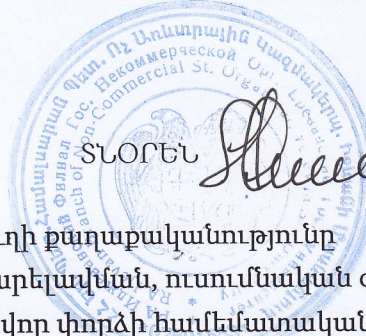




«ՀԱՍՏԱՏՎԱԾ Է»

ԵՊՀ ԻԶԵՎԱՆԻ ՄԱՍՆԱԶՅՈՒՂԻ ԳԻՏԱԿԱՆ

ԽՈՐՀՐԴԻ 22.03.2014 ՆԻՍՏՈՒՄ



ՏՆՕՐԵՆ

ՍԱ.ԱՌԱՔԵԼՅԱՆ

ԵՊՀ Իջևանի մասնաճյուղի քաղաքականությունը
մասնագիտության կրթական ծրագրերի բարելավման, ուսումնական գործընթացների
կազմակերպման և կառավարման առաջավոր փորձի համեմատական վերլուծության
(բենչմարքինգի) իրականացման բնագավառում

ՀԻՄՆԱԿԱՆ ԴՐՈՒՅԹՆԵՐ

Սույն փաստաթղթով սահմանվում է ԵՊՀ Իջևանի մասնաճյուղի քաղաքականությունը
մասնագիտության կրթական ծրագրերի բարելավման, ուսումնական գործընթացների
կազմակերպման և կառավարման առաջավոր փորձի համեմատական վերլուծության
(բենչմարքինգի) իրականացման բնագավառում, այդ քաղաքականության նպատակները,
խնդիրները, իրականացման սկզբունքներն ու մեխանիզմները, գործընթացի էթիկայի նորմերը:

ԵՊՀ ԻՄ-ն իր ռազմավարությամբ կարևորում է.

- Միջազգային և հանրապետական կրթական տարածքներում նշանակալի
ձեռքբերումներ ցուցաբերած կրթական ծրագրերի բենչմարքինգը՝ մասնաճյուղի
մրցակցային կարողությունների և բարձրորակ կրթության ապահովման,
բարձրագույն մասնագիտական կրթության որակի գնահատման համար,
- բուհական գործունեության կազմակերպման և կառավարման (մենեջմենթի)
խնդիրը՝ ուղղված ժամանակակից բուհերի հաջող կառավարման համար
նորարարական (իննովացիոն) տեխնոլոգիաների փնտրմանը և կրթության որակի
դիագնոստիկային՝ կրթական ծառայությունների բարելավման, մասնագիտական
կրթության որակի բարձրացման և բուհի արդյունավետ կառավարման համար:

ԵՊՀ Իջևանի մասնաճյուղի քաղաքականությունը մասնագիտության կրթական ծրագրերի
բարելավման, ուսումնական գործընթացների կազմակերպման և կառավարման առաջավոր
փորձի համեմատական վերլուծության (բենչմարքինգի) իրականացման բնագավառում
համահունչ է մասնաճյուղի զարգացման ռազմավարական ծրագրի 1ա, 1բ և 8դ խնդրներին:

Սույն քաղաքականության իրականացման համար պատասխանատու են մասնաճյուղի
տնօրենը, Մասնագիտական կրթության որակի ապահովման բաժնի վարիչը,
ստորաբաժանումներում որակի ապահովման պատասխանատուները:

Այս բնագավառում ԵՊՀ ԻՄ-ի գործունեության հիմնական նպատակներն են.

