



UniLab - ციფრული კომუნიკაცია

სასწავლო კურსის სტატუსი	სასერტიფიკატო კურსი (საბაზისო)
კრედიტების და საათების რაოდენობა	<p>საკონტაქტო საათები:</p> <ul style="list-style-type: none">• ლექცია - 16 (2 სთ)• სამუშაო შეხვედრა - 3 (2სთ)• პრეზენტაცია, ფინალური პროექტების წარდგენა (2 საათი)• სულ საკონტაქტო საათი: 32 <p>სულ დამოუკიდებელი სამუშაო პერიოდი - 2 თვე: საკონსულტაციო შეხვედრა: 3 (2 საათი, სულ 6 საათი)</p>
ლექტორი	<p>ლიკა მოშიაშვილი საკონტაქტო ინფორმაცია: t: + 995 577520952 e-mail: Lia.moshiashvili@iliauniu.edu.ge linkedIn: https://www.linkedin.com/in/lia-moshiashvili-9259a253/</p> <p>ქეთო ახვლედიანი ketevan.akhvlediani.2@iliauni.edu.ge</p> <p>დათო ხითარიშვილი dato.khitarishvili@geolab.edu.ge</p>
სასწავლო კურსის ფორმატი	<p>ინტერაქტიული ლექცია, ინდივიდუალური და ჯგუფური მუშაობა, დისკუსია, პრაქტიკული სამუშაო.</p> <ul style="list-style-type: none">• ლექციები იქნება პრაქტიკული ხასიათის• გაკეთდება ყველა ლექციის ვიდეო ჩანაწერი• კურსი დაყოფილია 4 ბლოკად. თითოეული ბლოკი შედგება 3 ლექციისა და ერთი შუალედური პროექტისგან• კურსის ბოლოს იქნება დამოუკიდებელი სამუშაო პერიოდი ფინალური პროექტისთვის მოსამზადებლად



სასწავლო კურსის მიზანი	კურსის მიზანია სტუდენტებს განუვითაროს ონლაინ კომუნიკაციის უნარები. დაეხმაროს მათ საკუთარი პროექტებისა, თუ ინიციატივების ინტერნეტის დახმარებით ეფექტიან გავრცელებაში. სასწავლო კურსის ფარგლებში სტუდენტები გაეცნობიან ონლაინ კომუნიკაციის, ციფრული მედიისა და ინტერნეტის კულტურის დამახასიათებელ სხვადასხვა ასპექტს.
-------------------------------	--

სწავლის შედეგი	კურსის გავლის შედეგად სტუდენტებს ეცოდინებათ: <ul style="list-style-type: none">● ციფრული ტექნოლოგიების განვითარების ეტაპები● პოპულარული ციფრული მედია არხების შექმნა და მართვა● ციფრული მედიისთვის და მის მომხმარებელზე მორგებული მასალის შექმნა● ქოფირაითინგის ფორმულები და წერის ტექნიკები● ვიზუალური კომუნიკაციის ეფექტიანობა● ეფექტიანი რეკლამის დაგეგმვა, შექმნა და გაშვება სოციალურ ქსელებში● გუგლის სერვისებთან მუშაობა● Google Adwords, Google Analytics● ვებ გვერდებისა და სხვა ვებრესურსების ოპტიმიზირება საძიებო სისტემებისათვის● ბრიფის და რეპორტის მომზადება● კამპანიების დაგეგმვა და განხორციელება
-----------------------	---

სამიზნე აუდიტორია:	მათთვის, ვისაც სურს ციფრული სამყაროს შესაძლებლობები შეიცნოს
---------------------------	---

#	სასწავლო კურსის შინაარსი	ძირითადი მიგნებები
ბლოკი 1	ციფრული ტექნოლოგიები ციფრული არხების შექმნა და მართვა	
ლექცია 1	შესავალი	<ul style="list-style-type: none">● ინფორმაცია● ინტერნეტი● საკომუნიკაციო ქსელი



