

ՎԱՆԱԶՈՐԻ Հ. ԹՈՒՄԱՆՅԱՆԻ ԱՆՎԱՆ ՊԵՏԱԿԱՆ ՀԱՄԱԼՍԱՐԱՆ
ՀԻՄՆԱԴՐԱՄ

Հավելված

ռեկտորի 03.10.2024թ. թիվ 1325 Ն/Մ հրամանի



ՎԱՆԱԶՈՐԻ Հ.ԹՈՒՄԱՆՅԱՆԻ ԱՆՎԱՆ ՊԵՏԱԿԱՆ ՀԱՄԱԼՍԱՐԱՆԻ

2024-2025թթ. ՄԱՐԿԵՏԻՆԳԱՅԻՆ ՌԱԶՄԱՎԱՐԱԿԱՆ ՊԼԱՆ

Վանաձոր 2024թ.

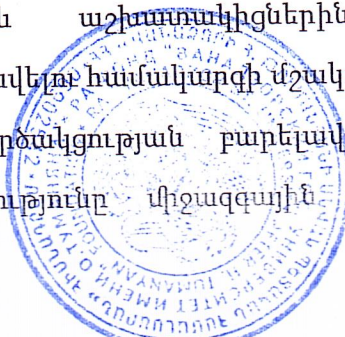
Կրթական ծառայությունների շուկան գործունեության ամենադինամիկ զարգացող և հեռանկարային ոլորտներից է: Մասնագետների գնահատմամբ՝ կրթական ծառայությունների պահանջարկի և առաջարկի ծավալը էապես աճում է հատկապես բարձրագույն կրթության հատվածում: Այս ոլորտը բնութագրվում է ինչպես պետական, այնպես էլ ոչ պետական հաստատությունների կողմից տրամադրվող կրթական ծրագրերի մեծ ընտրությամբ և բարձր մրցակցությամբ:

Ավանդաբար կրթությունը եղել և մնում է հիմնականում պետական կառույցների ուշադրության և աջակցության առարկան: Հայաստանի Հանրապետությունում ինքնակառավարման ազատությունից բխում է կրթության ոլորտում շուկայավարման անհրաժեշտությունը: Ներկա փուլում հատկապես կարևոր է այս ոլորտում գործունեության կառավարման մարքեթինգային մոտեցումը, քանի որ այն ենթարկվում է կառուցվածքային վերափոխման՝ նոր որակին համապատասխան մասնագետների պահանջարկի:

Համալսարանի մարքեթինգային ռազմավարության մշակման նպատակն է բարձրացնել իր մրցունակությունը կրթական ծառայությունների տարածաշրջանային, հանրապետական և միջազգային շուկաներում՝ համապատասխանեցնելով թիրախային լսարանի փոփոխվող կարիքներին՝ բարձր որակավորում ունեցող մասնագետների պատրաստում, առաջնահերթ հիմնարար և կիրառական հետազոտությունների մշակում և առևտրայնացում, միջազգային համալսարանական հանրության հետ ավելի խորը ինտեգրման ապահովում:

Այդ նպատակին հասնելու համար անհրաժեշտ է լուծել հետևյալ հիմնական խնդիրները.

- կրթական գործունեություն իրականացնելու և ժամանակակից մակարդակով մրցակցային հիմնարար և կիրառական գիտական հետազոտություններ իրականացնելու համար ենթակառուցվածքների զարգացում և նյութատեխնիկական բազայի հզորացում,
- համալսարանի ինովացիոն ենթակառուցվածքի զարգացում
- Համալսարանի ուսանողներին և աշխատակիցներին գիտական հետազոտությունների ոլորտում ներգրավելու համակարգի մշակում.
- Համալսարանի միջազգային փոխգործակցության բարելավում, ներառյալ համալսարանի լայն ներկայացվածությունը միջազգային մակարդակում,



երկարաժամկետ միջազգային կապերի հաստատում, աջակցություն և զարգացում, համատեղ կրթական և գիտական ծրագրերի մշակում, դասախոսական կազմի և ուսանողների ակադեմիական շարժունակության ընդլայնում, կրթական ծառայությունների արտահանում:

Համալսարանի մարքեթինգային ռազմավարության նպատակի գործողությունների իրականացման համար անհրաժեշտ է շրջանավարտների և կրթական ծրագրերի մշտական պահանջարկի առկայությունը, Համալսարանի գիտահետազոտական, նորարարական գործունեության արդյունքների կանոնավոր ներդրում և առևտրայնացումը.

