



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



EURASIA FOUNDATION



# 5 դաս Դուրս եկեք

«Օգտակար հաղորդակցություններ»  
դասընթաց Գենադի Զախարով CAYLA  
2020 թ

**EFFECTIVE  
COMMUNICATION COURSE  
(OCTOBER - NOVEMBER 2020)**



## Գենարի Զախարով

Թվային մարքեթինգ, կորպորատիվ  
ուսուցում, սոցիալական մեդիա,  
ռազմավարություն,  
ապրանքանիշի կառավարում

Ես ինտերնետ մարքեթինգի  
մասնագետ եմ՝ 5 տարվա փորձով: Ես  
ստեղծել, վերապատրաստել և  
ղեկավարել եմ ինտերնետ  
շուկայավարների թիմեր՝ 4-ից 30  
հոգուց:

Նա է Վերնի Կապիտալ, ՍԱՐՍԱՓԵԼԻ,  
Շոկոլոնտանիք,  
Ես աշխատել եմ Wikimedia-ի նման  
ընկերությունների հետ: Աշխատել  
համալսարանում  
և անհատական խորհրդատվություններ  
Ես թվային մարքեթինգ եմ սովորեցրել  
ավելի քան 200 հոգու առցանց  
դասընթացներում:

# Դասընթաց թեմա

Դասընթացը կենտրոնանում է գլոբալ հետկորոնավիրուսային

տնտեսության թվային և օֆլայն տարածության վրա

առաջնորդների կողմից դրված նպատակներին հասնելու համար

ռազմավարու

թյունները

նկարագրված

են

կապի և

տեխնոլոգիաների

- Դաս 1. Թվային միջավայրում հաղորդակցության հիմունքները
- Դաս 2. Անձնական ապրանքանիշ
- Դաս 3. Ռազմավարական մտածողությունը հաղորդակցության մեջ
- Դաս 4. Խոչընդոտների հաղթահարում
- Դաս 5. Լույսի շեղում

5 դաս.

# Լույսի շեղում

1. Ներկայացման կառուցվածքը
2. Դիզայն
3. Պատրաստ ամեն ինչի լինել!
4. Վերելակի խաղաղաշտ



# Ներկայացման կառուցվածքը

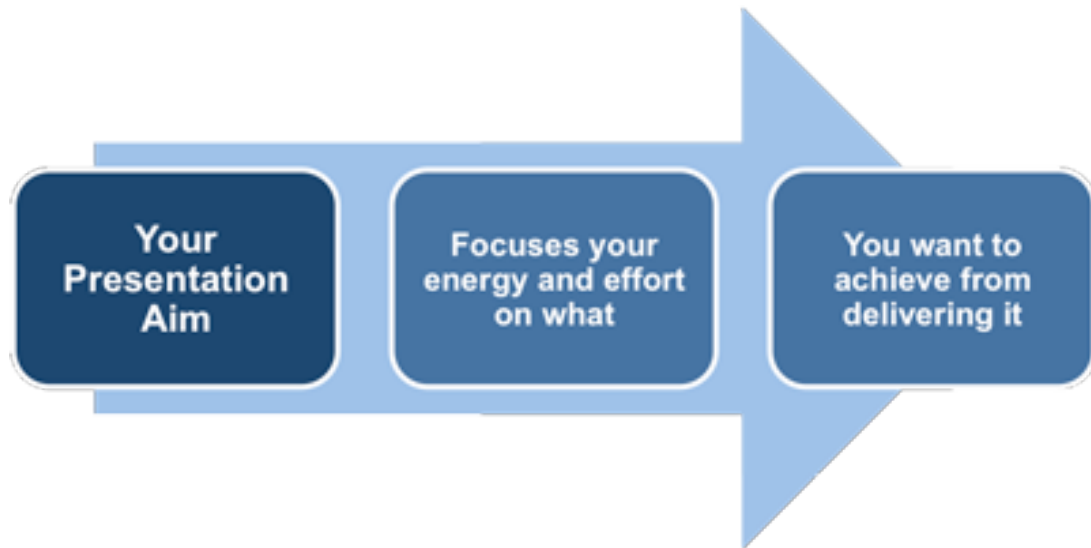
Մենք որոշում ենք շնորհանդեսի նպատակը, լսարանը և հիմնական ուղերձը: Պատրաստվում ենք պատմել հետաքրքիր ու հիշարժան պատմություն:

# 4 հիմնական քայլ



1. Հիմնական ներկայացում և ի լրումն որոշել նպատակները
2. Ուսումնասիրեք ձեր լսարանը, հարմարեցնել բովանդակությունը
3. Բացահայտեք հիմնական կետերը նկարել
4. Հաղորդագրության եզրագիծ

# Քայլ 1 - Ներկայացման պարտավորությունները

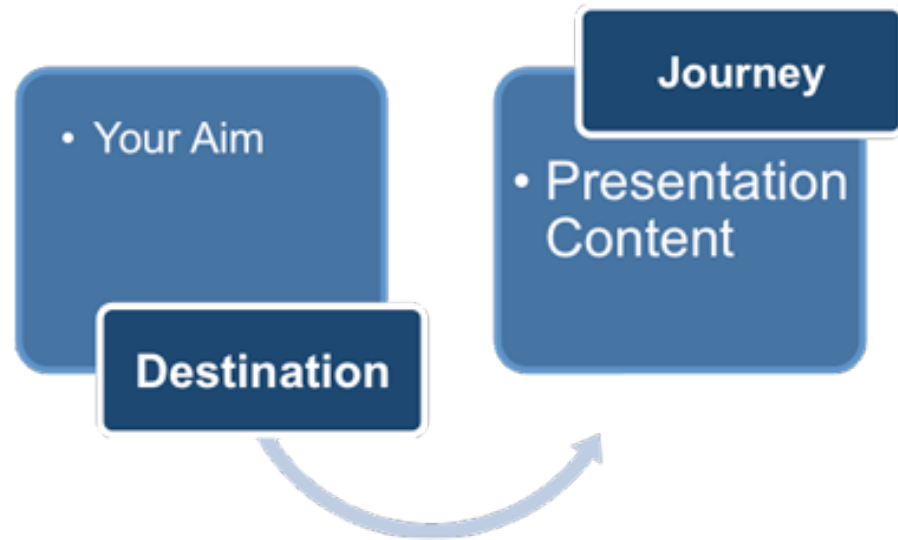


- Ներկայացումը ներկայացնելու լավագույն միջոցը պատմվածքն է: Սա պատմության բարոյականությունը շնորհանդեսի հիմնական նպատակը է.
- Նպատակները հիմնական են և լրացուցիչ է
- Ընդհանուր նպատակների մեջ պրեզենտացիաներ կան, ստորագրեք համոզվեք, որ առաքում եք

# Քայլ 1 - ներկայացման պարտավորությունները

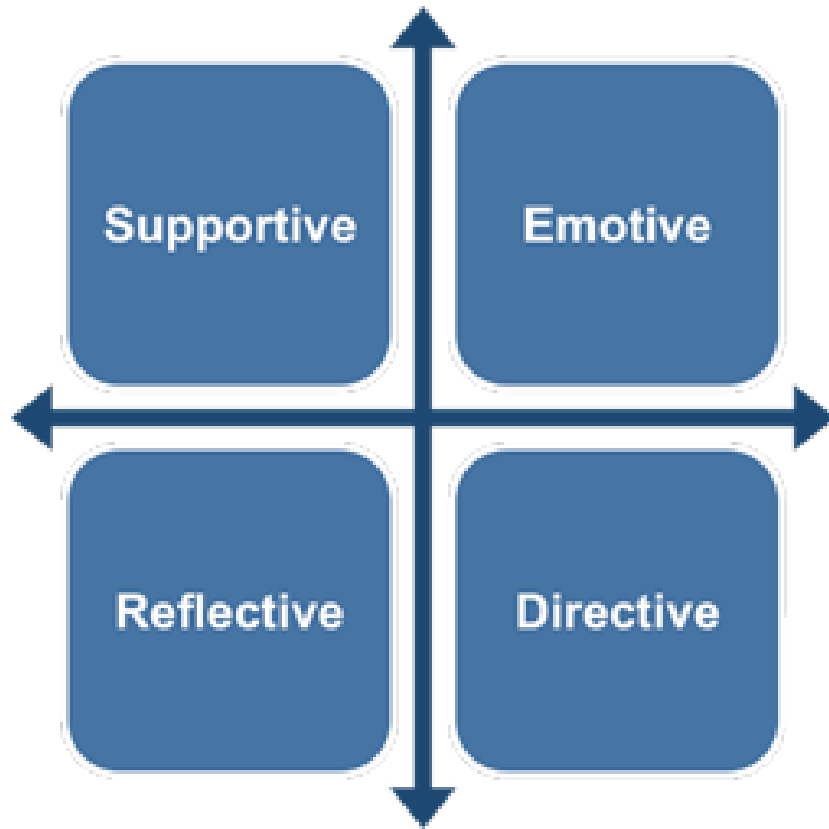
Կառավարման հաշվապահական հաշվառման նպատակների օրինակները ներառում են.

1. Տեղեկացրեք ղեկավարությանը ծրագրի առաջընթացի մասին
2. Ծրագրի շրջանակներում նորարարական փորձերի մասին մտածիր այդ մասին
3. Ապագայում  
ֆինանսավորում հիմք դնել  
ընդլայնման համար



# Քայլ 2 - Հանդիսատեսի հետազոտություն

Մենինգ և ReeceProfiling

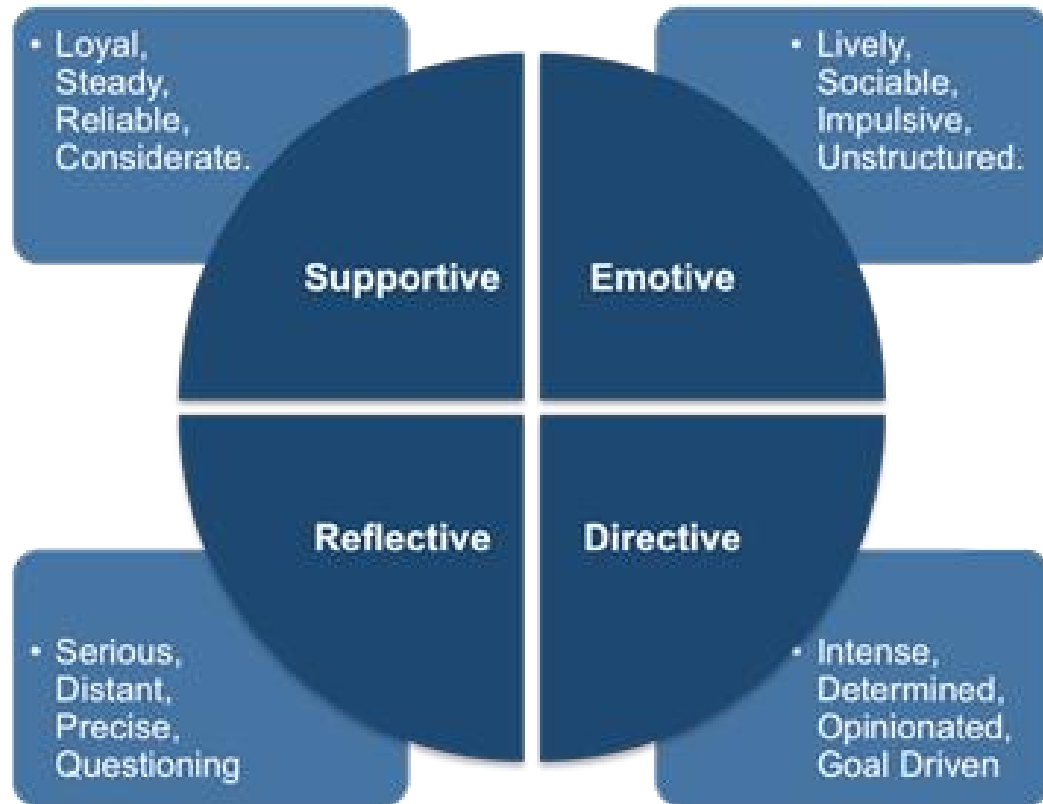


Հանդիսատեսի պրոֆիլավորման մոդելը ենթադրում է, որ ձեր լսարանի անդամները դասվում են չորս կատեգորիաներից մեկի՝ աջակցող, զգացմունքային, ուղղորդող և արտացոլող:

Ձեզ համար հեշտ է որպես վարորդ տալիս է չորս դիսկրետ վարքագիծ, որոնք կարելի է ճանաչել և կանխատեսել:

# Քայլ 2 - Հանդիսատեսի հետազոտություն

Մենինգ և ReeceProfiling



Հորիզոնական առանցքի վրա ճնշման մակարդակն է, բանախոսի գերակայությունը հանդիսատեսի նկատմամբ, ուղղահայաց առանցքի վրա՝ հաղորդակցության մակարդակը:

Այս մարդկանցից յուրաքանչյուրը հանդիսատեսի և նրանց ընդհանուր, որ յուրաքանչյուրն առաջարկում է մի բաժանեք թվի կոտորակը.

# Քայլ 2 - Հանդիսատեսի հետազոտություն

Մենինգ և ReeceProfiling

Աջակցող անձնավորությունները շատ բազմակարծիք են և գերակայության բարձր մակարդակ ունեն և հաճախ վախենում են փոփոխություններից: Նրանք ազնիվ, մակարդակով, ուժեղ, հուսալի և լավ աշխատողներ են:

Զգացմունքային անհատականությունները նրանք են, ովքեր գործում են՝ նայելով ուրիշներին,

ամբողջ պատկերը նայելով ամենափոքր մանրուքներից:

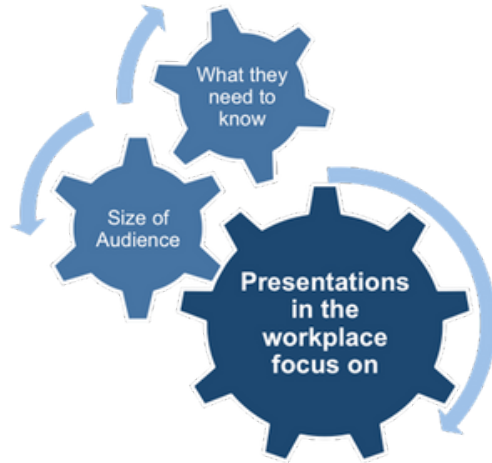
մարդիկ, ովքեր նախընտրում են. նրանք սովորաբար բաց են, կենսուրախ, ինքնաբուխ, ողջունելի փոփոխություններ:

Ուղղորդող անձնավորությունները սիրում են տիրել, բայց ոչ տիրել: Նրանք հաճախ ագրեսիվ են թվում,

նրանք ճանաչվում են որպես եռանդուն, պահանջկոտ, վճռական և ինքնամփոփ մարդիկ, հատկապես նրանք հաստատականություն են ցուցաբերում նրանց նկատմամբ, ովքեր հակադրվում են իրենց նպատակներին և իդեալներին աշխատանքում: Ռեֆլեքսիվ անձինք այն մարդիկ են, ովքեր աչքի չեն ընկնում խոնարհության և մարդամոտության կողմից: Նրանք լուրջ են, ճշգրիտ և հաճախակի հարցեր են տալիս: Նրանք հաճախ ինժեների նման պաշտոններ են ստանում ներդրողների մոտ, քանի որ ուշադրություն են դարձնում խնդրի մանրամասներին:

# Քայլ 2 - Հանդիսատեսի հետազոտություն

Մենինգ և Reece Profiling



Presentation Aim: Show benefits of the recent investment.		
Your Team	Needs to know	Impact and changes to operational processes and procedures
Senior Management		Savings & efficiencies gained
Other Group		The new benefits they will have

Պրոֆիլավորումը անկատար գործիք է: Բայց, ամենայն հավանականությամբ, դուք հանդիսատեսն եք հրավիրում է տրամաբանական մտածել կազմի մասին: Գիտակցված ջանքեր գործադրեք՝ գնահատելու ձեր լսարանի կարիքները:

Որոշեցին, որ նա պետք է խոսի և ներկայացնի: Ձեր առաքելությունն է մարդկանց համախմբել թեման, կամ գոնե դու որպեսզի հասկանաք ասվածի իմաստը:



# Քայլ 3 – Հիմնական հաղորդագրություն



Ստեղծեք ձեր հիմնական հաղորդագրությունը  
Լավ միջոց է բացատրել շնորհանդեսի  
նպատակը՝ առանց զոնդերի  
քեզ ինչ-որ կարևոր բան ասա  
երբ հանդիսատեսը հասկանում է, որ այն գալիս է  
անմիջապես հետաքրքրվեց.

