

1. საგანმანათლებლო პროგრამის შინაარსი

ა) სამაგისტრო პროგრამის სახელწოდება: მასობრივი კომუნიკაციის დამედიის კვლევები

(Mass Communication and Media Studies);

ბ) მისანიჭებელი კვალიფიკაცია: მასობრივი კომუნიკაციის მაგისტრი მედიის კვლევებში

(MA of Mass Communications in Media Studies)

გ) პროგრამის მოცულობა კრედიტებით: 120

დ) სწავლების ენა: ქართული

ე)

საგანმანათლებლო პროგრამის მიზანი: პროგრამის მიზანია მოამზადოს მედიის დამასკომუნიკაციის მკვლევარი, რომელიც მომავალში, შემდგომ სახალი ცოდნის კონტრიბუციას აკადემიურ სფეროში.

სამაგისტრო პროგრამა შესაძლებლობას მისცემს ტუდენტს ინდივიდუალური ინტერესის მიხედვით განვიტაროს პროფესიული უნარები. თავის მხრივ, თითოეული მაგისტრანტი სწვლილი მნიშვნელოვანი იქნება უნივერსიტეტში მასკომუნიკაციის დამედიის კვლევებ ისრესურსის განვითარებაში.

პროგრამის მიზანია აადგილობრივი და საერთაშორისო მედიის კვლევების და ურთიერთმედარების საფუძველზე, დააკვირდეს და შეისწავლოს დემოკრატიზაციის დინამიკა (განსაკუთრებით პოსტ-საბჭოთა პერიოდში) მულტიმედიაში, მედიის როლის აზოგადობის და კულტურის ტრანსფორმაციის საქმეში. პროგრამის მიზანია ისეთი აქტუალური მიმართულებების კვლევა,

როგორცაა: ახალი მედია, სამოქალაქო ურნალისტიკა, დემოკრატია და მულტიმედია, პოსტსაბჭოთა საქართველო და საინფორმაციო მედი, მედიის როლი დემოკრატიის მშენებლობის პროცესში და სხვ. ამ მხრივ,

სამაგისტრო პროგრამა მიზიდველი იქნება უცხოური უნივერსიტეტების თვის დამკვლევრებისთვის. პროგრამა, ასევე, ფოკუსირებულია მედია-ინსტიტუტების დამედია-ტექსტის ანალიზის და კრიტიკაზე.

პროგრამის მოქნილობას განაპირობებს საკვლევი თემატიკის მრავალფეროვნება. მაგისტრი დარგობრივი ჟურნალისტიკის მიმართულეები თავიდან იღებს ცოდნას, შეძლებს თავისი კვლევითი პოტენციალის განვითარებას ან/და ამრესურსის პრაქტიკულად გამოყენებას.

მომავალი კვლევების იღრმისეულად გაიაზრებენ იმ მულტიდისციპლინარულ კონტექსტს, რომელიც მედიის განვითარებას დამედიის განუკუგებას განაპირობებს. ასევე, სიღრმისეულად გაეცნობიან საზოგადოებასთან ურთიერთობის დაკომუნიკაციის სტრატეგიებს, ინტერპერსონალურ კომუნიკაციებს, გაანალიზებენ მედიის სოციალურ და კულტურულ ზემოქმედებას დასახვ.

ეს სამაგისტრო პროგრამა გულისხმობს საკვლევი თემის არათავიდან სწავლებას, არამედ მისი სიღრმისეულ შესწავლას. მესამესემესტრში, სტუდენტები წარმოადგენენ სამაგისტრო ნაშრომის ნაწილს, კვლევის დიზაინს, დასრულებულ ნაშრომს კომოდევნოსემესტრის მანძილზე ინტენსიური კვლევის შედეგად დაასრულებენ.

