

ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ ՊԵՏԱԿԱՆ ԿԱՌԱՎԱՐՄԱՆ ԱԿԱԴԵՄԻԱ

2018/2019 ուսումնական տարի

« ԶՔՈՍԱՇՐՋՈՒԹՅԱՆ ՊՐՈԴՈՒԿՏԻ /ԱՐԴՅՈՒՆՔԻ/ ՄՇԱԿՈՒՄ»
ԱՌԱՐԿԱՅԻ

Հ Ա Ր Ց Ա Շ Ա Ր

1. Ի՞նչ է զբոսաշրջային արդյունքը – պետական և մասնավոր տեսանկյուններից:
2. Զբոսաշրջային պոտենցիալի բաղկացուցիչները:
3. Զբոսաշրջության զարգացման ժամանակակից միտումները:
4. Զբոսաշրջության զարգացման ժամանակակից միտումների դրանց դերը նոր արդյունքի մշակման գործընթացում:
5. Զբոսաշրջային պոտենցիալից դեպի Զբոսաշրջային արդյունք քայլերի հաջորդականությունը:
6. Զբոսաշրջային ենթակառուցվածքների տեսակները:
7. Զբոսաշրջության ֆունկցիոնալ ռեսուրսները:
8. Զբոսաշրջային դեստինացիայի բաղկացուցիչ մասերը:
9. Զբոսաշրջային դեստինացիայի տեսակները ըստ բաղկացուցիչ մասեր առկայության:
10. Զբոսաշրջային արդյունքի ոչ նյութական բաղադրիչի առանձնահատկությունները և դրա ձևավորման գործընթացը:
11. SWOT, PESTLE և Balanced Scorecard մեթոդների կիրառումը զբոսաշրջային արդյունքի ձևավորման գործընթացում:
12. Մարքեթինգայի հետազոտությունների դերը Զբոսաշրջային արդյունքի ձևավորման գործընթացում:
13. Զբոսաշրջային արդյունքի բաղկացուցիչ մասերը:
14. Զբոսաշրջային արդյունքի տիպերն ու կատեգորիաները:
15. Զբոսաշրջային ուղղություն – հիմնական դրույթներն ու առանձնահատկությունները:
16. Զբոսաշրջային ուղղություն – կոմպոնենտները և տարբերակները:
17. Պետական քաղաքականություն դերը զբոսաշրջային արդյունքի ձևավորման գործընթացում:
18. Զբոսաշրջային արդյունքի գործողությունների շղթան:
19. Ինտեգրացված Զբոսաշրջային արդյունքի առանձնահատկությունները:
20. Թիրախային շուկաների դերը զբոսաշրջային արդյունքի ձևավորման գործընթացում Զբոսաշրջիկների մոտիվացիաները և զբոսաշրջային արդյունքի ձևավորման գործընթացում:
21. Զբոսաշրջային արդյունքը և սպառողի որոշում կայացնելու շղթան:
22. Մասլովի կարիքների շղթան և զբոսաշրջային արդյունքի տեսակները:
23. Լսարանի ազդեցացիայի մակարդակները զբոսաշրջային արդյունքի տեսակների խթանման գործընթացում:

24. Գին և արժեք – գնի էլաստիկությունը զբոսաշրջային արդյունքի ձևավորման գործընթացում:
25. Դեստինացիայի հիերարխիայի տեսակները:
26. Ռեգիոնալ դեստինացիա – տեսակները:
27. Տուր-օպերատորների դերը զբոսաշրջային արդյունքի ձևավորման գործընթացում:
28. զբոսաշրջային արդյունքի ձևավորման հաջողության գործոնները:
29. Զբոսաշրջային արդյունքի բռննդինգի ձևավորման գործընթացը:
30. Զբոսաշրջային արդյունքի խթանումը պետական քաղաքականության շրջանակներում:
31. Զբոսաշրջային արդյունքի խթանումը մասնավոր բիզնեսի տեսանկյունից:
32. Զբոսաշրջային ուղղություն – ղեկավարման մեխանիզմները պետական քաղաքականության շրջանակներում:
33. Զբոսաշրջային կլաստերի ձևավորման առանձնահատկությունները:
34. Համայնքակենտրոն կայուն զբոսաշրջային արդյունքի առանձնահատկությունները:
35. Համալիր և կայուն զբոսաշրջային արդյունք մշակելու գործողությունների շղթան:
36. Առկա պոտենցիալից զբոսաշրջային արդյունքի փաթեթավորման գործողություններ շղթան:
37. Զբոսաշրջային արդյունքի ձևավորման քայլերի հաջորդականությունը պետական կառավարման ոլորտում:
38. Զբոսաշրջային արդյունքը և մարքեթինգի 4P –երի համադրումը:
39. Զբոսաշրջային արդյունքի կյանքի փուլերը:
40. Զբոսաշրջային արդյունքի պետական-մասնավոր համագործակցությունը:
41. Հայաստանի զբոսաշրջային պոտենցիալը - հիմնական ուղղությունները:
42. Համաշխարհային միտումները և հայաստանյան զբոսաշրջային արդյունքի հնարավորությունները:
43. Զբոսաշրջության արդյունքի վրա ազդեցության գործոնները:
44. Գլոբալիզացիան և Զբոսաշրջության արդյունքի զարգացման հեռանկարները:
45. Զբոսաշրջության արդյունքի ներդրումային փաթեթի գնահատման մեխանիզմները:
46. Զբոսաշրջության պոտենցիալ չունեցող դեստինացիաների գնահատումը:
47. Պատմական նշանակություն ունեցող դեստինացիաների կառավարման առանձնահատկությունները:
48. Արկածային, սպորտային զբոսաշրջության արդյունքի մասնագիտացված դեստինացիայի աշխատանքի և կառավարման առանձնահատկությունները:
49. Հատուկ պահպանվող տարածքներում Զբոսաշրջային արդյունքի ձևավորման առանձնահատկությունները:

Նորմատիվ իրավական ակտեր

Հիմնական գրականություն

Լրացուցիչ գրականություն