



Հաստատված է

ԳՊՀ գիտական խորհրդի 2012թ.

փետրվարի 25-ի թիվ 1 նիստում

Ռեկտոր՝ Ռ. Խ. Հակոբյան

«25» փետրվարի 2012թ.

ԳԱՎԱՌԻ ՊԵՏԱԿԱՆ ՀԱՄԱԼՍԱՐԱՆԻ ԿՈՂՄԻՑ ԱՌԱՋԱՎՈՐ ՓՈՐՁԻ
ՈՒՍՈՒՄՆԱՍԻՐՄԱՆ, ՎԵՐԼՈՒԾՈՒԹՅԱՆ ԵՎ ՀԱՄԱԴՐՄԱՆ
(ԲԵՆԶՄԱՐՔԻՆԳԻ) ԸՆԹԱՑԱԿԱՐԳ

1. Սույն ընթացակարգը սահմանում է Գավառի պետական համալսարանի (այսուհետ՝ Համալսարան) կողմից առաջավոր փորձի ուսումնասիրման, վերլուծության և համադրման (այսուհետ՝ բենչմարքինգի) իրականացման հիմնական դրույթները:
2. Համալսարանի կողմից բենչմարքինգի իրականացման նպատակն է ուսումնասիրել Հայաստանի Հանրապետության և արտասահմանյան կրթական, գիտական հաստատությունների առաջավոր փորձը, վերլուծել ուսումնասիրության արդյունքները, համադրել սեփական փորձի հետ և ապահովել զարգացում՝ լավագույն փորձի հաշվառմամբ:
3. Համալսարանի կողմից բենչմարքինգն իրականացվում է՝ իր առաքելությունը, ենթակառուցվածքային կարողությունները և ռեսուրսները հաշվի առնելով:
4. Բենչմարքինգի գործընթացում հաշվի են առնվում նաև Համալսարանի խնդիրներն ու նպատակները, գործունեության հիմնական ուղղությունները հանրությանը մատուցվող կրթական ծառայությունների բնույթը, դրանց որակի ապահովման ու շարունակական բարձրացման անհրաժեշտությունը:
5. Որպես չափանիշային հաստատություն՝ ընտրվում է այն կրթական, գիտական կազմակերպությունը, որն իր բնույթով, գործառույթներով, նպատակներով և խնդիրներով համապատասխանում է Համալսարանի առաքելությանը:
6. Բենչմարքինգն իրականացվում է Համալսարանի որակի ապահովման բաժնի կողմից՝ հաշվի առնելով պրոֆեսորադասախոսական, վարչական անձնակազմի, ուսանողների, շրջանավարտների կարծիքները:
7. Բենչմարքինգը կարող է իրականացվել՝ ըստ հետևյալ ուղղությունների.
ա) կառավարման,

- բ) ուսումնական գործընթացի կազմակերպման,
 - գ) կրթության որակի ապահովման,
 - դ) սովորողների գիտելիքների ստուգման և գնահատման,
 - ե) կրթական ծրագրերի բարելավման ու արդիականացման,
 - զ) ուսանողներին ուսումնական ռեսուրսների հասանելիության գնահատման,
 - է) շահառուների և շահեկիցների հետ իրականացվող աշխատանքի,
 - ը) արտաքին կապերի ընդլայնման և կրթության միջազգայնացման:
8. Բացի վերը նշված հիմնական ուղղություններից, կարող է իրականացվել բենչմարքինգ նաև Համալսարանի գործունեության այլ ոլորտներում:
9. Բենչմարքինգը կարող է կատարվել.
- ա) փաստաթղթերի ուսումնասիրման և վերլուծության,
 - բ) անմիջական գործընկերության ծրագրերի,
 - գ) համագործակից հաստատությունների փորձի փոխանակման,
 - դ) փոխայցելությունների, փորձի ու փաստաթղթերի փոխադարձ տրամադրման,
 - ե) առցանց և այլ միջոցներով:
10. Համալսարանում կարող է իրականացվել կարճաժամկետ (միամյա), միջնաժամկետ (եռամյա) և երկարաժամկետ (հնգամյա) բենչմարքինգ:
11. Բենչմարքինգի արդյունքները զեկուցվում են Համալսարանի գիտական խորհրդին:
12. Բենչմարքինգի արդյունքները հաշվի են առնվում՝ Համալսարանի գործունեությունը բարելավելիս, զարգացման հայեցակարգային դրույթները մշակելիս և իրականացնելիս: