

ՀՀ ԿՐԹՈՒԹՅԱՆ, ԳԻՏՈՒԹՅԱՆ, ՄՇԱԿՈՒՅԹԻ ԵՎ ՍՊՈՐՏԻ ՆԱԽԱՐԱՐՈՒԹՅՈՒՆ
«ՎԱՆԱԶՈՐԻ Հ. ԹՈՒՄԱՆՅԱՆԻ ԱՆՎԱՆ ՊԵՏԱԿԱՆ ՀԱՄԱԼՍԱՐԱՆ» ՀԻՄՆԱԴՐԱՄ

Հաստատված է ամբիոնի նիստում

Էկոնոմիկայի, իրավունքի և կառավարման
ամբիոնի անվանումը

Ամբիոնի վարիչ Վ.Վ.Հարությունյան /Ա.Ա.Հ./

Արձանագրություն № 6

«06» դեկտեմբերի 2023 թ.

ԷԻԿ/բ-196, PR-ը և գովազդ սերվիսում **ԴԱՍԸՆԹԱՑԻ**

Դասիչ, դասընթացի անվանում

ՈՒՍՈՒՄՆԱՄԵԹՈՂԱԿԱՆ ՓԱԹԵԹ

Մասնագիտություն`	101801.00.6, սերվիս <i>/դասիչ, մասնագիտության լրիվ անվանումը/</i>
Կրթական ծրագիր`	101801.01.6, սերվիս <i>/դասիչ, կրթական ծրագրի լրիվ անվանումը/</i>
Որակավորման աստիճան`	սերվիսի բակալավր <i>/բակալավր, մագիստրատուրա/</i>
Ամբիոն`	Էկոնոմիկայի, իրավունքի և կառավարման <i>/ամբիոնի լրիվ անվանումը/</i>
Ուսուցման ձևը`	առկա <i>/առկա, հեռակա/</i>
Կուրս/կիսամյակ	4-րդ / 8-րդ
Դասախոս`	<u>Արմինե Գևորգյան,</u> <i>/անուն, ազգանուն/</i> Էլ. հասցե` aming872003@yahoo.com

Վանաձոր- 2024թ.

ԲՈՎԱՆԴԱԿՈՒԹՅՈՒՆ

1.	Դասընթացի դերը և տեղը կրթական ծրագրում	3
2.	Դասընթացի նպատակը և խնդիրները	3
3.	Դասընթացին մասնակցելու նախնական մուտքային գիտելիքները, կարողությունները և հմտությունները	4
4.	Դասընթացի կրթական վերջնարդյունքները
5.	Դասընթացի դերը կրթական ծրագրի շրջանավարտների գիտելիքների, կարողությունների և հմտությունների ձևավորման հարցում ըստ աշխատաշուկայի պահանջների
6.	Դասընթացի ծավալը, ուսումնական աշխատանքի տեսակները, արդյունքների ամփոփման ձևերը
7.	Ուսումնական աշխատանքները տեսակները
8.	Դասավանդման մեթոդներ
9.	Ուսումնառության մեթոդները
10.	Դասընթացի համառոտ բովանդակությունը, ուսումնական աշխատանքի ծավալը
11.	Ուսումնամեթոդական գրականության ապահովման քարտ
12.	Դասընթացի ուսումնամեթոդական քարտ
12.1.	Դասախոսությունների ուսումնամեթոդական քարտ
12.2.	Գործնական աշխատանքների /սեմինար պարապմունքների ուսումնամեթոդական քարտ
12.3.	Լաբորատոր աշխատանքների ուսումնամեթոդական քարտ
12.4.	Ինքնուրույն աշխատանքների ուսումնամեթոդական քարտ
13.	Դասընթացի նյութատեխնիկական միջոցների ապահովում
14.	Գնահատում
14.1.	Ուսանողների գիտելիքների ստուգում
14.2.	Հարցաշար
14.3.	Գնահատման չափանիշներ
15.	Դասընթացի համառոտ նկարագրիչ

ԲԱՑԱՏՐԱԳԻՐ

1. Դասընթացի դերը և տեղը կրթական ծրագրում¹.

PR-ը և գովազդը սերվիսում դասընթացը կարևորվում է սերվիսի բնագավառում մասնագետների պատրաստման գործընթացում, ներառված է 101801.01.6 կրթական ծրագրի ուսումնական պլանի «Հատուկ մասնագիտական» կրթամասում:

2. Դասընթացի նպատակը և խնդիրները.

2.1. Դասընթացի նպատակն է.

- PR-ի և գովազդի օրինաչափությունների վերաբերյալ գիտելիքների փոխանցում ուսանողներին:
- Ժամանակակից տուրիստական կազմակերպությունների օրինակներով PR-ի և գովազդի վերլուծության հմտությունների և կարողությունների ձևավորում ուսանողների մոտ:
- Տուրիստական կազմակերպության PR-ի և գովազդի ղեկավարման կառավարման ժամանանակից մեթոդները վերլուծելու ունակությունների ձեռքբերում ուսանողների կողմից:
- Տուրիստական կազմակերպության PR-ի և գովազդի վերլուծական կարողությունների ձևավորում տարբեր իրավիճակներում:

2.2. Դասընթացի խնդիրներն են.

