

# ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ ՊԵՏԱԿԱՆ ԿԱՌԱՎԱՐՄԱՆ ԱԿԱԴԵՄԻԱ

2020/2021 ուսումնական տարի

«Քաղաքական բանակցություններ և PR տեխնոլոգիաներ» առարկայի

## ՀԱՐՑԱՇԱՐ

1. Քաղաքական գործունեությունը որպես սոցիալական հաղորդակցության տարատեսակ
2. Հաղորդակցումը որպես տեղեկատվության փոխանակման գործընթաց
3. Հաղորդակցության ըմբռնումը որպես քաղաքական շփումների տեսակ
4. Քաղաքական համակարգի հաղորդակցական ենթահամակարգի առանձնահատկությունները
5. Ամբողջատիրական քաղաքական համակարգերին բնորոշ հաղորդակցական մոդելների առանձնահատկությունները
6. Քաղաքական հաղորդակցության իրականացումը ժողովրդավարական համակարգերում
7. Իշխանություն-հասարակություն. ուղղահայաց քաղաքական հաղորդակցման մոդելներ
8. Քաղաքացիական հասարակություն. քաղաքական հաղորդակցման հորիզոնական տիպի առանձնահատկությունները
9. Հաղորդակցական ենթահամակարգի հիմնական ինստիտուտները
10. Քաղաքական հաղորդակցման կարգավորիչ գործառույթի առանձնահատկությունները
11. Քաղաքական սոցիալականացում և քաղաքական հաղորդակցություն
12. Քաղաքական հաղորդակցման տեղեկատվական գործառույթը
13. Քաղաքական հաղորդակցման մանիպուլյացիոն գործառույթի իրականացման ձևերը
14. Քաղաքական հաղորդակցման բովանդակությունը
15. Քաղաքական հաղորդակցման սահմանումը
16. Քաղաքական հաղորդակցման բաղկացուցիչ տարրերը
17. Քաղաքական հաղորդակցման աղբյուրը (Կոմունիկատոր)
18. Քաղաքական հաղորդակցման օբյեկտը(ռեցեպիենտ)
19. Տեղեկատվության կողավորման և ապակողավորման գործընթացը
20. Քաղաքական հաղորդակցման լեզվի հիմնախնդիրները
21. Քաղաքական հաղորդակցման տեսակները
22. Մենախոսային քաղաքական հաղորդակցում
23. Երկխոսական քաղաքական հաղորդակցություններ

24. Ներքաղաքական հաղորդակցության խողովակները
25. Արտաքին քաղաքական հաղորդակցությունների իրականացման եղանակները
26. Միջմշակութային քաղաքական հաղորդակցություններ
27. Կոնֆլիկտային քաղաքական հաղորդակցություններ
28. Ֆորմալ և ոչ ֆորմալ քաղաքական հաղորդակցություններ
29. Վերբալ հաղորդակցման առանձնահատկությունները
30. Քաղաքական հաղորդակցման ոչ վերբալ բաղադրատարրերը
31. Ընկալման հիմնախնդիրը քաղաքական հաղորդակցման գործընթացում
32. Զանգվածային և ոչ զանգվածային քաղաքական հաղորդակցություններ
33. Մարքետինգային հաղորդակցություններ
34. Ոչ մարքետինգային քաղաքական հաղորդակցություններ
35. Քաղաքական հաղորդակցման մակարդակները
36. Քաղաքական հաղորդակցման սեմանտիկական մակարդակը
37. Հաղորդակցական գործընթացի տեխնիկական մակարդակը
38. Քաղաքական հաղորդակցման ազդեցիկային(ինֆլյուկտիվ) մակարդակը
39. PR տեխնոլոգիաները քաղաքական հաղորդակցման գործընթացում
40. PR-ի սահմանումը
41. «Սև», «սպիտակ» և գունավոր PR տեխնոլոգիաներ
42. Քաղաքական և պետական PR ինստիտուտների գործունեության առանձնահատկությունները
43. Քաղաքական իմիջի ձևավորումը որպես PR գործընթաց
44. Քաղաքական իմիջի տեսակները
45. Քաղաքական գովազդ
46. Քաղաքական գովազդի կազմակերպումը. էթիկայի և արդյունավետության խնդիրները
47. Քաղաքական գովազդի սոցիալական նշանակությունը
48. Քարոզչական մեխանիզմների կիրառումը քաղաքական հաղորդակցման գործընթացում
49. Քաղաքական ագիտացիա
50. ԶԼՄ-ները որպես քաղաքական հաղորդակցման միջոցներ
51. Մամուլը որպես քաղաքական հաղորդակցման միջոց
52. Հեռուստալրատվամիջոցները որպես զանգվածային հաղորդակցության միջոց
53. Հեռուստատեսային հաղորդակցման առանձնահատկությունները
54. ԶԼՄ-ները որպես քաղաքական մանիպուլյացիայի գործիք

55. Մանիպուլյացիոն ազդեցության ձևերը
56. Մեդիակրատիայի առանձնահատկությունները
57. Հասարակական կարծիքի դերակատարությունը քաղաքական հաղորդակցման գործընթացում
58. Հասարակական կարծիքի ձևավորման ուղիներն ու ձևերը
59. Նոր տեխնոլոգիական հնարավորությունների կիրառումը քաղաքական հաղորդակցման գործընթացում
60. Ինֆորմացիոն հասարակության հիմնախնդիրները
61. Էլեկտրոնային հաղորդակցության հնարավորությունները հասարակական զարգացման արդի փուլում
62. Էլեկտրոնային հաղորդակցության դրական և բացասական կողմերը
63. Ինտերնետը որպես քաղաքական հաղորդակցման միջոց
64. Ինտերնետի ազդեցությունը տեղեկատվական դաշտի և անհատի վրա XXI դարում
65. ՀՀ նոր քաղաքական համակարգի կայացման ու տեղեկատվական – հաղորդակցական ենթահամակարգի գործառնության հիմնախնդիրները
66. Քաղաքական հաղորդակցման ձևավորման փուլերը Հայաստանում
67. Ներքաղաքական հաղորդակցման հիմնախնդիրները ՀՀ-ում
68. Հայաստանի քաղաքական հաղորդակցման դաշտի բնութագրությունը
69. Հայկական ՋԼՄ-ների կայացման գործընթացը
70. ՋԼՄ-ների գործունեության իրավական կարգավորման խնդիրները ՀՀ-ում
71. Հայկական հեռուստաալիքների քաղաքական հաղորդումների ոճերի տիպաբանությունը
72. ՀՀ պետական PR ինստիտուտների գործունեության առանձնահատկությունները
73. ՀՀ կուսակցությունների քաղաքական հաղորդակցման իրականացման ձևերն ու մեխանիզմները
74. Հայկական ինտերնետը որպես քաղաքական հաղորդակցման միջոց. ազդեցությունը քաղաքական գործընթացների վրա
75. Հայ հասարակությունը և տեղեկատվական անվտանգության հիմնախնդիրները

**Քաղաքական կառավարման և  
քաղաքական վելուծության ամբիոնի վարիչ՝**

**Մ. Մարգարյան**

## ՀԻՄՆԱԿԱՆ ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ

1. ՀՀ Սահմանադրություն, Եր. 2008թ.
2. «Զանգվածային լրատվության միջոցներում Հայաստանի 2003թ.-ի նախագահական և խորհրդարանական ընտրությունների լուսաբանման մոնիտորինգ», Եր.,2003:
3. Էլեկտրոնային կառավարություն. Պաշտոնական վեբ էջեր, 2003, // [www.gateway.am](http://www.gateway.am):
4. Մկրտչյան Ա., Նոր տեղեկատվական-հաղորդակցական տեխնոլոգիաները Հայաստանի լրատվամիջոցներում (սոցիոլոգիական հետազոտություն), Եր.,2004:
5. Анисимова Т.В. «Психология политической коммуникации» СПбГУ, 2004
6. Бернет Дж., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход. СПб.,2001.
7. Бодалев А.А. Психология общения. М.,2002.
8. Вершинин М.С. Политическая коммуникация в информационном обществе. СПб.,2001.
9. Грушевицкая Т.Г. Основы межкультурной коммуникации. М. 2003
10. Зверинцев А.Б. Коммуникативный менеджмент. СПб.,1997.
11. Информационные технологии в маркетинге: Учебник для вузов (под ред. Г.А. Титоренко). М.,2000.
12. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. М.,2010.
13. Конечкая В.П. Социология коммуникации. М.,1997.
14. Мельник Г.С. Реклама: внушение и манипуляция. М.,2001.

## ԱՐԱՑՈՒՑԻՉ ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ

15. Михеев А. Интернет и демократия: как новые информационные технологии влияют на политический процесс, // [www.i-u.ru/biblio/archive/miheev](http://www.i-u.ru/biblio/archive/miheev).
16. Ньюсом Д., Терк Дж.В., Крукеберг Д. Все о PR. Теория и практика публичных рилейшнз. М.,2010.
17. Ольшанский Д.В. Политический PR. СПб.,2003.
18. Политические коммуникации: Учеб. пособие для студентов вузов (под ред. А.И. Соловьева). М.,2004.
19. Политический менеджмент: Учеб. пособие (под. общ. ред. В.М. Жукова, А.В. Карпова, Л.Г. Латева). М.,2004.
20. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. М.,К.,2003.