- Հիմնական ուղերձը չպետք է բարդ լինի: Միայն  
հանդիսատեսը պատրաստ չէ  
Պետք է հնարավորինս քիչ բառերով բացատրել,  
որ նա պետք է ուշադրություն դարձնի:  
Մեծ կամ մեծ մարդկանց խոսքեր

# Քայլ 3 – Հիմնական հաղորդագրություն

Սովորաբար, աշխատանքային ներկայացումներում

հանդիսատեսը քաղաքավարի է և տեղին:

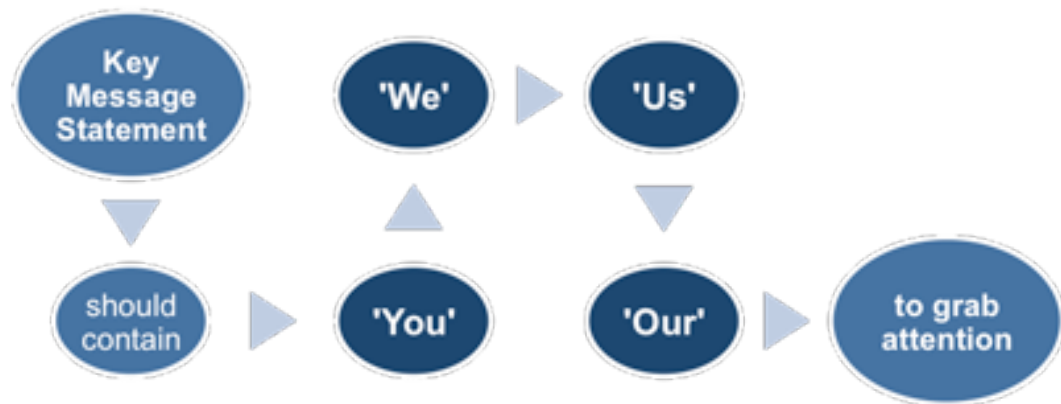
Հատուկ ուշադրություն ձեզ վրա 30

վայրկյանում նկարող ես թարգմանել:

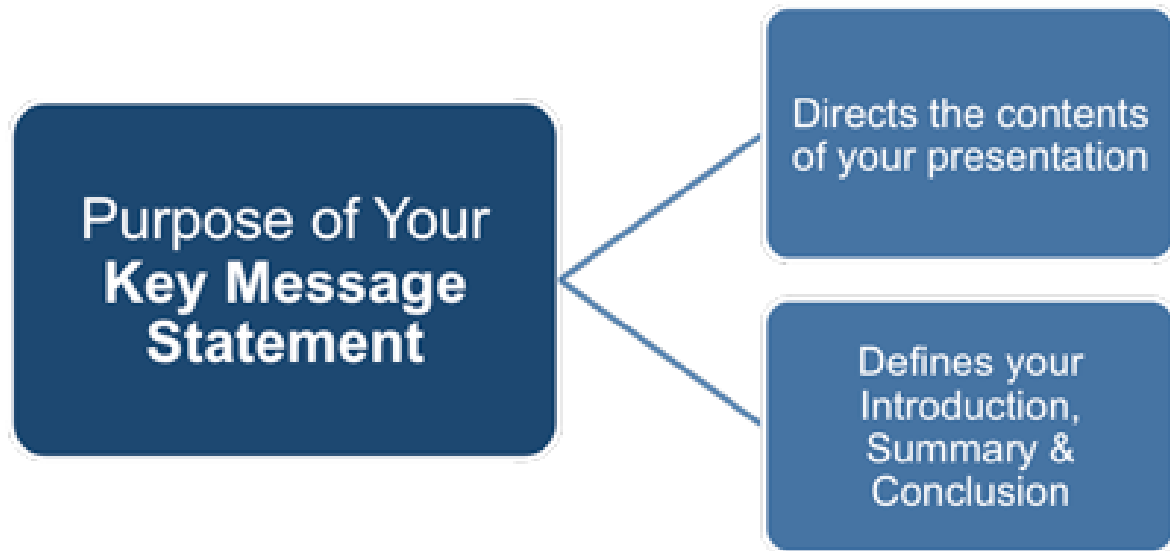
- Այո, նրանցից շատերն են ձեր ներկայացումն անմիջապես նրանց

- Հիմնական ուղերձն այն է, եթե դուք չունեք այն հիշ կասեք, եթե ընդամենը տասը վայրկյան

ունենայիք: դու էիր Այսպիսով, դրանք գրեթե մարված են եթե չհասկանա իր ազդեցությունը, այն կմարվի:



# Քայլ 3 – Հիմնական հաղորդագրություն



Հիմնական հաղորդագրությունն օգնում է երկու առաջադրանք կատարել.

1. Նախ վերցրեք ներկայացման տվյալները ավելի հեշտ է որոշել, թե արդյոք թողնել ծիսելը կլինի.

2. Երկրորդ՝ ներածությունը, բովանդակությունը և արագ գրիր եզրակացությունը օգնում է.

Ներկայացման ստեղծման առաջին փուլում

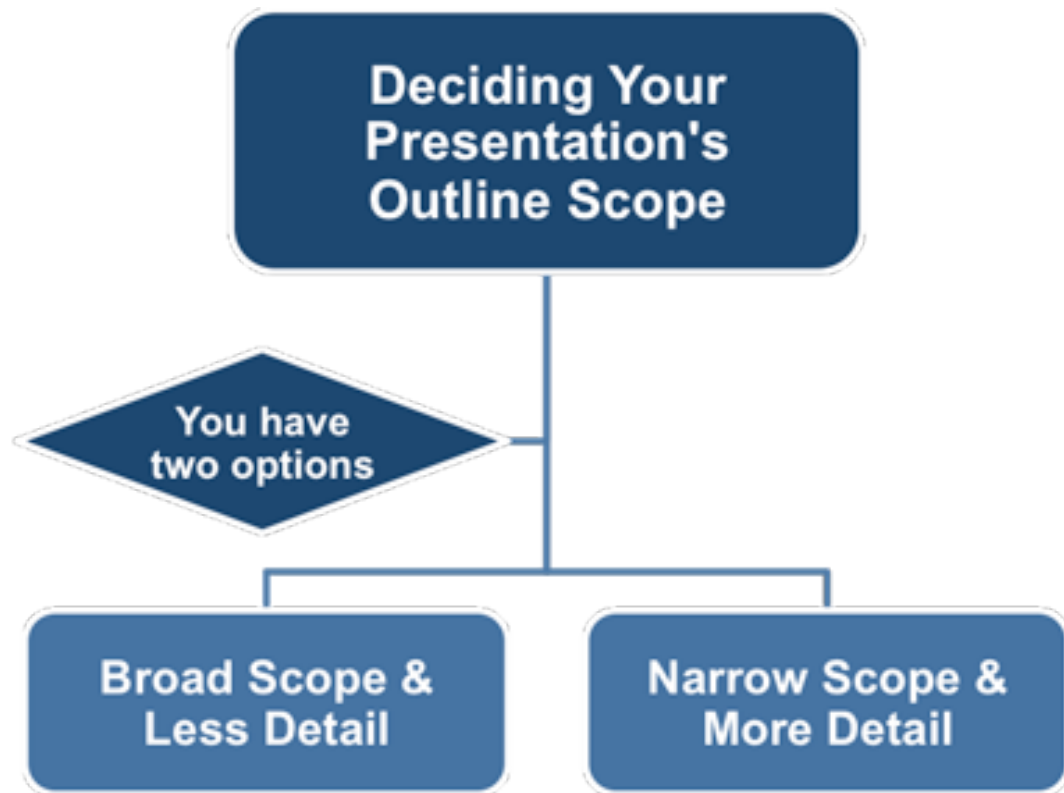
չատ ժամանակ մի ծախսեք հիմնական

հաղորդագրության վրա, քանի որ այն ավելի

չատ ընթացքի մեջ է.

ժամանակը փոխվում է.

# Քայլ 4 - Սահմանակ

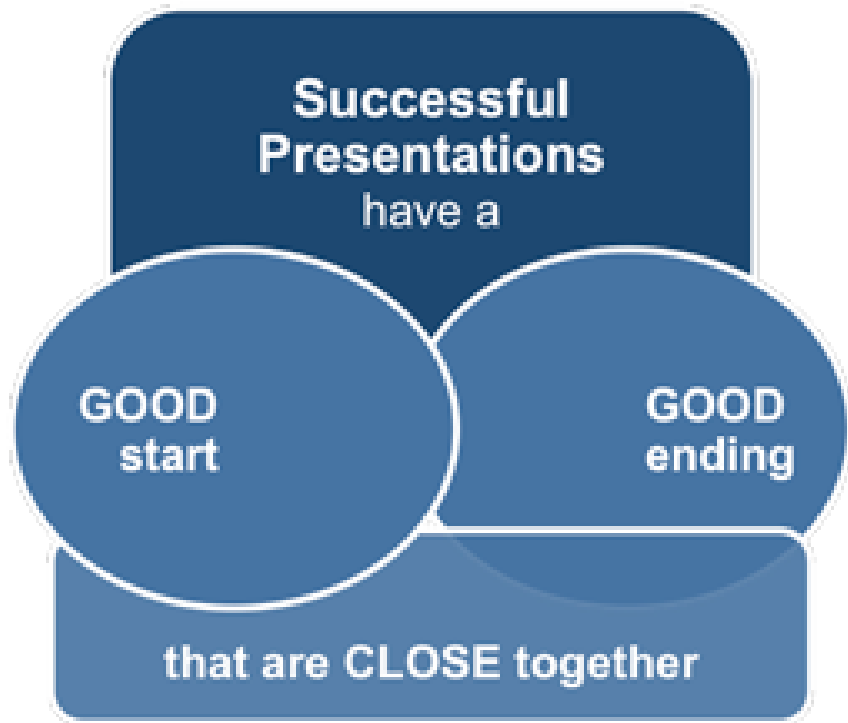


Ձեր հիմնական հաղորդագրությունը որոշելուց հետո դուք պետք է որոշեք այն նյութի շրջանակը, որը նախատեսում եք լուսաբանել:

Կախված ներկայացման նպատակից և ժամանակից, դուք պետք է ընտրեք երկու տարբերակներից մեկը.

1. Լայն տեսականի՝ ավելի քիչ մանրամասներով, կամ 2. Ավելի մանրամասն տեղեկությունների համար միջակայք.

# Քայլ 4 - Սանդղակ



Որքան լայն է մասշտաբը՝ թեման որքան փոքր է ներթափանցման խորությունը:

- Ներկայացման մեջ դիտարկված

Թեմաների շրջանակը որոշելու բան է, երբ կանգնած եք ասիին:

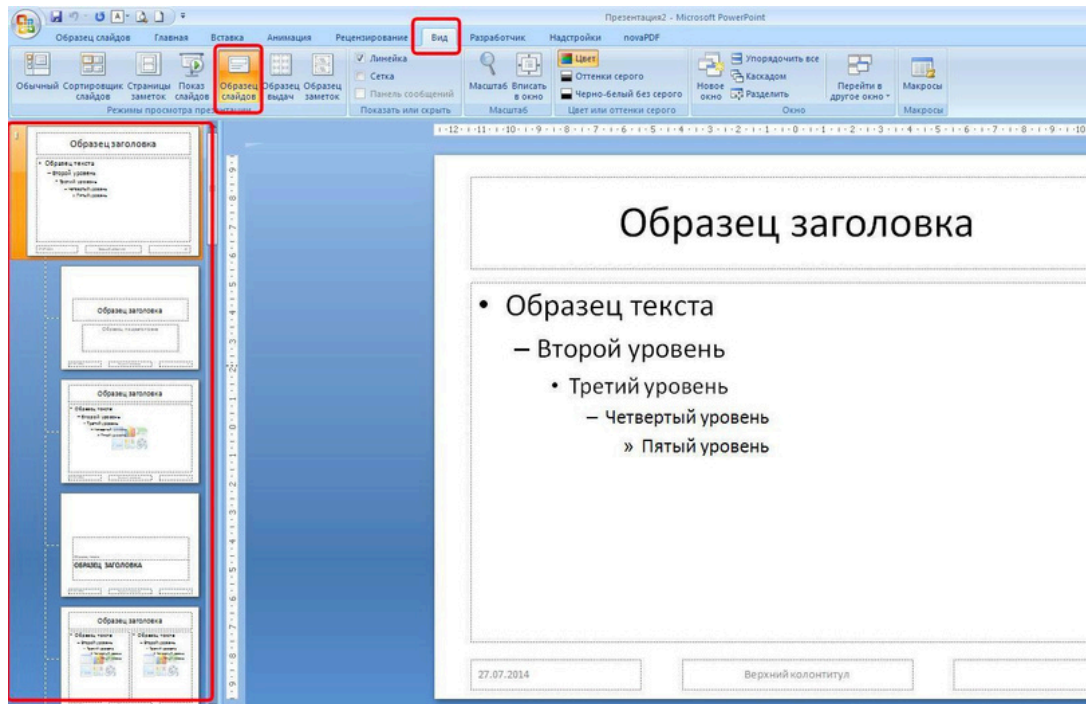
- Մարդկանց մեծամասնությունը ավելի շատ ժամանակ ունի շատ աշխատանք, այնպես որ նրանք ժամանակ չունեն չի ցանկանում առաջ ընկնել.

- Նույնիսկ լավ կառուցված և մատուցված ներկայացում, եթե հանդիսատեսը շատ երկարացրեց եթե պահվի, օգտակար չի լինի:

# Ներկայացման ձևավորում

Մենք չենք օգտագործում գույներ, ոչ գրավիչ PowerPoint  
շնորհանդեսներ: Մենք պատրաստելու ենք պրեզենտացիայի դիզայն՝  
2020-2021 թվականների միտումներին համապատասխան:

# Նախքան սկսելը. Ստեղծեք ձևանմուշ



• Ներկայացման ձևանմուշ անել, եթե մի քանիսը եթե Ձեզ անհրաժեշտ է ներկայացնել շնորհանդես, այստեղ

[օգտագործել ձեռնարկը.](#)

