

**ԱՌԱՐԿԱՅԱԿԱՆ ՆԿԱՐԱԳԻՐ
ԳՈՎԱԶԴՐԱԾ ԶԼՄ-ՆԵՐՈՒՄ**

ՖԱԿՈՒԼՏԵՏ

ՊԱՏՄԱԲԱՆԱՍԻՐԱԿԱՆ

ԱՄԲԻՈՆ

ՀԱՅ ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅԱՆ, ՆՐԱ ԴԱՍԱՎԱՆԴՄԱՆ ՄԵԹՈԴԻԿԱՅԻ ԵՎ ԼՐԱԳՐՈՒԹՅԱՆ

ԱՌԱՐԿԱՅԻ ԱՆՎԱՆՈՒՄ ԵՎ ԸՆԹԱՑԻԿ ՄՈԴՈՒԼ

ԳՈՎԱԶԴՐԱԾ ԶԼՄ-ՆԵՐՈՒՄ

ԱՌԱՐԿԱՅԻ ԴԱՍԻՉ ԵՎ ՄՈԴՈՒԼՆԵՐԻ ՔԱՆԱԿ

1609B4/20

ՄԱՍՆԱԳԻՏՈՒԹՅՈՒՆ

ԼՐԱԳՐՈՒԹՅՈՒՆ

ԿՈՒՐՍ/ԿԻՍԱՄՅԱԿ

4-րդ կուրս, 1-ին կիսամյակ

ԴԱՍԸՆԹԱՑԻ ՆՊԱՏԱԿԸ

Դասընթացի նպատակն է ներկայացնել գովազդի տեղն ու դերը զանգվածային լրատվության միջոցներում, նրա արդյունավետությունն ու առանձնահատկությունները տարբեր ՉԼՄ-ներում, ծանոթացնել գովազդի նշանակությանը, պատմությանը, տիպաբանությանը և այլն:

ԿՐԹԱԿԱՆ ՎԵՐՋՆԱՐԴՅՈՒՆՔՆԵՐԸ

- ԳԻՏԵԼԻՔ գովազդի նշանակությունը ՉԼՄ-ների համար, լրատվամիջոցների «գովազդային կախվածությունը և քաղաքական անկախությունը, հեռուստահաղորդումների հիմնական գովազդային տեսակները:
- ԿԱՐՈՂՈՒԹՅՈՒՆ տարբերակել գովազդի տարածման միջոցների առանձնահատկությունները, ապրանքային, քաղաքական և սոցիալական գովազդի յուրահատկությունները, դրանց կառուցման սկզբունքները, ստեղծել հրապուրիչ դիզայնում ամփոփված գովազդային տպավորիչ տեքստ ու հոլովակ:
- ՀՄՏՈՒԹՅՈՒՆ գովազդի ներգործության բարձրացման և դրա արդյունավետության գնահատման մեթոդներին, համացանցի ընձեռած նոր հնարավորություններին, ՀՀ «Գովազդի մասին և հարակից օրենսդրությանը:

ԴԱՍԸՆԹԱՑԻ ՆԿԱՐԱԳԻՐ

- ԿՐԵԴԻՏՆԵՐԻ ՔԱՆԱԿ - 2
- ԼՍԱՐԱՅԻՆ ԺԱՄ - 22
- ԴԱՍԱԽՈՍՈՒԹՅՈՒՆ - 12
- ՍԵՄԻՆԱՐ ՊԱՐԱՊՄՈՒՆՔ - 10
- ՇԱԲԱԹԱԿԱՆ ԺԱՄ - 2

ՆԱԽԱՊԱՅՄԱՆՆԵՐ

Նախնական գիտելիքներ հասարակագիտության, սոցիալիստական և կապիտալիստական համակարգերի և պլանային ու շուկայական տնտեսավարման առանձնահատկությունների, մրցակցությունն իրանող գովազդի դերի մասին:

ԴԱՍԱՎԱՆԴՄԱՆ ԵՎ
ՈՒՍՈՒՄՆԱՌՈՒԹՅԱՆ
ՄԵԹՈԴՆԵՐ

Դասախոսություն
Ինքնուրույն աշխատանք, սեմինար

ԴԱՍԸՆԹԱՑԻ ՀԱՄԱՌՈՏ
ԲՈՎԱՆԴԱԿՈՒԹՅՈՒՆ

- Ի՞նչ է գովազդը:
- Գովազդի պատմությունը:
- Գովազդային գործունեությունը վերակառուցման ժամանակաշրջանում (1986թ.):
- Քաղաքական գովազդի ծնունդը:
- Գովազդի արդյունավետությունը շուկայական հարաբերություններում :
- Գովազդի տեսակները՝ տեղեկատվական, խրատական-հորդորական, հիշեցնող, հեղինակային, կանխիչ կամ նախազգուշական, պաշտպանական կամ կորպորատիվ, ազդեցիկային, նույնատիպ, տարաբնույթ և այլն:
- Գովազդի մասին օրենքը:
- Գովազդի տարածման միջոցները. փոստային առաքումներ, արտաքին գովազդ, գովազդ, հեռուստագովազդ, ռադիոգովազդ, լրագրային գովազդ:

ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ
ՀԻՄՆԱԿԱՆ

1. Журналист.- журнал, МОСКВА, 1990-2007 гг.
2. Справочник журналиста.- МОСКВА, 1988г

ԼՐԱՑՈՒՑԻՉ

1. ՀՀ «Գովազդի մասին» օրենքը:
2. Լլոյդ Դոնալդսոն, «Թերթը և շուկան», Երևան 2001:
3. Б.А.Борисов, Технологии рекламы и PR, Москва, 2001г.
4. Р. И. Мокшанцев, Психология рекламы, Новосибирск, 2001г.

ՍՏՈՒԳՄԱՆ ԵՎ
ԳՆԱՀԱՏՄԱՆ ՁԵՎԵՐԸ

Ամփոփիչ գրավոր ստուգում
Ամփոփիչ ստուգումը գրավոր է՝ 100 միավոր առավելագույն արժեքով: Քննական հարցատոմսը պարունակում է 3 հարց՝ 30, 30, 40 միավորային արժեքով:

Ուսանողի ծանրաբեռնվածության աշխատաժամանակը կրեդիտ/կրեդիտժամ-2/60

Հ/Հ	Թ ե մ ա	Լսարանային ժամեր					Ուսանողի ինքնուրույն աշխատաժամանակը	Ուսանողի ընդհանուր աշխատաժամանակը
		Գասախտություն	Գործնական	Լաբորատոր	Մեմինար	Ուս. պրակտիկա		
1.	Գովազդի պատմությունից. ինչպես է ծնունդ առել գովազդը: Գովազդը Հին Հունաստանում և ԱՄՆ-ում, Ռուսաստանում:	2					3	5
2.	Գովազդի լճացման տարիները :				2		2	4
3.	Գովազդը որպես մարքեթինգային հաղորդակցության միակ ձև (1991-93թթ.):	2					3	5
4.	Գովազդային գործունեությունը վերակառուցման ժամանակաշրջանում (1986թ.):	2					2	4
5.	Քաղաքական գովազդի ծնունդը:				2		3	5
6.	Գովազդի տարատեսակները՝ տեղեկատվական, խրատական-հորդորական, հիշեցնող, հեղինակային, կանխիչ կամ նախազգուշական, պաշտպանական կամ կորպորատիվ, ագրեսիվային, նույնատիպ, տարաբնույթ և այլն:	2					4	6
7.	Գովազդի տարածման միջոցները. փոստային առաքումներ, արտաքին գովազդ, տրանսպորտային գովազդ, հեռուստագովազդ, ռադիոգովազդ, լրագրային գովազդ:	2					4	4
8.	Գովազդի արդյունավետությունը շուկայական հարաբերություններում:				2		4	6
9.	Գովազդային տեքստի կառուցվածքը, առանձնահատկությունները:	2					4	6
10.	ՀՀ Գովազդի մասին օրենքը: Գովազդային կազմակերպություն:				2		2	4
11.	Գովազդի կարևոր տարրերը: Գովազդային նյութեր: Գովազդային հայտարարությունը թերթում. բովանդակություն և ձև:				2		2	4
Ամփոփիչ ստուգում								7
Ընդամենը								60