1. Հետազոտման միջոցով ապահովել մասնաճյուղի հաջողության հասնելու հավանականությունը և նրա շրջադարձային կամ շարունակական զարգացումը:
2. Մասնաճյուղում նոր սկսվող կամ աջակցության կարիք ունեցող կրթական տարբեր գործընթացների, մասնավորապես կրթական ծառայությունների շուկայում պահանջված մրցունակ կրթական ծրագրերի մշակման, վերանայման և մշտադիտարկման համար ուսումնասիրել և կիրառել բարձր վարկանիշ ունեցող, առաջատար բուհերի լավագույն փորձը:
3. Մշտապես ուսումնասիրել աշխատաշուկան, ստանալ տեղեկատվություն շահակիցների և գործատուների վերաբերյալ, բացահայտել սեփական թաքնված հնարավորությունները /ուսուրսները/, լավացնել և կատարելագործել սեփական գործունեության արդյունքները, բարձրացնել մասնաճյուղի մրցունակությունը:
4. Իրականացնել վերլուծություն, առանցքային և կատարողականի հիմնական ցուցիչների միջոցով գնահատել մասնաճյուղի արդյունքները և ձեռքբերումները:
5. Անընդհատ վերլուծության շնորհիվ տեղեկացված լինել մրցակից ուսումնական հաստատությունների նվաճումներին և գործել ակտիվ,
6. Գնահատել մասնաճյուղի գործընթացները՝ դրանք համեմատելով տարածաշրջանում առաջատար ուսումնական հաստատությունների գործընթացների հետ /մեխանիզմ/:
7. Սեփական ցուցանիշները համեմատել այլ առաջատար, մրցակից հաստատությունների ցուցանիշների հետ և արդյունքների հիման վրա իրականացնել սեփական գործընթացների ռազմավարական պլանավորում:
8. Հիմնավորել ուրիշներից լավը սովորելու, սեփականը գնահատելու և արժևորելու գործընթացները:
9. Ներդնել նոր գաղափարներ ինչպես ուսումնական գործընթացի կազմակերպման, այնպես էլ այլ կրթական ծառայությունների կառավարման գործընթացներում:

ԵՊՀ ԻՄ-ի բենչմարքինգի քաղաքականության հիմնական խնդիրներն են.

1. Վերլուծելով մասնաճյուղի գործունեությունը՝ գնահատել մասնաճյուղում իրականացվող տարբեր գործընթացների ուժեղ և թույլ կողմերը:
2. Հաշվի առնելով ներքին և արտաքին շահակիցների ակնկալիքները՝ առանձնացնել այն գործընթացները, որոնք պետք է բարելավել, գտնել այդ գործընթացների թերությունները, գնահատել դրանց հետևանքները:

3. Բենչմարքինգ իրականացնող ուսումնական հաստատություններից առաջատարների և մրցակիցների մասին հավաքագրել տեղեկատվություն, առանձնացնել նրանցից լավագույններին:

4. Միանալ բենչմարքինգ իրականացնող լավագույն ուսումնական հաստատությունների համապատասխան գործընթացներին:

5. Որոշել այն նախնական աստիճանը, որի վրա գտնվում է մասնաճյուղը, ընտրել արդյունավետության բարձրացման տանող հետագա ուղղությունը և առաջատարների լավագույն մեթոդները:

6. Վերլուծելով առաջատար բուհերի բենչմարքինգի արդյունքները՝ ապահովել նոր մեթոդների և տեխնոլոգիաների ներդրումը մասնաճյուղի ուսումնական և կառավարման գործընթացներում:

7. Ձեռք բերած արդյունքները դարձնել ելակետային նոր բենչմարքինգի իրականացման համար:

ԵՊՀ ԻՄ-ի բենչմարքինգի քաղաքականության իրականացման սկզբունքներն են.

1. **Փոխհամաձայնություն:** Բենչմարքինգ իրականացնելիս ունենալ փաստացի կամ լռելյայն համաձայնություն տրամադրվող տեղեկատվության սահմանների և հրապարակայնության աստիճանի վերաբերյալ:
2. **Նույնականություն:** Համեմատել նույն ոլորտները և գործընթացները:
3. **Չափում:** Լավագույն փորձն ընտրել մի քանի բուհերի արդյունքների համեմատության միջոցով:
4. **Հավաստիություն:** Բենչմարքինգը հիմնավորել փաստերով և կոնկրետ վերլուծություններով:

ԵՊՀ ԻՄ-ի բենչմարքինգի քաղաքականության իրականացման մեխանիզմներն են.