• Տառատեսակներ, թեմաներ, թույլ է տալիս նախապես մտածել գույներով ֆոները





# Օգտագործելով գույների փոխանակում.



**Урок 5**  
**Выход в свет**  
**Презентация проекта**

Курс «Эффективные коммуникации»  
Геннадий Захаров  
СAYLA 2020

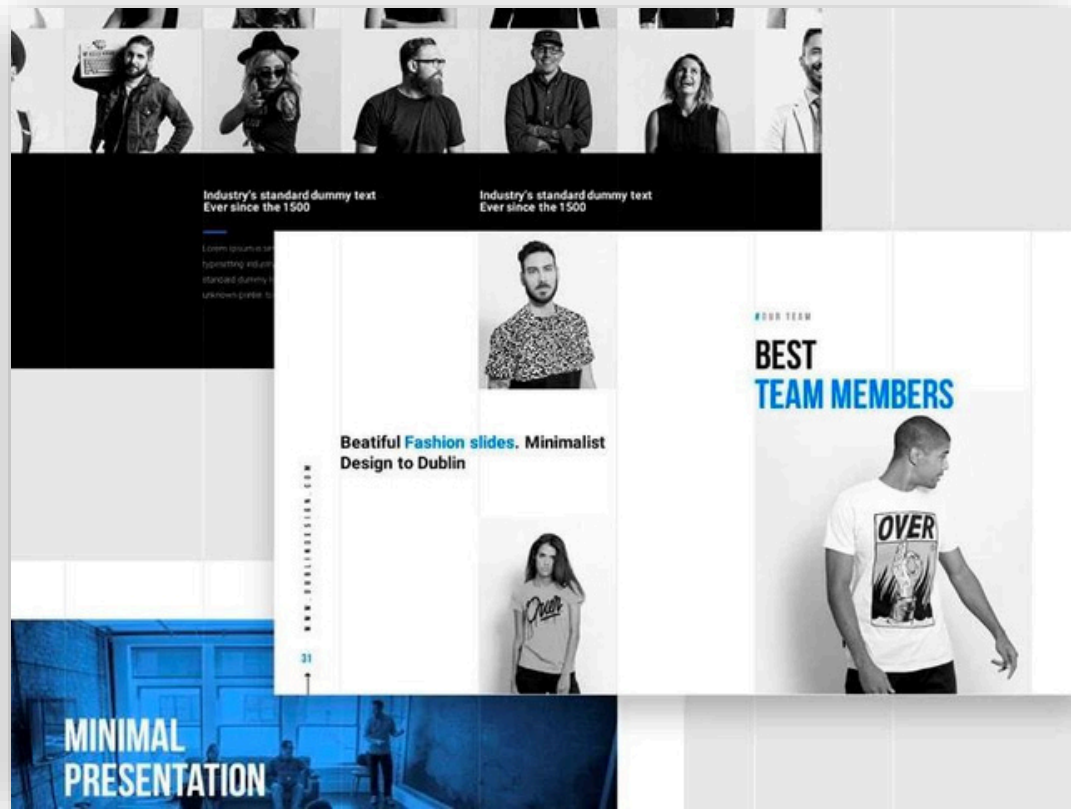
EFFECTIVE  
COMMUNICATION COURSE  
(OCTOBER - NOVEMBER 2020)

## Описание курса

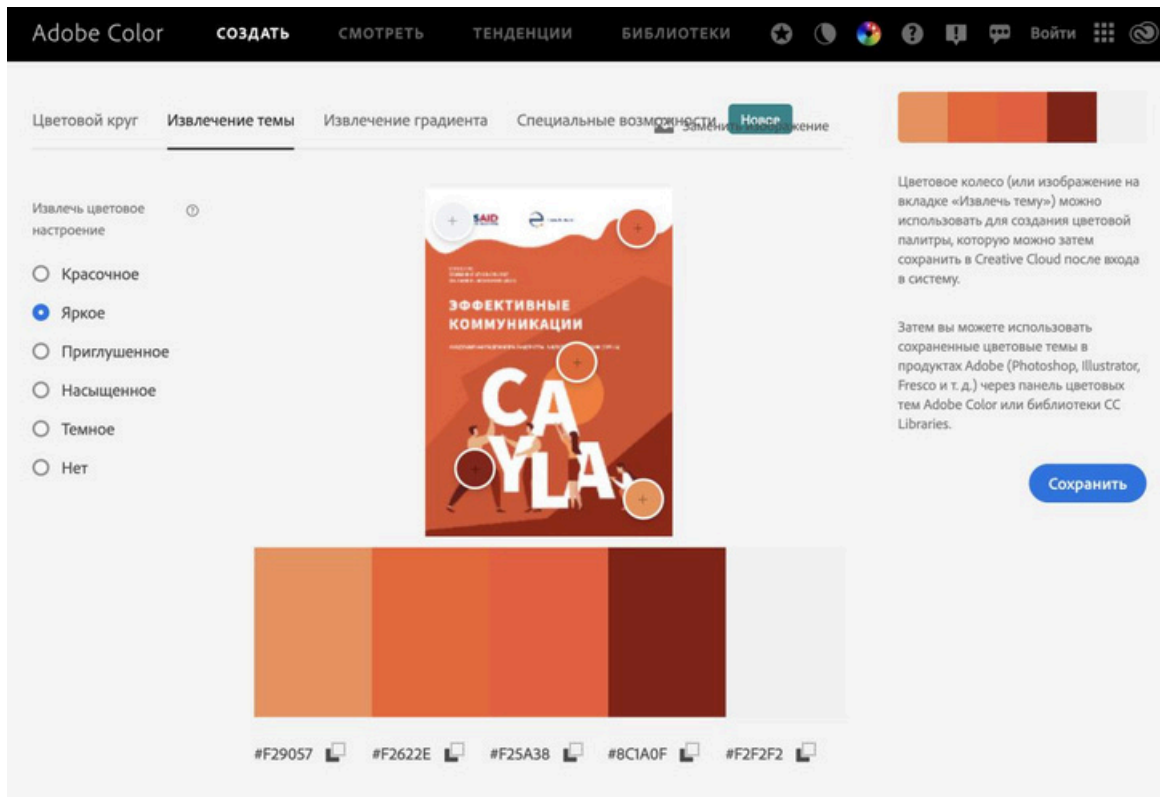
Курс описывает стратегии и технологии коммуникаций для достижения поставленных лидерами целей в цифровом и офлайн пространстве в измененных условиях глобальной пост-коронавирусной экономики

- Урок 1. Основы коммуникаций в Digital среде
- Урок 2. Личный бренд
- Урок 3. Стратегическое мышление в коммуникациях
- Урок 4. Преодолевающая барьеры
- **Урок 5. Презентация своего проекта**

# Լրացուցիչ օրինակներ.



# Համապատասխան գույներ



- Եթե գույները ինքներդ եք ընտրում  
Եթե դուք չեք ստանում Adobe Color ռեսուրսը փորձիր
- Գույներ՝ հիմնված պատկերի վրա  
այստեղ ներկապնակ, ինչպես նաև «Ուսումնասիրել» ներդիրում, այլ օգտագործողի որոշումները խանդոտ, նույնիսկ հայացքներ և դուք կարող եք տեսնել հավանումների քանակը

# Սրբապատկերներ և հարթ ձևավորում



Սրբապատկերների նպատակը՝ պարտադիր փոխարինել ոչ տեքստը և Արագացնել ուսուցումը տեղեկատվության փոխանակման միջոցով: Flaticon-ը 2020-21 թթ ինչպես հարթ սրբապատկերներ օգտագործել դիզայնը

- Դուք գտնվում եք «Փաթեթներ» բաժնում դիզայների կոնկրետ թեման նույն ոճով սրբապատկերներ

Մի մոռացեք նշել, որ դուք ստացել եք պատկերակներ Flaticon-ից. սա անվճար օգտագործման միակ պահանջն է:

# Մի օգտագործեք գրիչ տառատեսակներ:

Есть засечки  
Нет засечек

Եթե դուք սկսնակ  
դիզայներ չեք և փորձեր եք  
անում տառատեսակների  
հետ, խորհուրդ եմ տալիս  
չօգտագործել օղակաձև  
տառատեսակներ:

# Ներկայացման տառատեսակներ

Համակարգի տառատեսակներ.

Արիալ  
Արիալ նեղ

Arial Black  
(միայն թեմաների համար)

տրամաչափեր

BEBAS  
(միայն թեմաների  
համար)

Raleway

Ռոբոտ

Հելվետիկա

Circe

Բացեք Sans

Gotham Pro

Այլ տառատեսակներ.

Տառատեսակի  
հղումներ.

-Google  
տառատեսա  
կներ

-

Տառատես

ակի

Squirrel

Այլ տառատեսակներ ներառված են  
դասի ֆայլերում



# Տառատեսակների համադրում ներկայացման մեջ

Եթե նախկինում չէք անդրադարձել տառատեսակների համակցությունների թեմային

եթե դուք եք, ապա ավելի լավ է օգտագործել միայն մեկ տառատեսակի խումբ և փոխել միայն դրա տեսակը:

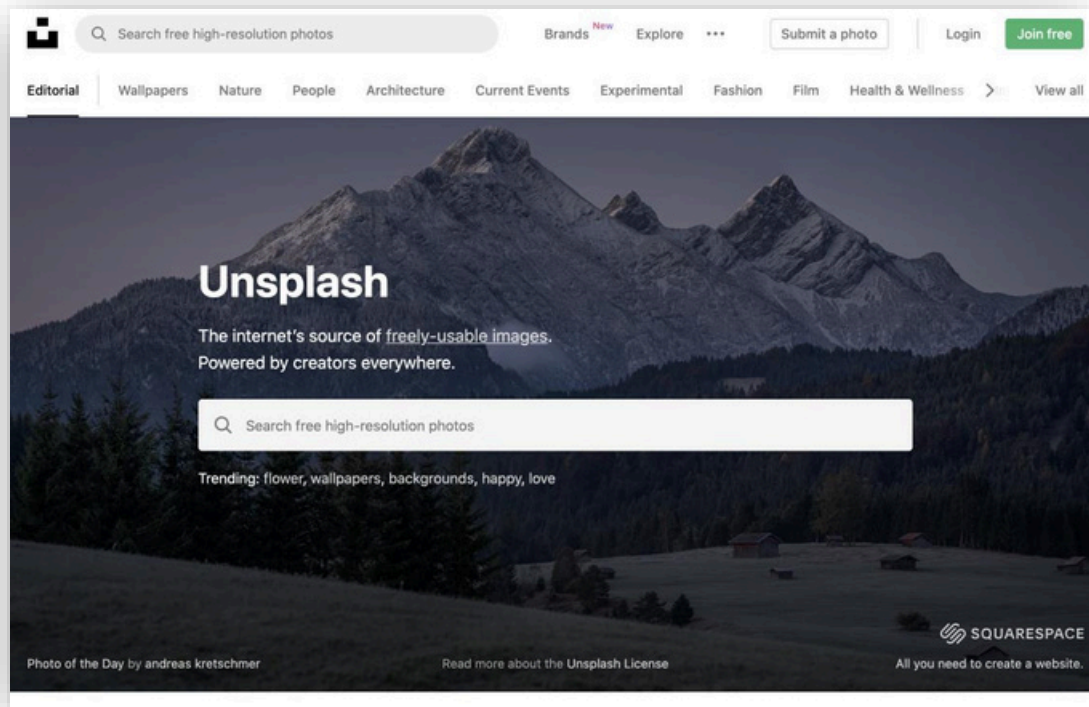
Օրինակ, Arial Black թեման, իսկ Arial-ը պարզ տեքստի համար կամ Երրորդ կողմի տառատեսակների այլընտրանքը RalewayBold թեման է և RalewayRegular տառատեսակը Արա.







# Նկարները շնորհանդեսներում



• Որոնել, եթե անհրաժեշտ չէ  
ֆոնային պատկերներ  
համակարգերում

Մի օգտագործեք որպես պատկեր:

• Լուսանկարները միայն

լուսանկարիչների կողմից

Հատուկ հրատարակելով նրանց

ստեղծագործությունները \_\_\_\_\_

ներբեռնել կայքերից.

• Դուք հետևում եք որպես աղբյուր  
կարող եք օգտագործել ռեսուրսներ՝  
flickr, unsplash, everypixel

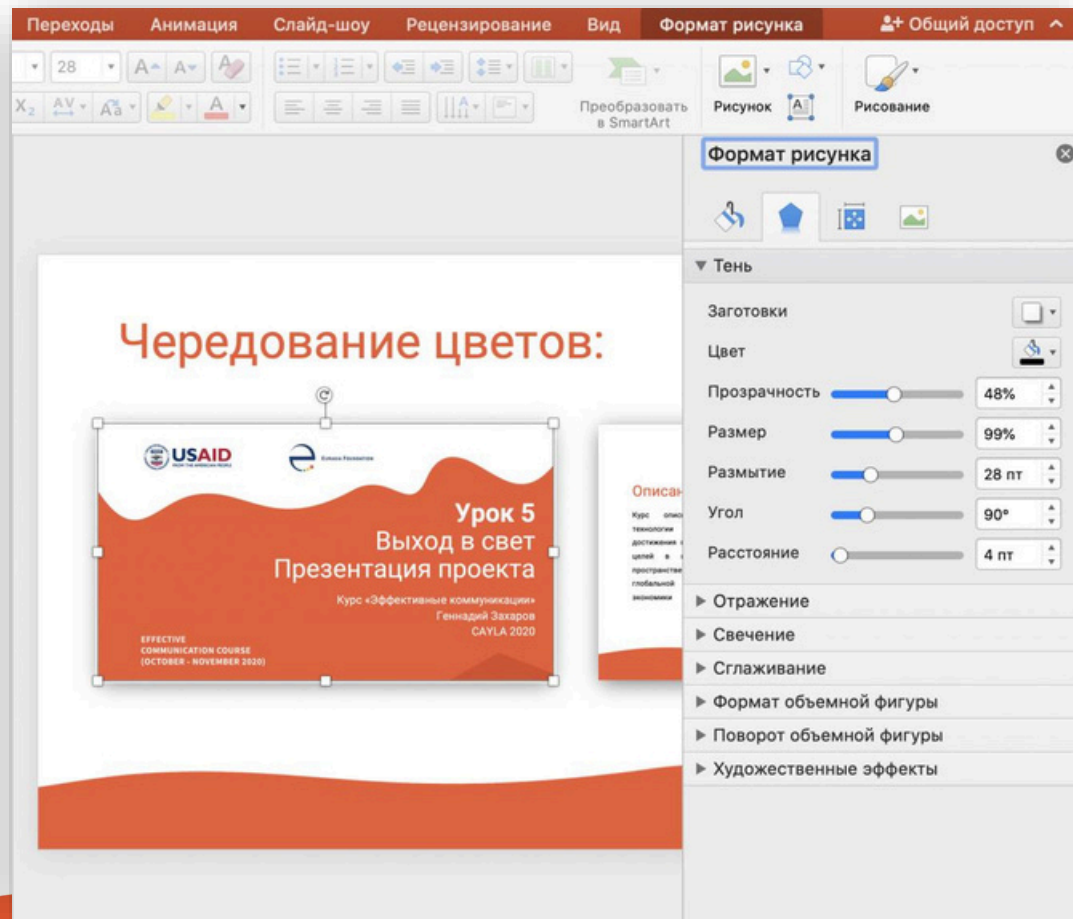
# Զգույշ եղիր! Ծպտյալ պատկերներ



- Անթափանցիկությունը որպես ֆոն բարձրորակ պատկերներ օգտագործիր այն ինձ համար 1000 պիքսել լայնությունը ըստ բարձրության:

- Թափառող նկարներ, զվարճալի մարդկանց նկարներ, ֆոնին մի օգտագործեք պատկերներ. Սա անբնական տեսք ունի.

# Ստվերը ներկայացման մեջ



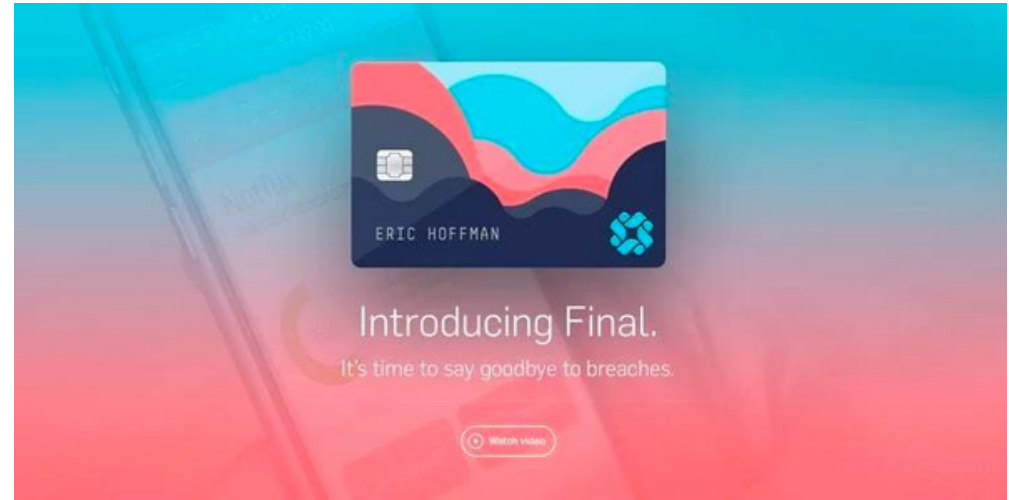
- Ստվերները չեն դիպչում միատեսակ ֆոնի վրա գտնվող պատկերների եզրերին ստանում է
- Сақтықпен пайдаланыңыз, լռելյայն ստվերային կարգավորումներ չեն օգտագործում PowerPoint-ում աջ սեղմեր պատկերին կարող եք սեղմել և ձեռքով ստեղծել ստվերը:
- Ստվերային պարամետրերին օրինակներ:

# Ստվերը ներկայացման մեջ

Վատ օրինակ



Լավ օրինակ



# Պատրաստ եղեք ամեն ինչի!

Պատրաստ եղեք ցանկացած հնարավորության: Անվտանգ ներկայացման ձևաչափ, վերահսկվող միջավայր, թերություններ

# Նախապես պատրաստվեք

- Ներկայացնում ենք դեպի միջոցառման վայր մենք կկապվենք ձեզ հետ:

- Ինչ սարքավորումներով, ինչ տեսակի ծրագրային ապահովում իմացեք, որ կա

- Եթե պրոյեկտորը հին է, ոչ բոլոր գույներն են ցուցադրվում

Միգուցե



# Հիշեք տեխնիկական կանոնակարգերը պահել

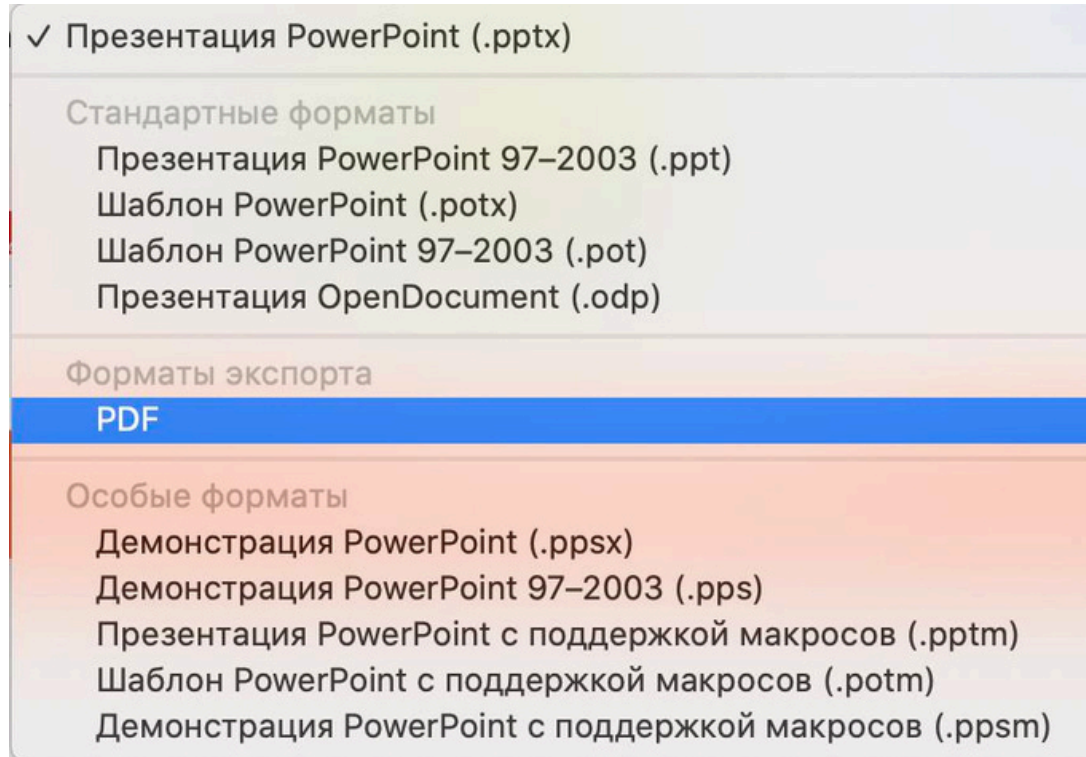
Բացահայտել պատասխանողի հետ և  
կանխատեսելիորեն

Ստեղծեք ներկայացում այնպիսի ձևաչափով, որը  
երաշխավորված է վերարտադրելու համար

**Ի՞նչ ձևաչափով:**



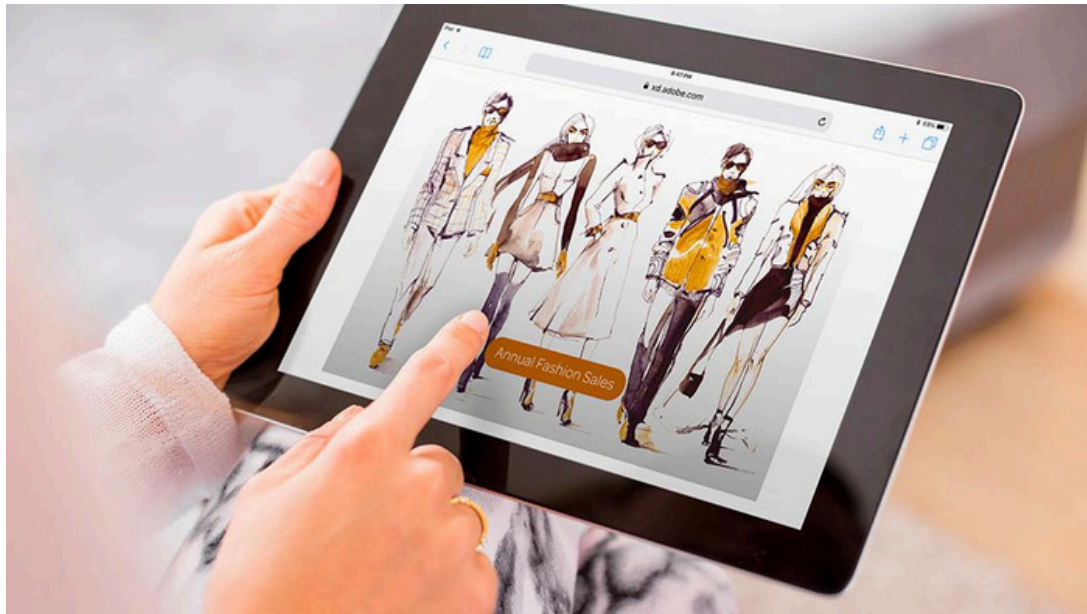
# PE-DE-EF! Դա արեք PDF ձևաչափով



- Միշտ քոնը ձեր ներկայացման լրացուցիչ PDF պահպանել տարբերակը
- Պահել որպես –PDF
- Կամ սեղմեք PDF ձևաչափի վրա հանել այն: Ֆայլ > Տպել: Տպման պատուհանում ընտրեք Adobe PDF որպես տպիչ:
- Սեղմեք PDF-ը, եթե ֆայլը 10 ՄԲ-ից մեծ է: Օրինակ՝ այստեղ կամ այստեղ



# Ինտերակտիվ տարրեր

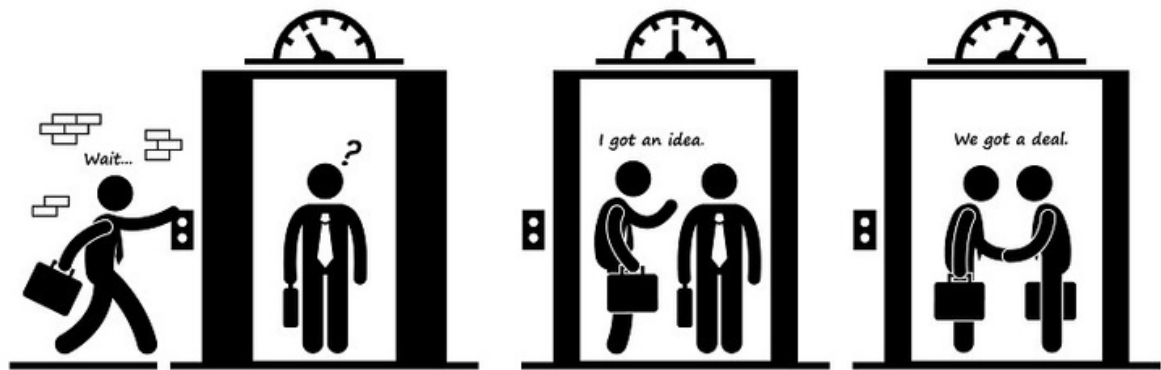


- Ինտերակտիվ նոութբուքի վրա տարրերով շնորհանդեսներ կամ առցանց վերահսկվող միջավայրում ցուցադրում
- Նախապես սեղմել արդյունահանված PDF ֆայլը պահել

