

**ეკონომიკის, ბიზნესისა და მართვის ფაკულტეტი**

**ბიზნესის ადმინისტრირების საბაკალავრო პროგრამა**

**სილაბუსი**

|  |  |
| --- | --- |
| **სასწავლო კურსის დასახელება** | **საზოგადოებასთან ურთიერთობა**  **Public Relations** |
| **სასწავლო კურსის კოდი** | **BUE004** |
| **სასწავლო კურსის სტატუსი** | არჩევითი |
| **ECTS** | 5 ***ECTS*** |
| **სწავლების სემესტრი** |  |
| **სწავლების ენა** | ქართული |
| **სილაბუსის ავტორი/ავტორები**  **(ლექტორი, ლექტორები, კურსის განმახორციელებლები)** | **ირინა ბენია, აფილირებული ასოცირებული პროფესორი**  თბილისის ჰუმანიტარული სასწავლო უნივერსიტეტი  ტელ.: 595947000  ელ-ფოსტა: [irinabenia1984@gmail.com](mailto:irinabenia1984@gmail.com)  კონსულტაციის დრო შეთანხმებისამებრ განთავსდება ვებ-გვერდზე |
| **სასწავლო კურსის მიზანი** | * სასწავლო კურსის მიზანია სტუდენტს შეასწავლოს PR-ის მნიშვნელობა, როლი და პასუხისმგებლობა, გააცნოს პიარ-ტექნოლოგიების მართვის თანამედროვე საკომუნიკაციო საშუალებები და ინსტრუმენტები პრაქტიკაში გამოსაყენებლად, განუვითაროს ორგანიზაციაში პიარ კამპანიის ეფექტურად წარმოების უნარები. |
| **დაშვების წინაპირობა** | მარკეტინგის საფუძვლები |
| **კრედიტების რაოდენობა და საათების განაწილება სტუდენტის დატვირთვის შესაბამისად (ECTS** | **5 კრედიტი (125 სთ)**  **საკონტაქტო საათები - 50 სთ.**   * ლექცია - 26 სთ. * სამუშაო ჯგუფში მუშაობა - 19 სთ. * შუალედური გამოცდა - 2 სთ. * დასკვნითი გამოცდა - 3 სთ.   **დამოუკიდებელი საათები - 75 სთ.** |
| **სტუდენტის შეფასების სისტემა** | **თბილისის ჰუმანიტარული სასწავლო უნივერსიტეტში არსებული შეფასების სისტემა შემდეგია:**  შეფასების საერთო ქულიდან (100 ქულა) შუალედური შეფასების ხვედრითი წილი შეადგენს ჯამურად 60 ქულას; გათვალისწინებულია სამჯერადი შეფასება:   * **სტუდენტის აქტივობა** სასწავლო სემესტრის განმავლობაში - **40 ქულა;** * **შუალედური გამოცდა - 20 ქულა;** * **დასკვნითი გამოცდა, რომლის** ხვედრითი წილი შეადგენს - **40 ქულას.**   შუალედური შეფასებების კომპონენტში მინიმალური კომპეტენციის ზღვარი ჯამურად შეადგენს მინიმუმ **21 ქულას.**  დასკვნითი შეფასების მინიმალური კომპეტენციის ზღვარი შეადგენს დასკვნითი შეფასების საერთო ჯამის **50%-ს** ანუ **20 ქულას** **40 ქულიდან.**  **შეფასების სისტემა უშვებს:**  ა) **ხუთი სახის დადებით შეფასებას:**  ა.ა) **(A) ფრიადი** – შეფასების 91-100 ქულა;  ა.ბ) (**B) ძალიან კარგი** – მაქსიმალური შეფასების 81-90 ქულა;  ა.გ) (**C) კარგი –** მაქსიმალური შეფასების 71-80 ქულა;  ა.დ) **(D) დამაკმაყოფილებელი** – მაქსიმალური შეფასების 61-70 ქულა;  **ა.ე) (E) საკმარისი** – მაქსიმალური შეფასების 51-60 ქულა.  **ბ) ორი სახის უარყოფით შეფასებას:**  **ბ.ა) (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;  **ბ.ბ) (F) ჩაიჭრა** – მაქსიმალური შეფასების 40 ქულა და ნაკლები, რაც ნიშნავს, რომ სტუდენტის მიერ ჩატარებული სამუშაო არ არის საკმარისი და მას საგანი ახლიდან აქვს შესასწავლი.   1. ერთ-ერთი უარყოფით შეფასების: (FX) „ვერ ჩააბარა“-ს მიღების შემთხვევაში უნივერსიტეტი ნიშნავს დამატებით გამოცდას დასკვნითი გამოცდის შედეგების გამოცხადებიდან არანაკლებ 5 დღეში და აისახება საგამოცდო ცხრილში. დამატებით გამოცდაზე მიღებული შეფასება არის სტუდენტის საბოლოო შეფასება, რომელშიც არ მოიაზრება ძირითად დასკვნით გამოცდაზე მიღებული უარყოფითი ქულა.   თუ სტუდენტმა დამატებით გამოცდაზე მიიღო 0-დან 50 ქულამდე, საბოლოო საგამოცდო უწყისში სტუდენტს უფორმდება შეფასება (F) -0 ქულა. |
| **სასწავლო კურსის შინაარსი** | **იხილეთ დანართი N1** |
| **შეფასების სისტემა და მაჩვენებლები,**  **სტუდენტის ცოდნის შეფასების კრიტერიუმები** | |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | **შეფასების ფორმები და კომპონენტები** | | | | | | | **შეფასების ფორმები:** | | | **მაქსიმალური ქულა** | | **შუალედური შეფასება** | | | **60** | | **დასკვნითი შეფასება** | | | **40** | | **შეფასების კომპონენტები** | **რაოდენობა** | **კომპონენტის მაქს შეფასება** | **მაქსიმალური ქულა** | | **შუალედური შეფასება** |  |  |  | | შემთხვევის ანალიზი | **5** | **3** | **15** | | ზეპირი გამოკითხვა | **5** | **3** | **15** | | პრეზენტაცია | **1** | **10** | **10** | | შუალედური გამოცდა | **1** | **20** | **20** | | **ფინალური გამოცდა** | **1** | **40** | **40** | |  | | | | | | | **შეფასების კრიტერიუმები** | | | | | | | **შემთხვევის ანალიზი (5X3=15 ქულა)**  (სემესტრის განმავლობაში სტუდენტს ეძლევა 5 შემთხვევის ანალიზი განსახილველად | | | | | | | **3** | ზუსტად აღწერს მოცემულ ბიზნეს სიტუაციას, მიღებული ცოდნის საფუძველზე დეტალურად ანალიზებს, აფასებს და ადგენს მიზეზ-შედეგობრივ კავშირებს; აყალიბებს შესაბამის დასკვნებს; შეუძლია სიტუაციის განსხვავებულ ჭრილში დანახვა და მსგავსი მაგალითების მოყვანა; | | | | | **2** | ზუსტად აღწერს მოცემულ ბიზნეს სიტუაციას, მიღებული ცოდნის საფუძველზე დეტალურად ანალიზებს, აფასებს და ადგენს მიზეზ-შედეგობრივ კავშირებს; აყალიბებს შესაბამის დასკვნებს; შეუძლია მსგავსი მაგალითების მოყვანა; | | | | | **1** | ზუსტად აღწერს მოცემულ ბიზნეს სიტუაციას, მიღებული ცოდნის საფუძველზე დეტალურად ანალიზებს, აფასებს და ადგენს მიზეზ-შედეგობრივ კავშირებს; აყალიბებს შესაბამის დასკვნებს; | | | | | **0** | სტუდენტი