1. Համալսարանի համագործակցության բարելավում թիրախային լսարանի հետ

Համալսարանի և հիմնական շահագրգիռ կողմերի միջև համագործակցության մեխանիզմ մշակելիս անհրաժեշտ է վերլուծել դրանց կազմը, փոխհարաբերությունների հնարավոր ուղիները, փոխադարձ ակնկալիքները, ձևավորել բուհի մոդելը որպես իր բոլոր շահագրգիռ կողմերի՝ շահագրգիռ անձանց համակարգ: Համալսարանի հիմնական թիրախային լսարանը կրթական ծառայությունների փաստացի և պոտենցիալ սպառողներն են՝ ի դեմս ուսանողների, դիմորդների և նրանց ծնողների, տնտեսվարող սուբյեկտների, որոնք իրենց աշխատակիցներին ուղարկում են վերապատրաստման և որպես գործատու ընդունում արդեն վերապատրաստված մասնագետներին: Սպառողներից բացի բուհի համար կարևոր են այլ թիրախային լսարաններ՝ ազդելով նպատակների և բուն ուսուսմանական գործընթացի վրա: Դրանք ներառում են տարբեր մակարդակների պետական մարմիններ, ուսուցիչներ, լրատվամիջոցներ և այլ կրթական հաստատություններ: Այս բոլոր թիրախային լսարաններն ունեն իրենց կարիքներն ու ակնկալիքները համալսարանի կրթական ծառայությունների վերաբերյալ:

1.1. Համալսարանի փոխգործակցության բարելավում ուսանողների և ունկնդիրների հետ:

- միջազգային լավագույն փորձի հիման վրա նոր կրթական ծրագրերի մշակման մեթոդաբանության մշակում և դրանց դասախոսական մեթոդներ:



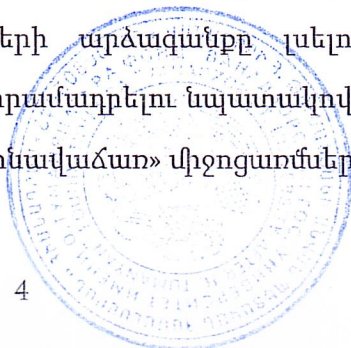
- Համալսարանի ժամանակակից հեռավար կրթական դասընթացների, մոդուլների և ծրագրերի ցանցի ստեղծում՝ ի լրումն կրթական ծառայությունների մատուցման ավանդական ձևերի:
- Համալսարանի ուսանողներին լայն հնարավորություններ ընձեռող համակարգի մշակում՝ յուրացնելու լրացուցիչ կրթական մոդուլներ, որոնք ներառված չեն կրթական ծրագրի ուսումնական պլանում:
- Գիտության արդի խնդիրների վերաբերյալ առաջատար դասախոսների և ուսուցիչների հրապարակային դասախոսությունների տեսանկարահանում, կրթական և զարգացնող մուլտիմեդիա ծրագրերի ստեղծում:
- Նորարարական անտեսական զարգացման նպատակներին համապատասխան կրթական ծրագրերի ցանկի և բովանդակության թարմացում. կրթական ծրագրերի փոփոխականության ապահովում:

1.2. Համալսարանի փոխգործակցության բարելավում գիմորդների և նրանց ծնողների հետ:

Որպես մշակվող զարգացման ռազմավարության մի մաս, ցանկացած բուհ պետք է հավաքագրի գիմորդներ, որոնք համապատասխանում են գիտելիքների պահանջներին և ունեն մասնագիտական կրթություն ստանալու ցանկություն:

Դիմորդներին և նրանց ծնողներին ուղղված մարքեթինգային գործունեությունը.

