1. **საგანმანათლებლო პროგრამის შინაარსი**

ა) სამაგისტრო პროგრამის სახელწოდება: მასობრივი კომუნიკაციის და მედიის კვლევები

(Mass Communication and Media Studies);

ბ) მისანიჭებელი კვალიფიკაცია: მასობრივი კომუნიკაციის და მედიის კვლევების მაგისტრი

(MA in Mass Communications and Media Studies).

გ) პროგრამის მოცულობა კრედიტებით: 120

დ) სწავლების ენა: ქართული

ე) საგანმანათლებლო პროგრამის მიზანი: პროგრამის მიზანია მოამზადოს მედიის და მასკომუნიკაციის მკვლევარი, რომელიც მომავალში, შეძლებს ახალი ცოდნის კონტრიბუციას აკადემიურ სფეროში. სამაგისტრო პროგრამა შესაძლებლობას მისცემს სტუდენტს ინდივიდუალური ინტერესის მიხედვით განივითაროს პროფესიული უნარები. თავის მხრივ, თითოეული მაგისტრანტის წვლილი მნიშვნელოვანი იქნება უნივერსიტეტში მასკომუნიკაციის და მედიის კვლევების რესურსის განვითარებაში.

პროგრამის მიზანია ადგილობრივი და საერთაშორისო მედიის კვლევებისა და ურთიერთშედარების საფუძველზე, დააკვირდეს და შეისწავლოს დემოკრატიზაციის დინამიკა (განსაკუთრებით პოსტ-საბჭოთა პერიოდში) მულტიმედიაში, მედიის როლი საზოგადოების და კულტურის ტრანსფორმაციის საქმეში. პროგრამის მიზანია ისეთი აქტუალური მიმართულებების კვლევა, როგორიცაა: ახალი მედია, სამოქალაქო ჟურნალისტიკა, დემოკრატია და მულტიმედია, პოსტსაბჭოთა საქართველო და საინფორმაციო ომები, მედიის როლი დემოკრატიის მშენებლობის პროცესში და სხვ. ამ მხრივ, სამაგისტრო პროგრამა მიმზიდველი იქნება უცხოური უნივერსიტეტებისთვის და მკვლევრებისთვის. პროგრამა, ასევე, ფოკუსირებულია მედია-ინსტიტუტებისა და მედია-ტექსტის ანალიზსა და კრიტიკაზე.

პროგრამის მოქნილობას განაპირობებს საკვლევი თემატიკის მრავალფეროვნება. მაგისტრი დარგობრივი ჟურნალისტიკის მიმართულებითაც გაიღრმავებს ცოდნას, შეძლებს თავისი კვლევითი პოტენციალის განვითარებას ან/და ამ რესურსის პრაქტიკულად გამოყენებას.

მომავალი მკვლევრები სიღრმისეულად გაიაზრებენ იმ მულტიდისციპლინარულ კონტექსტს, რომელიც მედიის განვითარებას და მედიისგან უკუგებას განაპირობებს. ასევე, სიღრმისეულად გაეცნობიან საზოგადოებასთან ურთიერთობის და კომუნიკაციის სტრატეგიებს, ინტერპერსონალურ კომუნიკაციებს, გაანალიზებენ მედიის სოციალურ და კულტურულ ზემოქმედებას და სხვ.

ეს სამაგისტრო პროგრამა გულისხმობს საკვლევი თემის არა თავიდან სწავლებას, არამედ მის სიღრმისეულ შესწავლას. მესამე სემესტრში, სტუდენტები წარმოადგენენ სამაგისტრო ნაშრომის ნაწილს, კვლევის დიზაინს. დასრულებულ ნაშრომს კი მომდევნო სემესტრის მანძილზე ინტენსიური კვლევის შედეგად დაასრულებენ.