არ მონაწილეობს ბიზნეს სიტუაციის ანალიზის პროცესში. | | | | | **დისკუსია (5X3=15 ქულა)**  სემესტრის განმავლობაში სტუდენტი მონაწილეობს ზეპირი გამოკითხვაში, სულ ტარდება 5 შეფასებადი ზეპირი გამოკითხვა. | | | | | | | **3** | სტუდენტი კარგად არის მომზადებული, ზედმიწევნით კარგად ფლობს სილაბუსით გათვალისწინებულ მასალას,დასმულ შეკითხვებზე პასუხები სრულყოფილი, სწორი და დასაბუთებულია; ლიტერატურის დამუშავების ხარისხი მაღალია; ფლობს კამათის კულტურას. მასალის ცოდნის დონე მაღალია, აქტივობის ხარისხი მაღალი, აღინიშნება დასმული შეკითხვების და პასუხების ადეკვატურობა, გააჩნია მიღებული ცოდნის პრაქტიკულ გამოცდილებასთან დაკავშირების უნარი, შეუძლია კითხვების დამოუკიდებლად შედგენა. | | | | | **2** | სტუდენტი კარგად არის მომზადებული, ფლობს სილაბუსით გათვალისწინებულ მასალას, დასმულ შეკითხვებზე პასუხები სწორია, თუმცა აკლია დასაბუთება; ლიტერატურის დამუშავების ხარისხი კარგია; ფლობს კამათის კულტურას. მასალის ცოდნის დონე კარგია, აქტივობის ხარისხი მაღალი, აღინიშნება დასმული შეკითხვების და პასუხების ადეკვატურობა, გააჩნია მიღებული ცოდნის პრაქტიკულ გამოცდილებასთან დაკავშირების უნარი, შეუძლია კითხვების დამოუკიდებლად შედგენა. | | | | | **1** | სტუდენტი სუსტად არის მომზადებული, ნაწილობრივ ფლობს სილაბუსით გათვალისწინებულ მასალას, დასმულ შეკითხვებზე პასუხები ბუნდოვანია, აკლია დასაბუთება; ლიტერატურის დამუშავების ხარისხი სუსტია; ნაწილობრივ ფლობს კამათის კულტურას. მასალის ცოდნის დონე დაბალია, აქტივობის ხარისხი დაბალია, აღინიშნება დასმული შეკითხვების და პასუხების ფრაგმენტულობა, არ გააჩნია მიღებული ცოდნის პრაქტიკულ გამოცდილებასთან დაკავშირების უნარი, არ შეუძლია კითხვების დამოუკიდებლად შედგენა. | | | | | **0** | სტუდენტი არ არის მომზადებული. | | | | | **პრეზენტაცია 10 ქულა.** | | | | | | | სემესტრის მანძილზე სტუდენტი ამზადებს პრეზენტაციას წინასწარ შეთანხმებულ თემაზე. პრეზენტაციის წარდგენა ხდება ბოლო კვირაში. პრეზენტაცია შეიძლება მოამზადოს მაქსიმუმ 3 სტუდენტისაგან შემდგარმა ჯგუფმა. | | | | | | | * **ფაქტობრივი მასალის ფლობა, არგუმენტაცია - 5 ქულა;** | | | | | | | **5** | სტუდენტი სრულყოფილად ფლობს მის მიერ წარმოდგენილ ინფორმაციასა და მასალებს; მის მიერ წარმოდგენილი დასკვნები არგუმენტირებული და გამყარებულია შესაბამისი ლიტერატურით; | | | | | **4** | სტუდენტი ფლობს ფაქტობრივ მასალას, ამყარებს მას შესაბამისი ინფორმაციით, მაგრამ უშვებს მცირეოდენ უზუსტობებს; | | | | | **3** | სტუდენტის მიერ წარდგენილი მასალა არგუმენტირებულია, მაგრამ აკლია სიზუსტე. სტუდენტი ვერ ფლობს სრულყოფილად მასალას; | | | | | **2** | ფაქტობრივი