- Դիմորդների հավաքագրման նպատակով յուրաքանչյուր ուսումնական տարում հանդիպումների կազմակերպում մարզի տարբեր դպրոցներում և համալսարանում: Հանդիպումները կապահովեն մասնագիտական կողմնորոշումը բարձր դասարաններում սովորող աշակերտների շրջանում, տեղեկատվության կտրամադրեն համալսարանի կրթական ծրագրերի և ծառայությունների, աշխատաշուկայում պահանջարկ ունեցող մասնագիտությունների մասին:
- Դիմորդների հավաքագրման գործընթացի արդյունավետությունը բարձրացնելու, շահակիցների արձագանքը լսելու, համալսարանի մասին տեղեկատվություն տրամադրելու նպատակով «Բաց դռների օր», «Մասնագիտությունների տոնավաճառ» միջոցառումների կազմակերպում:



- Մասնագիտությունների, մասնավորապես բնական գիտությունների ոլորտի մասին տեղեկատվության տրամադրման նպատակով, բնագիտական առարկաների շուրջ պարբերաբար հետաքրքրաշարժ փորձերի ցուցադրում և բաց դասերի կազմակերպում:
- Մասնագիտական կողմնորոշման աշխատանքների շրջանակներում դպրոցական օլիմպիադաների կազմակերպում
- ասմունքի մրցույթների կազմակերպում
- աշակերտների և ուսանողների համատեղ «Բիզնես պլան» խորսրգով միջոցառման կազմակերպում
- առարկայական անվճար դասընթացների կազմակերպում

1.3. Համալսարանի փոխգործակցության բարելավում գործատուների հետ:

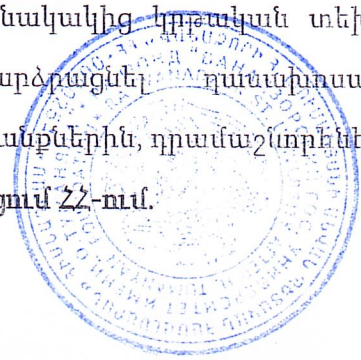
Տնտեսության համար անհրաժեշտ մասնագետների պատրաստման խնդրի լուծումը հնարավոր է միայն ուսումնական հաստատության և ձեռնարկությունների սերտ փոխգործակցության միջոցով, որի համար անհրաժեշտ է ստեղծել մի համակարգ, որում գործատուն կկարողանա ազդել կրթական ծրագրի կազմի և կարգի վրա: Այսպիսով, երկու կողմերն էլ շահագրգռված են սերտ շփումների հաստատմամբ:

Դրանք հնարավորություն են տալիս համալսարանին վերահսկել տարբեր ոլորտների ձեռնարկությունների փոփոխվող պահանջները մասնագետների համար և արագորեն հարմարեցնել կրթական ծրագրերը, ինչն իր հերթին նպաստում է ուսումնական հաստատության մրցունակության բարձրացմանը: Մինևույն ժամանակ ձեռնարկությունները հնարավորություն ունեն, ազդելով ուսուցման գործընթացի վրա, ձեռք բերել վերապատրաստված մասնագետ և նույնիսկ անմիջականորեն մասնակցել ուղարկելով իրենց մասնագետներին համալսարան դասավանդելու:

2. Համալսարանի աշխատակազմի գիտակրթական ներուժի բարձրացում

Այս ուղղությամբ անհրաժեշտ է հատուկ ուշադրություն դարձնել համալսարանի պրոֆեսորադասախոսական կազմի ժամանակակից մանկավարժական կարողությունների ձևավորմանը և ժամանակակից կրթական տեխնոլոգիաներին տիրապետելուն: Անհրաժեշտ է բարձրացնել դասախոսական կազմի մասնակցությունը հետազոտական աշխատանքներին, դրամաշնորհներին.

3. Համալսարանի վարկանիշի բարձրացում ՀՀ-ում.



- ապահովել շարժունության մասին տեղեկատվությունը ներքին և արտաքին շահառուների համար,

5. Հասարակայնության հետ կապերի բարելավում.

Գովազդային և տեղեկատվական գործունեության ծավալում.

- Պատրաստել օտարալեզու գովազդային և տեղեկատվական հոլովակներ,
- Կազմակերպել ներքին և արտաքին PR արշավներ (ուսանողական կամավորական խմբեր, ՈՒԽ, ՈՒԳԸ),
- Ընդլայնել երկկողմանի հաղորդակցության հնարավորությունները,
- Ստեղծել շահակիցների և շրջանավարտների տվյալների բազա:

