

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

Հաստատված է ամբիոնի նիստում

Եկոնոմիկայի, իրավունքի և կառավարման

ամբիոնի անվանումը

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


Արձանագրություն № 7

«22» դեկտեմբերի 2025 թ.

ԷԻՎ/Բ – 179, ԹՎԱՅԻՆ ՄԱՐՔԵԹԻՆԳ __ ԴԱՍԸՆԹԱՑԻ

Դասիչ, դասընթացի անվանում

ՈՒՍՈՒՄՆԱՍԵԹՈՂԱԿԱՆ ՓԱԹԵԹ

Մասնագիտություն՝	041301.00.6, Կառավարում <small>/դասիչ, մասնագիտության լրիվ անվանումը/</small>
Կրթական ծրագիր՝	041301.01.6, Կառավարում <small>/դասիչ, կրթական ծրագրի լրիվ անվանումը/</small>
Որակավորման աստիճան՝	<u>կառավարման բակալավր</u> <small>/բակալավր, մագիստրատուրա/</small>
Ամբիոն՝	<u>Եկոնոմիկայի, իրավունքի և կառավարման</u> <small>/ամբիոնի լրիվ անվանումը/</small>
Ուսուցման ձևը՝	<u>հեռակա</u> <small>/առկա, հեռակա/</small>
Կուրս/կիսամյակ	հեռակա՝ 2-րդ կուրս, 1-ին կիսամյակ
Դասախոս(ներ)՝	Անի Բեկչյան  <small>/անուն, ազգանուն/</small>

Էլ. հասցեներ anibekchyan1996@gmail.com

Վանաձոր- 2025թ.

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	4
5.	Դասընթացի դերը կրթական ծրագրի շրջանավարտների գիտելիքների, կարողությունների և հմտությունների ձևավորման հարցում ըստ աշխատաշուկայի պահանջների	5.
6.	Դասընթացի ծավալը, ուսումնական աշխատանքի տեսակները, արդյունքների ամփոփման ձևերը	5.
7.	Ուսումնական աշխատանքները տեսակները	6
8.	Դասավանդման մեթոդներ	7
9.	Ուսումնառության մեթոդները	8
10.	Դասընթացի համառոտ բովանդակությունը, ուսումնական աշխատանքի ծավալը	9
11.	Ուսումնամեթոդական գրականության ապահովման քարտ	11
12.	Դասընթացի ուսումնամեթոդական քարտ	12
	12.1. Դասախոսությունների ուսումնամեթոդական քարտ	13
	12.2. Գործնական աշխատանքների /սեմինար պարապմունքների ուսումնամեթոդական քարտ	15
	12.3. Ինքնուրույն աշխատանքների ուսումնամեթոդական քարտ	17
13.	Դասընթացի նյութատեխնիկական միջոցների ապահովում	18
14.	Գնահատում	19
	14.1. Ուսանողների գիտելիքների ստուգում	19
	14.2. Հարցաշար	19
	14.3. Գնահատման չափանիշներ	21
15.	Դասընթացի համառոտ նկարագրիչ	22

ԲԱՑԱՏՐԱԳԻՐ

1. Դասընթացի դերըն տեղը կրթական ծրագրում¹.

«Թվային մարքեթինգ» դասընթացը կարևորվում է կառավարման բնագավառում մասնագետների պատրաստման գործընթացում, ներառված է 041301.00.6 կրթական ծրագրի ուսումնական պլանի «Հատուկ մասնագիտական» կրթամասում:

2. Դասընթացի նպատակը և խնդիրները.

2.1. Դասընթացի նպատակն

- Թվային մարքեթինգի վերաբերյալ գիտելիքների փոխանցում ուսանողներին:
- Մարքեթինգային հետազոտության շրջանակներում հմտությունների և կարողությունների ձևավորում ուսանողների մոտ:
- Մարքեթինգային վերլուծելություններ անելու ունակությունների ձեռքբերում ուսանողների կողմից:

2.2. Դասընթացի խնդիրներն են

- Սովորեցնել Թվային մարքեթինգի տեսական հիմքերը:
- Ամրապնդել ուսանողների կողմից ձեռքբերված տեսական գիտելիքները գործնական իրավիճակային խնդիրներով:
- Սովորեցնել ուսանողներին կատարել մարքեթինգային հետազոտություններ և կատարել եզրահանգումներ ըստ արդյունքների:

3. Դասընթացին մասնակցելու նախնական մուտքային գիտելիքները, կարողությունները և հմտությունները /դասընթացները/.....

«Թվային մարքեթինգի» դասընթացին մասնակցելու կարևոր նախապայման է ուսանողների մաթեմատիկական, մարքեթինգային գիտելիքների, և վերլուծական հմտությունների առկայությունը

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

«Թվային մարքեթինգի» դասընթացի ուսումնասիրման արդյունքում ուսանողի ակնկալվող վերջնարդյունքներն են.

Դասընթացը ձևավորում է կրթական ծրագրի հետևյալ վերջնարդյունք(ներ)ը.

