მეცნიერებათა ფაკულტეტის ხარისხის უზრუნველყოფის სამსახურის ხელმძღვანელი

ეკატერინე შაკიაშვილი

ფაკულტეტის დეკანი

ივანე ჯაგოდნიშვილი

შეთანხმებულია

სტუ-ს ხარისხის უზრუნველყოფის სამსახურთან

დავით მახვილაძე

მიღებულია

ბიზნეს-ინჟინერინგის ფაკულტეტის საბჭოს სხდომაზე
10 მაისი, 2011 წელი

მოდერნიზირებულია

საინჟინრო ეკონომიკის, მედიატექნოლოგიებისა და
სოციალურ მეცნიერებათა ფაკულტეტის
საბჭოს სხდომაზე 2021 წლის, 28 ივნისს
ოქმი № 64

ფაკულტეტის საბჭოს თავმჯდომარე

ივანე ჯაგოდნიშვილი