- Սովորեցնել PR-ի և գովազդի տեսական հիմքերը:
- Բացատրել PR-ի և գովազդի գործունեության օրինաչափությունները:
- Ամրապնդել ուսանողների կողմից ձեռքբերված տեսական գիտելիքները գործնական իրավիճակային խնդիրներով:
- Սովորեցնել ուսանողներին կատարել PR-ի և գովազդի կառավարման բնագավառում հետազոտություններ, ուսումնասիրություններ և կատարել եզրահանգումներ ըստ արդյունքների:
- Սովորեցնել ուսանողներին վերլուծել PR-ի և գովազդի կառավարման առանձնահատկությունները արդի փոփոխությունների համատեքստում:

3. Դասընթացին մասնակցելու նախնական մուտքային գիտելիքները, կարողությունները և հմտությունները

«PR-ը և գովազդը սերվիսում» դասընթացին մասնակցելու համար անհրաժեշտ են գիտելիքներ է և հմտություններ 101801.00.6, սերվիս մասնագիտության բակալավրի կրթական ծրագրում ուսուցանվող տնտեսագիտության տեսություն, կառավարում առարկաներից դասընթացներից:

4. Դասընթացը ձևավորում է հետևյալ կրթական վերջնարդյունք(ներ)ը² և /կամ

¹ Ներկայացվում է դասընթացի կարևորությունը տվյալ կրթական ծրագրի խնդիրների լուծման հարցում և տեղը ուսումնական պլանում ըստ կրթաբլոկների

² <http://www.vsu.am/karg/ararkayakan-nkaragir-17.pdf>

կոմպետենցիաները .

4.1. Գիտելիք

Գիտելիք

Ուսանողը ձեռք է բերում գիտելիքներ հասարակայնության հետ կապերի էությունից, PR-ի կարևորության, նպատակների և PR-գործունեության գնահատման մեթոդներից, PR-ի ոլորտում մասնագիտական վարքագծի էվրոպական կոդեքսից (Լիսաբոնյան կոդեքս), PR-ից զբոսաշրջության մեջ և ռեստորանային բիզնեսում, PR գործունեության հիմնական ուղղություններից:

Հմտություն

- *Ուսանողը ձեռք է բերում* PR գործունեության SWOT վերլուծություն կատարելու հմտություններ, արդյունավետ PR արշավ նախագծելու և իրագործելու հմտություններ:

Կարողունակություն

- *Ուսանողը կարողանում է ներկայացնել* PR գործունեության տարբերությունները և նմանատիպությունները ռեստորանային և հյուրանոցային բիզնեսում, ինքնուրույն եզրահանգումներ կատարել PR արշավի արդյունավետ կամ անարդյունավետ լինելու մասին , մշակել PR արշավի ուղղություններ և մեթոդներ:

4.2.2. Հաղորդակցման, S2S և տվյալների հետ աշխատելու կարողություններ

- Կարող է կատարել տեղեկատվության հավաքման, պահպանման և մշակման աշխատանքներ, ինչպես նաև մասնագիտական խնդիրների լուծման նպատակով օգտվել ժամանակակից տեղեկատվական տեխնոլոգիաներից:
- Կարող է իրականացնել հետազոտություններ կառավարչական զանազան խնդիրներ լուծելու նպատակով, ինչպես նաև վերլուծել դրանց արդյունքները:
- Կարող է պատրաստել զեկուցումներ և ներկայացնել հետազոտությունների արդյունքներ:

4.2.3. Ընդհանրական, իմացական կարողություններ, (ներառյալ դատողություններ անելը)

- Ունակ է լուծելու մասնագիտական խնդիրները վերլուծության և համադրության հիման վրա:
- Տիրապետում է մաթեմատիկական և վիճակագրության մեթոդներին, ինչպես նաև մաթեմատիկական մոդելավորման եղանակներին:
- Ունակ է մասնագիտական վերլուծություններ իրականացնելիս կիրառել որակական և քանակական մեթոդներ:
- Ունակ է թիմում աշխատելու և թիմի անդամների հետ արդյունավետ համագործակցելու:
- Ունակ է օգտվելու նորմատիվ իրավական փաստաթղթերից:

4.3. Կարողություններ

4.3.1. Ինքնուրույնություն և պատասխանատվություն (ներառյալ սովորելու կարողությունները)

- Կարող է բացահայտել, հաղթահարել և լուծումներ տալ անձանոթ պայմաններում առաջացած խնդիրներին:

- Ունակ է ինքնուրույն որոշումներ ընդունելու:
- Ունակ է հաշվի առնելու կառավարչական որոշումների հետևանքները սոցիալական պատասխանատվության տեսանկյունից:
- Ունակ է տարաբնույթ և տարասեռ մշակութային միջավայրերում աշխատելու, տարբեր զարգացման և մտավոր մակարդակի տեր մարդկանց հետ համագործակցելու:

5. Դասընթացի դերը կրթական ծրագրի շրջանավարտների գիտելիքների, կարողությունների և հմտությունների ձևավորման հարցում ըստ աշխատաշուկայի պահանջների³.

«PR-ը և գովազդը սերվիսում» դասընթացից ձեռք բերված գիտելիքներն և հմտությունները շրջանավարտը կարող է կիրառել սերվիսի բնագավառում մասնագիտական գործունեության ընթացքում, մասնագիտական հետազոտության լաբորատորիաներում աշխատելու, նաև ասպիրանտուրայում կրթությունը շարունակելու և կառավարման բնագավառում գիտական հետազոտություններ կատարելու նպատակով:

6. Դասընթացի ծավալը, ուսումնական աշխատանքի տեսակները, արդյունքների ամփոփման ձևերը

Չափանիշ	Առկա ուսուցման համակարգ	Հեռակա ուսուցման համակարգ
Դասընթացի ընդհանուր աշխատատարությունը (կրեդիտ /ընդհանուր ժամաքանակ)	4 կրեդիտ/120ժամ	

Աշխատանքի տեսակը	Ժամաքանակ	Ժամաքանակ
Դասախոսություն	18	
Գործնական աշխատանք	24	
Մեմինար պարապմունք		
Լաբորատոր աշխատանք		
Ինքնուրույն աշխատանք	78	
Ընդամենը	120	
Ստուգման ձևը (ստուգարք/ ընթացիկ քննություն/ հանրագումարային քննություն)	Ստուգարք	

7. Ուսումնական աշխատանքների տեսակները⁴ .

- Դասախոսությունը դասախոսի կողմից դասընթացի ծրագրի շրջանակներում գիտական-տեղեկատվական թեմայի վերաբերյալ տրամաբանորեն կառուցված,

³ Նշվում է, թե տվյալ դասընթացի յուրացման, ամփոփման արդյունքում ձեռքբերված գիտելիքները, հմտությունները և կարողությունները աշխատաշուկայի որ բնագավառներում և ոլորտներում կարող է շրջանավարտը կիրառել

⁴ Թողել այն տեսակը, որը տվյալ դասընթացի դասավանդման համար նախատեսված է: Դասավանդողը կարող է նկարագրությունը փոխել կամ լրացումներ կատարել:

հետևողական ու պարզ խոսքի շարադրանքն է, որի նպատակն է ուսանողին տալ համապարփակ գիտելիքներ: Դասախոսը վերլուծում, մեկնաբանում է թեմայի առավել կարևոր, դժվար ընկալելի, հանգուցային հարցերը: Դասախոսությունը ուսանողի առջև ուրվագծվող գիտական մի ճանապարհ է, որը նա կարող է միայն անցնել գիտական գրականության ընթերցանության, ուսումնական բնույթի այլ պարապմունքների և ինքնուրույն կատարած աշխատանքների շնորհիվ: Դասախոսը պետք է խթանի ուսանողի ակտիվ իմացաբանական գործունեությունը, նպաստի նրանց ստեղծագործական մտածողության ձևավորմանը: Ուսանողը նույնպես պետք է լինի դասախոսության ակտիվ մասնակից: Ուսանողը դասախոսությանը ներկայանալուց առաջ պետք է ծանոթացած լինի տվյալ դասին ներկայացվող թեմային, որպեսզի կարողանա մասնակցել ուսումնական գործընթացին:

- **Գործնական աշխատանքների** ժամանակ ուսանողը կատարում է լսարանային աշխատանք՝ դասախոսի անմիջական ղեկավարման ներքո: Գործնական պարապմունքները անցկացվում են գործնական խնդիրների լուծման, առաջադրանքների իրականացման, թեստերի, իրավիճակային վերլուծությունների, գործարար խաղերի, խմբային աշխատանքների, տնային առաջադրանքների, ուղեղային զրոհների, ինտերակտիվ ուսուցման միջոցով՝ տեսական գիտելիքները կիրառելու, գործնական ունակությունների և հմտությունների ձեռքբերման և ամրապնդման նպատակով: Դասախոսն առաջադրում է գործնական պարապմունքների թեման, նպատակը, խնդիրները, այն հարցերը, որոնք պետք է լուծել գործնական պարապմունքի ընթացքում, գործնական պարապմունքի անցկացման մեթոդները և պատասխանում է ուսանողների տված հարցերին:
- **Մեմինար պարապմունքները** խմբային պարապմունքների հիմնական տեսակներից է, որի ընթացքում ուսանողը սովորում է բանավոր շարադրել նյութը, պաշտպանել իր տեսակետները և եզրահանգումները: Մեմինարի ընթացքում ուսանողները քննարկում, պատասխանում են թեման, զեկույցները և ռեֆերատները, որոնք հանձնարարել է դասախոսը: Մեմինարին պատրաստվելու համար անհրաժեշտ է ուսումնասիրել հիմնական և լրացուցիչ գրականություն տվյալ թեմայով: Գրականության ուսումնասիրությունից և համառոտագրումից հետո պետք է կազմել պլան՝ բանավոր պատասխանի համար, ապա մտածել ելույթի բովանդակության հարցադրումների և պատասխանների մասին:
- **Լաբորատոր աշխատանքները** նպաստում են տեսական նյութի առավել լավ յուրացմանը և ամրապնդմանը: Լաբորատոր աշխատանքները նպատակ ունեն ամրապնդելու ուսումնասիրվող թեմաների տեսական դրույթները, ուսանողներին ուսուցանելու փորձարարական հետազոտությունների մեթոդները, հաղորդելու ինքնուրույն վերլուծության, տվյալների ամփոփման, լաբորատոր սարքավորումների, համակարգիչների, սարքերի, էլեկտրոնային ծրագրերի հետ աշխատելու փորձ և հմտություններ: Լաբորատոր աշխատանքն անցկացման համար ուսանողը պարտավոր է ուսումնասիրել թեմային վերաբերող տեսական նյութը (դասախոսություն, համապատասխան գրականություն) և փորձի, հետազոտության մեթոդալոգիան:

Դասախոսի հսկողությամբ ուսանողը իրականացնում է փորձը, հետազոտությունը, գրանցում է արդյունքները և կատարում (գրանցում) համապատասխան եզրակացություն

- **Ինքնուրույն աշխատանքը** ուսանողների ուսումնական, գիտահետազոտական աշխատանքն է, որն իրականացվում է դասախոսի առաջադրանքով և մեթոդական ղեկավարությամբ, բայց առանց նրա անմիջական ղեկավարության:

Ինքնուրույն աշխատանքի տեսակներն են⁵

- **Ռեֆերատ** – ուսանողների ինքնուրույն գրավոր, որտեղ ուսանողը շարադրում է որևէ հարցի կամ թեմայի էությունը՝ հենվելով գրական աղբյուրների վրա (դասագրքեր, ձեռնարկներ և այլն):
- **Աշխատանքային տեսք** – նախատեսված է ուսանողների ինքնուրույն աշխատանքների համար և թույլ է տալիս գնահատել ուսումնական նյութի յուրացման աստիճանն ուսանողների կողմից

8. Դասավանդման մեթոդներն են⁶ հիմնահարցային դասախոսություն, դասախոսություն-երկխոսություն, դասախոսություն-քննարկում, *թեմատիկ սեմինար*, սեմինար-բանավեճ, գործնական աշխատանք՝ անհատական աշխատանք, գործնական աշխատանք՝ խմբային աշխատանք, ուսուցում գործողությամբ (action learning), իրավիճակային խնդիրների վերլուծություն, գործարար խաղեր:

9. Ուսումնառության մեթոդներն են⁷ մտքերի քարտեզագրում, թիմային քննարկում, իրադրությունների վերլուծություն, ալգորիթմների և հրահանգների կազմում, աղյուսակների և դասակարգման համեմատման և համակարգման սխեմաների կազմում, փորձի/հետազոտության արդյունքների վերաբերյալ եզրակացության ներկայացում:

⁵ Թողել այն տեսակը, որը տվյալ դասընթացի դասավանդման համար նախատեսված է: Դասավանդողը կարող է նկարագրությունը փոխել կամ լրացումներ կատարել:

⁶ Ներկայացված են օրինակներ: Դասավանդողը կարող է նկարագրությունը փոխել կամ լրացումներ կատարել:

⁷ Ներկայացված են օրինակներ: Դասավանդողը կարող է նկարագրությունը փոխել կամ լրացումներ կատարել:

10. Թեմաների⁸.

Դասընթացի համառոտ բովանդակությունը, ուսումնական աշխատանքի ծավալը՝ ըստ բաժինների և

h/h	Թեմա (բաժին)	Ուսումնական աշխատանքի ծավալն ըստ տեսակների				
		դասախոսություն	սեմինար պարապլուներ	գործնական աշխատանք	լաբորատոր աշխատանք	Ինքնուրույն աշխատանք
1.	Թեմա 1 Հասարակայնության հետ կապերի էությունը	2		4		10
2.	Թեմա 2 PR- ի կարևորությունը, նպատակները և խնդիրները	2		4		10
3	Թեմա 3 PR-գործունեության գնահատման մեթոդներ	2		4		10
4	Թեմա 4 PR-ի ոլորտում մասնագիտական վարքագծի եվրոպական կոդեքս (Լիսաբոնյան կոդեքս)	2		4		10
5	Թեմա 5 PR-ը զբոսաշրջության մեջ	2		2		10
6	Թեմա 6 PR-ը ռեստորանային բիզնեսում	2		2		10
7	Թեմա 7 Զբոսաշրջության ոլորտում PR- գործունեության կիրառման նպատակը	2		2		10
8	Թեմա 8 Զբոսաշրջության ոլորտում PR գործունեության հիմնական ուղղությունները	4		2		8
ԸՆԴԱՄԵՆԸ		18		24		78

⁸ Նման է օրացուցային պլանին

11. Ուսումնամեթոդական գրականության ապահովման քարտ

h/h	Անվանումը/հեղինակ	Հրատարակության տարի
Պարտադիր գրականություն (ՊԳ)		
1.	1. Гуревич, П. С. Социология и психология рекламы в 2 т. Том 2 : учеб. пособие для вузов / П. С. Гуревич. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 236 с.	
2.	2. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью : учеб. пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 197 с.	
3	3. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 233 с.	
4		
Լրացուցիչ գրականություն(ԼԳ)		
1.	Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 431 с.	
2.	Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учеб. пособие для академического бакалавриата / А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 109 с.	
Համացանցային տեղեկատվական պաշարներ (ՀՏՊ)/ Էլեկտրոնային աղբյուրներ (ԷԱ)		
1.	https://studwood.net/879571/marketing/kommunikatsii_sfere_marketinga_uslug_reklama	
2.	https://studref.com/469153/marketing/outsorsing_reklamy_sfere_prodvizheniya_uslug	

12. Դասընթացի ուսումնամեթոդական քարտ

12.1. Դասախոսությունների ուսումնամեթոդական քարտ

h/h	Թեմա	Ուսումնասիրվող Հարցեր	Ժամաքանակ	Գրականություն ⁹
-----	------	-----------------------	-----------	----------------------------