მასალა გადმოცემულია არასრულყოფილად, აკლია არგუმენტაცია; უზუსტობებია ტერმინოლოგიაში; | | | | | **1** | სტუდენტი ნაწილობრივ ფლობს ინფორმაციასა და მასალას, ნაშრომი არ არის არგუმენტირებული; | | | | | **0** | სტუდენტი არ ფლობს ინფორმაციასა და მასალას, ნაშრომი არ არის არგუმენტირებული; | | | | | **ნაშრომის წარდგენა-პრეზენტაცია -3 ქულა;** | | | | | | | **3** | სტუდენტი სრულყოფილად ფლობს აუდიტორიას და ტექნიკურ საშუალებებს, მეტყველებს გასაგებად და ლაკონურად, ამომწურავად და სრულყოფილად პასუხობს დასმულ კითხვბზე; | | | | | **2** | სტუდენტი ფლობს აუდიტორიას, მეტყველებს გასაგებად, დასმულ კითხვებს პასუხობს ამომწურავად, მაგრამ უშვებს მცირეოდენ უზუსტობებს; | | | | | **1** | სტუდენტი ნაწილობრივ ფლობს აუდიტორიას, მეტყველება არ არის გამართული, აკლია თავდაჯერილობა, უშვებს შეცდომებს; | | | | | **0** | სტუდენტი ვერ ფლობს აუდიტორია, მეტყველებს გაუგებრად, ვერ პასუხობს დასმულ კითხვებს. | | | | | * **ნაშრომის ტექნიკური მხარე - 2 ქულა.** | | | | | | | **2** | ნაშრომი ტექნიკური თვალსაზრისით შესრულებული და გაფორმებულია მაღალ დონეზე; | | | | | **1** | ნაშრომი ტექნიკური თვალსაზრისით შესრულებულია დამაკმაყოფილებელ დონეზე; დაშვებულია მცირეოდენი ხასიათის უზუსტობები; | | | | | **0** | ნაშრომი ტექნიკურად გაფორმებულია არასწორად და დაშვებულია შეცდომები. | | | | | **შუალედური გამოცდა (20 ქულა)** | | | | | | | ტესტი (5X1=5 ქულა) ტესტი შედგება 5 ტესტური დავალებისაგან. ქულათა საერთო ჯამი რაოდენობრივად ტოლია 5-ის | | | | | | | 1 | პასუხი სწორია | | | | | 0 | პასუხი არა სწორია | | | | | თეორიული საკითხის შეფასების კრიტერიუმები (5X3)=15 | | | | | | | 3 | პასუხი სრულია. სტუდენტი ზედმიწევნით კარგად ფლობს განვლილ მასალას, საკითხი ლოგიკურად, თანმიმდევრულად და ადეკვატურად არის გადმოცემული. ტერმინოლოგია დაცულია. მსჯელობა და ანალიზი მაღალ დონეზეა. | | | | | 2 | პასუხი სრულია. სტუდენტი დამაკმაყოფილებელად ფლობს პროგრამით გათვალისწინებულ განვლილ მასალას. საკითხი ლოგიკურად და ადეკვატურად არის გადმოცემული, თუმცა არათანმიმდევრულია. ტერმინოლოგია დაცულია. მსჯელობა და ანალიზი დამაკმაყოფილებელია. | | | | | 1 | პასუხი შეკვეცილია. სტუდენტი საკმარისად ფლობს პროგრამით გათვალისწინებულ განვლილ მასალას, თუმცა აღინიშნება ნაკლოვანებები. საკითხის გადმოცემულია ნაწილობრივ. ტერმინოლოგია ნაკლოვანია. მსჯელობა და ანალიზი ფრაგმენტულია. | | | | | 0 | პასუხი საკითხის შესაბამისი არ არის ან საერთოდ არაა მოცემული. | | | | | **ფინალური გამოცდა (40 ქულა)** | | | | | | | თეორიული საკითხის შეფასების კრიტერიუმები (8X3)=24 | | | | | | | 3 | პასუხი სრულია. სტუდენტი ზედმიწევნით კარგად ფლობს განვლილ მასალას, საკითხი ლოგიკურად, თანმიმდევრულად და ადეკვატურად არის გადმოცემული. ტერმინოლოგია დაცულია. მსჯელობა და ანალიზი მაღალ დონეზეა. | | | | | 2 | პასუხი სრულია. სტუდენტი დამაკმაყოფილებელად ფლობს პროგრამით გათვალისწინებულ განვლილ მასალას. საკითხი ლოგიკურად და ადეკვატურად არის გადმოცემული, თუმცა არათანმიმდევრულია. ტერმინოლოგია დაცულია. მსჯელობა და ანალიზი დამაკმაყოფილებელია. | | | | | 1 | პასუხი შეკვეცილია. სტუდენტი საკმარისად ფლობს პროგრამით გათვალისწინებულ განვლილ მასალას, თუმცა აღინიშნება ნაკლოვანებები. საკითხის გადმოცემულია ნაწილობრივ. ტერმინოლოგია ნაკლოვანია. მსჯელობა და ანალიზი ფრაგმენტულია. | | | | | 0 | პასუხი საკითხის შესაბამისი არ არის ან საერთოდ არაა მოცემული. | | | | | **ტესტი ( 16X1=16 ქულა)** | | | | | | | ტესტი შედგება 16 ტესტური დავალებისაგან. ქულათა საერთო ჯამი რაოდენობრივად ტოლია 16-ის | | | | | | | 1 | პასუხი სწორია | | | | | 0 | პასუხი არა სწორია | | | | |
| **სავალდებულო ლიტერატურა** | 1. დენისლ. უილკოქსი, ბლენტ. კამერონი, საზოგადოებასთან ურთიერთობა, სტრატეგია და ტაქტიკა, თბ., 2011. |
| **დამატებითი ლიტერატურა** | 1. გლენ მ. ბრუმი, სკოტ. მ. კატლიპი, ალენ სენტერი, საზოგადოებასთან ურთიერთობების შესავალი, სტუ, 2010; 2. ე. ხახუტაშვილი, ლ. კაპანაძე, საზოგადოებასთან ურთიერთობა, თბ.,2007. 3. [Dennis L. Wilcox](https://www.amazon.com/Dennis-L-Wilcox/e/B001IGOKC4/ref=dp_byline_cont_book_1),  [Glen T. Cameron](https://www.amazon.com/s/ref=dp_byline_sr_book_2?ie=UTF8&field-author=Glen+T.+Cameron&text=Glen+T.+Cameron&sort=relevancerank&search-alias=books), [Bryan H. Reber](https://www.amazon.com/s/ref=dp_byline_sr_book_3?ie=UTF8&field-author=Bryan+H.+Reber&text=Bryan+H.+Reber&sort=relevancerank&search-alias=books), Public Relations: Strategies and Tactics (11th Edition) 11th Edition, 2014. |
| **სწავლის შედეგები** | **ცოდნა და გაცნობიერება** - სტუდენტი:   * განმარტავს PR-ის სფეროში გამოყენებულ ძირითად ტერმინებ; * აღწერს PR-ის სფეროში გამოყენებულ თეორიებს, პრინციპებს და მეთოდებს; * იხილავს PR-ის როლსა და მნიშვნელობას კომპანიისა და საზოგადოების საქმიანობაში;   **უნარი** - სტუდენტი:   * ახდენს საზოგადოებასთან ურთიერთობის პროგრამულ დაგეგმვას, ქმნის კომუნიკაციის ეფექტიან სტრატეგიას და შეიმუშავებს ეფექტურ პრეს რელიზს; * მონაწილეობს PR-თან დაკავშირებულ საკითხებზე დისკუსიაში, იყენებს შესაბამის არგუმენტაციას და ტერმინოლოგიას; * თანამედროვე საინფორმაციო და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების შემოქმედებითად გამოყენებით ახდენს საზოგადოებასთან ეფექტიან კომუნიკაციას; |
| **სწავლების მეთოდები და ფორმები** | |  |  | | --- | --- | | **სწავლა-სწავლების მეთოდები** | | | ლექცია |  | | სამუშაო ჯგუფი |  | | პრაქტიკული მეცადინეობა |  | | ლაბორატორიული |  | | პრაქტიკა |  | | საკურსო სამუშაო/პროექტი |  | | კონსულტაცია |  | | ელექტრონული სწავლება (E-learning) |  | | დამოუკიდებელი მუშაობა |  | | **აქტიობები** | | | დისკუსია/დებატები  ჯგუფური (collaborative) მუშაობა;  პრობლემაზე დაფუძნებული სწავლება (PBL)  შემთხვევების შესწავლა (Case study)  გონებრივი იერიში (Brain storming)  როლური და სიტუაციური თამაშები  დემონსტრირების მეთოდი;  ინდუქციური მეთოდი  დედუქციური მეთოდი  ანალიზის მეთოდ  სინთეზის მეთოდი  ვერბალური მეთოდი  წერითი მუშაობის მეთოდი  ახსნა-განმარტებითი მეთოდი  ქმედებაზე ორიენტირებული სწავლება  პროექტის შემუშავება და პრეზენტაცია; | | |

***დანართი 1***

***სასწავლო კურსის შინაარსი***

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **სასწავლო კვირა** | **სწავლების ფორმა** | **საათების რაოდენობა** | **თემატიკა** | **ლიტერატურა** |
| **I** | **ლექცია** | 2 | სილაბუსის გაცნობა.  **თემა 1: საზოგადოებასთან ურთიერთობის არსი და ევოლუცია**  საზოგადოებასთან ურთიერთობის (PR) არსი და შინაარსი. PR-ის ევო­ლუცია: ზოგადი ისტორია და გან­ვი­თარება. საზოგადოებრივ ურ­თი­ერთობათა პრინციპები; PR-ის სა­მოღ­ვაწეო ურთიერთობები. PR-ის ძირითადი პრობლემები. | * [1] - თავი 1, 2; * [2] - თავი 1. |
| **ჯგუფში მუშაობა/სემინარი** | 1 | * დისკუსია |  |
| **II** | **ლექცია** | 1 | **თემა 2:** **ეთიკა და პროფესიონალიზმი PR-ში**  ეთიკის არსი და პროფესიული ორგანიზაციების როლი საზოგადოებასთან ურთიერთობის სფეროში. ეთიკური გარიგება ახალი ამბების მედიასთან. პროფესიული ქცევის კოდექსი, პროფესიონალიზმი საზოგადოებასთან ურთიერთობაში. | * [1] - თავი 3; * [2] - თავი 5. |
| **ჯგუფში მუშაობა/სემინარი** | 2 | * ქეისის განხილვა 1; * დისკუსია; |  |
| **III** | **ლექცია** | 1 | **თემა 3: საზოგადოებასთან ურთიერთობის ფირმები და დეპარტამენტები**  საზოგადოებასთან ურთიერთობის იერარქია და პერსონალის ფუნქციები; საზოგადოებასთან ურთიერთობის ფირმები; საკონსულტაციო ფირმების სტრუქტურა; | * [1] - თავი 4; * [2] - თავი 2. |
| **ჯგუფში მუშაობა/სემინარი** | 2 | * ზეპირი გამოკითხვა 1; * დისკუსია; |  |
| **IV** | **ლექცია** | 2 | **თემა 4: კვლევები PR-ში**  კვლევების მიზნები, მეთოდები, ფორმები. კვლევების ძირითადი სახეების მომზადებისა და ჩატარების ტექნოლოგიები. კვლევა საზოგადოებასთან ურთი­ერთობებში. მარ­კეტინგული კვლევა საზოგა­დო­ებ­რივ ურთიერთობებში. პრობ­ლე­მის გამოვლენა და მიზნის განსაზღ­ვრა. PR- კვლევის კონცეფციის დამუ­შავება. კვლევის კითხვარის ფორ­მულირება. ანკეტის შედგენის მე­თო­დები. კვლევის შედეგად მიღებული მონაცემის ანა­ლიზი. PR-ის კვლევის შედეგების შეფასება. | * [1] - თავი 5; * [2] - თავი 7. |
| **ჯგუფში**  **მუშაობა/სემინარი** | 1 | * ქეისის განხილვა 2; |  |
| **V** | **ლექცია** | 2 | **თემა 5: პროგრამული დაგეგვა PR -ში**  დაგეგმვის მნიშვნელობა და ტიპები. პროგრამული გეგმის ელემენტების დახასიათება ( სიტუაცია, ამოცანები, აუდიტორია, სტარეგია, ტაქტიკა, გრაფიკი, ბიუჯეტის შედგენა და შეფასება | * [1] - თავი 6; * [2] - თავი 10; |
| **ჯგუფში**  **მუშაობა/სემინარი** | 1 | * ზეპირი გამოკითხვა 2; |  |
| **VI** | **ლექცია** | 1 | **თემა 6: საზოგადოებასთან ურთიერთობის კომუნიკაციის მიზნები და ამოცანები**  კომუნიკაციის მიზნების არსი. ორმხრივი კომუნიკაციის მნიშვნელობა. შეტყობინების გაგება (ენის, წერის სტანდარტების გამოყენება). შეტყობინების დამაჯერებლობა, დამახსოვრება და უკურეაქცია. | * [1] - თავი 7; * [2] - თავი 7; |
| **ჯგუფში**  **მუშაობა/სემინარი** | 2 | * ქეისის განხილვა 3; * დისკუსია |  |
| **VII** | **ლექცია** | 2 | **თემა 7: საზოგადოებასთან ურთიერთობის კვლევის შეფასება**  შეფასების მიზანი, ამოცანები. წარდგენილი შეტყობინების გაზომვის მეთოდები. აუდიტორიის დამოკიდებულების და ქცევის გაზომვა. | * [1] - თავი 8; * [2] - თავი 11; |
|  | **ჯგუფში**  **მუშაობა/სემინარი** | 1 | * ზეპირი გამოკითხვა 3; |  |
| **VIII** |  | 2 სთ | **შუალედური გამოცდა**  **(1-7 თემაზე)** |  |
| **IX** | **ლექცია** |  | **თემა 8: საზოგადოებრივი აზრის ფორმირება და დარწმუნება**  საზოგადოებრივი აზრის მნიშვნელობა. საზოგადოებრივი აზრის ლიდერთა ტიპები; მასმედიის როლი საზოგადოებრივი აზრის ფორმირებაში; საზოგადოებასთან ურთიერთობის დამარწმუნებელი შეტყობინების შინაარსი და სტრუქტურა. | * [1] - თავი 9; * [2] - თავი 9; |
| **ჯგუფში**  **მუშაობა/სემინარი** | 1 | * შემთხვევის ანალიზი 4; |  |
| **X** | **ლექცია** | 2 | **თემა 9: კონფლიქტების მართავა PR-ში**  კონფლიქტების სტრატეგიული მართვის მნიშვნელობა. საზოგადოებასთან ურთიერთობის როლი კონფლიქტების მართვაში.კონფლიქტების მართვის სასიცოცხლო ციკლი. საზოგადოებრივი ციკლის მართვის პროცესი. რისკის აღქმაზე მოქმედი ფაქტორები. | * [1] - თავი 10; * [2] - თავი 6; |
| **ჯგუფში**  **მუშაობა/სემინარი** | 1 | * დისკუსია; |  |
| **XI** | **ლექცია** | 2 | **თემა 10: საზოგადოებასთან ურთიერთობის მულტუკულტურულ და არაერთგვაროვან აუდიტორიამდე შეღწევა**  საზოგადოებასთან ურთიერთობის აუდიტორიის არაერთგვაროვანი და მულტუკულტურული ბუნება, სხვადასახვა ასაკობრივ ჯგუფებამდე მიღწევა, რასობრივ და ეთნიკურ ჯგუფებამდე მიღწევა, აუდიტორიისათვის მედიის შერჩევა. | * [1] - თავი 11; * [2] - თავი 12; |
| **ჯგუფში**  **მუშაობა/სემინარი** | 1 | * ზეპირი გამოკითხვა 4; |  |
| **XII** | **ლექცია** | 2 | **თემა 11: ახალი ტექნოლოგიები საზოგადოებასთან ურთიერთობის სფეროში.**  კომპიუტერისა და ინტერნეტის როლი საზოგადოებასთან ურთიერთობის სფეროში. საინფორმაციო რელიზის გავრცელების საშუალებები. მზერა მომავალში: მომხმარებლის მიერ შექმნილი შინააარსი და სოციალური მედია | * [1] - თავი 13; |
|  | **ჯგუფში**  **მუშაობა/სემინარი** | 1 | * დისკუსია; |  |
| **XIII** | **ლექცია** | 2 | **თემა 12: რადიო, ტელევიზია, ვები PR-ში და ახალი ტექნოლოგიბი საზოგადოებასთან ურთიერთობის სფეროში**  რადიოსა და ტელევიზიის როლი PR საქმიანობაში. საინფორმაციო რადიო-რელიზების შექმნა. პროდუქტის განთავსება. სატელევიზიო ვიდეორელიზისა და სატელიტების გამოყენება. თოქშოუების მოწყობა და სტუმრის „დაჯავშნა“  ახალი ტექნოლოგიების სახეები. საინფორმაციო რელიზის გავრცელების საშუალებები. მობილური ტელეფონების, პერესონალური ციფრული ასისტენტის, ფლეშმეხსიერებების გამოყენება საზოგადოებასთან ურთიერთობის სპეციალისტების მიერ. | * [1] - თავი 15; * [2] - თავი - 12; |
|  | **ჯგუფში**  **მუშაობა/სემინარი** | 1 | * შემთხვევის ანალიზი 5; |  |
| **XIV** | **ლექცია** | 2 | **თემა 13: ახალი ამბების რელიზიები, მოკლე შეტყობინებები და საინფორმაციო წერილების გავრცელება PR-ში**  ახალი ამბების რელიზის მნიშვნელობა, დაგეგმვა და შინაარსი. ახალი ამბების რელიზის ფორმატის ბეჭდვითი კომპონენტების დახასიათება. სარეკლამო ფოტოების განთავსების და მოკლე შეტყობინებების გავრცელების მეთოდები. | * [1] - თავი 14; |
| **ჯგუფში**  **მუშაობა/სემინარი** | 1 | * დისკუსია; |  |
| **XV** | **ლექცია** | 2 | **თემა 14: კორპორაციები პრ-ში**  საზოგადოებასთან ურთიერთობის როლი თანამედროვე კორპორაციების მართვაში. ინვესტორებთან ურთიერთობის მექნიზმები. ბაზრის გაფართოების მეთოდები. კორპორაციული სპონსორობა | [1] - თავი 17; |
| **ჯგუფში**  **მუშაობა/სემინარი** | 1 | * ზეპირი გამოკითხვა 5; |  |
| **XVI** | **ლექცია** | 1 | **თემა 15: სამართალებრივი პრობლემები PR-ში**  შავი პიარი. საავტორო უფლებები. კანონი სავაჭრო ნიშნის შესახებ. სამთავრობო და სხვა ფედერალური მარეგულირებელი სააგენტოები. პასუხისმგებლობა სპონსორის მიერ დაფინანსებულ ღონისძიებებზე. | [1] - თავი 12; |
| **ჯგუფში**  **მუშაობა/სემინარი** | 2 | პრეზენტაციების წარდგენა |  |
| **XVII -XVIII** - |  | 3 | **დასკვნითი გამოცდა** |  |
| **XIX -XX** |  |  | **დამატებითი გამოცდა** |  |