ვ) პროგრამაზე დაშვების წინაპირობა:

პროგრამაზე დაიშვებიან აკრედიტებული უმაღლესი სასწავლებლის ბაკალავრის ხარისხის მქონე აბიტურიენტები. ჩატარდება გამოცდა (სპეციალობაში) და გასაუბრება (სპეციალობასა და ინგლისური ენა B1-ში) მიმღებ კომისიასთან. მათ არ მოეთხოვებათ სამუშაო გამოცდილება;

ზ)

სწავლის შედეგები: პროგრამის სწავლის შედეგები უზრუნველყოფს კურსდამთავრებულთა კონკურენტუნარიანობას საგანმანათლებლო (განათლების შემდგომ საფეხურზე) და დასაქმების ბაზარზე. კურსდამთავრებული შეძლებს მუშაობის დაწყებას და/ან გაგრძელებას, ასევე საკუთარი შესაძლებლობებისადექვატურად დემონსტრირებას და დასაქმებულთან (ყველასახის მედიასა და საინფორმაციო საშუალებებში, პრესასთან და საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახურებში, ანალიტიკურ-საკონსულტაციო სააგენტოებში, მედიის დაკომუნიკაციების კვლევით ორგანიზაციებში, სარეკლამო სააგენტოებსა და მედია-მონიტორინგის კომპანიებში). ასევე, შეძლებს მიღებული ცოდნის გამოყენებას მომიჯნავე სპეციალობით და დასაქმებისთვის.

პროგრამა მიეხმარება მაგისტრანტებს აკადემიურ და პროფესიულ წინსვლაში. იგი შეძლებს მონაწილეობაში იღოს კვლევების მომზადებაში და ასევე, დამოუკიდებლად წარმოესმედია-კვლევები. მომზადებული იქნება ადგილობრივ და საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენციებში მონაწილეობისთვის.

მაგისტრატურაში მიღებული ცოდნის საფუძველზე კურსდამთავრებული შეძლებს აკადემიურის სწავლის გაგრძელებას და კარიერის დაწყებას დოქტორანტურაში.

მაგისტრანტის მიერ მომზადებული სამაგისტრო ნაშრომი წარმოადგენს ერთგვარ პორტფოლიოს, რომელსაც სიმომავალში ასევე წარუდგენს პოტენციურ დამსაქმებელს. მაგისტრანტები იმუშავენ მედიის სანალიზსა და კრიტიკაზე, მედია-მონიტორინგზე, კვლევებზე და ყრდნობით შეიმუშავენ რეკომენდაციებს დამსაქმებლებისთვის, რომელიც მათ წარედგინება თვითგაცნობის და უკუკავშირების მოლოდინით.

სამაგისტრო კვლევები მნიშვნელოვანი კონტრიბუცია იქნება უნივერსიტეტისთვის სამმომართულებით: კვლევითი და აკადემიური პოტენციალის განვითარებისთვის.

პროგრამამეტწილად შრომის ბაზარზე, მის მოთხოვნებზე, და ასევე, მის განვითარებაზე აორიენტირებული (რაც თავისთავად გულისხმობს ბაზრის შეგავლენას კვლევით პოტენციალზე). პროგრამის სტრუქტურა გამოყენებითი კვლევების წარმოებაზეა ფოკუსირებული. კვლევებს პრაქტიკული დირექტივები აქვთ და დამსაქმებლისთვის, თუმცა, ეს უნებრივად არ გამოიწვევს პროგრამის განვითარებაში ფუნდამენტური კვლევის მნიშვნელობას.

დღესდღეისობით, შრომის ბაზარს ესაჭიროება ხარისხიანი მედია-კვლევები. ამ მიმართულებით არაერთ პროგრამას ხორციელებს ადგილობრივი და საერთაშორისო ორგანიზაცია. სამაგისტრო პროგრამის ფარგლებში, წარმოებული ხარისხიანი მედია-კვლევები და ეხმარება მედია-ბაზარს საერთაშორისო სტანდარტების დამკვიდრებასა და არსებული ხარვეზების გამოსწორებაში.

მასკომუნიკაციის დამედიის კვლევებში შრომის ბაზარზე ცულუფრო მოთხოვნა დიხდება. ამასადასტურებს სხვადასხვა გრანტები, რომლებიც გაიცემამედიის-მონიტორინგის დამედიის-კვლევების წარმოების მოთხოვნის მიმართულებით სხვადასხვა ადგილობრივი და საერთაშორისო ორგანიზაციების მიხრიდან. კონკურენტის პირობებში, მულტიდისციპლინური კომპეტენციების მქონე კადრის არჩევა დამსაქმებლისთვის დამატებითი მოტივაციაა.

პროგრამის მოლოდინები რეალისტურია. გასულსასწავლო წელს, მომზადებულის სამაგისტრო ნაშრომების სანალიზი გვიჩვენებს, რომახალ, მოდიფიცირებულ სამაგისტრო პროგრამაზე არსებობს მზარდი კვლევითი პოტენციალი და ინტერესი მასკომუნიკაციის დამედიის კვლევების მიმართულებით. ასევე, აჩენს გონივრულ მოლოდინს, რომ შეიქმნება დირექტიული პროდუქცია, რომელიც საარგებლო იქნება დარგის განვითარებისთვის.

მაგისტრანტები შეიწავლიან მასკომუნიკაციის დამედიის კვლევების განხორციელებას აუხლესი მეთოდებით და მიდგომებით, შეძლებენ მედია-ტექსტის და კვლევების მომზადებისთვის ამოცანების, საკვლევო ვითხოვების, ჰიპოთეზების სწორად დიდენტიფიკაციას, კვლევის პერსპექტივის დასახვას, რეკომენდაციების შეიმუშავებას. ასევე, დადგენილ დედლაინზე იმუშაობას, ინდივიდუალური დროის სწორი მართვას და აუდიტორიაზე ორიენტაცია, მოსაზრებების, არგუმენტების

ჩამოყალიბებას დამეცნიერულად დასაბუთებას, ინფორმაციის მრავალგანზომილებაში აღქმა-ანალიზს და ტრანსფერს, მედიის მრავალფეროვნების, სფეროს მულტიდისციპლინურ კონტექსტში დანახვას და სხვ.

მაგისტრი შეითვისებს შემდეგ კომპეტენციებს:

<p>ცოდნა და გაცნობიერება</p>	<ul style="list-style-type: none"> • სიღრმისეული ცნობის მულტიმედიის შესაძლებლობებს, მედიის დამასკომუნიკაციის კვლევის მეთოდებს, ჟურნალისტიკის და მასობრივი კომუნიკაციის თეორიულსა და ფუძვლებს და განვითარების ტორიას; • სიღრმისეული ცნობის საზოგადოების სტრუქტურას და მისი ინფორმირებისთვის დაჯანსაღის ოციალური ფუნქციონირებისთვის აუცილებელ მოთხოვნებს და დამოკიდებულებებს. • გაცნობიერებული აქვს მედიის დამედია-მკვლევარის როლი და მნიშვნელობა საზოგადოებაში;
<p>ცოდნის პრაქტიკაში გამოყენების უნარი</p>	<ul style="list-style-type: none"> • შეუძლია კონკურენტულ გარემოში საკუთარი შესაძლებლობები სგანვითარებად არეალიზება, მიღებული ცოდნის და უნარ-ჩვევების პრაქტიკაში გამოყენება, აკადემიურისა და პროფესიონალური დაწესებულებებისთვის; • შეუძლია მასკომუნიკაციის დამედია-კვლევის (მათ შორის მედია-მონიტორინგის) დაგეგმვა, განხორციელება და დროის სწორად მართვა; • შეუძლია კვლევის დიზაინის სწორად დაგება; თემის აქტუალობის განსაზღვრა და დასაბუთება; კვლევის მეთოდების შერჩევა და გამოყენება და სხვ. • შეუძლია ახალი იდეების, ჰიპოთეზების და თეორიების ჩამოყალიბება და გამოკვლევა; შეუძლია მედიის დამასკომუნიკაციის კვლევების განხორციელება აუხლეს იმეთოდებით დამიდეგომებით, ამოცანების, საკვლევი კითხვების,

	<p>რეკომენდაციების შემუშავება დასხვ.</p> <ul style="list-style-type: none"> • შეუძლია სამეცნიერო ლიტერატურის დამუშავება; • აქვს აკადემიური წერის უნარი, რომელსაც იყენებს სამეცნიერო მუშაობისას; • შეუძლია დამოუკიდებლად დაგუნდურად მუშაობა კვლევით ვისწარმოებისას; • აქვს შედეგზე ორიენტაციის უნარი;
დასკვნის უნარი	<ul style="list-style-type: none"> • აქვს მასკომუნიკაციის დამედია-კვლევის მომზადებისთვის ამოცანების, პრიორიტეტების, პრობლემის სწორად იდენტიფიკაციის, გააზრების, სამართლიანად რეაგირების უნარი; • აქვს არგუმენტირებული იმსჯელობის, განმარტების, ანალიზის და სინთეზის უნარი; • აქვს კრიტიკული აზროვნების უნარი და შეუძლია შეაფასოს მედია-გაშუქების, მედია-ინსტიტუტების ფუნქციონირების სტანდარტები . • შეუძლია დაასაბუთოს კვლევის პრაქტიკული დირექტორები და ინტერესებული მხარეებისთვის;
კომუნიკაციის უნარი	<ul style="list-style-type: none"> • კვლევითი სამუშაოს წარმართვისას, შეუძლია შესაბამის წყაროებთან, კოლეგებთან, ფართოსაზოგადოებასთან დასხვადასხვა ინტერესებულ პირებთან კომუნიკაციის დამყარება; • შეუძლია კვლევითი საქმიანობისას კომუნიკაციის სწორად წარმართვა, ინტერვიუების დაგეგმვა, მოდერატორობა; • აქვს კითხვის სწორად დასმის დამოსმენის უნარი; • აქვს ინფორმაციის გადმოცემის/პრეზენტაციის უნარი. • აქვს აუდიტორიაზე/მომხმარებელზე ორიენტაციის უნარი; • აქვს მულტიმედია სალქმის დასილრმის ეული შესწავლის უნარი;

	დონეზეკომუნიკაციისათვის დასამეცნიერო კვლევისთვის.
სწავლისუნარი	<ul style="list-style-type: none"> • შეუძლია მიღებული ცოდნა გამოიყენოს, როგორც მყარ საფუძველზე იმთელი სიცოცხლის მანძილზე სწავლისთვის, აკადემიურ სფეროში ახალი ცოდნის დისტრიბუციისთვის, დამატებითი დარგობრივი დამუშავების დისციპლინარული ცოდნის მიღებისა და გაღრმავებისთვის, • შეუძლია არჩევანის გაკეთება მომავალი კვლევის დაგეგმვის, კვლევის პერსპექტივის საჭიროებების კუთხით. • აქვს სხვადასხვა წყაროებთან მუშაობის, ლიტერატურის, დოკუმენტების დამუშავება-შესწავლის უნარი;
ღირებულებები	<p>მედიის და კომუნიკაციის მკვლევარი მოწოდებულია შექმნას საზოგადოებისთვის ღირებული ახალი ცოდნა.</p> <p>კონკურენტულ სამეცნიერო გარემოში, ადგილობრივ და საერთაშორისო სამეცნიერო საზოგადოებასთან, მედიის სტიტუტებთან თანამშრომლობის გზით, ხელი შეუწყოს როგორც მედიის განვითარებას, ასევე დემოკრატიული საზოგადოების წინსვლას.</p> <p>კურსდამთავრებულს გააზრებული ექნება მას კომუნიკაციის დამედიის მკვლევარის როლი დამნიშვნელობა ცოდნაზე და ფუნქციონების საზოგადოების</p>

თ) სწავლის შედეგების მიღწევის მეთოდები: სტუდენტზე და შრომის ბაზარზე ეფექტიანად მუშაობის უნარების განხორციელება მოიცავს სწავლის შედეგების მიღწევის სხვადასხვა მეთოდებს: ბრენდინგს, ლექცია-სემინარებს და სამუშაო გუგუებს, პრაქტიკულ და ვალენტებს, როლურ და სიტუაციურ თამაშებს, შემთხვევების ახალი ხსენებებს, დისკუსიებს, მომზადებული კვლევითი პროექტების პრეზენტაციებს, რომელთაგანაც მთავარი შედეგები აისახება შეფასების სისტემაში.

ინტერაქტიური დამოქნილის სწავლების პროცესის დაგეგმვისთვის და შეფასების სისტემის მეტი გამჭვირვალობისთვის, გამოიყენება თსუ-ს ელექტრონული სწავლების პორტალი (e-learning.tsu.ge).

ი) სტუდენტის ცოდნის შეფასების სისტემა: სტუდენტების შეფასების პროცედურები შესაბამისობაშია საქართველოს კანონმდებლობასთან და უნივერსიტეტის წესდებასთან. სტუდენტი ყოველსაგანში მოწმდება ECTS-ის სისტემით (კრედიტის მინიჭების საფუძველზე), 100-ქულის ფარგლებში. შეფასების მეთოდები თავიდან უნდა იქნას დადგინებული პროგრამაში განსაზღვრული სწავლის შედეგების მიღწევა. შეფასების საგან მოყენებული ამრავალფეროვანი კომპონენტები, მაგ: აქტიურობა, შუალედური შემოწმებები, პრაქტიკული და კვლევითი დავალებები, დასკვნითი გამოცდა, პრეზენტაციები და სხვ. კურსის სპეციფიკიდან გამომდინარე, გამოცდაში გათვალისწინებულია წერილი, კომპონენტი ან წერილი და ზეპირი კომპონენტი. სტუდენტები ფასდებიან მიღებული თეორიული და პრაქტიკული ცოდნის საფუძველზე. შუალედური გამოკითხვების ნაწილი ონ-ლაინ რეჟიმით ხორციელდება (თსუ-ს ელექტრონული სასწავლო პორტალის გამოყენებით). სამაგისტრონაშრომში კრედიტის მინიჭება ხორციელდება ანაშრომისადმი დადგენილი მოთხოვნების და პროცედურების შესრულების შემთხვევაში.