# Վերելակի խաղաղաշտ

Մենք սովորում ենք արագ և հակիրճ փոխանցել մեր մտքերը:  
Մեր գրուցակիցը ժամանակ չունի, ուստի պետք է հույս դնել  
նրա վրա

# Ի՞նչ է վերելակի խաղադաշտը:

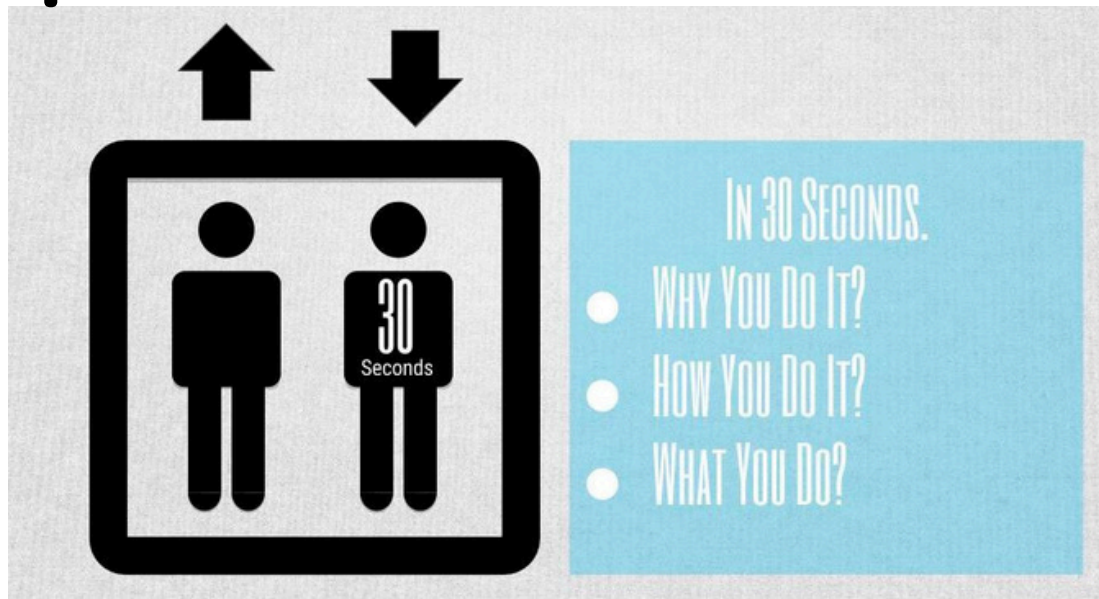


Սա հետաքրքրություն է ներկայացնում ապրանքը կամ ծառայությունը կողմերին արագ ներածություն.

- Արագ դեպի արտադրանք, աշխատանքային նախատիպ կամ գաղափար ձայն ուշադրության համար պահանջվում է կարծրություն.

- Ներդրողները սովորաբար ժամանակ ունեն և վստահ են ապագայի նկատմամբ երկար ժամանակ ոչնչի մասին և լսել երկար խոսակցություններ պատրաստ չէ.

# Ինչ կապ ունի վերելակը դրա հետ:



1950-ականներից ի վեր Միացյալ Նահանգների երիտասարդ ձեռներեցները հանդիպել են բարձրահարկ վերելակների հեռանկարային ներդրողների հետ, որտեղ նրանք խոսել են իրենց բիզնես հայեցակարգերի մասին:

«Google»-ի հիմնադիրներ Սերգեյ Բրինը և Հիշեք Լարի Փեյջի պատմությունը:

Վերելակի խաղաղաշտի շնորհիվ նրանց

հաջողվեց համոզել Էնդի Բեխտոլսհայմին, ով

ուշացել էր կարևոր հանդիպումից հենց

վերելակի մեջ: 100,000 իրենց ընկերությանը դուլար ներդրված:

# Վերելակ դեպի երկինք գերազանցել?

Ձեր և ձեր նախագծի մասին ձեզ անհրաժեշտ կլինի.

- ցանցերի ստեղծում բարձր մասնագիտացված կոնֆերանսների ժամանակ;
- ատաղձագործական բիզնես հաղորդակցություն ֆորումներում;
- Skype զանգի ժամանակ, հեռախոս ինքնուրույն խոսելիս ներկայացնել;
- մասնակցություն գործնական նախաճաշերին, լանչերին և ընթրիքներին;
- կարճ պատմություն հետևյալ իրավիճակներում

- ներուժը սոցիալական ցանցերում
- հաղորդակցություն գործընկերների հետ;
- Ձեր ծառայությունների ներկայացումը մեկնաբանություններում և հաղորդագրություններում.
- Facebook, Instagram մուտքեր, կարգավիճակներում և ձեր նախագծի թեմաներով նկարագրություն;
- հաղորդակցություն զանգվածային լրատվության միջոցների հետ;
- ծանոթանալ անծանոթի հետ ներկայացր.

# Elevator Pitch-ն ավելի լավն է, քան երբևէ



Գաղափարը 30 վայրկյանում է կամ ավելի քիչ ձեր ընկերությունը կամ ապրանքը տվյալ պահին խոսալ ինչ - որ բանի մասին Վստահությամբ ֆինանսավորում կամ հավատարմություն ձեռք բերելու համար:

- Արագությունը, հզորությունը ամենակարևորն են:
- Նաև, վերջնական լուծման առաքելությունը ձեր ձեռքերում է առաքելությունը և ձեր որոշման մեծ մասը կարևոր է լավ լինելու հիմնավորում ունենալ:

# Լավ վերելակի քայլի օրինակ



[Համալսարան Ditonpitchingzhengimpozdaribar playlisi](#)

# Օգտակար կետեր

Օգտակար նյութեր թեմայի վերաբերյալ



# Ներկայացման ձևավորում

- Ինչպես կատարել հիանալի ներկայացում, եթե դիզայներ չեք կարելի է անել

- Գեղեցիկ բիզնես-պրեզենտացիա անելու 10

տեխնիկա կարելի է ճիշտ անել

- Հրահանգներ ոչ դիզայներների համար՝ ինչպես ներկայացնել

# Ներկայացման կառուցվածքը

- Չորս փուլով ներկայացման  
պլանավորման գործընթաց •  
Հանդիսատեսի պրոֆիլավորում
- Ուրվագծեր շրջանակը
- Սահմանեք ձեր հիմնական  
հաղորդագրության հայտարարությունը

# Վերելակի խաղաղաշտ

- Elevator pitch, or Conquer in 60 seconds
- Elevator Pitch օրինակներ
- Ինչու են ձախողվում նորաստեղծ ծրագրերը  
(և ինչպես ուղղել դրանք)
- Elevator pitch. 5 օրինակ և ընդհանուր սխալներ

# Շրջանակի հայեցակարգ և Շրջանակի վերահսկում Օրենն Կլաֆի կողմից



Օրենն Կլաֆ –  
Ներդրումային  
շուկաների  
փորձագետ,  
Intersection Capital  
Investment Bank-ի  
մասնագիտական  
հաղորդակցության  
խորհրդատու

# Շնորհակալություն ուշադրության համար:



**Գեներալի Զախարով**  
Թվային մարքեթինգի մասին  
**մամա.**

Բաց կրթության  
նախագիծ.

<https://opensmm.asia/>

Կապվեք ինձ հետ:  
**Facebook**

**Instagram** **Vkontakte**

Telegram **Իմ էլ**



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



EURASIA  
FOUNDATION