	<p>ინტერნეტის შექმნიდან ციფრულ კომუნიკაციამდე</p> <ul style="list-style-type: none">• როგორ შეიქმნა ინტერნეტი• პირველი ვებგვერდი და ვების განვითარება• როგორ მუშაობს დეცენტრალიზებული სისტემები• ქსელური სისტემების ფუნქციონირების პრინციპები <p>დისკუსია - ციფრული მედიის უპირატესობები და შესაძლებლობები</p>	<ul style="list-style-type: none">• ვებგვერდი• კომუნიკაცია• მედია• ციფრული მედია• სოციალური მედია• ინფლუენსერები• კრიპტოვალუტა• ბლოკჩეინი• ახალი ტექნოლოგიები
<p>ლექცია 2</p>	<p>ციფრული არხები</p> <ul style="list-style-type: none">• ციფრული მედია არხების განხილვა• უპირატესობები და გამოყენების გზები• როგორ შევქმნათ Facebook და Instagram ბიზნეს გვერდი• კონტენტის ტიპები ინსტაგრამისა და ფეისბუქისთვის• ფორმატის ტიპები, ზომები• ინფლუენსერ მარკეტინგი• ჯგუფები <p>დავალეზა: საკუთარი იდეის მოფიქრება და წარდგენა</p>	<ul style="list-style-type: none">• ინტერფეისი• ალგორითმი• მონაცემები• საკომუნიკაციო არხი
<p>ლექცია 3</p>	<p>Facebook</p> <ul style="list-style-type: none">• Facebook-ის ინტერფეისი• Facebook Business suite - ხელსაწყოები პლათფორმის მართვისთვის• Facebook-ის შესაძლებლობები, რომლებიც კომპანიის ბრენდინგსა და მარკეტინგში გვეხმარებიან;	<ul style="list-style-type: none">• ინტერფეისი



	დავალება: საკუთარი იდეებისთვის სოც ქსელების რეგისტრაცია	
ლექცია 4	შუალედური პროექტი 1 შერჩევის მე-2 ეტაპი (ტექნიკური დავალებების შესრულება ფაზა და ინსტაზე)	
ბლოკი 2	ქონტენტ მარკეტინგი	
ლექცია 5	კომუნიკაცია ციფრულ სივრცეში <ul style="list-style-type: none">• ბრენდინგი - მისია, ხედვა, ღირებულებები, მიზნები, პოზიციონირება, დაპირება• მომხმარებელი• ბრენდისთვის საჭირო ატრიბუტები და საკომუნიკაციო ელემენტები• ციფრული მედიის ტიპები - PESO მოდელი დავალება: საკუთარი იდეისთვის ბრენდინგის მონახაზის შექმნა	<ul style="list-style-type: none">• ბრენდის ხედვა• ბრენდის მისია• ბრენდის მიზანი• ბრენდის ღირებულებები• ბრენდის პოზიციონირება• ბრენდის არქეტიპი• ქონტენტ მარკეტინგი• ბრენდის პერსონიფიკაცია• ბრენდის ინსაითი• ბრენდის დაპირება
ლექცია 6	Copywriting <ul style="list-style-type: none">• ვინ არის ქოფირაითერი• ინსაითების გამოყენება კომუნიკაციაში• storytelling• როგორ ვწეროთ ციფრულ სივრცეში• ვიზუალური კომუნიკაცია	<ul style="list-style-type: none">• ქოფირაითინგი• ვიზუალიზაცია• საკომუნიკაციო მესიჯი• საკომუნიკაციო ტონი



	<ul style="list-style-type: none">• ონლაინ პლათფორმები მარტივი დიზაინების შესაქმნელად <p>დავალება: სოციალურ არხებზე 2-2 პოსტის შექმნა, საკუთარი იდეის ირგვლივ</p>	
ლექცია 7	<p>კომუნიკაციის დაგეგმვა</p> <ul style="list-style-type: none">• როგორი უნდა იყოს ბრენდის კომუნიკაცია ციფრულ სივრცეში• ნარმატივული და ნარუმეტივული ციფრული კამპანიების ქეისების განხილვა• ბრიფი, მისი აუცილებლობა და შემადგენელი ნაწილები <p>დავალება: ნარმატივული ციფრული კამპანიის განხილვა</p>	<ul style="list-style-type: none">• ბრიფი• ქონტენტ კალენდარი• KPI• საკომუნიკაციო კამპანია
ლექცია 8	<p>შუალედური დავალება #2 - საკუთარი კამპანიისთვის ბრიფის შედგენა</p>	
ბლოკი 3	<p>Facebook და Instagram რეკლამა</p>	
ლექცია 9	<p>შესავალი რეკლამაში</p> <ul style="list-style-type: none">• Ads Manager და Boost• Facebook Business Suite - რეკლამის ნაწილის მიმოხილვა• Facebook-ის ალგორითმი• როგორ ავანსოთ სარეკლამო კამპანია სწორად - სარეკლამო მიზნებით მიმოხილვა;	<ul style="list-style-type: none">• რეკლამა• ციფრული რეკლამა• რეკლამის მენეჯერი• სამიზნე აუდიტორია



	დავალეზა: მათი იდეისტვის მომხმარებლის ავატარის შექმნა	
ლექცია 10	Facebook Advertising and Ecommerce <ul style="list-style-type: none">• რეკლამის ანყოზა და განხილვა ერთ-ერთი მიზნის მიხედვით• Instagram / Facebook - მალაზიის შექმნა დავალეზა: სარეკლამო კამპანიის ანყოზა	<ul style="list-style-type: none">• ციფრული რეკლამა
ლექცია 11	რეკლამა სხვა სოციალურ არხებში <ul style="list-style-type: none">• ანალიტიკური პროგრამები - მიღებული შედეგების ანალიზი და რეპორტიინგი• Deep dive into facebook audiences - აუდიტორიის რისერჩი, აუდიტორიის ტიპები მათ შორის არსებული განსხვავებების განხილვა.• Facebook pixel - პიქსელის ჩასმა ვებსაიტზე, რემაკეტიინგის აუდიტორიის შექმნა.	<ul style="list-style-type: none">• რემაკეტიინგი
ლექცია 12	შუალედური დავალეზა #3 (აქ რამდენიმე ვარიანტია, 1.ავანყოზინოთ რეკლამა 2.შევაქმნევიინოთ ქასთუმ აუდიტორია 3. ქეისების სახით მოვუყვანო სხვადასხვა შემთხვევა და გამოვიკითხოთ რომელ ობჟექტივზე გაუშვებდნენ რეკლამას, რა აუდიტორიით, რომელი ასაკით და რა ფლეისმენტზე)	



ბლოკი 4	Google რეკლამა, Seo და სტატისტიკის ანალიზი	
ლექცია 13	Google და მისი სერვისები <ul style="list-style-type: none">• ვირტუალური ოფისი Google-ის სერვისების გამოყენებით;• როგორ მუშაობს საძიებო სისტემები;• გუგლის სერვისები• რეკლამა გუგლში• Search Display• Youtube networks განხილვა და შედარება.• Keyword ების მოიძიება და რეკლამის შექმნა დავალეზა: გუგლის ფორმით მოკვლევის ჩატარება	<ul style="list-style-type: none">• საძიებო სისტემა• ღრუბლოვანი სერვისები
ლექცია 14	SEO <ul style="list-style-type: none">• საძიებო სისტემისთვის ვებსაიტის ოპტიმიზაცია.• Onsite - მეტა ტეგები, კივორდების მოიძიება, ვებსაიტის აუდიტი.• Offsite - ლინკ ბილდინგი, ლინკების სახეები, ვებსაიტის ავტორიტეტის შემონეზება, მისი ზრდის სხვადასხვა ხერხების გაცნობა დავალეზა: კონკრეტული საიტის სეოს შემონეზება	<ul style="list-style-type: none">• ოპტიმიზაცია
ლექცია 15	ანალიტიკა და რეპორტირეგი <ul style="list-style-type: none">• Google Analytics	<ul style="list-style-type: none">• მონაცემთა დამუშავება• ანგარიში



	<ul style="list-style-type: none">რეკლამის სტატისტიკური ანალიზი, ძირითადი სტატისტიკური მეტრიკების გამოკვეთა, რეპორტიინგი და ანალიზი.	
ლექცია 16	ფინალური პროექტი - სტუდენტის იდეისთვის კამპანიის და სტრატეგიის მომზადება	