⁹ Ըստ 12-րդ կետում նշված ցանկի, օր.՝ ՊԳ 1, ԼԳ 2 և այլն

1.	Թեմա 1 Հասարակայնության հետ կապերի էությունը	Հասարակայնության հետ կապերի էությունը	2	ՊԳ1,2
2.	Թեմա 2 PR-ի կարևորությունը, նպատակները և խնդիրները	PR-ի կարևորությունը, նպատակները և խնդիրները	2	ՊԳ1,2
3.	Թեմա 3 PR-գործունեության գնահատման մեթոդներ	PR-գործունեության գնահատման մեթոդներ	2	ՊԳ1,2
4	Թեմա 4 PR-ի ոլորտում մասնագիտական վարքագծի եվրոպական կոդեքս (Լիսաբոնյան կոդեքս)	PR-ի ոլորտում մասնագիտական վարքագծի եվրոպական կոդեքս (Լիսաբոնյան կոդեքս)	2	ՊԳ1,2
5	Թեմա 5 PR-ը զբոսաշրջության մեջ	PR-ը զբոսաշրջության մեջ	2	ՊԳ1,2
6	Թեմա 6 PR-ը ռեստորանային բիզնեսում	PR-ը ռեստորանային բիզնեսում	2	ՊԳ1,2
7	Թեմա 7 Զբոսաշրջության ոլորտում PR- գործունեության կիրառման նպատակը	Զբոսաշրջության ոլորտում PR- գործունեության կիրառման նպատակը	2	ՊԳ1,2
8	Թեմա 8 Զբոսաշրջության ոլորտում PR գործունեության հիմնական ուղղությունները	Զբոսաշրջության ոլորտում PR գործունեության հիմնական ուղղությունները	4	ՊԳ1,2

12.2. Գործնական աշխատանքների /սեմինար պարապմունքների ուսումնամեթոդական քարտ

h/h	Թեմա	Ուսումնասիրվող Հարցեր	Ժամաքանակ	Մտուցման ձևը	Գրականություն ¹⁰
1.	Թեմա 1 Հասարակայնության հետ կապերի էությունը	Հասարակայնության հետ կապերի էությունը	4	բանավոր	ՊԳ1,2

¹⁰ Ըստ 12-րդ կետում նշված ցանկի, օր.՝ ՊԳ 1, ԼԳ 2 և այլն

2.	Թեմա 2 PR- ի կարևորությունը, նպատակները և խնդիրները	PR- ի կարևորությունը, նպատակները և խնդիրները	4	բանավոր	ՊԳ1,2
3	Թեմա 3 PR-գործունեության գնահատման մեթոդներ	PR-գործունեության գնահատման մեթոդներ	4	բանավոր	ՊԳ1,2
4	Թեմա 4 PR-ի ոլորտում մասնագիտական վարքագծի եվրոպական կոդեքս (Լիսաբոնյան կոդեքս)	PR-ի ոլորտում մասնագիտական վարքագծի եվրոպական կոդեքս (Լիսաբոնյան կոդեքս)	4	բանավոր	ՊԳ1,2
5	Թեմա 5 PR-ը զբոսաշրջության մեջ	PR-ը զբոսաշրջության մեջ	2	բանավոր	ՊԳ1,2
6	Թեմա 6 PR-ը ռեստորանային բիզնեսում	PR-ը ռեստորանային բիզնեսում	2	բանավոր	ՊԳ1,2
7	Թեմա 7 Ջրոսաշրջության ոլորտում PR-գործունեության կիրառման նպատակը	Ջրոսաշրջության ոլորտում PR- գործունեության կիրառման նպատակը	2	բանավոր	ՊԳ1,2
8	Թեմա 8 Ջրոսաշրջության ոլորտում PR գործունեության հիմնական ուղղությունները	Ջրոսաշրջության ոլորտում PR գործունեության հիմնական ուղղությունները	2	բանավոր	ՊԳ1,2

12.3. Լաբորատոր աշխատանքների ուսումնամեթոդական քարտ

h/h	Թեմա	Ուսումնասիրվող հարցեր	Ժամաքանակ	Մտուցման ձևը	Գրականություն ¹¹
1.					
2.					

12.4. Ինքնուրույն աշխատանքների ուսումնամեթոդական քարտ

¹¹ Ըստ 12-րդ կետում նշված ցանկի, օր.՝ ՊԳ 1, ԼԳ 2 և այլն

h/h	Ինքնուրույն աշխատանքի թեմաները	Ուսումնասիրվող հարցեր	Աշխատանքի տեսակը ¹²	Ներկայացման ժամկետները	Ստուգման ձևը	Գրականություն ¹³
1.	1. PR ակցիա բարձրագույն ուսումնական հաստատության օրինակով	PR ակցիա բարձրագույն ուսումնական հաստատության օրինակով	<u>Ռեֆերատ</u>	Սահմանված գրաֆիկով	Գրավոր	ԷԱ 1,2
2.	2. Ժամանակակից գովազդային շուկայի առանձնահատկությունները	Ժամանակակից գովազդային շուկայի առանձնահատկությունները	<u>Ռեֆերատ</u>	Սահմանված գրաֆիկով	Գրավոր	ԷԱ 1,2
3.	3. Գովազդ և ազգային ավանդույթներ	Գովազդ և ազգային ավանդույթներ	<u>Ռեֆերատ</u>	Սահմանված գրաֆիկով	Գրավոր	ԷԱ 1,2
4	4. Գովազդային գործունեության հաղորդակցում արտադրանքի կյանքի ցիկլի հետ (կոնկրետ ապրանքի շուկայի օրինակով)	Գովազդային գործունեության հաղորդակցում արտադրանքի կյանքի ցիկլի հետ (կոնկրետ ապրանքի շուկայի օրինակով)	<u>Ռեֆերատ</u>	Սահմանված գրաֆիկով	Գրավոր	ԷԱ 1,2
5	5. Գովազդի ազդեցությունը գնման ինքնաբուխության վրա	Գովազդի ազդեցությունը գնման ինքնաբուխության վրա	<u>Ռեֆերատ</u>	Սահմանված գրաֆիկով	Գրավոր	ԷԱ 1,2
6	6. Սոցիալական ոլորտում PR արշավի մշակում	Սոցիալական ոլորտում PR արշավի մշակում	<u>Ռեֆերատ</u>	Սահմանված գրաֆիկով	Գրավոր	ԷԱ 1,2
7	7. Առաջխաղացումների արդյունավետությունը գնահատելու ուղիներ	Առաջխաղացումների արդյունավետությունը գնահատելու ուղիներ	<u>Ռեֆերատ</u>	Սահմանված գրաֆիկով	Գրավոր	ԷԱ 1,2

¹² Տես 7-րդ կետի հինգերորդ պարբերությունը

¹³ Ըստ 12-րդ կետում նշված ցանկի, օր.՝ ՊԳ 1, ԼԳ 2 և այլն

8	8. Գույնի և ձևի ազդեցության վերլուծություն գովազդի ընկալման վրա գործունեության տարբեր ոլորտներում (բժշկական ծառայություններ, կրթություն, զբոսաշրջություն, ֆինանսներ)	Գույնի և ձևի ազդեցության վերլուծություն գովազդի ընկալման վրա գործունեության տարբեր ոլորտներում (բժշկական ծառայություններ, կրթություն, զբոսաշրջություն, ֆինանսներ)	<u>Ռեֆերատ</u>	Սահմանված գրաֆիկով	Գրավոր	ԷԱ 1,2
9	9. Գովազդում մանիպուլյացիայի տեխնիկայի կիրառում	Գովազդում մանիպուլյացիայի տեխնիկայի կիրառում	<u>Ռեֆերատ</u>	Սահմանված գրաֆիկով	Գրավոր	ԷԱ 1,2
10	10. Հոգեբանական ազդեցություն հեռուստատեսային (արտաքին և այլն) գովազդում	Հոգեբանական ազդեցություն հեռուստատեսային (արտաքին և այլն) գովազդում	<u>Ռեֆերատ</u>	Սահմանված գրաֆիկով	Գրավոր	ԷԱ 1,2
11	11. Արտաքին գովազդի առանձնահատկությունները	Արտաքին գովազդի առանձնահատկությունները	<u>Ռեֆերատ</u>	Սահմանված գրաֆիկով	Գրավոր	ԷԱ 1,2
12	12. Ստեղծագործությունը որպես արդյունավետ գովազդի բաղադրիչ	Ստեղծագործությունը որպես արդյունավետ գովազդի բաղադրիչ	<u>Ռեֆերատ</u>	Սահմանված գրաֆիկով	Գրավոր	ԷԱ 1,2
13	13. Հումորի ազդեցությունը գովազդի հիշողության վրա	Հումորի ազդեցությունը գովազդի հիշողության վրա	<u>Ռեֆերատ</u>	Սահմանված գրաֆիկով	Գրավոր	ԷԱ 1,2
14	14. Մոցիալական գովազդը՝ որպես հասարակության վրա ազդելու միջոց	Մոցիալական գովազդը՝ որպես հասարակության վրա ազդելու միջոց	<u>Ռեֆերատ</u>	Սահմանված գրաֆիկով	Գրավոր	ԷԱ 1,2
15	15. Հասարակայնության հետ կապերը երիտասարդների աշխատանքի ոլորտում	Հասարակայնության հետ կապերը երիտասարդների աշխատանքի ոլորտում	<u>Ռեֆերատ</u>	Սահմանված գրաֆիկով	Գրավոր	ԷԱ 1,2

16	16. Կրթության հիմնախնդիրները հասարակայնության հետ կապերի ոլորտում	Կրթության հիմնախնդիրները հասարակայնության հետ կապերի ոլորտում	<u>Ուեֆերատ</u>	Սահմանված գրաֆիկով	Գրավոր	ԷԱ 1,2
17	17. Նոր PR տեխնոլոգիաները և դրանց ներդրման պրակտիկան (գործակալություններից մեկի գործունեության օրինակով)	Նոր PR տեխնոլոգիաները և դրանց ներդրման պրակտիկան (գործակալություններից մեկի գործունեության օրինակով)	<u>Ուեֆերատ</u>	Սահմանված գրաֆիկով	Գրավոր	ԷԱ 1,2
18	18. Մշակույթի, արվեստի, սպորտի կամ շոու բիզնեսի ոլորտում PR արշավի մշակում	Մշակույթի, արվեստի, սպորտի կամ շոու բիզնեսի ոլորտում PR արշավի մշակում	<u>Ուեֆերատ</u>	Սահմանված գրաֆիկով	Գրավոր	ԷԱ 1,2
19	19. Պետական հիմնարկներում, քաղաքական և հասարակական կառույցներում հասարակայնության հետ կապերի բաժինների գործունեության առանձնահատկությունները (համեմատական վերլուծություն)	Պետական հիմնարկներում, քաղաքական և հասարակական կառույցներում հասարակայնության հետ կապերի բաժինների գործունեության առանձնահատկությունները (համեմատական վերլուծություն)	<u>Ուեֆերատ</u>	Սահմանված գրաֆիկով	Գրավոր	ԷԱ 1,2
20	20. PR ծառայությունների փոխազդեցություն լրատվամիջոցների հետ, խնդիրներ և հեռանկարներ (ներքին փորձ)	PR ծառայությունների փոխազդեցություն լրատվամիջոցների հետ, խնդիրներ և հեռանկարներ (ներքին փորձ)	<u>Ուեֆերատ</u>	Սահմանված գրաֆիկով	Գրավոր	ԷԱ 1,2

21	21. Հասարակայնության հետ կապերի մասնագետի արդյունավետ աշխատանքի պայմաններն ու գործոնները	Հասարակայնության հետ կապերի մասնագետի արդյունավետ աշխատանքի պայմաններն ու գործոնները	<u>Ռեֆերատ</u>	Սահմանված գրաֆիկով	Գրավոր	ԷԱ 1,2
22	22. Ինտերնետային նախագծերի առաջխաղացման ժամանակ հանրային կապերի քարոզարշավի անցկացման մեթոդներ և տեխնոլոգիաներ	Ինտերնետային նախագծերի առաջխաղացման ժամանակ հանրային կապերի քարոզարշավի անցկացման մեթոդներ և տեխնոլոգիաներ	<u>Ռեֆերատ</u>	Սահմանված գրաֆիկով	Գրավոր	ԷԱ 1,2

13. Դասընթացի նյութատեխնիկական միջոցների ապահովում¹⁴

Ռեսուրսի անվանումը	Ռեսուրսի անվանումը, քանակը, նկարագրությունը (անհրաժեշտության դեպքում)
Լսարան (հատուկ կահավորմամբ)	
Նյութեր լաբորատոր աշխատանքների համար	
Սարքեր, սարքավորումներ	
Համակարգչային ծրագրեր	
Այլ	

¹⁴ Նշվում են սարք-սարքավորումների, համակարգչային ծրագրերի նկարագրությունները և քանակը, որոնք անհրաժեշտ են տվյալ դասընթացի ուսումնական գործընթացը կազմակերպելու համար

14. **Գնահատում**

Համալսարանում գործում է բակալավրիատի, մագիստրատուրայի և ասպիրանտուրայի ուսանողների գիտելիքների պարբերական ստուգման և գնահատման բազմագործոնային համակարգ, որի կիրառկման հիմնական նպատակներն են՝

- կազմակերպել ուսումնառության համաչափ աշխատանքային գործընթաց, ապահովել գիտելիքների համակողմանի ստուգում, խթանել ուսանողի ինքնուրույն աշխատանքը,
- իրականացնել ինքնուրույն առաջադրանքների, ընթացիկ ստուգումների (ստուգարքներ և քննություններ), ուսումնական գործընթացի այլ բաղադրիչների հաշվառում հետադարձ կապի արդյունավետ մեխանիզմների ներմուծման միջոցով՝ ի նպաստ ուսումնառության գործընթացի բարելավման:

Համալսարանում գնահատման գործընթացը կանոնակարգվում է համաձայն գործող կարգի¹⁵:

14.1. **Գիտելիքների ստուգման և գնահատման բաղադրիչներն են՝**

- գործնական (սեմինար) և լաբորատոր աշխատանքների ընթացքում նրա ակտիվության և հմտությունների հաշվառում և գնահատում ընթացիկ ստուգումների միջոցով՝ առավելագույնը գումարային 40 միավոր,
- ինքնուրույն աշխատանքների (անհատական առաջադրանքներ) հաշվառում և գնահատում առավելագույնը գումարային 20 միավոր,
- դասընթացի ենթաբաժինների և ծրագրով նախատեսված այլ առաջադրանքների կատարման և յուրացման ընթացիկ ստուգում և գնահատում կիսամյակի ընթացքում (ընթացիկ քննություններ կամ ստուգարքներ)՝ առավելագույնը գումարային 40 միավոր,
- ստուգման արդյունքների ամփոփում գնահատման նշված բաղադրիչների արդյունքների հիման վրա և դասընթացի արդյունարար գնահատականի ձևավորում՝ առավելագույնը գումարային 100 միավոր:

14.2. **Ուսանողների գիտելիքների ստուգում.**

Դասընթացն ամփոփվում է ստուգարքով:

14.3. **Հարցաշար (ըստ ծրագրի)**

«PR-ը և գովազդը սեվիսում » առարկայից հարցաշար

1. Հասարակայնության հետ կապերի էությունը
2. PR- ի կարևորությունը, նպատակները և խնդիրները

¹⁵«Վանաձորի Հ. Թումանյանի անվան պետական համալսարան» հիմնադրամի ուսանողների գիտելիքների ստուգման, գնահատման և հաշվառման կանոնակարգ» (ընդունված ՎՊՀ-ի գիտական խորհրդի կողմից 30.06.2022թ.),

3. PR-գործունեության գնահատման մեթոդներ
4. PR-ի ոլորտում մասնագիտական վարքագծի եվրոպական կոդեքս (Լիսաբոնյան կոդեքս)
5. PR-ը զբոսաշրջության մեջ
6. PR-ը ռեստորանային բիզնեսում
7. Ջրոսաշրջության ոլորտում PR- գործունեության կիրառման նպատակը
8. Ջրոսաշրջության ոլորտում PR գործունեության հիմնական ուղղությունները

Ա) 1-ին ընթացիկ քննություն (կիսամյակի 9-10 շաբաթվա ընթացքում)

(1-ին ընթացիկ ստուգում (կիսամյակի -----շաբաթվա ընթացքում)

- Ընդգրկված թեմաները.
- Ընդգրկված հարցեր.

Բ) 2-րդ ընթացիկ քննություն (կիսամյակի 19-20 շաբաթվա ընթացքում)

(2-րդ ընթացիկ ստուգում (կիսամյակի-----շաբաթվա ընթացքում)

- Ընդգրկվող թեմաները.

- Ընդգրկված հարցեր.

14.4. Գնահատման չափանիշները¹⁶.

- Տեսական գիտելիքները ստուգվում են երկու գրավոր ընթացիկ ստուգումներով:
- Գործնական աշխատանքները ստուգվում են 3 պատասխանով:
- Ինքնուրույն աշխատանքը հանձնարարվում են 1 աշխատանք մեկ կիսամյակի համար:

¹⁶ Լրացվում է ըստ ամբիոնի /դասախոսի որոշման

ԴԱՍԸՆԹԱՑԻ ՀԱՄԱՌՈՏ ՆԿԱՐԱԳՐԻՉ

Մասնագիտություն`	101801.00.6, սերվիս <i>/դասիչ, մասնագիտության լրիվ անվանումը/</i>
Կրթական ծրագիր`	101801.01.6, սերվիս <i>/դասիչ, կրթական ծրագրի լրիվ անվանումը/</i>
Որակավորման աստիճան`	սերվիսի բակալավր <i>/բակալավր, մագիստրատուրա/</i>

Առկա ուսուցման համակարգ

Դասընթացի թվանիշը, անվանումը	ԷԻԿ/բ - 196 PR և գովազդը սերվիսում			
Դասընթացին հատկացվող կրեդիտը	4 կրեդիտ			
Ուսումնառության տարի / կիսամյակ	4-րդ տարի, 2-րդ կիսամյակ			
Ժամերի բաշխումը	Լսարանային	42	Դասախոսություն	18
			Մեմինար	
			Լաբորատոր աշխատանք	
			Գործնական աշխատանք	24
	Ինքնուրույն	78		
	Ընդամենը	120		
Ստուգման ձևը	ստուգարք			
Դասընթացի նպատակը	Դասընթացի նպատակն է ուսանողներին ծանոթացնել հասարակայնության հետ կապերի էությունը, PR-ի կարևորությունը, նպատակներին և PR-գործունեության գնահատման մեթոդներին, PR-ի ոլորտում մասնագիտական վարքագծի եվրոպական կոդեքսին (Լիսաբոնյան կոդեքս), PR-ին զբոսաշրջության մեջ և ռեստորանային բիզնեսում, PR գործունեության հիմնական ուղղություններին:			
Դասընթացի վերջնարդյունքները	<p>Դասընթացը ձևավորում է կրթական ծրագրի հետևյալ վերջնարդյունք(ներ)ը.</p> <p><i>Գիտելիք</i></p> <p>Ուսանողը ձեռք է բերում գիտելիքներ հասարակայնության հետ կապերի էությունից, PR-ի կարևորության, նպատակների և PR-գործունեության գնահատման մեթոդներից, PR-ի ոլորտում մասնագիտական վարքագծի եվրոպական կոդեքսից (Լիսաբոնյան կոդեքս), PR-ից զբոսաշրջության մեջ և ռեստորանային բիզնեսում, PR գործունեության հիմնական ուղղություններից:</p> <p><i>Հմտություն</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Ուսանողը ձեռք է բերում PR գործունեության SWOT վերլուծություն կատարելու հմտություններ, արդյունավետ PR արշավ նախագծելու և իրագործելու հմտություններ: <p><i>Կարողունակություն</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Ուսանողը կարողանում է ներկայացնել PR գործունեության տարբերությունները և նմանատյունները ռեստորանային և հյուրանոցային բիզնեսում, ինքնուրույն եզրահանգումներ կատարել PR արշավի արդյունավետ կամ անարդյունավետ լինելու մասին, մշակել PR արշավի ուղղություններ և մեթոդներ: 			
Դասընթացի բովանդակությունը	Թեմա 1 Հասարակայնության հետ կապերի էությունը Թեմա 2 PR-ի կարևորությունը, նպատակները և խնդիրները			

	<p>Թեմա 3 PR-գործունեության գնահատման մեթոդներ</p> <p>Թեմա 4 PR-ի ոլորտում մասնագիտական վարքագծի եվրոպական կոդեքս (Լիսաբոնյան կոդեքս)</p> <p>Թեմա 5 PR-ը զբոսաշրջության մեջ</p> <p>Թեմա 6 PR-ը ռեստորանային բիզնեսում</p> <p>Թեմա 7 Ջրոսաշրջության ոլորտում PR- գործունեության կիրառման նպատակը</p> <p>Թեմա 8 Ջրոսաշրջության ոլորտում PR գործունեության հիմնական ուղղությունները</p>
<p>Գնահատման մեթոդները և չափանիշները</p>	<p>Առարկան ավարտվում է ստուգարքով:</p>
<p>Գրականություն</p>	<ol style="list-style-type: none"> 4. Гуревич, П. С. Социология и психология рекламы в 2 т. Том 2 : учеб. пособие для вузов / П. С. Гуревич. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 236 с. 5. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью : учеб. пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 197 с. 6. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 233 с. 7. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 431 с. 8. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учеб. пособие для академического бакалавриата / А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 109 с.