ვ) პროგრამაზე დაშვების წინაპირობა: პროგრამაზე დაიშვებიან აკრედიტებული უმაღლესი სასწავლებლის ბაკალავრის ხარისხის მქონე აბიტურიენტები, რომელთაც მიღებული აქვთ აკადემიური ხარისხი სოციალურ მეცნიერებში. მათ არ მოეთხოვებათ სამუშაო გამოცდილება, მისაღები გამოცდები ჩატარდება მიმღებ კომისიასთან გასაუბრებით. მაგისტრანტობის მსურველებს მოეთხოვებათ უცხო ენის ფლობა (B1 დონეზე).

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 შესაძლებლობების ადექვატურად დემონსტრირებას დამსაქმებლებთან (ყველა სახის მედიასა და საინფორმაციო სამსახურში, პრესასთან და საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახურებში, ანალიტიკურ–საკონსულტაციო სააგენტოებში, მედიის და კომუნიკაციების კვლევით ორგანიზაციებში, სარეკლამო სააგენტოებსა და მედია–მონიტორინგის კომპანიებში). ასევე, შეძლებს მიღებული ცოდნის გამოყენებას მომიჯნავე სპეციალობით დასაქმებისთვის.

პროგრამა მიეხმარება მაგისტრანტებს აკადემიურ და პროფესიულ წინსვლაში. იგი შეძლებს მონაწილეობა მიიღოს კვლევების მომზადებაში და ასევე, დამოუკიდებლად აწარმოოს მედია-კვლევები. მომზადებული იქნება ადგილობრივ და საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენციებში მონაწილეობისთვის.

მაგისტრატურაში მიღებული ცოდნის საფუძველზე კურსდამთავრებული შეძლებს აკადემიური სწავლის გაგრძელებას და კარიერის დაწყებას დოქტურანტურაში.

მაგისტრანტის მიერ მომზადებული სამაგისტრო ნაშრომი წარმოადგენს ერთგვარ პორტფოლიოს, რომელსაც ის მომავალში ასევე წარუდგენს პოტენციურ დამსაქმებელს. მაგისტრანტები იმუშავებენ მედიის ანალიზსა და კრიტიკაზე, მედია–მონიტორინგზე, კვლევებზე დაყრდნობით შეიმუშავებენ რეკომენდაციებს დამსაქმებლებისთვის, რომელიც მათ წარედგინებათ გაცნობის და უკუგების მოლოდინით. სამაგისტრო კვლევები მნიშვნელოვანი კონტრიბუცია იქნება უნივერსიტეტისთვის ამ მიმართულებით კვლევითი და აკადემიური პოტენციალის განვითარებისთვის.

პროგრამა მეტწილად შრომის ბაზარზე, მის მოთხოვნებზე, და ასევე, მის განვითარებაზეა ორიენტირებული (რაც თავისთავად გულისხმობს ბაზრის ზეგავლენას კვლევით პოტენციალზე). პროგრამის სტრუქტურა გამოყენებითი კვლევების წარმოებაზეა ფოკუსირებული. კვლევებს პრაქტიკული ღირებულება ექნება დამსაქმებლისთვის, თუმცა, ეს ბუნებრივია არ გამორიცხავს პროგრამის განვითარებაში ფუნდამენტური კვლევის მნიშვნელობას.

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

მასკომუნიკაციის და მედიის მკვლევრები შრომის ბაზარზეც სულ უფრო მოთხოვნადი ხდება. ამას ადასტურებს სხვადასხვა გრანტები, რომლებიც გაიცემა მედიის–მონიტორინგის და მედიის–კვლევების წარმოების მოთხოვნის მიმართულებით სხვადასხვა ადგილობრივი და საერთაშორისო ორგანიზაციების მხრიდან. კონკურენციის პირობებში, მულტიდისციპლინური კომპეტენციების მქონე კადრის არჩევა დამსაქმებლისთვის დამატებითი მოტივაციაა.

პროგრამის მოლოდინები რეალისტურია. გასულ სასწავლო წელს, მომზადებული სამაგისტრო ნაშრომების ანალიზი გვიჩვენებს, რომ ახალ, მოდიფიცირებულ სამაგისტრო პროგრამაზე არსებობს მზარდი კვლევითი პოტენციალი და ინტერესი მასკომუნიკაციის და მედიის კვლევების მიმართულებით. ასევე, აჩენს გონივრულ მოლოდინს, რომ შეიქმნება ღირებული პროდუქცია, რომელიც სასარგებლო იქნება დარგის განვითარებისთვის.

მაგისტრანტები შეისწავლიან მასკოკომუნიკაციის და მედიის კვლევების განხორციელებას აუხლესი მეთოდებით და მიდგომებით, შეძლებენ მედია-ტექსტის და კვლევების მომზადებისთვის ამოცანების, საკვლევი კითხვების, ჰიპოთეზების სწორად იდენტიფკაციას, კვლევის პერსპექტივის დასახვას, რეკომენდაციების შემუშავებას. ასევე, დადგენილ დედლაინზე მუშაობას, ინდივიდუალური დროის სწორი მართვას და აუდიტორიაზე ორიენტაცია, მოსაზრებების, არგუმენტების

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

მაგისტრი შეითვისებს შემდეგ კომპეტენციებს:

ცოდნა და გაცნობიერება	• სიღრმისეულად იცნობს მულტიმედიის შესაძლებლობებს, მედიის და მასკომუნიკაციის კვლევის მეთოდებს, ჟურნალისტიკის და მასობრივი კომუნიკაციის თეორიულ საფუძვლებს და განვითარების ისტორიას; • სიღრმისეულად იცნობს საზოგადოების სტრუქტურას და მისი ინფორმირებისთვის და ჯანსაღი სოციალური ფუნქციონირებისთვის აუცილებელ მოთხოვნებს და დამოკიდებულებებს. • გაცნობიერებული აქვს მედიის და მედია-მკვლევარის როლი და მნიშვნელობა საზოგადოებაში;
ცოდნის პრაქტიკაში გამოყენების უნარი	• შეუძლია კონკურენტულ გარემოში საკუთარი შესაძლებლობების განვითარება და რეალიზება, მიღებული ცოდნის დ აუნარ-ჩვევების პრაქტიკაში გამოყენება, აკადემიური საქმიანობის დაწყება; • შეუძლია მასკომუნიკაციის და მედია–კვლევის (მათ შორის მედია–მონიტორინგის) დაგეგმვა, განხორციელება და დროის სწორად მართვა; • შეუძლია კვლევის დიზაინის სწორად აგება; თემის აქტუალობის განსაზღვრა და დასაბუთება; კვლევის მეთოდების შერჩევა და გამოყენება და სხვ. • შეუძლია ახალი იდეების, ჰიპოთეზების და თეორიების ჩამოყალიბება და გამოკვლევა; შეუძლია მედიის და მასკომუნიკაციის კვლევების განხორციელება აუხლესი მეთოდებით და მიდგომებით, ამოცანების, საკვლევი კითხვების, ჰიპოთეზების სწორად იდენტიფკაცია, საკვლევი თემის პერსპექტივის დასახვა, ძირითადი მიგნებების იდენტიფიცირება,

	რეკომენდაციების შემუშავება და სხვ. • შეუძლია სამეცნიერო ლიტერატურის დამუშავება; • აქვს აკადემიური წერის უნარი, რომელსაც იყენებს სამეცნიერო მუშაობისას; • შეუძლია დამოუკიდებლად და გუნდურად მუშაობა კვლევის წარმოებისას; • აქვს შედეგზე ორიენტაციის უნარი;
დასკვნის უნარი	• აქვს მასკომუნიკაციის და მედია-კვლევის მომზადებისთვის ამოცანების, პრიორიტეტების, პრობლემის სწორად იდენტიფკაციის, გააზრების, სამართლიანად რეაგირების უნარი; • აქვს არგუმენტირებული მსჯელობის, განმარტების, ანალიზისა და სინთეზისუნარი; • აქვს კრიტიკული აზროვნების უნარი და შეუძლია შეაფასოს მედია-გაშუქების, მედია-ინსტიტუტების ფუნქციონირების სტანდარტები . • შეუძლია დაასაბუთოს კვლევის პრაქტიკული ღირებულება დაინტერესებული მხარეებისთვის;
კომუნიკაციის უნარი	• კვლევითი სამუშაოს წარმართვისას, შეუძლია შესაბამის წყაროებთან, კოლეგებთან, ფართო საზოგადოებასთან და სხვა დაინტერესებულ პირებთან კომუნიკაციის დამყარება; • შეუძლია კვლევითი საქმიანობისას კომუნიკაციის სწორად წარმართვა, ინტერვიუების დაგეგმვა, მოდერატორობა; • აქვს კითხვის სწორად დასმის და მოსმენის უნარი; • აქვს ინფორმაციის გადმოცემის/პრეზენტაციის უნარი. • აქვს აუდიტორიაზე/მომხმარებელზე ორიენტაციის უნარი; • აქვს მულტიმედიის აღქმის და სიღრმისეული შესწავლის უნარი; • შეუძლია საინფორმაციო ტექნოლოგიების გამოყენება პროფესიულ

	დონეზე კომუნიკაციისათვის და სამეცნიერო კვლევისთვის.
სწავლის უნარი	• შეუძლია მიღებული ცოდნა გამოიყენოს, როგორც მყარი საფუძველი მთელი სიცოცხლის მანძილზე სწავლისთვის, აკადემიურ სფეროში ახალი ცოდნის დისტრიბუციისთვის, დამატებითი დარგობრივი და მულტიდისციპლინარული ცოდნის მიღებისა და გაღრმავებისთვის, • შეუძლია არჩევანის გაკეთება მომავალი კვლევის დაგეგმვის, კვლევის პერსპექტივის საჭიროებების კუთხით. • აქვს სხვადასხვა წყაროებთან მუშაობის, ლიტერატურის, დოკუმენტების დამუშავება-შესწავლის უნარი;
ღირებულებები	მედიის და კომუნიკაციის მკვლევარი მოწოდებულია შექმნას საზოგადოებისთვის ღირებული ახალი ცოდნა. კონკურენტულ სამეცნიერო გარემოში, ადგილობრივ და საერთაშორისო სამეცნიერო საზოგადოებასთან, მედია ინსტიტუტებთან თანამშრომლობის გზით, ხელი შეუწყოს როგორც მედიის განვითარებას, ასევე დემოკრატიული საზოგადოების წინსვლას. კურსდამთავრებულს გააზრებული ექნება მასკომუნიკაციის და მედიის მკვლევარის როლი და მნიშვნელობა ცოდნაზე დაფუძნებული საზოგადოების მშენებლობაში.

თ) სწავლის შედეგების მიღწევის მეთოდები: სტუდენტზე და შრომის ბაზარზე ორიენტირებული სწავლების განხორციელება მოიცავს სწავლის შედეგების მიღწევის სხვადასხვა მეთოდებს: ბრეინსტორმინგებს, ლექცია-სემინარებს და სამუშაო ჯგუფებს, პრაქტიკულ დავალებებს, როლურ და სიტუაციურ თამაშებს, შემთხვევების ახალიზს, დისკუსიებს, მომზადებული კვლევითი პროექტების პრეზენტაციებს, რომელთა გაზომვადი შედეგები აისახება შეფასების სისტემაში. ინტერაქტიური და მოქნილი 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 ყოველ საგანში მოწმდება ECTS–ის სისტემით (კრედიტის მინიჭების საფუძველზე), 100-ქულის ფარგლებში. შეფასების მეთოდებით ადექვატურად მოწმდება პროგრამაში განსაზღვრული სწავლის შედეგების მიღწევა. შეფასებისას გამოყენებულია მრავალფეროვანი კომპონენტები, მაგ: აქტიურობა, შუალედური შემოწმებება, პრაქტიკული და კვლევითი დავალებები, დასკვნითი გამოცდა, პრეზენტაციები და სხვ. კურსის სპეციფიკიდან გამომდინარე, გამოცდაში გათვალისწინებულია წერითი კომპონენტი ან წერითი და ზეპირი კომპონენტი. სტუდენტები ფასდებიან მიღებული თეორიული და პრაქტიკული ცოდნის საფუძველზე. შუალედური გამოკითხვების ნაწილი ონ–ლაინ რეჟიმით ხორციელდება (თსუ–ს ელექტრონული სასწავლო პორტალის გამოყენებით). სამაგისტრო ნაშრომში კრედიტის მინიჭება ხორციელდება ნაშრომისადმი 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	ვერ ჩააბარა, სტუდენტს ეძლევა საბოლოო გამოცდის ერთხელ გადაბარების უფლება
F	0 – 40	ჩაიჭრა, სტუდენტმა კრედიტის მიღებისთვის თავიდან უნდა გაიაროს კურსი

კ) სასწავლო შედეგების მიღწევის მეთოდები: მაგისტრანტების მიერ თვითშეფასების კითხვარებით პერიოდული გამოკითხვა, ელექტრონული პორტალის (e-learning.tsu.ge) გამოყენება ინტერაქციული და მოქნილი სწავლების პროცესის დაგეგმვისთვის და შეფასების სისტემის მეტი გამჭვირვალეობისთვის.

ლ) პროგრამის ხელმძღვანელი: მარიამ გერსამია, პროფესორი

მ) დასაქმების სფეროები: პროგრამა მიეხმარება მაგისტრანტებს აკადემიურ და პროფესიულ წინსვლაში, მოამზადებს მათ ყველა სახის მედია საშუალებებში, მასკომუნიკაციის სფეროსა და საინფორმაციო სამსახურში, პრესასთან და საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახურებში, 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.

პროგრამა მიეხმარება მაგისტრანტებს აკადემიურ და პროფესიულ წინსვლაში. იგი შეძლებს მონაწილეობა მიიღოს კვლევების მომზადებაში და ასევე, დამოუკიდებლად აწარმოოს მედია-კვლევები. მომზადებული იქნება ადგილობრივ და საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენციებში მონაწილეობისთვის.

ნ) დამატებითი ინფორმაცია

1.1. **პროგრამის ანალოგი:**პროგრამები მსგავსისახელწოდებით ხორციელდება ამერიკის შეერთებული შტატების და ევროპის ათეულობით წამყვან უნივერსიტეტში, მათ შორის ისეთ უნივერსიტეტებში, როგორებიცაა: ჩრდილოეთ-კაროლინას უნივერსიტეტი (აშშ), ინდიანას უნივერსიტეტი(აშშ), ლუიზიანას სთეით უნივერსიტეტი(აშშ), ლონგ-აილენდის უნივერსიტეტი(აშშ), მაიამის უნივერსიტეტი (ოქსფორდში), ლიდსის უნივერსიტეტი (დიდი ბრიტანეთი), მასაჩუსეტის ტექნოლოგიური უნივერსიტეტი(აშშ), არკანზასის ტექ. უნივერსიტეტი(აშშ), ფლორიდას საერთაშორისო უნივერსიტეტი(აშშ), ჯექსონ სთეით უნივერსიტეტი(აშშ), პენსილვანიის სთეით 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 რა რაოდენობის მომსახურეობა შეუძლია პროგრამას: 20

1.3. **პროგრამის განხორციელებაში ჩართული პედაგოგების რაოდენობა:**პროგრამის განხორციელებაში ჩართულია 23 პედაგოგი, აქედან: მიმართულების აკადემიური პერსონალიდან – 5, ფაკულტეტის აკადემიური პერსონალიდან – 3, მოწვეული პედაგოგი – 12, ფონდ "ღია საზოგადოება - საქართველოს" აკადემიური მხარდაჭერის პროგრამის ფარგლებში მოწვეული ლექტორი – 3

2. **დანართები:**

ა) სასწავლო კურსის სილაბუსები

იხილეთ დანართები

ბ)ინფორმაცია პროგრამის განხორციელებისთვის აუცილებელი ადამიანური რესურსების შესახებ დანართის (CV) სახით;

იხილეთ დანართები

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

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

იხილეთ დანართი

დ) პროგრამის დამტკიცების ასლი.

იხილეთ დანართი

სამაგისტრო პროგრამა „მასობრივი კომუნიკაციის და მედიის კვლევები“

№	სასწავლო კურსის (მოდულის) სახელწოდება	სასწავლო კურსის (მოდულის) სტატუსი: სავალდებულო, არჩევითი, თავისუფალი კრედიტი	ECTS	კრედიტების განაწილება			
				სემესტრები			
				I	II	III	IV
1	მასკომუნიკაციის თეორიები	არჩევითი	5				
2	ინტერპერსონალური კომუნიკაციების ფსიქოლოგია (1)	სავალდებულო	5				
3	ინფორმაციული საზოგადოების თეორიები	არჩევითი	5				
4	საზოგადოებრივი აზრის კვლევა	სავალდებულო	3				
5	მედია-მონიტორინგი და PR	სავალდებულო	4				
6	სტატისტიკა სოციალური მეცნიერებებისთვის (SPSS)	სავალდებულო	5				
7	სამაუწყებლო პროდუსირება	არჩევითი	4				
8	მედიის და კომუნიკაციის კვლევის მეთოდები (1)	სავალდებულო	5				
9	ადამიანის უფლებები და მედია	სავალდებულო	4				
10	გლობალური კომუნიკაციები (ქართულად ან ინგლისურად)	არჩევითი	4				
11	ინტერპერსონალური კომუნიკაციების ფსიქოლოგია (2)	არჩევითი	5				
12	მედია-პროგრამირება (ქართულად ან ინგლისურად)	არჩევითი	4				
13	ილია ჭავჭავაძის პუბლიცისტიკა	არჩევითი	5				

14	ადამიანური რესურსების მართვა მედიაში	არჩევითი	4				
15	დღის წესრიგი მედიაში (ინგლისურად)	არჩევითი	3				
16	საზოგადოებასთან ურთიერთობის მენეჯმენტი	არჩევითი	4				
17	Web 2.0 ჟურნალისტებისთვის	არჩევითი	4				
18	სტატისტიკა სოციალური მეცნიერებებისთვის SPSS (2)	არჩევითი	4				
19	ელექტრონული PR	არჩევითი	4				
20	ბიზნეს-კომუნიკაციები	არჩევითი	4				
21	სტაჟირების კრედიტ-კურსი მედია მონიტორინგში	არჩევითი	5				
22	პროგრამული აპლიკაციები (API), მედიის და მასკომუნიკაციის კვლევებში (ინგლისურად)	არჩევითი	4				
	თავისუფალი კრედიტი	თავისუფალი კრედიტი	5				
23	მედიის და კომუნიკაციის კვლევის მეთოდები (2)	სავალდებულო	5				
24	მასკომუნიკაციის თეორიები: მედია და საზოგადოება (2) (ქართულად ან ინგლისურად)	არჩევითი	5				
26	პოსტსაბჭოთა საქართველო და მედია	სავალდებულო	5				
27	მედიის დემოკრატიზაცია და პოლიტიკა	სავალდებულო	5				
28	საჯარო პოლიტიკის ანალიზი	არჩევითი	5				
29	თანამედროვე ქართული მედიის კრიტიკული ანალიზი	სავალდებულო	5				
30	კრიზისული სიტუაციების გაშუქება და	არჩევითი	5				

	მედია-მონიტორინგი						
31	სამაგისტრო ნაშრომი	სავალდებულო	30				
	სავალდებულო საგნები		*81*	*22*	*9*	*20*	*30*
	არჩევითი საგნები		*29 (78-დან)*	*9*	*59*	*20*	*0*
	თავისუფალი კრედიტი (ნებისმიერი შემოთავაზებული საუნივერსიტეტო საგნიდან)		*5*		*5*		
	სულ		*120* *(164-დან)*	*30*	*30*	*30*	*30*