- *Գիտելիք*
- Դրսևորում Թվային մարքեթինգի մեթոդների, գործիքների և եղանակների վերաբերյալ
- Ցուցաբերում է կոմունիկացիոն գործընթացների կառավարման սկզբունքների իմացություն:

Հմտություն

- Կարող է գնահատել ռազմավարության ազդեցությունը կառավարման համակարգերի գործունեության վրա:

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

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

Լրացվում է «Առարկայի նկարագրի մշակման ռազմավարության» կոմպետենցիաների ցանկին համապատասխան:

- Կարող է իրականացնել սպառողների, մրցակիցների և շուկայի վերլուծություններ, արդյունավետորեն պլանավորել, կազմակերպել և վերահսկել կազմակերպության մարքեթինգային գործունեությունը:
- Կարող է գնահատել և կառավարել կազմակերպության գործունեությանն առնչվող ռիսկերը և կատարել համապատասխան կանխատեսումային հաշվարկներ:

Կարողունակություն

- Կարող է բացահայտել, հաղթահարել և լուծումներ տալ անձանոթ պայմաններում առաջացած խնդիրներին:
- Կարող է բացահայտել, հաղթահարել և լուծումներ տալ անձանոթ պայմաններում առաջացած խնդիրներին:
- Ունակ է մասնագիտական վերլուծություններ իրականացնելիս կիրառել որակական և քանակական մեթոդներ:
- Ունակ է թիմում աշխատելու և թիմի անդամների հետ արդյունավետ համագործակցելու:

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

«Թվային մարքեթինգի» դասընթացից ձեռք բերված գիտելիքներն և հմտությունները շրջանավարտը կարող է կիրառել կառավարման և տնտեսագիտական մասնագիտական գործունեության ընթացքում, ձեռնարկություններում, խորհրդատվական և ֆինանսական ոլորտում աշխատելու, նաև մագիստրատուրայում և ասպիրանտուրայում կրթությունը շարունակելու նպատակով:

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

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

Աշխատանքի տեսակը	Ժամաքանակ
Դասախոսություն	8
Գործնական աշխատանք	8
Սեմինար պարապմունք	
Լաբորատոր աշխատանք	
Ինքնուրույն աշխատանք	104
Ընդամենը	120
Ստուգման ձևը (ստուգարք/ընթացիկ քննություն/հանրագումարային քննություն)	Ընթացիկ քննություն

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

7. Ուսումնական աշխատանքների տեսակները⁴.

- **Դասախոսությունը** դասախոսի կողմից դասընթացի ծրագրի շրջանակներում գիտական-տեղեկատվական թեմայի վերաբերյալ տրամաբանորեն կառուցված, 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 գրոհների, 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:
- **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):
- **Գործարար խաղեր** – պայմանական իրավիճակներում սոցիալ-տնտեսական համակարգերի և մարդկանց մասնագիտական գործունեության կառավարման գործընթացների նմանակեղծային մոդելավորում՝ առաջացող հիմնախնդիրների ուսումնասիրման և լուծման նպատակով:
- **Կլոր սեղան** – ինքնուրույն աշխատանքի ձևին բնորոշ է թեմատիկ բանավեճի համադրումը խմբային աշխատանքի հետ:
- **Կոնկրետ իրավիճակների վերլուծություն**– ուսանողների ակտիվ գործունեության կազմակերպման ամենաարդյունավետ և տարածված ձևերից մեկն է, որը զարգացնում է մասնագիտական և կեցությանը վերաբերող տարբեր հարցերի վերլուծության կարողությունը:
- **Նախագծերի մեթոդ**– ուսումնաձանաչողական, ստեղծագործական կամ խաղային համատեղ գործունեության տեսակ է, սովորող-գործընկերների միջև, որոնք ունեն ընդհանուր նպատակ և համաձայնեցված միջոցներ՝ ուղղված որևէ խնդրի լուծման կամ որոշակի արդյունքի ձևակերպման:

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

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

- **Հարցի նախապատրաստման մոդել** –կամավորության սկզբունքով ընտրված ուսանողն իր նախընտրած հակիրճ ձևով նախապատրաստում է տվյալ առարկայից քննության կամ ստուգարքի հարցերի իր պատասխանների փաթեթը: Քննությունից (ստուգարքից) 1 շաբաթ առաջ նահանգնում է փաթեթը դասախոսին, որը ստուգում է այդ նյութերը և որոշում դրանց համապատասխանությունը տվյալ առարկայի բովանդակությանը:
- **Ինքնուրույն աշխատանք համացանցում** – նոր տեղեկատվական տեխնոլոգիաները կարող են օգտագործվել հետևյալ նպատակներով՝ համացանցում անհրաժեշտ տեղեկատվության որոնման համար, երկխոսություն համացանցում, թեմատիկ ցանցային էջերի օգտագործում:
- **Աշխատանքային տեսք**– նախատեսված է ուսանողների ինքնուրույն աշխատանքների համար և թույլ է տալիս գնահատել ուսումնական նյութի յուրացման աստիճանն ուսանողների կողմից:
- **Ձեկույց**– որևէ գիտական կամ հետազոտական թեմայի շուրջ կատարած եզրակացությունների, ստացած արդյունքների ներկայացում ուսանողի կողմից:

8. Դասավանդման մեթոդներն են՝⁶հիմնահարցային 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 են՝⁷մտքերի քարտեզագրում, թիմային քննարկում, իրադրությունների վերլուծություն, ալգորիթմների և հրահանգների կազմում, աղյուսակների և դասակարգման համեմատման և համակարգման սխեմաների կազմում, փորձի/հետազոտության արդյունքների վերաբերյալ եզրակացության ներկայացում....

10. 2-րդ կիսամյակի Դասընթացի համառոտ բովանդակությունը, ուսումնական աշխատանքի ծավալը՝ ըստ բաժինների և թեմաների⁸.

h/h	Թեմա (բաժին)	Ուսումնական աշխատանքի ժամաքանակն ըստտեսակների				
		դասախոսություն	սեմինար պարամունք	գործնական աշխատանք	լաբորատոր աշխատանք	Ինքնուրույնաշխատանք
1.	Թվային մարքեթինգի հիմունքներ					
2.	Մարքեթինգային ռազմավարությունների կազմում. SMART նպատակներ					
3.	SMM հիմունքներ					
4.	Թվային գովազդային հարթակներ					
5.	SEO, բովանդակության մարքեթինգ եւ քոֆիրայթինգ					
6.	Վիզուալների պատրաստում					

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

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

⁸Նման է օրացուցային պլանին

7	Մարքեթինգային գործընթացների ավտոմատացում եւ ԱԲ				
8	Մարքեթինգային վերլուծություն եւ KPI				
9	Email եւ messenger մարքեթինգի էությունը				
10	Ինֆլյուենսեր մարքեթինգի էությունը				
11	Linkedin մարքեթինգի էությունը				
12	Թվային մարքեթինգային հետազոտությունների կատարում եւ վերլուծություն, Պորտֆոլիոյի կազմում				
ԸՆԴԱՄԵՆԸ		8		8	104

11. Ուսումնամեթոդական գրականության ապահովման քարտ

h/h	Անվանումը/հեղինակ	Հրատարակության տարի
Պարտադիր գրականություն (ՊԳ)		
1.	А.В.Гавриков, В.В.Давидов, М.В.Федеров «Digital » , 2022г.	2022
2.	М.В. Акулич «Интернет маркетинг» учебник, 2016г.	2016
3.	Х. Картаджайя, А. Сетиаван, Ф. Котлер«Маркетинг 4.0. Разворот от традиционного к цифровому. Технологии продвижения в интернете» , 2017г.	2017
Լրացուցիչ գրականություն(ԼԳ)		
1.	Барден Фил «Взлом маркетинга»	2021
2.	Спенсер С., Энж Э., Фикшин Р., Стрикчиола Д. «SEO – искусство раскрутки сайтов»	
Համացանցային տեղեկատվական պաշարներ (ՀՏՊ)/Էլեկտրոնային աղբյուրներ (ԷԱ)		
1.		
2.		

12. Դասընթացի ուսումնամեթոդական քարտ

12.1. Դասախոսությունների ուսումնամեթոդական քարտ

h/h	Թեմա	Ուսումնասիրվող հարցեր	Ժամաքանակ	Գրականություն ⁹
1.	Թվային մար հիմունքներ	Բացատրել թվային մարքեթինգի էությունը եւ տրամաբանությունը	2	А.В.Гавриков, В.В.Давидов, М.В.Федеров «Digital » , 2022г.

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

2.	Մարքեթինգային ռազմավարությունն կազմում. նպատակներ	Թվային մարքեթինգի տարբեր ռազմավարությունների բնութագրերը, SWOT վերլուծություն, SMART նպատակների կազմում, թիրախային լսարանի սեգմենտավորում	2	А.В.Гавриков, В.В.Давидов, М.В.Федеров «Digital» , 2022г.
3	SMM հիմունքներ	Ինչ է մարքեթինգը սոցիալական ցանցերում, դրա տարբեր ուղղությունները	2	А.В.Гавриков, В.В.Давидов, М.В.Федеров «Digital» , 2022г.
4	Թվային Գովազդային հարթակներ	Ուսումնասիրել Ads manager, Google Ads գործիքները, կատարել ճիշտ թիրախավորում	4	А.В.Гавриков, В.В.Давидов, М.В.Федеров «Digital» , 2022г. М.В. Акулич «Интернет маркетинг» учебник, 2016г. Х. Картаджайя, А. Сетиаван, Ф. Котлер «Маркетинг 4.0. Разворот от традиционного к цифровому. Технологии продвижения в интернете» , 2017г.
5	SEO, բովանդակության մարքեթինգ եւ բովիիրայթինգ	Ուսումնասիրել ինչպես ճիշտ օպտիմալացնել կայքերը, բարձրացնել դիտողականությունը, կազմել վաճառող տեքստեր	2	А.В.Гавриков, В.В.Давидов, М.В.Федеров «Digital» , 2022г. М.В. Акулич «Интернет маркетинг» учебник, 2016г. Х. Картаджайя, А. Сетиаван, Ф. Котлер «Маркетинг 4.0. Разворот от традиционного к цифровому. Технологии продвижения в интернете» , 2017г.
6	Վիզուալների Պատրաստում	Ուսումնասիրել Canva ծրագիրը, կազմել գրավիչ վիզուալներ	2	А.В.Гавриков, В.В.Давидов, М.В.Федеров

				<p>«Digital » , 2022г. М.В. Акулич «Интернет маркетинг» учебник, 2016г.</p> <p>Х. Картаджайя, А. Сетиаван, Ф. Котлер«Маркетинг 4.0. Разворот от традиционного к цифровому. Технологии продвижения в интернете» , 2017г.</p>
7	<p>Մարքեթինգային գործընթացների ավտոմատացում և ԱԲ</p>	<p>Ուսումնասիրել մարքեթինգային գործընթացների ավտոմատացման գործիքները և ԱԲ կիրառությունը մարքեթինգում</p>	2	<p>А.В.Гавриков, В.В.Давидов, М.В.Федеров «Digital » , 2022г. М.В. Акулич «Интернет маркетинг» учебник, 2016г.</p> <p>Х. Картаджайя, А. Сетиаван, Ф. Котлер«Маркетинг 4.0. Разворот от традиционного к цифровому. Технологии продвижения в интернете» , 2017г.</p>
8	<p>Մարքեթինգային վերլուծություն և KPI</p>	<p>Ուսումնասիրել արդյունավետության գնահատման ցուցանիշները մարքեթինգում</p>	2	<p>А.В.Гавриков, В.В.Давидов, М.В.Федеров «Digital » , 2022г. М.В. Акулич «Интернет маркетинг» учебник, 2016г.</p> <p>Х. Картаджайя, А. Сетиаван, Ф. Котлер«Маркетинг 4.0. Разворот от традиционного к цифровому. Технологии продвижения в</p>

				интернете» , 2017г.
9	Email եւ messenger մարքեթինգի եւությունը	Ուսումնասիրել Email մարքեթինգը, telegram մարքեթինգը	2	<p>А.В.Гавриков, В.В.Давидов, М.В.Федеров «Digital» , 2022г.</p> <p>М.В. Акулич «Интернет маркетинг» учебник, 2016г.</p> <p>Х. Картаджайя, А. Сетиаван, Ф. Котлер«Маркетинг 4.0. Разворот от традиционного к цифровому. Технологии продвижения в интернете» , 2017г.</p>
10	Ինֆլուենսեր Մարքեթինգի եւությունը	Ուսումնասիրել ինֆլուենսեր մարքեթինգի եւ անձնալրերի կառուցման մեխանիզմները	2	<p>А.В.Гавриков, В.В.Давидов, М.В.Федеров «Digital» , 2022г.</p> <p>М.В. Акулич «Интернет маркетинг» учебник, 2016г.</p> <p>Х. Картаджайя, А. Сетиаван, Ф. Котлер«Маркетинг 4.0. Разворот от традиционного к цифровому. Технологии продвижения в интернете» , 2017г.</p>
11	Linkedin մարքեթինգի եւությունը	Linkedin մարքեթինգը, վերջինիս գործընթացները կազմակերպելու համար անհրաժեշտ գործիքների և մեթոդների ուսումնասիրություն	2	<p>А.В.Гавриков, В.В.Давидов, М.В.Федеров «Digital» , 2022г.</p> <p>М.В. Акулич «Интернет маркетинг» учебник, 2016г.</p> <p>Х. Картаджайя, А. Сетиаван, Ф. Котлер«Маркетинг</p>

				4.0. Разворот от традиционного к цифровому. Технологии продвижения в интернете» , 2017г.
12	Թվային մարքեթինգի հետազոտություններ կատարում վերլուծություն, Պորտֆոլիոյի կազմ	Ինչպես կատարել մարքեթինգային հետազոտություններ և դրանց հիման վրա կատարել վերլուծություններ, ինչպես ճիշտ կազմել պորտֆոլիո	2	

