

# Հ Հ Պ Ե Տ Ա Կ Ա Ն Կ Ա Ռ Ա Վ Ա Ր Մ Ա Ն Ա Կ Ա Դ Ե Մ Ի Ա

## 2016-2017 ՈՒՍՈՒՄՆԱԿԱՆ ՏԱՐՎԱ

### «ՀՈԳԵԲԱՆՈՒԹՅՈՒՆ» ՄԱՍՆԱԳԻՏՈՒԹՅԱՆ «ԿԱԶՄԱԿԵՐՊՈՒԹՅԱՆ ՀԱՆՐԱՅԻՆ ԿԱՊԵՐԻ ԵՎ ԳՈՎԱԶԴԻ ՀՈԳԵԲԱՆՈՒԹՅՈՒՆ»

#### ԱՌԱՐԿԱՅԻ ՔՆՆԱԿԱՆ ՀԱՐՑԱՇԱՐ

1. Հանրային կապեր / PR / հասկացության տերմինաբանական պարզաբանումներ և սահմանում:
2. Հանրային կապերի /PR/ - զարգացման և որպես մասնագիտության ձևավորման պատմությունը:
3. Հանրային կապեր առարկայի ուսումնասիրության մեթոդները:
4. Հանրային կապերի գծով մասնագետի հոգեբանական բնութագիրը:
5. Հանրային կապերի մենեջերի գործառույթները:
6. Մամլո քարտուղարի գործառույթները:
7. Մամլո ասուլիսների, բրիֆինգների և հարցազրույցների կազմակերպման կանոնները:
8. Մամլո հաղորդագրություն կազմելու կանոնները:
9. Ճգնաժամային իրավիճակների մասնագետի գործառույթները:
10. Սպին բոլիցի գործառույթները:
11. Ճառ գրողի գործառույթները:
12. Հանրային կապերի խորհրդականի գործառույթները:
13. Նամակների հետ աշխատելու և հեռախոսից օգտվելու հիմնական կանոնները:
14. ԶԼՄ-րի հետ աշխատելու հոգեբանություն:
15. Կազմակերպության իմիջի կառուցվածքը:
16. Բրենդի ստեղծման հոգեբանություն:
17. Անձնական հմայքի տեխնոլոգիայի ներդրման փուլերը:
18. Դիրքավորում և մրցակիցներից տարբերակում:
19. Հակագովազդ, սև PR և կեղտոտ քաղաքականություն:

20. Սև PR -ին հակազդելու հիմնական մեթոդները:
21. Կազմակերպության հասարակության հետ աշխատանքի պլանավորում:
22. Օրակարգի ձևավորում. թեմայի շրջանառման և արգելակման եղանակներ:
23. Շնորհանդեսների և ցուցահանդեսների կազմակերպում:
24. Ոչ պաշտոնական հաղորդակցման տեսակները հասարակական կարծիքի ձևավորման գործում:
25. Հեռարձակվող և տպագիր ՁԼՄ-ների առանձնահատկությունները:
26. Լսարանի վրա ազդեցության սոցիալ-հոգեբանական մեթոդները :
27. Հաղորդակցության խոչընդոտները. անվտանգ հաղորդակցության տեխնիկա:
28. Հաղորդակցության խոչընդոտները. Արդյունավետ քննադատության կանոնները:
29. Սուտը և նրա բացահայտման մեխանիզմները :
30. Մանիպուլյացիաներ և ՆԼԾ-ը հասարակական կարծիքի ձևավորման գործում:
31. Հոգեբանական ներգործություն հաճոյախոսությունների միջոցով:
32. Գենդերային հոգեբանական առանձնահատկությունները հանրային կապերի և գովազդի համատեքստում :
33. Ազգային հոգեբանական առանձնահատկությունները հանրային կապերի համատեքստում:
34. Գովազդի հասկացությունը, զարգացման պատմությունը ու կառուցվածքը:
35. Գովազդի հիմնական տեսակները ըստ ոլորտների և տարածման ձևերի:
36. Գովազդային տեսահոլովակների հիմնական տեսակները:
37. Կարգախոսը և լոգոն որպես գովազդի կարևոր բաղադրիչ:
38. Արքետիպերի ստեղծման և հոգեբանական ազդեցության կառուցակարգերը գովազդում:
39. Նապոլեոնի տեղեկատվական պատերազմի դրույթները և ժամանակակից հոգեբանական պատերազմները:

### **ՀԻՄՆԱԿԱՆ ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ**

1. Ասիրյան Է. Քաղաքական իմիջի հոգեբանական հիմքերը, Երևան, 2016:
2. Բարսեղյան Գ., Հարությունյան Գ., Քաղաքական PR-ը և նրա դրսևորման հայաստանյան առանձնահատկությունները: Երևան, 2009:

3. Алешина, И.В. Паблик Рилейшнз для Менеджеров. Курс лекций / И.В. Алешина. - М.: Мир, 2014. - 480 с.
4. Зазыкин, В. Г. Психология "Паблик рилейшнз" - М.: Элит, 2008
5. Королько, В. Г. Основы паблик рилейшнз - М.: Рефл-бук, Ваклер, 2008. - 530 с.
6. Костина А.В.: Основы рекламы. - М.: КНОРУС, 2010
7. Почепцов Г., Паблик рилейшнз - М.: Центр, 2010. - 352 с.

### **ԼՐԱՑՈՒՑԻՉ ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ**

1. Блэк, Сэм Паблик рилейшенз. Что это такое? - М.: Модино пресс, 2014. - 240 с.
2. Вуйма А., Черный PR. - БХВ-Петербург, 2005.
3. Грин Д., Креативность в паблик рилейшнз / Грин, Энди. - М.: СПб: Нева, 2014. - 224 с.
4. Горчакова В. Г., Психология создания персонального бренда. Девало и Сервис, 2010 г., 336 страниц.
5. Ньюсом Д., Терк В., - Все о PR. Теория и практика паблик рилейшнз М.: СИНТЕГ, 2015. - 628 с.
6. Песоцкий Е. Современная реклама.-Феникс, 2003
7. «PR на 100%: Как стать хорошим менеджером по PR»: Альпина Паблишер; Москва; 2003.
8. Система управления паблик рилейшнз. - Белгород: ИПК НИУ "БелГУ", 2012
9. Шарков, Ф. И. Паблик рилейшнз: учеб. пособие. - М.: Дашков и К, 2008. Гриф Министерства образования и науки РФ. Электронная библиотека "Мир книг" ([www.mirknig.su](http://www.mirknig.su))
10. Шейнов В. П. Пиар Черный и Белый. Москва – Минск, 2005.
11. Holiday R., Growth Hacker Marketing: A Primer on the Future of PR, Marketing, and Advertising. Portfolio, N.Y., 2014.
12. Holiday R., Trust Me, I'm Lying: Confessions of a Media Manipulator Portfolio, N.Y., 2012