შეფასების სისტემა		
A	91-100	ფრიადი
B	81-90	ძალიან კარგი
C	71-80	კარგი
D	61-70	დამაკმაყოფილებელი
E	51-60	საკმარისი
FX	41-50	ვერჩააზარა, სტუდენტს ეძლევა საბოლოო გამოცდის ერთხელგადაბარების უფლება
F	0-40	ჩაიჭრა, სტუდენტმა კრედიტის მიღებისთვის თავიდან უნდა გაიაროს კურსი

კ) სასწავლო შედეგების მიღწევის მეთოდები: მაგისტრანტების მიერთებით შეფასების კითხვარებით პერიოდული გამოკითხვა,

ელექტრონული პორტალის (e-learning.tsu.ge) გამოყენება ინტერაქციული დამოქნილის წავლების პროცესის დაგეგმვისთვის და შეფასების სისტემის მეტი გამჭვირვალობისთვის.

ლ) პროგრამის ხელმძღვანელი: მარიამ გერსამია, პროფესორი

მ) დასაქმების სფეროები: პროგრამამ მიეხმარება მაგისტრანტებს აკადემიურ და პროფესიულ წინსვლაში, მოამზადებს მათ ყველასახის მედიასაშუალებებში, მასკომუნიკაციის სფეროსა და საინფორმაციო საზოგადოებასთან ურთიერთობის საზოგადოებებში, სარეკლამო ფირმებში, ანალიტიკურ-საკონსულტაციო სააგენტოებსა, მედიის და კომუნიკაციების კვლევით ორგანიზაციებში, სარეკლამო სააგენტოებსა და მედია-მონიტორინგის კომპანიებში პოზიციების დასაკავებლად. ასევე, შეძლებს მიღებული ცოდნის გამოყენებას მომიჯნავე სპეციალობით დასაქმებისთვის.

პროგრამამ მიეხმარება მაგისტრანტებს აკადემიურ და პროფესიულ წინსვლაში. იგი შეძლებს მონაწილეობაში იღოს კვლევების მომზადებაში და ასევე, დამოუკიდებლად წარმოესმედია-კვლევები. მომზადებული იქნება ადგილობრივ და საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენციებში მონაწილეობისთვის.

ნ) დამატებითი ინფორმაცია

1.1. პროგრამის ანალოგი: პროგრამები მსგავსი სახელწოდებით ხორციელდება ამერიკის შეერთებული შტატების და ევროპისათვის იტწამყვან უნივერსიტეტში, მათ შორის ისეთ უნივერსიტეტებში, როგორებიცაა: ჩრდილოეთ-კაროლინას უნივერსიტეტი (აშშ), ინდიანას უნივერსიტეტი (აშშ), ლუიზიანას სთეთ უნივერსიტეტი (აშშ), ლონგ-აილენდის უნივერსიტეტი (აშშ), მაიამის უნივერსიტეტი (ოქსფორდში), ლიდსის უნივერსიტეტი (დიდი ბრიტანეთი), მასაჩუსეტის ტექნოლოგიური უნივერსიტეტი (აშშ), არკანზასის სტეჟ. უნივერსიტეტი (აშშ), ფლორიდას საერთაშორისო უნივერსიტეტი (აშშ), ჯექსონის სთეთ უნივერსიტეტი (აშშ), პენსილვანიის სთეთ უნივერსიტეტი (აშშ), ალაბამას უნივერსიტეტი (აშშ), დენვერის უნივერსიტეტი (აშშ), ფლორიდას უნივერსიტეტი (აშშ), ოკლაჰომას უნივერსიტეტი (აშშ), ტეხასის უნივერსიტეტი (აშშ), ნევადას უნივერსიტეტი (აშშ) და სხვ.

1.2. სტუდენტთა რარაოდენობის მომსახურეობა შეუძლია პროგრამას: 20

1.3. პროგრამის განხორციელებაში ჩართული პედაგოგების რაოდენობა: პროგრამის განხორციელებაში ჩართულია 15 პედაგოგი, აქედან: მიმართულების აკადემიური პერსონალიდან – 4, ფაკულტეტის აკადემიური პერსონალიდან – 5, მოწვეული პედაგოგი – 2, ფონდ "ღიასაზოგადოება-საქართველოს" აკადემიური მხარდაჭერის პროგრამის ფარგლებში მოწვეული ლექტორი – 4.

2. დანართები:

ა) სასწავლო კურსის სილაბუსები

იხილეთ დანართები

ბ) ინფორმაცია პროგრამის განხორციელებისთვის საუცილებელია დამიანური რესურსების შესახებ დანართის (CV) სახით;

იხილეთ დანართები

გ) ინფორმაცია პროგრამის განხორციელებისთვის საუცილებელი მატერიალური რესურსების შესახებ დანართის სახით;

პროგრამის ეფექტურად ფუნქციონირებისთვის მატერიალურ-ტექნიკურ ბაზა დგამოყენებულია თსუ-ს სოციალურ და პოლიტიკურ მეცნიერებათა ფაკულტეტზე არსებული მატერიალური რესურსი. მათ შორის: აუდიტორიები, კომპიუტერები, პროექტორები, ლექტოპები, სამონტაჟო კომპიუტერები, რეკორდერები, ვიდეოკამერები, დიქტოფონები და სხვ., უზრუნველყოფილია ინტერნეტთან წვდომა.

იხილეთ დანართი

დ) პროგრამის დამტკიცებისასლი.

იხილეთ დანართი

პროგრამის სტრუქტურა

სავალდებულო												
		კრედიტების რაოდენობა ECTS	სტუდენტის საკონტაქტო მუშაობის საათები სემესტრში		სტუდენტის დამოუკიდებელი მუშაობის საათების ემესტრში			დასკვნითი გამოცდის ჩაბარება	საგანზე დაშვების წინაპირობა	სწავლების სემესტრი		ლექტორი/ლექტორები
			ლექცია	სამუშაო ჯგუფი/პრაქტიკუმი	ლექცია – პრაქტიკუმებისათვის მომზადება	შუალედური გამოცდის/გამოცდების მომზადება	დასკვნითი გამოცდის მომზადება			შემოდგომა	გაზაფხული	
1	ინტერპერსონალური კომუნიკაციების ფსიქოლოგია (1)	5	15	15	60	12	20	3	წინაპირობის გარეშე	X		ნოდარ ბელქანია
2	მედიის და კომუნიკაციის კვლევის მეთოდები (1)	6	30	15	75	10	18	2	წინაპირობის გარეშე	X		მარიამ გერსამია
3	სტატისტიკა სოციალური მეცნიერებებისთვის (SPSS)-1	5	15	15	79	8	6	2	წინაპირობის გარეშე	X		ვანო კეჭაყმაძე
4	კვლევის დიზაინი	5	15	15	65	10	15	5	მედიის და კომუნიკაციის კვლევის მეთოდები (1)	X		მარიამ გერსამია
5	ადამიანის უფლებები და მედია ანალიზი	5	15	15	52	33	10	2	წინაპირობის გარეშე		X	დალი ოსეფაშვილი დენოლა ჩხარტიშვილი
6	მედია მონიტორინგი და შეფასება	4	15	15	70	10	15	5	წინაპირობის გარეშე		X	მარიამ გერსამია
7	მედიის და კომუნიკაციის კვლევის მეთოდები (2)	5	30	15	50	10	15	5	მედიის და კომუნიკაციის კვლევის მეთოდები (1)		X	მარიამ გერსამია მაია ტორაძე
8	მედიის დემოკრატიზაცია და პოლიტიკა	5	15	15	72	8	13	2	წინაპირობის გარეშე	X		მანანა შამილიშვილი
9	თანამედროვე ქართული მედიის კრიტიკული ანალიზი	5	15	15	83	5	5	2	წინაპირობის გარეშე	X		მარი წერეთელი

10	სამაგისტრო ნაშრომი	30							მედიის და კომუნიკაციის კვლევის მეთოდები (2)		X	
არჩევითი კურსები												
1	მასკომუნიკაციის თეორიები	5	15	15	95	20	20	5	წინაპირობის გარეშე	X		ეკა ბასილაია
2	საზოგადოებრივი აზრის კვლევა	3	15	15	22	8	13	2	წინაპირობის გარეშე	X		მაკა სეხნიაშვილი
3	საზოგადოებასთან ურთიერთობის მენეჯმენტი და კვლევა	5	15	15	65	10	15	5	წინაპირობის გარეშე	X		მარიამ გერსამია
4	სამაუწყებლო პროდუსინგი	4	15	15	50	8	10	2	წინაპირობის გარეშე	X		ნინო მახვილაძე
5	ინფორმაციული საზოგადოების თეორიები	5	15	15	75	8	10	2	წინაპირობის გარეშე	X		ამირან ბერძენიშვილი
6	ინტერპერსონალური კომუნიკაციების ფსიქოლოგია (2)	5	15	15	62	12	18	3	ინტერპერსონალური კომუნიკაციების ფსიქოლოგია (1)		X	ნოდარ ბელქანია
7	ილია ჭავჭავაძის პუბლიცისტიკა და თანამედროვეობა	5	15	15	68	10	10	7	წინაპირობის გარეშე		X	დალი სინჯარაძე
8	ადამიანური რესურსების მართვა მედიაში	4	15	15	54	6	8	2	წინაპირობის გარეშე		X	დავით გოგიჩაიშვილი
9	Web 2.0 ჟურნალისტებისთვის	4	15	30	32	8	13	2	წინაპირობის გარეშე		X	შოთა ბარბაქაძე
10	სტატისტიკა სოციალური მეცნიერებებისთვის SPSS (2)	4	15	15	70	20	20	3	სტატისტიკა სოციალური მეცნიერებებისთვის SPSS (1)		X	ვანო კეჭყაყაძე
11	მედია კრიტიკა	5	15	15	75	10	20	4	წინაპირობის გარეშე		X	მარიამ გერსამია
12	მედია-პროგრამირება (ქართულად ან ინგლისურად)	4	15	15	54	6	8	2	წინაპირობის გარეშე		X	ნინო მახვილაძე რუსუდან ვაშაკიძე

13	დღის წესრიგი მედიაში (ინგლისურად)	3	15	15	45	10	12	3	წინაპირობის გარეშე		X	დონალდ შოუ, მარიამ გერსამია
14	გლობალური კომუნიკაციები (ქართულად ან ინგლისურად)	4	15	15	28	20	20	2	წინაპირობის გარეშე		X	ეკა ბასილაია
15	აპლიკაციების პროგრამული ინტერფეისების (API), ციფრული კონტენტ-ანალიზის და სოციალური მონაცემების გამოყენება მედიის და კომუნიკაციის კვლევებში (ინგლისურად)	4	10	10	57	10	10	3	წინაპირობის გარეშე		X	ქრის ვარგო
16	მედია და სასამართლო: დემოკრატიული და ღია საზოგადოების საფუძვლები (ინგლისურად)	5	15	15	61	10	20	4	წინაპირობის გარეშე		X	პანდელი პანი დავით ქუტიძე
17	მასკომუნიკაციის თეორიები: მედია და საზოგადოება (2) (ქართულად ან ინგლისურად)	5	15	15	72	8	13	2	მასკომუნიკაციის თეორიები	X		ეკა ბასილაია
18	პოსტსაბჭოთა საქართველო და მედია	5	15	15	70	12	9	4	წინაპირობის გარეშე	X		თამარ ბელქანია
19	მედია გარემოს შეფასება და მონიტორინგი	5	15	15	65	10	18	2	წინაპირობის გარეშე	X		მამუკა ანდლულაძე
20	სტაჟირების კრედიტ-კურსი მედია მონიტორინგში	5	15	15	72	10	10	3	მედია მონიტორინგი და შეფასება	X		ხათუნა ბაქრაძე
	თავისუფალი კრედიტი:	5										

	სავალდებულო საგნები	75	16	15	14	30
	არჩევითი საგნები	40 (89-დან)	22	47	20	0
	თავისუფალი კრედიტი (ნებისმიერი შემოთავაზებული საუნივერსიტეტო საგნიდან)	5	-	-	-	-
	სულ	120 (155-დან)	30	30	30	30