12.2. Գործնական աշխատանքների /սեմինար պարապմունքների ուսումնասիրողական քարտ

h/h	Թեմա	Ուսումնասիրվող հարցեր	Ճամաքանակ	Մտուգման ը	Գրականություն ¹⁰
1.	Թվային մարքեթինգի հիմունքներ	Բացատրել թվային մարքեթինգի էությունը և տրամաբանությունը	2	Հարցում, քննարկում	<p>А.В.Гавриков, В.В.Давидов, М.В.Федеров «Digital» , 2022г. М.В. Акулич «Интернет маркетинг» учебник, 2016г.</p> <p>Х. Картаджайя, А. Сетиаван, Ф. Котлер«Маркетинг 4.0. Разворот от традиционного к цифровому. Технологии продвижения в интернете» , 2017г.</p>
2.	Մարքեթինգային ռազմավարություն կազմում. նպատակներ	Թվային մարքեթինգի տարբեր ռազմավարությունների բնութագրերը, SWOT վերլուծություն, SMART նպատակների կազմում, թիրախային լսարանի սեգմենտավորում	2	Հարցում, քննարկում	<p>А.В.Гавриков, В.В.Давидов, М.В.Федеров «Digital» , 2022г. М.В. Акулич «Интернет маркетинг» учебник, 2016г.</p>

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

					Х. Картаджайя, А. Сетиаван, Ф. Котлер «Маркетинг 4.0. Разворот от традиционного к цифровому. Технологии продвижения в интернете» , 2017г.
3	SMM հիմունքներ	Ինչ է մարքեթինգը սոցիալական ցանցերում, դրա տարբեր ուղղությունները	2	Հարցում, քննարկում	<p>А.В.Гавриков, В.В.Давидов, М.В.Федеров «Digital» , 2022г.</p> <p>М.В. Акулич «Интернет маркетинг» учебник, 2016г.</p> <p>Х. Картаджайя, А. Сетиаван, Ф. Котлер«Маркетинг 4.0. Разворот от традиционного к цифровому. Технологии продвижения в интернете» , 2017г.</p>
4	Թվային Գովազդային հարթակներ	Ուսումնասիրել Ads manager, Google Ads գործիքները, կատարել ճիշտ թիրախավորում	4	Հարցում, քննարկում	<p>А.В.Гавриков, В.В.Давидов, М.В.Федеров «Digital» , 2022г.</p> <p>М.В. Акулич «Интернет маркетинг» учебник, 2016г.</p> <p>Х. Картаджайя, А. Сетиаван, Ф. Котлер«Маркетинг 4.0. Разворот от традиционного к цифровому. Технологии продвижения в интернете» , 2017г.</p>
5	SEO, բովանդակության մարքեթինգ եւ քոֆիրայթինգ	Ուսումնասիրել ինչպես ճիշտ օպտիմալացնել կայքերը, բարձրացնել դիտողականությունը, կազմել վաճառող տեքստեր	2	Հարցում, քննարկում	<p>А.В.Гавриков, В.В.Давидов, М.В.Федеров «Digital» , 2022г.</p> <p>М.В. Акулич «Интернет маркетинг» учебник, 2016г.</p> <p>Х. Картаджайя, А. Сетиаван, Ф. Котлер«Маркетинг</p>

					4.0. Разворот от традиционного к цифровому. Технологии продвижения в интернете» , 2017г.
6	Վիզուալների Պատրաստում	Ուսումնասիրել Canva ծրագիրը, կազմել գրավիչ վիզուալներ	2	Հարցում, քննարկում	<p>А.В.Гавриков, В.В.Давидов, М.В.Федеров «Digital» , 2022г.</p> <p>М.В. Акулич «Интернет маркетинг» учебник, 2016г.</p> <p>Х. Картаджайя, А. Сетиаван, Ф. Котлер«Маркетинг 4.0. Разворот от традиционного к цифровому. Технологии продвижения в интернете» , 2017г.</p>
7	Մարքեթինգային գործընթացների ավտոմատացում եւ ԱԲ	Ուսումնասիրել մարքեթինգային գործընթացների ավտոմատացման գործիքները եւ ԱԲ կիրառությունը մարքեթինգում	2	Հարցում, քննարկում	<p>А.В.Гавриков, В.В.Давидов, М.В.Федеров «Digital» , 2022г.</p> <p>М.В. Акулич «Интернет маркетинг» учебник, 2016г.</p> <p>Х. Картаджайя, А. Сетиаван, Ф. Котлер«Маркетинг 4.0. Разворот от традиционного к цифровому. Технологии продвижения в интернете» , 2017г.</p>
8	Մարքեթինգային վերլուծություն եւ KPI	Ուսումնասիրել արդյունավետության գնահատման ցուցանիշները մարքեթինգ	2	Հարցում, քննարկում	<p>М.В. Акулич «Интернет маркетинг» учебник, 2016г.</p> <p>Х. Картаджайя, А. Сетиаван, Ф. Котлер«Маркетинг 4.0. Разворот от традиционного к цифровому. Технологии продвижения в интернете» , 2017г.</p>

9	Email եւ messenger մարքեթինգի էությունը	Ուսումնասիրել Email մարքեթինգը, telegram մարքեթինգը	2	Հարցում, քննարկում	<p>А.В.Гавриков, В.В.Давидов, М.В.Федеров «Digital» , 2022г.</p> <p>М.В. Акулич «Интернет маркетинг» учебник, 2016г.</p> <p>Х. Картаджайя, А. Сетиаван, Ф. Котлер«Маркетинг 4.0.</p>
10	Ինֆլուենսեր Մարքեթինգի էությունը	Ուսումնասիրել ինֆլուենսեր մարքեթինգ անձնական բրենդի կառուցման մեխանի	2	Հարցում, քննարկում	<p>А.В.Гавриков, В.В.Давидов, М.В.Федеров «Digital» , 2022г.</p> <p>Х. Картаджайя, А. Сетиаван, Ф. Котлер«Маркетинг 4.0. Разворот от традиционного к цифровому. Технологии продвижения в интернете» , 2017г.</p>
11	Linkedin մարքեթինգի էությունը	Linkedin մարքեթինգը, վերջինիս գործընթացները կազմակերպելու համար անհրաժեշտ գործիքների և մեթոդների ուսումնասիրություն	2	Հարցում, քննարկում	<p>А.В.Гавриков, В.В.Давидов, М.В.Федеров «Digital» , 2022г.</p> <p>М.В. Акулич «Интернет маркетинг» учебник, 2016г.</p> <p>Х. Картаджайя, А. Сетиаван, Ф. Котлер«Маркетинг 4.0. Разворот от традиционного к цифровому. Технологии продвижения в интернете» , 2017г.</p>
12	Թվային մարքեթինգի հետազոտություններ կատարում վերլուծություն, Պորտֆոլիոյի կազմ	Ինչպես կատարել մարքեթինգային հետազոտություններ և դրանց հիման վրա կատարել վերլուծություններ, ինչպես ճիշտ կազմել պորտֆոլիո			<p>А.В.Гавриков, В.В.Давидов, М.В.Федеров «Digital» , 2022г.</p> <p>М.В. Акулич «Интернет маркетинг» учебник, 2016г.</p> <p>Х. Картаджайя, А. Сетиаван, Ф.</p>

					Котлер «Маркетинг 4.0. Разворот от традиционного к цифровому. Технологии продвижения в интернете», 2017г.

12.3. Ինքնուրույն աշխատանքների ուսումնամեթոդական քարտ

h/h	Ինքնուրույն աշխատանքի թեմաները	Ուսումնասիրվող հարցեր	Աշխատանքի տեսակը ¹¹	Ներկայացման ժամկետները	Ստուգման ձևեր	Գրականություն ¹²
1.	Կազմակերպության մարքեթինգային ռազմավարության կազմում, ընտրված սոց.ցանցերի համար քոնթենթի պատրաստում	Բրիֆի կազմում, թիրախային լսարանի, SMART նպատակի վերլուծություն	Հետազոտություն խմբային		Աշխատանքի ներկայացում, բանավոր քննարկում	А.В.Гавриков, В.В.Давидов, М.В.Федеров «Digital », 2022г. М.В. Акулич «Интернет маркетинг» учебник, 2016г. Համացանց
2.	Լենդինգ էջի պատրաստում, SEO առաջխաղացում	Ինչպես ճիշտ օպտիմալացնել կայքը google որոնողական կայքի միջոցով	Հետազոտություն խմբային		Աշխատանքի ներկայացում, բանավոր քննարկում	А.В.Гавриков, В.В.Давидов, М.В.Федеров «Digital », 2022г. М.В. Акулич «Интернет маркетинг» учебник, 2016г.

¹¹ Տես 7-րդ կետի հինգերորդ պարբերությունը

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

3.	Վիզուալի կազմում Instagram սոց.հարթակում, Canva ծրագրի կիրառում	Արդյունավետ բովանդակության կազմում	Հետազոտություն խմբային		Աշխատանքի ներկայացում, բանավոր քննարկում	<p>А.В.Гавриков, В.В.Давидов, М.В.Федеров «Digital » , 2022г. М.В. Акулич «Интернет маркетинг» учебник, 2016г.</p> <p>Х. Картаджайя, А. Сетиаван, Ф. Котлер«Маркетинг 4.0. Разворот от традиционного к цифровому. Технологии продвижения в интернете» , 2017г.Համացանց</p>
4	Կիսամյակի ընթացքում կատարված աշխատանքների ամփոփում, պորտֆոլիոյի կազմում	Ինչ ներառել պորտֆոլիոյի մեջ	Հետազոտություն		Աշխատանքի ներկայացում, բանավոր քննարկում	<p>А.В.Гавриков, В.В.Давидов, М.В.Федеров «Digital » , 2022г. М.В. Акулич «Интернет маркетинг» учебник, 2016г.</p> <p>Х. Картаджайя, А. Сетиаван, Ф. Котлер«Маркетинг 4.0. Разворот от традиционного к цифровому. Технологии продвижения в интернете» , 2017г.Համացանց</p>

Ռեսուրսի անվանումը	Ռեսուրսի անվանումը, քանակը, նկարագրությունը (անհրաժեշտության դեպքում)
Լսարան (հատուկ կահավորմամբ)	Չի պահանջվում
Նյութեր լաբորատոր աշխատանքների համար	Չի պահանջվում
Սարքեր, սարքավորումներ	Պրոեկտոր, դյուրակիր համակարգիչ
Համակարգչային ծրագրեր	MS Office
Այլ	

13. Գնահատում

Համալսարանում գործում է բակալավրիատի, մագիստրատուրայի և ասպիրանտուրայի ուսանողների գիտելիքների պարբերական ստուգման և գնահատման բազմագործոնային համակարգ, որի կիրառման 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 կարգի¹³:

13.1. 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, Կիսամյակի ընթացքում յուրաքանչյուր ուսանողի հարցվելու է 3 անգամ, և յուրաքանչյուր անգամ գնահատվելու է 0-20 միավորանոց համակարգով
- ինքնուրույն աշխատանքների (անհատական և խմբային առաջադրանքներ) հաշվառում և գնահատում առավելագույնը գումարային 20 միավոր: Կիսամյակի ընթացքում յուրաքանչյուր ուսանողի հանձնարարվելու է 2 ինքնուրույն աշխատանք, որոնք գնահատվելու են 0-10 միավորանոց համակարգով
- դասընթացի ենթաբաժինների և ծրագրով նախատեսված այլ առաջադրանքների կատարման և յուրացման ընթացիկ ստուգում և գնահատում կիսամյակի ընթացքում (ընթացիկ քննություններ կամ ստուգարքներ)՝ առավելագույնը գումարային 40 միավոր: Նախատեսվում է անցկացնել 2 ստուգում՝ թեստային:
- ստուգման արդյունքների ամփոփում գնահատման նշված բաղադրիչների արդյունքների հիման վրա և դասընթացի արդյունարար

¹³«Վանաձորի Հ. Թումանյանի անվան պետական համալսարան» հիմնադրամիութանոսանողների գիտելիքների ստուգման, գնահատման և հաշվառման կանոնակարգ»(ընդունված ՎՊՀ-ի գիտական խորհրդի կողմից 30.062022թ.),

գնահատականի ձևավորում՝ առավելագույնը գումարային 100 միավոր:

13.2. Ուսանողների գիտելիքների ստուգում.

Դասընթացն ամփոփվում է թեստային քննությամբ:

Հարցաշար

Առաջին միջանկյալ թեստային քննության թեմաներ

- 1 Թվային մարքեթինգի հիմունքներ,
- 2 Մարքեթինգային ռազմավարությունների կազմում.
- 3 SMART նպատակներ
- 4 SMM հիմունքներ
- 5 Թվային գովազդային հարթակներ
- 6 SEO, բովանդակության մարքեթինգ եւ քոփիրայթինգ
- 7 Վիզուալների պատրաստում

Երկրորդ միջանկյալ թեստային քննության թեմաներ

- 1 Մարքեթինգային գործընթացների ավտոմատացում եւ ԱԲ
- 2 Մարքեթինգային վերլուծություն եւ KPI
- 3 Email եւ messenger մարքեթինգի էությունը
- 4 Ինֆլուենսեր մարքեթինգի էությունը
- 5 LinkedIn մարքեթինգի էությունը
- 6 Թվային մարքեթինգային հետազոտությունների կատարում եւ վերլուծություն,
- 7 Պորտֆոլիոյի կազմում

13.3. Գնահատման չափանիշները¹⁴.

- Գործնական աշխատանքները 40 միավոր:
- Ինքնուրույն աշխատանքը 20 միավոր:
- Ընթացիկ ստուգումներ 40 միավոր:

¹⁴Լրացվում է ըստ ամբիոնի /դասախոսի որոշման

«ՎԱՆԱԶՈՐԻ Հ. ԹՈՒՄԱՆՅԱՆԻ ԱՆՎԱՆ ՊԵՏԱԿԱՆ ՀԱՄԱԼՍԱՐԱՆ»
ՀԻՄՆԱԴՐԱՄ

ԴԱՍԸՆԹԱՑԻ ՀԱՄԱՌՈՏ ՆԿԱՐԱԳՐԻՉ

Մասնագիտություն`	041301.00.6Կառավարում <i>/դասիչ, մասնագիտության լրիվ անվանումը/</i>
Կրթական ծրագիր`	041301.00.6Կառավարում <i>/դասիչ, կրթական ծրագրի լրիվ անվանումը/</i>
Որակավորման աստիճան`	կառավարման բակալավր

Վանաձոր 2025

հեռակա ուսուցման համակարգ

Դասընթացի թվանիշը, անվանումը	ԷԻԿ/բ-ԹՎային մարքեթինգ			
Դասընթացին հատկացվող կրեդիտը	4 կրեդիտ			
Ուսումնառության տարի / կիսամյակ	2-րդ տարի, 1-ին կիսամյակ			
Ժամերի բաշխումը	Լսարանային	16	Դասախոսություն	8
			Սեմինար	
			Լաբորատոր աշխատանք	
			Գործնական աշխատանք	8
	Ինքնուրույն	104		
	Ընդամենը	120		
Ստուգման ձևը	Քննություն թեստ			
Դասընթացի նպատակը	Ուսանողներին տալ գիտելիքներ թվային մարքեթինգի վերաբերյալ, ինքնուրույն վերլուծություններ և եզրակացություններ անելու համար			
Դասընթացի վերջնարդյունքները	<p>Դասընթացը ձևավորում է կրթական ծրագրի հետևյալ վերջնարդյունք(ներ)ը.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Գիտելիք</i> • Դրսևորում թվային մարքեթինգի մեթոդների, գործիքների և եղանակների վերաբերյալ • Ցուցաբերում է կոմունիկացիոն գործընթացների կառավարման սկզբունքների իմացություն: <p><i>Հմտություն</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Կարող է գնահատել ռազմավարության ազդեցությունը կառավարման համակարգերի գործունեության վրա: • Կարող է իրականացնել սպառողների, մրցակիցների և շուկայի վերլուծություններ, արդյունավետորեն պլանավորել, կազմակերպել և վերահսկել կազմակերպության մարքեթինգային գործունեությունը: 			

	<ul style="list-style-type: none"> • Կարող է գնահատել և կառավարել կազմակերպության գործունեությանն առնչվող ռիսկերը և կատարել համապատասխան կանխատեսումային հաշվարկներ: <p><i>Կարողունակություն</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Կարող է բացահայտել, հաղթահարել և լուծումներ տալ անձանոթ պայմաններում առաջացած խնդիրներին: • Կարող է բացահայտել, հաղթահարել և լուծումներ տալ անձանոթ պայմաններում առաջացած խնդիրներին: • Ունակ է մասնագիտական վերլուծություններ իրականացնելիս կիրառել որակական և քանակական մեթոդներ: • Ունակ է թիմում աշխատելու և թիմի անդամների հետ արդյունավետ համագործակցելու:
<p>Դասընթացի բովանդակությունը</p>	<p>Թվային մարքեթինգի հիմունքներ,</p> <p>Մարքեթինգային ռազմավարությունների կազմում. SMART նպատակներ</p> <p>SMM հիմունքներ</p> <p>Թվային գովազդային հարթակներ</p> <p>SEO, բովանդակության մարքեթինգ եւ քոֆիրայթինգ</p> <p>Վիզուալների պատրաստում</p> <p>Մարքեթինգային գործընթացների ավտոմատացում եւ ԱԲ</p> <p>Մարքեթինգային վերլուծություն եւ KPI</p> <p>Email եւ messenger մարքեթինգի էությունը</p> <p>Ինֆլյուենսեր մարքեթինգի էությունը</p> <p>Linkedin մարքեթինգի էությունը</p> <p>Թվային մարքեթինգային հետազոտությունների կատարում և վերլուծություն,</p> <p>Պորտֆոլիոյի կազմում</p>
<p>Գնահատման մեթոդները և չափանիշները</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ գործնական (սեմինար) և լաբորատոր աշխատանքների ընթացքում նրա ակտիվության և հմտությունների հաշվառում և գնահատում ընթացիկ ստուգումների միջոցով՝ առավելագույնը գումարային 40 միավոր, Կիսամյակի ընթացքում յուրաքանչյուր ուսանողի հարցվելու է 3 անգամ, և յուրաքանչյուր անգամ գնահատվելու է 0-15 և 0-10 միավորանոց համակարգով ▪ ինքնուրույն աշխատանքների (անհատական առաջադրանքներ) հաշվառում և գնահատում առավելագույնը գումարային 20 միավոր:

	<p>Կիսամյակի ընթացքում յուրաքանչյուր ուսանողի հանձնարարվելու է 2 ինքնուրույն աշխատանք, որոնք գնահատվելու են 0-10 միավորանոց համակարգով</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ դասընթացի ենթաբաժինների և ծրագրով նախատեսված այլ առաջադրանքների կատարման և յուրացման ընթացիկ ստուգում և գնահատում կիսամյակի ընթացքում (ընթացիկ քննություններ կամ ստուգարքներ)՝ առավելագույնը գումարային 40 միավոր: Նախատեսվում է անցկացնել 2 միջանկյալ քննություն, գրավոր, հարցատոմսերի միջոցով, կիրառել նաև ստուգման թեստեր ▪ ստուգման արդյունքների ամփոփում գնահատման նշված բաղադրիչների արդյունքների հիման վրա և դասընթացի արդյունարար գնահատականի ձևավորում՝ առավելագույնը գումարային 100 միավոր:
Գրականություն	Պարտադիր գրականություն (ՊԳ)
	А.В.Гавриков, В.В.Давидов, М.В.Федеров «Digital » , 2022г.
	М.В. Акулич «Интернет маркетинг» учебник, 2016г.
	Х. Картаджайя, А. Сетиаван, Ф. Котлер «Маркетинг 4.0. Разворот от традиционного к цифровому. Технологии продвижения в интернете» , 2017г.