1. Սեփական գործունեության ինքնավերլուծություն, հաջողության առանցքային գործոնների (ՀԱԳ) բացահայտում (ինչն է մասնաճյուղի ծառայություններից ամենակարևորը գործատուների և շահակիցների համար):
2. SWOT վերլուծություն, ուժեղ և թույլ կողմերի բացահայտում բուհի ուսումնական, մեթոդական, գիտական, կազմակերպչական գործունեության կառավարման բնագավառում, բուհի ստորաբաժանումների գործունեության համադրում, վերլուծում և գնահատում (ներքին բենչմարքինգ), ՀԱԳ-ի վրա ամենաշատ ազդող գործընթացների որոշում:
3. Էտալոնային (մրցակցային կամ առաջատար) բուհի փնտրում, որում մասնաճյուղին հետաքրքրող գործընթացներն իրականացվում են բարձր մակարդակով, այդ բուհի համապատասխան գործընթացների վերաբերյալ տվյալների հավաքագրում:

4. Մասնաճյուղի և էտալոնային բուհի առանցքային ցուցանիշների համադրում, վերլուծություն, եզրակացությունների ամրագրում, լավագույն փորձի ներդրում:

5. Սեփական գործընթացների համեմատական վերլուծության համար էտալոնային բուհի նույն գործընթացների գնահատման համարժեք ցուցիչների օգտագործում՝ ճշմարտացիության և հուսալիության մեջ համոզված լինելու համար:

6. Մասնաճյուղի և համագործակցող բուհերի միջև կառավարման և ուսումնական գործընթացների արդյունավետ վերլուծության մշակույթի ձևավորում փոխադարձ վստահության և համաձայնության մթնոլորտում, հանդիպումների, քննարկումների և ֆոկուս խմբերի միջոցով:

7. Սեփական նվաճումները գովազդելու և հրապարակելու համար PR-ի շահավետ լծակների նպատակային կիրառում:

ԲԵՆՉՄԱՐՔԻՆԳԻ ԻՐԱԿԱՆԱՑՄԱՆ ԷԹԻԿԱՆ

ԵՊՀ ԻՄ-ը կարևորում է էթիկայի կանոնների պահպանումը բենչմարքինգի իրականացման գործընթացում և իր կողմից որդեգրում է հետևյալ մոտեցումները.

1. **Լեգիտիմություն:** Բենչմարքինգ անցկացնել միայն նախնական համաձայնության դեպքում (փաստաթղթավորված կամ լուրջալի): Խուսափել այնպիսի գործողություններից կամ հարցերից, որոնք մրցակցության տեսանկյունից ձեռնադրում են որևէ կողմի համար:

2. **Տեղեկատվության փոխանակման պատրաստակամություն:** Անհրաժեշտության դեպքում տրամադրել ցանկացած ոչ կոնֆիդենցիալ /ոչ գաղտնի/ տեղեկատվություն բենչմարքինգ իրականացնող այլ հաստատություններին:

3. **Վստահություն:** Ստացված տեղեկատվությունը չհաղորդել երրորդ կողմին՝ առանց նախնական համաձայնեցման: Բենչմարքինգի ընթացքում ստացված տեղեկատվությունը օգտագործել միայն սեփական հայեցակարգերի և աշխատանքի մեթոդների բարելավման համար:

ԵԶՐԱՓԱԿՈՒՄ

Մասնաճյուղը շահագրգռված է և ունի բավարար պայմաններ ու նախադրյալներ արդյունավետ բենչմարքինգի իրականացման և փորձի փոխանակման համար: Նա կարևորում է բենչմարքինգի դերը ողջ ուսումնական գործընթացի մշտադիտարկման գործում.

- գործընթացների պլանավորում,
- տեղեկատվության հավաքագրում և վերլուծություն,
- վերլուծության արդյունքների հիման վրա համապատասխան գործընթացների իրականացում,
- ստացած արդյունավետության չափում, դիտարկում և գնահատում:

Մասնաճյուղը գիտակցում է, որ բենչմարքինգն առաջին հերթին սեփական ցուցանիշների համեմատումն է այլ առաջատար, մրցակից հաստատությունների ցուցանիշների հետ, երկրորդ՝ ուրիշ հաստատությունների լավագույն, հաջողված փորձի ուսումնասիրումն ու կիրառումն է սեփական հաստատությունում: