



ԵՐՈՊԱԿԱՆ ՄԻԾՈՅՈՒՆԸ ՆԱԽԱՅԱՐԻ ՎՃԱՐ՝
EUROPEAN UNION FOR ARMENIA



ԱՇԽԱՏԱՇՈՒԿԱՅԻ ԿԱՐԻՔՆԵՐԻ ՔԵՏԱԶՈՏՄԱՆ ԵՎ ԱՐԴՅՈՒՆԱԿԵՏ ՔԱՂՈՐԴԱԿՑՄԱՆ ՈՒՂԵՑՈՒՅՑ՝

Նախատեսված մասնագիտական
կրթական հաստատությունների համար





Այս հրապարակումը պատրաստվել է Եվրոպական միության ֆինանսական աջակցությամբ: Բովանդակության համար պատասխանատվություն է կրում «Մարդը կարիքի մեջ» հասարակական կազմակերպությունը և պարտադիր չէ, որ այն արտահայտի Եվրոպական միության տեսակետները:



Աշխատաշուկայի կարիքների հետազոտման և արդյունավետ հաղորդակցման ուղեցույցը պատրաստվել է Եվրոպական միության ֆինանսավորմամբ և «Մարդը կարիքի մեջ» հասարակական կազմակերպության կողմից իրականացվող «Կրթությունից դեպի աշխատաշուկա բարեհաջող անցման նպատակով հանրային-մասնավոր համագործակցություն Շիրակի մարզում»/ENI/2019/408-682 (այսուհետ՝ «Անցում կրթությունից աշխատաշուկա») ծրագրի շրջանակում:

«Մարդը կարիքի մեջ» չեխական հասարակական կազմակերպության հայաստանյան ներկայացուցչություն

ՀՀ, ք. Երևան, Սայաթ-Նովա 33

armenia.peopleinneed.net, peopleinneed.net



Ուղեցույցը պատրաստվել է Գերմանական «Մասնագիտական կրթություն և ուսուցում-համագործակցություն Հարավային Կովկասում» ծրագրի մեթոդաբանությամբ և փորձի կիրառմամբ:

Հեղինակներ

Արթուր Բաղդասարյան

Մանկավարժական գիտությունների թեկնածու, դոցենտ, «Մարդը կարիքի մեջ» ՀԿ-ի «Անցում կրթությունից աշխատաշուկա» ծրագրի փորձագետ

Մարինե Ժամկոչյան

Գերմանական «Մասնագիտական կրթություն և ուսուցում-համագործակցություն Հարավային Կովկասում» ծրագրի ղեկավար

«Բիզնես և կրթություն գործընկերություն» հիմնադրամի նախագահ

ԲՈՎԱՆԴԱԿՈՒԹՅՈՒՆ

ՆԵՐԱԾՈՒԹՅՈՒՆ

01 ՄԱՍՆԱՎՈՐ ՍԵԿՏՈՐԻ ՔԱՐՏԵԶԱԳՐՈՒՄ

Հարց ու պատասխան
Ի՞նչ է մասնավոր սեկտորը
Ո՞րն է մասնավոր սեկտորի գործառույթը
Մասնավոր սեկտորի քարտեզագրում
Հարցեր կազմելու օրինակներ

02 ԱՇԽԱՏԱՇՈՒԿԱՅԻ ԿԱՐԻՔՆԵՐԻ ՎԵՐՅԱՆՈՒՄ, ԲԱՅԱՅԱՅՏՈՒՄ ԵՎ ՄԿՈՒ ՀԱՍՏԱՏՈՒԹՅԱՆ ՀԵՏ ՀԱՄԱԳՈՐԾԱԿՑՈՒԹՅՈՒՆ

Հարցաթերթիկներ
Աշխատաշուկայի և ՄԿՈՒ հաստատությունների
փոխհարաբերությունների մեխանիզմը

03 ՄԱՍՆԱՎՈՐ ՈԼՈՐՏԻ ՏՎՅԱԼՆԵՐԻ ԲԱԶԱՅԻ ՍՏԵՂԾՈՒՄ, ՂԵԿԱՎԱՐՈՒՄ/ԿԱՌԱՎԱՐՈՒՄ (ՆԵՐԱՌՅԱԼ ԹԱՓՈՒՐ ԱՇԽԱՏԱՏԵՂԵՐԸ)

04 ՄԿՈՒ ՀԱՍՏԱՏՈՒԹՅԱՆ ԻՄԻՋԸ՝ ՄՐՑԱԿՑԱՅԻՆ ԱՌԱՎԵԼՈՒԹՅՈՒՆ

Առաջադրանքներ

05 ՄԿՈՒ-ԳՈՐԾԱՐԱՐ ՀԱՏՎԱԾ ՀԱՄԱԳՈՐԾԱԿՑՈՒԹՅԱՆ ՄԵԿՆԱՐԿԻ ԱՌԱՆՁՆԱՀԱՏԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ

Առաջադրանքներ

06

ՈՒՍՈՒՄՆԱԿԱՆ ՀԱՍՏԱՏՈՒԹՅԱՆ ԳՈՎԱԶԴԱՅԻՆ- ՏԵՂԵԿԱՏՎԱԿԱՆ ՓԱԹԵԹԸ

ԿԱՌՈՒՑՎԱԾՔ

Ուսումնական հաստատության կարգախոսը
Տեղեկությունների հաստատության վերաբերյալ
Մասնագիտություններ
Ձեռքբերումներ, մրցակցային առավելություններ
Նորարարական ծրագրեր
Տեխնիկական հազեցվածություն
Ուսանողական առօրյա
Մեր շրջանավարտները
Կառավարման մարմին
Դասավանդողներ
Մեր գործընկերները

07

ԳՈՐԾՆԱԿԱՆ ԽՈՐՀՈՒՐԴՆԵՐ

**ԳՈՐԾՆԱԿԱՆ ԽՈՐՀՈՒՐԴՆԵՐ ՀԱՆՐԱՅԻՆ ԵԼՈՒՅԹԻ ՎԱՐՄԱՆ
ՎԵՐԱԲԵՐՅԱԼ**

ՀԱՆՐԱՅԻՆ ԸՆՈՐՀԱՆԴԵՍ

Աշխատաշուկայի կարիքների հետազոտման և արդյունավետ հաղորդակցման ուղեցույցը նախատեսված է ՀՀ մասնագիտական կրթության և ուսուցման (ՄԿՈՒ) հաստատությունների համար՝ գործունեությունը ժամանակի պահանջներին համընթաց դարձնելու և բարելավելու նպատակով: Ուղեցույցը քայլ առ քայլ նկարագրում է շուկայի հետազոտման և հաղորդակցային առաձևահատկությունները՝ տրամադրելով համապատասխան հարցաշարեր և գործնական խորհուրդներ:

«Անցում կրթությունից՝ աշխատաշուկա» ծրագրի մասին

«Մարդը կարիքի մեջ» ՀԿ-ն Եվրոպական միության ֆինանսավորմամբ 2019-2021թթ. ընթացքում ՀՀ Շիրակի մարզի Ամասիայի արհեստագործական պետական ուսումնարանում, Մարալիկի արհեստագործական պետական ուսումնարանում, Արթիկի պետական քոլեջում ու Շիրակի պետական գյուղատնտեսական քոլեջում ներդրել է տեքստիլ և ագրոքիզնես ոլորտների 8 կարճաժամկետ և 4 երկարաժամկետ դասընթացներ՝ աշխատանքի վրա հիմնված (ԱՀՈՒ) մոտեցմամբ: Ուսումնական հաստատություններին տրամադրվել է նյութատեխնիկական աջակցություն, մասնավորապես տրակտոր, պանրի արտադրության ամբողջական հոսքագիծ-լաբորատորիա, տեքստիլ արտադրության ժամանակակից սարքավորումներ և այլ պարագաներ, որոնք հնարավորություն են տալիս աշխատաշուկայի ժամանակակից պահանջներին համապատասխան մրցունակ կադրեր պատրաստելու:

Ծրագրի արդյունքում մշակվել է պանրագործի մասնագիտության հեռավար ուսուցման պլատֆորմ՝ պանրագործության կրթական ծրագիր դասավանդող ՄԿՈՒ հաստատությունների, ինչպես նաև հեռավոր գյուղական բնակավայրերում բնակվողների համար, ովքեր հնարավորություն չունեն ամեն օր հաճախելու առկա դասընթացների:



ՄԱՍՆԱՎՈՐ ՍԵԿՏՈՐԻ ՔԱՐՏԵԶԱԳՐՈՒՄ

ՀԱՐՑ ՈՒ ՊԱՏԱՍԽԱՆ

ՄԿՈՒ հաստատությունում ղվ կարող է իրականացնել մասնավոր սեկտորի քարտեզագրում

- Կարիերայի կենտրոնի պատասխանատուները
- Յուրաքանչյուր ամբիոնի կողմից նշանակված անձ, որը նախապես կվերապատրաստվի

Ինչպե՞ս իրականացնել մասնավոր սեկտորի քարտեզագրում

- Անձնական կամ հեռախոսային հարցազրույցների միջոցով նախապես հարցազրույցավարներին վերապատրաստելով
- Թիրախային խմբերի հետ աշխատելու միջոցով
- Հարցաթերթիկների միջոցով հարցումներ իրականացնելով
- Պետական կառույցների տեղեկատվության միջոցով
- Համացանցում առկա տեղեկատվության միջոցով
- Հասարակական և/կամ դոնոր կազմակերպությունների միջոցով, և այլն

Ո՞ւմ պետք է ներկայացնել քարտեզագրման արդյունքները

- ՄԿՈւ հաստատության տնօրենին
- ՄԿՈւ հաստատության կառավարման խորհրդին
- Գործընկերներին
- Շահագրգիռ կողմերին
- ՄԿՈւ հաստատության ուսանողներին

Ի՞նչ գործիքակազմ կարելի է կիրառել

- | | |
|------------------|-------------------------|
| PostgreSQL | Clipper |
| Microsoft Access | Fox Pro MySQL Workbench |
| SQL Server | Navicat |
| FileMaker | PHPMyAdmin |
| Oracle | Access |
| RDBMS | Microsoft Excel |
| dBASE | |

Ի՞նչ հաճախականությամբ պետք է իրականացնել քարտեզագրումը

- Տարին մեկ անգամ

Ինչպե՞ս մշակել տվյալների բազան

- Որոշել տվյալների բազայի նպատակը
- Գտնել և կազմակերպել տեղեկատվության հավաքագրումը

- Զստակեցնել հավաքագրած տեղեկատվության շահառուներին (ընտրել/թիրախավորել)
- Զամակարգել տեղեկատվությունը
- Իրականացնել վերլուծություն և ստեղծել վերջնական տվյալների բազա/արդյունք
- Զստակեցնել ձևաչափը/դիզայնը
- Զամապատասխանեցնել նախապես ընտրված/որոշված նորմերին

Ի՞նչ է մասնավոր սեկտորը

Մասնավոր սեկտորը տնտեսության այն հատվածն է, որը ղեկավարվում է անհատների և ընկերությունների կողմից շահույթ ստանալու նպատակով (բայց կարող է նաև պետական վերահսկողության տակ լինել): Զետևաբար, այն ներառում է շահույթ հետապնդող բոլոր ձեռնարկությունները, որոնք չեն պատկանում կամ շահագործվում կառավարության կողմից:

Ո՞րն է մասնավոր սեկտորի գործառույթը

Մասնավոր սեկտորն ապահովում է զարգացող աշխարհում զբաղվածության մոտ 90 %-ը (ներառյալ ֆորմալ և ոչ ֆորմալ աշխատատեղերը), մատակարարում է կարևոր ապրանքներ և ծառայություններ ու նպաստում հարկային եկամուտներին և կապիտալի արդյունավետ ձևավորմանը:

Մասնավոր սեկտորի քարտեզագրում

Պատմականորեն, մեր հասարակության, տնտեսության և շրջակա միջավայրի մասին մանրամասն տվյալներ հավաքելու հնարավորությունը սահմանափակված էր ազգային կառավարություններով և պետական գործակալություններով:

Բայց այս հնարավորությունն այժմ հասանելի է ոչ միայն ձեռնարկություններին, այլև՝ մասնավոր կազմակերպություններին, ՀԿ սեկտորին, ՄԿՈՒ հաստատություններին, և այլոց՝ ձեռնարկությունների արտադրանքներից և ծառայություններից սովորական տվյալների հավաքագրման կամ բազմաթիվ աղբյուրներից տվյալների հավաքագրման և համակցման միջոցով:

ՄԿՈՒ հաստատությունների համար տվյալների հավաքագրումը կարող է խթանել նոր մասնագիտությունների ու աշխատատեղերի բացահայտմանը: Նոր, անհրաժեշտ մասնագետների, իրենց հմտությունների մասին տեղեկատվությունը հնարավորություն կտա ՄԿՈՒ հաստատություններին վերանայելու դասավանդման ծրագրերը, ներառելու նոր մասնագիտություններ և ուսանողների գիտելիքները համապատասխանեցնելու աշխատաշուկայի պահանջներին:

Մասնավոր սեկտորի քարտեզագրում և տեղեկատվության հավաքագրում կարելի է իրականացնել տարբեր մեթոդներով.

Օրինակներ՝

- Անձնական կամ հեռախոսային հարցազրույցների տեսքով,
- Թիրախային խմբերի հետ աշխատելու միջոցով,
- Հարցաթերթիկների միջոցով,
- Պետական կառույցների տեղեկատվության միջոցով, Համացանցում
- առկա տեղեկատվության միջոցով,
- Հասարակական և/կամ դոնոր կազմակերպությունների միջոցով, և այլն:

Հարցերը, որոնց միջոցով կազմվում և քարտեզագրվում է մասնավոր հատվածի կամ սեկտորի տեղեկատվական բազան, պետք է վերաբերվեն.

- Ձեռնարկությանը/ձեռնարկատիրոջը՝ մարզ, համայնք, հիմնական բիզնես ոլորտ, գործունեության տարիներ, իրավական կարգավիճակ, տղամարդ և կին աշխատողների թիվ,
- Ձեռնարկության/կազմակերպության աշխատանքի հիմնական խոչընդոտներին ու խնդիրներին, (օրինակ՝ որակավորված մասնագետների պակաս),
- Բիզնեսի դինամիկային և հաջորդ տարվա կանխատեսումներին,
- Աշխատակազմին անհրաժեշտ հմտություններին և կարողություններին, ինչպես նաև տվյալ ձեռնարկությունում առկա մասնագիտություններին, և այլն:

Հարցեր կազմելու օրինակներ.

Գործունեության ոլորտը	Նշել ✓	Գործունեության ոլորտը (մանրամասն)
Տեղեկատվական տեխնոլոգիաներ/ ճարտարապետություն		
Սևնդի արդյունաբերություն (արտադրություն)		
Զբոսաշրջություն		
Սպասարկում/ծառայություններ		
Թեթև արդյունաբերություն/տեքստիլ		
Շինարարություն		
Գյուղատնտեսություն		
Այլ/Նշել		

Աշխատում են արդյոք Ձեր ընկերությունում ուսանողներ/
պրակտիկանտներ.



Այո



Ոչ

Եթե այո, ապա լրացրեք հետևյալ աղյուսակը.

h/h	Թիրախային մասնագիտություն	Ուսանողների/ պրակտիկանտների թվաքանակը
1.		
2.		
3.		

Եթե ոչ, ապա որո՞նք են առավել պահանջված 3 մասնագիտությունները
կամ աշխատանքի տեսակները Ձեր ընկերությունում
(ըստ աշխատակիցների քանակի՝ ամենապահանջված
մասնագիտությունից կամ աշխատանքի տեսակից սկսած).

h/h	Մասնագիտության անվանում/ Աշխատանքի տեսակ	Թվաքանակ
1.		
2.		
3.		

Ո՞րն է եղել Նոր աշխատակիցների ընդունման առաջնային պատճառը (նշել).

1.	Փոխարինող աշխատուժ	
2.	Լրացուցիչ աշխատուժ	
3.	Աշխատանքի ծավալի ավելացում	
4.	Կարճաժամկետ (սեզոնային) աշխատանքների համար	
5.	Այլ/նշել	

Ի՞նչ պետք է անել տվյալների հավաքագրումից հետո

- ☐ Հստակեցնել հավաքագրած տեղեկատվության շահառուներին (ընտրել/թիրախավորել)
- ☐ Ստուգել և վերլուծել հավաքագրված տվյալները
- ☐ Մուտքագրել տվյալները (կարելի է օգտագործել MS Excel-ում տվյալների մուտքագրման ձևերը)
- ☐ Համակարգել ստացված տվյալները
- ☐ Իրականացնել վերլուծություն և ստեղծել վերջնական տվյալների բազա
- ☐ Ըստ նշանակության՝ նպատակային օգտագործել տեղեկատվությունը
- ☐ Բացառել տեղեկատվության անհարկի արտահոսքը



ԱՇԽԱՏԱՇՈՒԿԱՅԻ ԿԱՐԻՔՆԵՐԻ ՎԵՐՅԱՆՈՒՄ, ԲԱՑԱՅԱՅՏՈՒՄ ԵՎ ՄԿՈՒ ՀԱՍՏԱՏՈՒԹՅԱՆ ՀԵՏ ՀԱՄԱԳՈՐԾԱԿՑՈՒԹՅՈՒՆ

Հարցաթերթիկներ

Աշխատաշուկան շուկայական տնտեսության օրգանական բաղադրիչն է, որը հանդիսանում է սոցիալական աշխատանքի բաշխման և վերաբաշխման մեխանիզմ տնտեսության ոլորտներում:

Հարցումները ցույց են տալիս, որ շատ գործատուներ դժվարանում են համապատասխան որակավորում ունեցող աշխատողներ գտնելու հարցում: Որոշ դժվարություններ կապված են ոլորտների, մասնագիտությունների և տարածաշրջանների մասնագետների պակասի հետ, ինչպես նաև՝ գործատուի ոչ հստակ ներկայացրած պահանջներով, հաստիքի անձնագրի/նկարագրի բացակայությամբ, սխալ ուղիներով փնտրելով, և այլն:

Հարցումներ իրականացնելիս կարելի է գործատուներին ուղղորդել համապատասխան հարցերի միջոցով, օրինակ.

Ինչպե՞ս է Ձեզ հաջողվել լրացնել թափուր աշխատատեղերը (նշել).

1.	Երկար և ինտենսիվ որոնումից հետո	
2.	Մասնագիտական որակավորման պահանջների նվազեցումից հետո	
3.	Ժամկետային աշխատակիցների ընդունման միջոցով	
4.	Օտարերկրյա քաղաքացիների ընդունման միջոցով	

5.	Ընկերության աշխատակիցների համար կազմակերպված վերապատրաստման դասընթացների միջոցով	
6.	Չի հաջողվել	
7.	Այլ (նշել)	

Ինչպե՞ս են թափուր աշխատատեղերը լրացնելու հետ կապված դժվարություններն ազդել Ձեր ընկերության գործունեության վրա (նշել).

1.	Անհրաժեշտություն առաջացավ հետաձգելու կամ մերժելու պատվերները	
2.	Անհրաժեշտություն առաջացավ ավելացնելու առկա աշխատակազմի աշխատանքի ծավալը	
3.	Ազդեցություն չեն ունեցել	

Ավելի մտահոգիչ է հմտությունների զգալի անհամապատասխանությունը: Հմտությունների անհամապատասխանություն է առաջանում, երբ աշխատողի հմտությունների մակարդակն ավելի բարձր կամ ցածր է, քան պահանջվում է աշխատանքի համար: Այս խնդիրը ծագում է կրթական հաստատությունների ու աշխատաշուկայի պահանջների զգալի տարբերության պատճառով: Պատճառներից մեկն էլ, օրինակ, ցածր աշխատավարձն է՝ աշխատանքում բարձրակարգ մասնագետների ներգրավելու համար: Պատճառը կարելի է ճշտել ոչ ուղղակի հարցադրումով, օրինակ.

Ազատվե՞լ են արդյոք Ձեր ընկերությունից աշխատակիցներ (նշել).

☐ Այո ☐ Ոչ

Եթե այո, ապա նշեք նրանց քանակը և ազատվելու պատճառները (նշել).

h/h	Աշխատանքից ազատվելու պատճառները	Թվաքանակ
1.	Ցածր աշխատավարձ	
2.	Մասնագիտության փոփոխություն	
3.	Մեկնում երկրից	
4.	Աշխատանքային միգրացիա	
5.	Աշխատանքային պայմաններ	
6.	Հեռացում՝ մասնագիտական պահանջներին չբավարարելու պատճառով	
7.	Այլ պատճառներ (նշել)	
Ընդամենը		



Անհամապատասխանությունն ունի մի քանի պատճառներ, այդ թվում՝ անհատների և աշխատատեղերի միջև տարասեռությունը, գործատուների և աշխատողների միջև տեղեկատվական անհամաչափությունը, աշխատաշուկայի հակասությունները, կրթության և վերապատրաստման համակարգերի արձագանքումը, արագ տեխնոլոգիական փոփոխությունները կամ հմտությունների հնացումը:

Որակյալ կադրերի պակասն այն հիմնական խնդիրն է, որը պետք է լուծվի:

Վերջին տարիներին ամբողջ աշխարհում քաղաքական գործիչներն ու գործառույթները սկսել են ավելի շատ անհանգստանալ իրենց աշխատուժի հմտությունների և աշխատաշուկայի կարիքների միջև համընկնմամբ:

Աշխատաշուկայի և ՄԿՈՒ հաստատությունների փոխհարաբերությունների մեխանիզմը

Կարելի է եզրակացնել, որ նույնիսկ եթե աշխատուժի ներկայիս կամ կանխատեսվող կառուցվածքը հայտնի է (սահմանվում է որպես «աշխատանքի պահանջարկ»), այս տեղեկատվությունը դժվար է մեկնաբանել ՄԿՈՒ հաստատությունների գործառնական կառավարման նպատակով:

ՄԿՈՒ հաստատությունները չգիտեն, թե ինչ պետք է անել, որպեսզի պահպանվի զբաղվածության ներկայիս կամ կանխատեսվող կառուցվածքը ըստ մասնագիտության և որակավորման: Այս խնդիրը լուծելու համար հարկավոր է զարգացնել աշխատաշուկայի և ՄԿՈՒ հաստատությունների միջև համագործակցությունը:

Աշխատաշուկայի և ՄԿՈՒ հաստատությունների փոխգործակցության գործընթացում առաջանում է փոխադարձ ազդեցություն միմյանց վրա: «Փոխազդեցությունն» արտացոլում է սուբյեկտների՝ միմյանց վրա ազդեցության գործընթացները, նրանց փոխադարձ պայմանավորվածությունը և մեկ օբյեկտի գեներացումը մյուսի կողմից: Միևնույն ժամանակ փոխազդեցությունը շարժման, զարգացման օբյեկտիվ և ունիվերսալ ձև է, որը որոշում է ցանկացած նյութական համակարգի գոյությունն ու կառուցվածքային կազմակերպումը:

Նման հարաբերություններ կամ փոխազդեցություններ հնարավոր են որոշակի պայմաններում: Նախ, փոխգործակցությանը պետք է ներգրավված լինեն առնվազն երկու սուբյեկտներ: Սա նշանակում է, որ յուրաքանչյուր կառույց պետք է հանդիսանա փոխազդեցության առարկա և կատարի հանձնարարված գործառույթները մեկ այլ կառույցի հետ միասին:

Այսօր զարգացնելով համապատասխան պաշտոններում մասնագետների պատրաստումը՝ կրթական համակարգը արձագանքում է առաջին հերթին երիտասարդների նկատառումներին՝ այդպիսով հաշվի առնելով ազգային տնտեսության կարիքները անուղղակիորեն՝ մասնագիտությունների հապճեպ պահանջարկի միջոցով:

Կադրերի պատրաստման կառուցվածքի և շրջանավարտների պահանջարկի միջև առկա անհավասարակշռությունը ստիպում է փնտրել հիմնովին նոր մոտեցումներ աշխատաշուկայում առաջարկի և պահանջարկի միջև հավասարակշռության համակարգը կարգավորելու համար:

Կրթական հաստատությունների հիմնական քայլերը՝

- Կատարել առկա տեղեկատվության վերլուծություն և օգտագործել այն մշակվող ծրագրերում:
- Կրթական ծրագրեր մշակելիս կամ վերանայելիս հաշվի առնել աշխատաշուկայի պահանջները:
- Բարձրացնել կրթական ծրագրերի արդյունավետությունը: Գովազդել դրանք, գրավել/ունենալ ավելի շատ դիմորդներ, ինչպես նաև համապատասխան մասնագետներ, և այլն:

Գործատուների հիմնական քայլերը՝

- Ջնարավորություն ստեղծել ուսանողների պրակտիկայի համար, նաև ուսանողների միջոցով համալրել թափուր աշխատատեղերը:
- Լրացնել թափուր աշխատատեղերը ստանդարտ, պարզ, բայց բովանդակալից հայտեր ներկայացնելու միջոցով և խնայել ժամանակը:
- Ընտրել չափանիշներ՝ անհամապատասխան դիմորդների քանակը բացառելու համար:
- Մշտապես հետևել և արագ արձագանքել փոփոխություններին, ինքնակրթվել, և այլն:

Ուսանողի/դիմորդի հիմնական քայլերը՝

- Կազմել CV/ռեզյումե գործատուի պահանջներին և չափանիշներին համապատասխան:
- Փնտրել և ունենալ հնարավորինս շատ պրակտիկաներ՝ աշխատանքային փորձ ձեռք բերելու և մասնագիտության մեջ հմտանալու համար:
- Պատրաստ լինել վերաորակավորման, վերապատրաստումներին և մասնագիտական դժվարություններին աշխատաշուկայում պահանջված լինելու համար:
- Մշտապես ինքնակրթվել, և այլն:





ՄԱՍՆԱՎՈՐ ՈԼՈՐՏԻ ՏՎՅԱԼՆԵՐԻ ԲԱԶԱՅԻ ՍՏԵՂԾՈՒՄ, ՂԵԿԱՎԱՐՈՒՄ/ ԿԱՌԱՎԱՐՈՒՄ

(ՆԵՐԱՌՅԱԼ ԹԱՓՈՒՐ ԱԶԽԱՏԱՏԵՂԵՐԸ)

Տվյալների բազան միասնական և մեծ էլեկտրոնային թղթապանակ կամ պահեստ է, որտեղ տվյալների ֆայլերը հավաքվում և մուտքագրվում են համակարգիչ:

Տվյալների բազայի կառավարման համակարգը (DBMS) ծրագրային ապահովում է, որը փոխազդում է օգտագործողների այլ հավելվածների և տվյալների բազայի հետ: Այն նախագծված է պահելու և կառավարելու տեղեկատվությունը, որում օգտատերը կամ ադմինիստրատորը կարող է ավելացնել, ջնջել կամ փոփոխել գրառումները: Տվյալների բազայի կառավարման համակարգը ապահովում է պահվող տվյալների արդյունավետ կառավարումը:

Ներկայումս տվյալների բազաների հետ աշխատելու համար շատ ծրագրեր կան: Ամենահայտնի ծրագրերից են PostgreSQL, Microsoft Access, SQL Server, FileMaker, Oracle, RDBMS, dBASE, Clipper, Fox Pro MySQL Workbench, Navicat, PHPMyAdmin, Access, Microsoft Excel և այլն: Այս ծրագրերը սովորաբար բավականին հզոր են և կարող են գեներացնել հսկայական քանակությամբ տվյալներ:

Excel ծրագիրն (առավել օգտագործելի/հասանելի է ՄԿՈՒ հաստատությունների համար) ունի աղյուսակների հետ աշխատելու նոր գործիքներ/գործիքակազմ: Դրանք կարող են օգտագործվել բջիջները և գծապատկերները կապելու, թարմացվող հաշվետվություններ ստեղծելու և որոնումներ կատարելու համար: Այս հնարավորություններով պարզեցված է տվյալների բազաների և աղյուսակների ստեղծման գործընթացը:

Տվյալների բազայի ստեղծմամբ ՄԿՈՒ հաստատությունները կարող են՝

1

Հավաքագրել և համակարգել ձեռնարկությունների և կազմակերպությունների վերաբերյալ անհրաժեշտ տեղեկատվությունը:

2

Պարբերաբար տեղեկանալ պահանջվող նոր մասնագիտությունների, մասնագիտական հմտությունների և կարողությունների, թափուր աշխատատեղերի, նոր հաստիքների, ինչպես նաև պրակտիկաների մասին:

3

Խնայել ժամանակը՝ ձեռքի տակ ունենալով անհրաժեշտ տեղեկատվությունը, որը պարբերաբար կթարմացվի:

4

Ապահով և գաղտնի վայրում պահել ընկերությունների վերաբերյալ կարևոր տեղեկատվությունը:

5

Մեծացնել տեղեկատվության ծավալը՝ անհոգ լինելով, որ այն երբևէ կկորի (պարբերաբար հարկավոր է պահուստային կրկնօրինակում (backup) անել):

6

Դյուրացնել գործնական դասերի/պրակտիկաների կազմակերպման գործընթացը՝ նախօրոք ձեռք բերելով պայմանավորվածություններ և կնքելով հուշագրեր ու պայմանագրեր (ցանկալի է բազմակողմ):

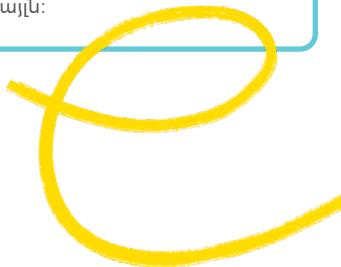
Տվյալների բազայի հավաքագրումն ու համակարգումը բարդ և չափազանց կարևոր գործընթաց է, որով կարող են զբաղվել օրինակ ՄԿՈՒ հաստատությունների կարիերայի կենտրոնի պատասխանատուները:

Վերջիններս հավաքագրում են ուսանողների մասին անհրաժեշտ տեղեկատվությունը և պարբերաբար թարմացնում այն: Ձեռնարկությունների և կազմակերպությունների վերաբերյալ տեղեկատվության համակարգման շնորհիվ կարիերայի կենտրոնի պատասխանատուները կարող են պարզեցնել ուսանողների պրակտիկայի կազմակերպման և աշխատանքի որոնման գործընթացները՝ ծեռքի տակ ունենալով այն ամենը, ինչը հարկավոր է կապեր հաստատելու համար:

Անհրաժեշտ են մասնագետներ, որոնք կվերապատրաստեն ՄԿՈՒ հաստատությունների այն աշխատակիցներին, որոնք կստեղծեն մասնավոր սեկտորի տվյալների բազան և կթվայնացնեն արդեն առկա տեղեկատվությունը:

Գոյություն ունեն տվյալների բազաների կառավարման համակարգի հետևյալ տեսակները.

- Յիերարխիկ տվյալների բազայի համակարգում,
- Ցանցային տվյալների բազայի համակարգում,
- Հստակ կառուցվածքային կողմնորոշված համակարգերի տվյալների բազայի համակարգում, և այլն:



Ի՞նչ նպատակով են օգտագործվում տեղեկատվության բազայի կառավարման համակարգերը

- ✓ Տեղեկատվության արդյունավետ հասանելիություն
- ✓ Տեղեկատվության անվտանգ պահպանում
- ✓ Ժամանակի խնայողություն
- ✓ Տվյալների արագ փոխանցում
- ✓ Առավել ճշգրիտ տեղեկատվության համակարգում, և այլն

Տվյալների բազայի կառավարման համակարգերը օգտագործվում են տվյալների մշակման, պահպանման, վերհանման և հարցումները գործարկելու կամ իրացնելու համար:

Այն թույլ է տալիս օգտատերերին ստեղծել, կարդալ, թարմացնել, ջնջել և ավելացնել տեղեկատվությունը տեղեկատվության բազայում:





ՄԿՈՒ ՀԱՍՏԱՏՈՒԹՅԱՆ ԻՄԻՋԸ՝ ՄՐՑԱԿՑԱՅԻՆ ԱՌԱՎԵԼՈՒԹՅՈՒՆ

Գիտատեխնիկական աննախադեպ առաջընթացը, տնտեսական ու հասարակական հարաբերությունների զարգացումները պարբերաբար նոր մարտահրավերներ են նետում կրթության ոլորտին, որոնց դիմակայելու համար համակարգը պարտավոր է գտնվել անընդհատ բարեփոխումների պայմաններում: Չնայած այն հանգամանքին, որ տվյալ փոփոխությունները հիմնականում միտված են համակարգի կենսունակության բարձրացմանն ու աշխատաշուկայի պահանջների համապատասխանության ապահովմանը, սակայն դրանց նկատմամբ անվստահությունը գերակշռող է դառնում հանրային ընկալումներում: Դրա պատճառները ինչպես հիմնավորված, օբյեկտիվ և խորքային են, այնպես էլ հաճախ մակերեսային և տիրաժավորված, իսկ կրթության ոլորտում իրականացվող գործընթացների հաջողության գրավականը հանրության կարևորումն ու շահառուների աջակցությունն է, որոնց հնարավոր է հասնել բացառապես հստակ մշակված գործելակերպի ու հետևողական հաղորդակցության ապահովման միջոցով: Հանրության հետ կապերի ապահովումը կամ, ինչպես ընդունված է անվանել, PR-ը կազմակերպության և հասարակության միջև տեղեկատվության հոսքերի կառավարումն է, որը միտված է կազմակերպության դրական պատկերի ստեղծմանն ինչպես հավանական սպառողների, այնպես էլ շահագրգիռ այլ կողմերի գիտակցության մեջ: PR-ի վերաբերյալ կան երբեմն արմատապես իրարից տարբերվող կարծիքներ: Որոշակի խմբեր PR-ին են վերագրում կախարդական փայտիկի գործառույթ՝ փորձելով համոզել, որ դրա միջոցով հնարավոր է անորակ, վատ կամ անբովանդակ երևույթը հանրության համար դարձնել գնահատելի: Մյուս խումբն առաջ է մղում այն տեսակետը, որ կարևոր և որակյալ աշխատանքը միշտ տեսանելի է և ներկայացնելու կարիք չունի: Երկու մոտեցումներն էլ կարող ենք վստահաբար դիտարկել ոչ իրատեսական, որովհետև գործ ունենք գերազնահատման կամ թերազնահատման հետ:

PR-ի տեսության և պատմության բազմաթիվ ձեռնարկներում կարող ենք հանդիպել նմանատիպ մոտեցումները բացառող բազմաթիվ օրինակներ, սակայն տեղին է նշել հետևյալը. «Ֆրանսիացի ճանաչված մասնագետ Ալան Մադին, երբ հրավիրվում է ղեկավարելու ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի հասարակայնության հետ կապերի դեպարտամենտը, գլխավոր տնօրենը գոհունակությամբ ասում է. «Այսուհետ ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ն կունենա լավ իմիջ ու հիանալի հեղինակություն ողջ աշխարհում»: Մադին պատասխանում է. «ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի հեղինակությունն ուղիղ համեմատական կլինի իր կատարած աշխատանքներին»: Հետևաբար, PR-ը հնարավորություն է տալիս հանրությանն ամբողջական և իրատեսական պատկերացում կազմելու կազմակերպության գործունեության վերաբերյալ և հարաբերությունները կառուցելու փոխվստահության մթնոլորտում:

Շատերը, հանրային կապեր ասելով, հասկանում են միայն զանգվածային լրատվական միջոցների հետ կապի ապահովումը, իսկ դա գործունեության ընդամենը մի մասն է: Իհարկե, ՋԼՄ-ների օգնությամբ հնարավոր է դառնում երկխոսություն ապահովել կառույցի և հանրության միջև, որը բացահայտում է հանրության հավաքական վերաբերմունքն ու պահանջները՝ միաժամանակ ուրվագծելով այն ուղղություններն ու գործողությունները, որոնք կարող են հանգեցնել ցանկալի արդյունքի: Սա բխում է թե՛ հանրության, թե՛ կառույցի շահերից, որովհետև զանգվածային լրատվական միջոցները ոչ միայն հասարակական «տրամադրությունների և տեսակետների» արտահայտման միջոց են, այլև հասարակական կարծիքի որոշակի ձևավորման և ուղղորդման յուրօրինակ եղանակ: Ուստի, ՋԼՄ-ների հետ գործընկերային կապերի ապահովումը և համագործակցությունը հնարավորություն են տալիս ներկայացնելու ճշմարիտ և ամբողջական տեղեկատվություն կազմակերպության գործունեության, ծրագրերի, նույնիսկ խնդիրների մասին: Վերջինս կանխում է անցանկալի, հաճախ նաև կեղծ ու հեղինակությանը վնասող տեղեկատվության տարածումը: Սակայն ինչպես նշեցինք PR-ը չի սահմանափակվում միայն ՋԼՄ-ների հետ կապերի ապահովումով, այլ ունի աշխատանքի լայն շրջանակ ու միջոցներ: Ճահառուների յուրաքանչյուր խմբի համար անհրաժեշտ է օգտագործել PR-ի այն գործիքակազմը, որը կարող է ապահովել համապատասխան ազդեցությունը:

PR գործընթացի առաջնահերթ խնդիրը կազմակերպության կամ անհատի իմիջի ձևավորումն է: Իմիջը/ image/ անգլերենից թարգմանաբար նշանակում է պատկեր, նկար, արտացոլում, նմանություն...Իմիջը կազմակերպության կամ անհատի պատկեր-նկարագիրն է, որն ընկալում է շահառուն/սպառողը: Այն ձևավորվում է երևակայության և պատկերացումների մեջ, սակայն դրսևորվում է խիստ նյութական, վարքագծային հարթության վրա: Մրցակցությունը կազմակերպությունների միջև տեղի է ունենում հասարակության գիտակցության մեջ և առաջին հերթին դրսևորվում էր դրանց իմիջների պայքարում: Իմիջը կարող ենք բնութագրել նաև որպես հանրային վստահություն, իսկ այն գործարարի համար փող է, քաղաքական գործչի համար՝ քվե, կազմակերպության համար՝ գործունեության լայն հնարավորություններ:

Ուսումնական հաստատության իմիջը բազմաշերտ պատկեր է, որը պայմանավորված է ինչպես տնօրինության ու աշխատակազմի գործունեությամբ, կրթության որակով ու պայմաններով, այնպես էլ ուսանողների ու շրջանավարտների մասնագիտական մրցունակությամբ ու աշխատաշուկայում պահանջվածությամբ: Ուսումնական հաստատության իմիջի զարգացումն անընդհատ գործընթաց է, որի ուղղությամբ անհրաժեշտ է մշակված ու ամենօրյա աշխատանք կատարել: Աշխատանքը նպատակային կազմակերպելու համար առաջնահերթ խնդիր է ձևավորել տվյալ գործընթացի կազմակերպման համար պատասխանատուների թիմը, որը կմշակի միասնական գործունեության ռազմավարություն, կիրականացնի ինչպես կազմակերպության կողմից տրամադրվող տեղեկությունների մշակման ու տարածման աշխատանքները, այնպես էլ կազմակերպության վերաբերյալ տեղեկատվական հոսքերում հիշատակումների վերլուծությունը: Թիմը կհստակեցնի թիրախային խմբերը և կմշակի նրանց հետ հաղորդակցության լավագույն միջոցների ընտրությունը: Ուսումնական հաստատության համար թիրախային խմբեր կարող են դիտարկվել աշխատակազմը, ուսանողները, նրանց ծնողները, գործատուները, մասնագիտական շրջանակը, համայնքային և մարզային կառույցները, առկա և հնարավոր գործընկեր կազմակերպությունները, ինչպես նաև դիմորդները: Ի դեպ, ուսումնական հաստատության իմիջի գնահատականի ստուգման ցուցիչներից մեկը կարող է դիտարկվել նաև դիմորդների շրջանում պահանջվածությունը:

Թիմի կարևոր խնդիրներից մեկը պետք է լինի ուսումնական հաստատության ճանաչելիության բարձրացումը, մասնավորապես համայնքային, մարզային և համապետական տարբեր միջոցառումներին, մասնագիտական մրցույթներին և օլիմպիադաներին կազմակերպության ներկայացուցիչների մասնակցության ապահովումը:

Ժամանակակից տեղեկատվական ժամանակաշրջանում կազմակերպության ճանաչելիության բարձրացման լավագույն գործիքներից է ինտերնետային կայքը և էջերը սոցիալական տարբեր ցանցերում: Սրանք ոչ թե միմյանց փոխարինող, այլ լրացնող միջոցներ են: Ջարմանքով պետք է նշել, որ այսօր կան որոշ ուսումնական հաստատություններ, որոնք ոչ միայն չունեն պաշտոնական ինտերնետային կայքեր, այլև չունեն դրա կարևորության գիտակցությունը: Ակնհայտ է, որ տվյալ ուսումնական հաստատությունն օր առաջ պետք է վերանայի իր գործունեությունը, այլապես ժամանակակից մրցակցային իրավիճակում շատ արագ կարող է հայտնվել լուսանցքում: Մյուս խնդիրը կայքերի տեղեկատվության թարմացման հետ է կապվում: Եթե կայքի վերջին փոփոխությունն օրերի կամ շաբաթների վաղեմություն ունի, ենթադրվում է, որ կազմակերպության «գարկերակը» ևս այդ պարբերականությամբ է, իսկ ուսումնական հաստատության համար դա, մեղմ ասած, անընդունելի է: Թիմի կարևորագույն խնդիրը պետք է լինի տեղեկատվական հոսքի ապահովումը և ուսանողական կյանքի ակտիվության հանրայնացումը:

Ուսումնական հաստատության իմիջի կարևոր շերտերից է մասնագիտական ու գործարար համայնքների գնահատականները: Այս համատեքստում առաջնային է ինչպես համագործակցությունն ուսումնական գործընթացի արդյունավետության բարձրացման ու պրակտիկաների կազմակերպման հարցում, այնպես էլ նրանց ներգրավումը հաստատությունում կազմակերպվող բազմաթիվ տոնական միջոցառումներին և գործընկերային-բարեկամական հարաբերությունների ձևավորումը: Լավագույն արդյունքը միշտ էլ ապահովել է «հին ու բարի» խոսքը, որ փոխանցվել է բերնեբերան: Իրականում ճանաչված դառնալու համար պետք է ստիպել մարդկանց շատախոսել: Ասեկոսեներն իրենց «կյանքը» սկսում են ծնագնդի նման, որի համեմատությամբ բոլոր ջանքերը խիստ թույլ են թվում:

Ինչպես նշել է ԱՄՆ նախագահ Ռ. Ռեյգանը. «Վաշինգտոնը միակ տեղն է աշխարհում, որտեղ ձայնի արագությունն ավելի մեծ է, քան լույսինը»: Իհարկե, այսպիսի բնութագրում կարելի է տալ բոլոր քաղաքներին: Ուսումնական հաստատության շուրջ առկա համախոհների խումբը միայն նպաստելու է հանրության ընկալումներում դրական իմիջի զարգացմանը: Տվյալ խմբի հետ կազմակերպվող հանդիպումները, մասնագիտական բաց կամ վարպետաց դասերը ոչ միայն նպաստում են մասնագիտական նոր գիտելիքների ձեռքբերմանը, այլև առիթներ են տեղեկատվական նպաստավոր հոսքեր ունենալու համար: Առանձնակի կարևոր են հաջողության պատմությունները ինչպես ուսանողների, այնպես էլ շրջանավարտների, որոնք տեսանելի ու գնահատելի են դարձնում ուսումնական հաստատության գործունեությունը: Որպես կանոն պետք է չմոռանալ հանրությանը ներկայացնել ու պատմել ձեռքբերումների ու նվաճումների մասին:

Առաջադրանքներ.

1 ունի արդյոք Ձեր ուսումնական հաստատությունը մշակված ռազմավարություն, որի շրջանակում եք իրականացնում հանրության հետ կապերը

2 նշեք Ձեր ուսումնական հաստատության առկա իմիջի որոշակի բնութագրիչները

3

Եւ չեք այն բնութագրիչները, որոնք կուգեն այիք ձևավորել Ձեր ուսումնական հաստատության իմիջում

4

Եւ չեք Ձեր ուսումնական հաստատության այն աշխատակիցների անունները, որոնք ընդգրկված են կամ կարող են ընդգրկվել հանրության հետ կապերի ապահովման թիմում:





ՄԿՈՒ-ԳՈՐԾԱՐԱՐ ՀԱՏՎԱԾ ՀԱՄԱԳՈՐԾԱԿՑՈՒԹՅԱՆ ՄԵԿՆԱՐԿԻ ԱՌԱՆՁՆԱՀԱՏՎՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ

Մասնագիտական կրթության և աշխատաշուկայի միջև կապերի ամրապնդումը, համագործակցության արդյունավետ ձևաչափերի ստեղծումը, գործարար հատվածի կադրային պատվերի հստակ ձևակերպումն ու ապագա մասնագետի գիտելիքի ու հմտությունների համապատասխանության ապահովումը բոլոր երկրներում դիտարկվում է որպես հասարակության և տնտեսության զարգացման կարևոր գրավականը: Հայաստանի անկախության հաստատումից ի վեր այս խնդիրների լուծումը դարձել է զարգացման առաջնահերթությունը, և տարիների փորձը ցույց է տալիս, որ երկրի նախնական/արհեստագործական և միջին մասնագիտական ոլորտում իրականացվող բարեփոխումները միտված են աշխատաշուկայի պահանջներին համապատասխան մրցունակ մասնագետների պատրաստմանը: Հատկանշական է, որ արդեն հաջողվել է, սոցիալական գործընկերության շրջանակում, ոլորտ ներգրավել մասնավոր, բիզնես կառույցներին ոչ միայն մասնագիտական կրթության նկատմամբ կարիքների հստակ ձևակերպման, այլև դրանց բավարարման և մրցունակ մասնագետներ պատրաստելու համար սեփական ռեսուրսների տրամադրման և ուսումնական գործընթացի արդյունավետ կառավարման համար: Ձևավորվել է տեղական ու միջազգային կազմակերպությունների հետ գործընկերային հարաբերություններ և այդ համագործակցության շրջանակում պայմաններ ստեղծվել միջազգային առաջավոր փորձի ներդրման և տեղայնացման համար: Հայաստանի նախնական/արհեստագործական և միջին մասնագիտական ոլորտում արդեն ներդրվել են աշխատանքի վրա հիմնված, դուալ և այլ կրթական ծրագրերը, որոնց պարագայում գործարար հատվածի մասնակցությունը պարտադիր նախապայման է: Չնայած առկա առաջավոր փորձին՝ աշխատաշուկա-կրթություն համագործակցությունը շարունակում է մնալ ոլորտի զարգացման ամենախոցելի ու թիրախային ուղղություններից մեկը:

Հայաստանում գործարար հատվածը տեխնիկական առաջընթացի, արդյունավետության բարձրացման կամ զարգացման հեռանկարի հետ կապված կադրերի պակասը կամ աշխատակազմի մասնագիտական կարիքների բավարարման խնդիրը հաճախ լուծում է սեփական ուժերով: Սա այն հարթակներից է, որի վրա նույնականանում են գործարար ոլորտի ու կրթության շահերը: Համագործակցությունը, միտված լինելով ընդհանուր գործընթացի ձևավորմանը կամ զարգացմանը, հիմնվում է միասնական նպատակի հասնելու ակնկալիքի վրա, որը շահեկան է կողմերի համար: Նպատակի և շահերի հստակությունը միաժամանակ դառնում է արդյունավետ համագործակցության գրավականը:

Ստորև ներկայացված կետերի համար հիմք է ծառայել մասնագիտական ուսումնական հաստատությունների պատասխանատուների շրջանում կազմակերպված գրույցներն ու հարցազրույցները, ֆոկլուս խմբային քննարկումները, ինչպես նաև միջազգային փորձը, որը կիրառելի է Հայաստանի պարագայում: Այն հնարավորություն կտա ՄԿՈՒ հաստատությունների ղեկավարներին ու կարիերայի պատասխանատուներին առավել ամբողջական պատրաստվելու նախատեսվող համագործակցության շրջանակում գործարար ոլորտի ներկայացուցիչների հետ հանդիպմանը: Ստորև ներկայացնում ենք մի շարք գործնական քայլեր ՄԿՈՒ-գործարար հատված համագործակցության մեկնարկի վերաբերյալ.

- Համագործակցության մեկնարկային փուլում հնարավոր է օգտագործել միջնորդի երաշխավորության գործոնը,
- Ընդգծել, որ համագործակցության առաջարկը դեռևս ֆինանսական ներդրումներ չի պահանջելու,
- Հստակ ձևակերպել սեփական շահերը և համագործակցող կողմի հնարավոր օգուտները,
- Առաջարկի երկկողմ շահեկանության համոզումից է կախված բանակցությունների ելքը,

- Ունենալ հնարավոր շատ տեղեկություններ տվյալ բիզնեսի կարողությունների, զարգացման պլանների և որոշում կայացնողների վերաբերյալ,
- Ճշգրտել մյուս բաժնետերերի ազդեցությունը որոշումների ընդունման գործընթացում, մասնավորապես տվյալ առաջարկի համատեքստում,
- Հավաքագրել տեղեկություններ բանակցողի անհատական նախասիրությունների, առաջնահերթությունների, բնավորության գծերի, հանրային գործունեությանն՝ ելույթների, հարցազրույցների վերաբերյալ,
- Հավաքագրել տեղեկություններ տվյալ կազմակերպության լավագույն մասնագետների վերաբերյալ,
- Ուսումնասիրել տվյալ կազմակերպության գործունեության ոլորտի համաշխարհային միտումները և ներկայացուցիչներին,
- Ծանոթանալ տվյալ ոլորտի տեղական առաջատար կազմակերպությունների գործունեությանը,
- Ծանոթանալ տվյալ կազմակերպության կարևոր ձեռքբերումներին ու համագործակցության շրջանակին,
- Ճշգրտել տվյալ կազմակերպության դիրքը շուկայում և մրցակիցների հետ հարաբերությունները,
- Բարձրացնել տվյալ ոլորտի հետ կապված իրազեկվածությունն ու կոմպետենտությունը,
- Մինչև բանակցությունների մեկնարկը բարեփոխեք ձեր կազմակերպության իմիջը, մասնավորապես, պաշտոնական կայքը և հանրային հարթակներում ներկայացվածության աստիճանը,
- Պատրաստեք ձեր կազմակերպության վերաբերյալ գովազդային-տեղեկատվական փաթեթ/պորտֆոլիո,
- Պատրաստեք անձնական այցեքարտեր համագործակցության կողմին տրամադրելու համար,
- Վստահ եղեք, որ հաջողելու եք, որովհետև ձեր առաջարկը շահեկան և հեռանկարային է:

Առաջադրանքներ.

1 դուրս գրեք այն կետերը, որոնց կիրառումը նպաստել է համագործակցության հաջող փորձի ձեռքբերմանը և ապահովել ձեր ուսումնական հաստատության համար կայուն գործընկերներ

2 դուրս գրեք այն կետերը, որոնք կօգտագործեք առաջիկա համագործակցության առաջարկը ներկայացնելիս

3 ինչ նոր կետեր կավելացնեիք վերոգրյալին, որոնք, ըստ ձեզ, կարևոր են գործարար ոլորտի հետ արդյունավետ համագործակցություն ձևավորելու համար



ՈՒՍՈՒՄՆԱԿԱՆ ՀԱՍՏԱՏՈՒԹՅԱՆ ԳՈՎԱԶԴԱՅԻՆ- ՏԵՂԵԿԱՏՎԱԿԱՆ ՓԱԹԵԹԸ

Ժամանակակից տեղեկատվական տեխնոլոգիաներն ընդլայնել են անձի կամ կազմակերպության վերաբերյալ տեղեկություններ ստանալու հնարավորությունները: Ինչպես առօրյա կյանքում որևէ ծառայությունից օգտվելիս անձը նախապես փորձում է ծանոթանալ տվյալ կազմակերպության գործունեությանը, այնպես էլ համագործակցության առաջարկի պարագայում կողմերից յուրաքանչյուրը մյուսի վերաբերյալ տեղեկություններ է հավաքագրում, ծանոթանում հանրային գնահատականներին և լսում վստահելի մարդկանց կարծիքները, որպեսզի հնարավորինս ճշգրիտ պատկերացում կազմի ապագա գործընկերոջ մասին:

Ինչ տեղեկություններ կցանկանայիք, որ ձեր մասին ստանար ապագա գործընկերը.

այս հարցի հետ կապված պատասխանների խումբը պետք է ներառված լինի ուսումնական հաստատության գովազդային-տեղեկատվական փաթեթում:

Փաթեթը ցանկալի է, որ լինի էլեկտրոնային և տպագիր տարբերակներով: Վերջինիս պարագայում հարկ է հիշել, որ թղթի, կազմվածքի ու տպագրության որակը երբեմն ավելի տպավորիչ է լինում ու կանխորոշում բովանդակության նկատմամբ ձևավորվելիք կարծիքը: Էլեկտրոնային տարբերակը ձեզ հնարավորություն է տալիս ինչպես վաղօրոք ներկայանալու, այնպես էլ հանդիպումից հետո ևս մեկ ամիս ունենալ շփվելու ապագա գործընկերոջ հետ, տրամադրել հավելյալ բանավոր տեղեկություններ և ճշգրտելու նախորդ հանդիպումից ձևավորված վերաբերմունքը:

Լուսանկարների մասին

Փաթեթում օգտագործվող լուսանկարները տեղեկատվական ծանրակշիռ գործառույթ են իրականացնում: Դրանք հաճախ կարող են պատմել ավելի տպավորիչ և հաղորդել այնպիսի տեղեկություններ, որոնք տեքստային տարբերակով նպատակահարմար չէ ներկայացնել, մասնավորապես, անվանի, հեղինակավոր մարդկանց կամ պաշտոնյաների այցերը տվյալ ուսումնական հաստատություն: Ցանկալի է, որ լուսանկարները լինեն արհեստավարժ մասնագետի կողմից արված և լինեն որակյալ նաև տեխնիկական տեսանկյունից:

Ամբողջական փաթեթը դիտողին պետք է փոխանցի հետևյալ ուղերձները.

ուսումնական հաստատությունը կայացած և վստահելի գործընկեր է,

ուսումնական հաստատությունում աշխատում է համախոհների և նվիրյալների թիմ,

ուսումնական հաստատությունը զարգացող և հեռանկարային կառույց է,

ուսումնական հաստատության հետ համագործակցությունը կնպաստի նաև գործընկեր կազմակերպության հանրային վստահության բարձրացմանը,

ուսումնական հաստատությունը համայնքում ճանաչում և հեղինակություն ունեցող, մասնագիտական շրջանակների կողմից ընդունված և սովորողների համար սիրելի կառույց է:

Այն պետք է լինի գունեղ, դիտելու համար հաճելի և «թեթև», որպեսզի անհրաժեշտ տեղեկատվության փոխանցումը զուգորդվի ժամանցի հետ:

Ստորև ներկայացնում ենք ուսումնական հաստատության գովազդային-տեղեկատվական փաթեթի օրինակելի կառուցվածքը: Սեփական փաթեթը կազմելիս, ըստ անհարաժեշտության, ուսումնական հաստատությունը կարող է որոշ կետեր միավորել կամ հավելել:

ԿԱՌՈՒՅՎԱԾՔ

Ուսումնական հաստատության կարգախոսը

Կարգախոսն այն հակիրճ ձևակերպված գաղափարն է, որի ներքո գործում և ներկայանում է ուսումնական հաստատությունը: Այն իր մեջ պարունակում է ուղերձ՝ ուղղված ներքին և արտաքին շահառուներին, մասնավորապես ինչպես աշխատակազմին ու սովորողներին, այնպես էլ ապագա սովորողներին ու հանրության լայն շերտերին: Այն ուսումնական հաստատության շահառուներին ու աշխատակազմին միավորելու և միասնական հանդես գալու լավագույն գործիքներից է: Կարգախոսը պետք է լինի հակիրճ, բայց միևնույն ժամանակ ամբողջական և ցանկալի է, որ լինի հեշտ ընկալելի և տպավորվող: Այն կարող է օգտագործել ուսումնական հաստատության լոգոտիպի վրա, պաշտոնական կայքի և սոցիալական ցանցերում ուսումնական հաստատության ընդհանուր ֆոնի վրա: Այն կարող է օգտագործվել նաև տարածվող տեղեկություններում որպես նշանաբան: Կարգախոսը եզակի արտադրանք է, որը կարող է պաշտպանված լինել նաև հեղինակային իրավունքով: Կարգախոսներ հայ իրականությունում առավել տարածում ունեն և օգտագործվում են քաղաքական գործընթացներում, մասնավորապես, նախընտրական փուլերում քաղաքական ուժերի հռչակած ծրագրերի ճանաչելիության բարձրացման ու տարածումն ապահովելու նպատակով:

Տեղեկություններ հաստատության վերաբերյալ

Այս կետի ներքո ենթադրվում է, որ պետք է լինի հաստատության ստեղծման և զարգացման փուլերի վերաբերյալ տեղեկությունները: Այն կարող է լինել մի քանի նախադասությամբ, որպեսզի խուսափենք երկար ու ճանճրալի պատմություն ներկայացնելուց:

Պարտադիր տեղեկություններից են ուսումնական հաստատության հասցեն, կոնտակտային տվյալները (հեռխոսահամար, էլ. հասցե), պաշտոնական կայքի հասցե, սոցիալական ցանցերում էջերի մասին տեղեկություն:

Այս կետում լուսանկարների միջոցով հաղորդվող տեղեկությունները կարևոր են:

Մասնագիտություններ

Այս կետի ներքո ներկայացվում են ուսումնական հաստատությունում գործող մասնագիտությունները և շնորհվող որակավորումները: Կարող են լինել մասնագիտությունները խորհրդանշող գծանկարներ կամ տվյալ ոլորտին առնչվող, ճանաչում ունեցող լուսանկարներ: Օրինակ. «Ռոբոտաշինություն» մասնագիտության պարագայում կարելի օգտագործել Սոֆյա ռոբոտի լուսանկարը:

Ձեռքբերումներ, մրցակցային առավելություններ

Այս կետն ուսումնական հաստատության գովազդային «հոլովակն» է և պետք է ներկայացվի հնարավորինս գունեղ ու բազմազան՝ առանցքում ունենալով քարոզչական գործառույթ: Այստեղ ներկայացվում են այն առանձնահատկությունները, որոնք ընդգծում են ուսումնական հաստատության կայացած լինելու փաստը, մասնագիտական կրթության մրցունակությունը, շրջանավարտների պահանջվածությունն ու ներգրավվածությունը աշխատաշուկայում և այլն: Այստեղ կարող են լինել մասնագիտական մրցույթներում և օլիմպիադաներում պարգևատրումների, մրցանակների հանձնման լուսանկարներ, որոնք կունենան ընդամենը մեկ տողով մեկնաբանություն:

Այս կետը նպատակային լրացնելու համար անհարժեշտ է պատասխանել հետևյալ հարցերին.

? **Ինչու ընտրել ձեր ուսումնական հաստատությունը:**

? **Ինչով է տարբերվում ձեր ուսումնական հաստատությունը մյուսներից:**

? **Կարող եք ներկայացնել ձեր նախորդ պատասխանների հիմնավորումները/ապացույցները:**

Այստեղ կարող են լինել նաև պետական ավարտական քննությունների հանձնաժողովի նախագահների, ճանաչված մասնագետների խոսքը՝ ուսումնական հաստատության կրթության որակի մասին:

Նորարարական ծրագրեր

Այս կետում ներկայացվում են Նորարարական ծրագրերը, ուսուցման Նոր մեթոդների Ներդրումն ուսումնական հաստատությունում: Ներկայացվում են միջազգային առաջավոր փորձի Ներդրում, օրինակ դուալ կրթություն, աշխատանքի վրա հիմնված ուսուցում և այլն: Կարող են ներկայացվել ճանաչված մասնագետների կողմից Վարպետության դասերը, հրավիրյալ գործատուների դասընթացները, կարճաժամկետ մասնագիտական ծրագրերը և այլն:





© Շուշանիկ Ներսեսյան

Տեխնիկական հագեցվածություն

Այս կետում ներկայացվում են ուսումնական հաստատության նյութատեխնիկական այն պայմանները, որոնք ապահովում են մրցունակ ու աշխատաշուկայի պահանջներին համապատասխան ուսուցման իրականացումը: Համակարգչային լսարաններ, լաբորատորիաներ, արտադրական գործիքներ, տեսալսողական սարքավորումներ, պաստառներ և այլն:



© Շուշանիկ Ներսեսյան

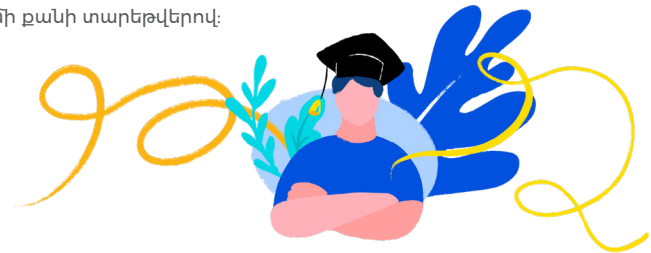
Եթե ուսումնական գործընթացում օգտագործվում են ճանաչված բրենդների սարքավորումներ, դրանք կարող են լուսանկարներում տեսանելի լինել: Նպատակահարմար է, որ վերը նշված սարքավորումները ներկայացվեն սովորողների օգտագործման պատկերներով:

Ուսանողական առօրյա

Այս կետում անհրաժեշտ է ներկայացնել ուսանողական կյանքին բնորոշ տեղեկություններ և լուսանկարներ, մասնավորապես կարող են լինել էքսկուրսիաներ ու արաջավներ պատմական հուշակոթողներ, սպորտային միջոցառումներ ու մրցույթներ, ինչպես նաև գեղարվեստական միջոցառումներ: Օրինակ. ձմեռային զբոսանք, ծառատունկ, էկոլոգիական արշավ և այլն: Եթե ուսումնական հաստատությունը ունի երաժշտական կոլեկտիվ, որևէ մարզաձևից ձևավորված թիմ կամ գրական-թատերական խումբ, ապա դրանց մասին հակիրճ տեղեկությունը և լուսանկարները կընդգծեն ուսանողական կյանքի հմայքը, բազմաշերտությունը և հաճելի ժամանցը: Կարող է լինել նաև համաուսանողական համայնքային կամ համապետական միջոցառումների մասնակցության, հաստատությունում տոնակատարությունների կազմակերպման վերաբերյալ տեղեկություններ:

Մեր շրջանավարտները

Այս կետում ներկայանում են ուսումնական հաստատության այն շրջանավարտները, որոնք մասնագիտական ոլորտում կայացել և հաջողությունների են հասել, մասնավորապես որևէ կազմակերպությունում գլխավոր մասնագետ է, միջազգային մրցույթի հաղթող է կամ սեփական բիզնես կառույցն է ստեղծել: Այս կետը կարող ենք բնութագրել որպես ուսումնական հաստատության շրջանավարտների հաջողության պատմությունների էջ, որը հիմնականում պետք է ներկայացվի մասնագիտական առաջընթացի մի քանի տարեթվերով:



Կառավարման մարմին

Այս կետում ներկայացվում է ուսումնական հաստատության տնօրինությունը (տնօրեն, փոխտնօրեն) և կառավարման խորհուրդը (նախագահ, անդամներ): Անհրաժեշտ է ներկայացնել կենսագրական, մասնավորապես կրթության և աշխատանքային գործունեությանը վերաբերող այն փաստերը, որոնք կնպաստեն ուսումնական հաստատության նկատմամբ վստահության բարձրացմանը: Կենսագրություններն ամբողջական ներկայացնելն անընդունելի է: Լուսանկարները ցանկալի է, որ լինեն աշխատանքային գործընթացը պատկերող: Այս կետը անհրաժեշտ է դիտարկել որպես ուսումնական հաստատության կառավարման վերաբերյալ հակիրճ տեղեկատվություն:

Դասավանդողներ

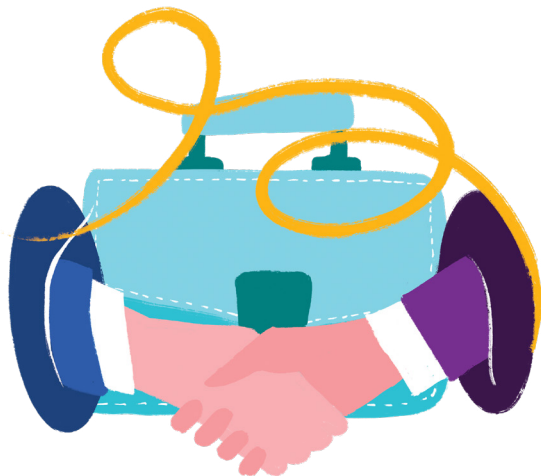
Այս կետում ներկայացվում է ուսումնական հաստատության դասախոսական կազմն ու վարպետները: Իհարկե, ամբողջ կազմը հնարավոր չէ ներկայացնել, ուստի անհրաժեշտ է ընտրել այն դասավանդողներին, որոնց անունները և մասնագիտական հեղինակությունը կարող են նպաստել ուսումնական հաստատության ճանաչելիության բարձրացմանը կամ ներգրավել նոր սովորողներ: Կարող են օգտագործվել նաև միասնական լուսանկարներ, որպեսզի աշխատակազմում (թիմում) հիմքեր չստեղծվեն որոշակի կոնֆլիկտների համար:



Ըստ ուսումնական հաստատության կադրային ռեսուրսների օբյեկտիվ գնահատման՝ հնարավոր է 9-րդ և 10-րդ կետերի միավորումը:

Մեր գործընկերները

Այս էջը պատրաստելիս անհրաժեշտ է առաջնորդվել «Ասա ով է ընկերդ, ասեմ ով ես դու» իմաստությամբ: Անհրաժեշտ է ներկայացնել այն գործատուներին, կազմակերպություններին՝ տեղական և միջազգային, որոնց հետ համագործակցում է ուսումնական հաստատությունը: Տեղադրելով գործընկերների լոգոտիպերը՝ անհրաժեշտ է հակիրճ տեղեկություն ներկայացնել համագործակցության ծրագրի, արդյունքների վերաբերյալ (եթե առկա են): Ցանկալի արդյունքներ կարող են դիտարկվել տվյալ ծրագրի շնորհիվ աշխատանքի տեղավորված մասնակիցների թիվը, ծրագրի երկարատևությունն ու շարունակականությունը, կազմակերպությունում պրակտիկաների կազմակերպման փաստը և այլն: Գործընկերների շարքին կարող են դասվել նաև բարեգործական կազմակերպությունները հովանավորները, որոնք նյութատեխնիկական աջակցություն կամ վերանորոգում են իրականացրել, ինչպես նաև կրթաթոշակներ սահմանել, ապահովել սովորողների մասնակցությունը մրցույթներին և այլն:





ԳՈՐԾՆԱԿԱՆ ԽՈՐՀՈՒՐԴՆԵՐ

Ստորև ներկայացված են հանրային ելույթը սկսելու և ավարտելու որոշ տարբերակներ, որոնք կարող են օգտակար լինել սեփական խոսքը կառուցելու համար: Այն հնարավորություն կտա ոչ միայն մտածելու ելույթի մեկնարկի կամ եզրափակման մասին, այլև ուրվագծելու ընդհանուր կառուցվածքն ու դրամատուրգիան, ընդգծելու լսարանի վրա գաղափարական ու էմոցիոնալ ազդեցության գլխավոր կետերը, հնարավորինս կանխատեսելու արձագանքները:

ՏԱՐԲԵՐԱԿՆԵՐ

Հանրային **Ելույթի** մեկնարկի և եզրափակման համար

Սկսեք՝

- ապագայի մասին որևէ մտքով/ենթադրությամբ կամ անցյալի մասին ինչ-որ փաստով,
- զարմանալի կամ «չծեծված» փաստով,
- թեմայի վերաբերյալ ճանաչված մարդու մեջբերումով,
- հետաքրքիր պատմությամբ՝ գործողություններով և զգացմունքներով լեցուն (կարող է լինել լեգենդ, առասպել, միֆ և այլն),
- կարողացեք նաև լռել...օրինակ. ասեք մի քանի բառ և մի քանի վայրկյան դադար տվեք: Հայացք նետեք ձեզ լսողների վրա, համոզվեք, որ նրանք ձեզ են նայում: Հետո կրկին ասեք մի քանի բառ և կանգ առեք,

ավարտեք՝

- թեմայի վերաբերյալ թևավոր խոսքով կամ ժողովրդական իմաստությամբ,
- ընդհանրացնող եզրակացությամբ. օրինակ. ***և այսպես կամ այսպիսով...***
- չեզոք և չծանրաբեռնող արտահայտությամբ. օրինակ. ***«Շնորհակալություն ուշադրության համար»,***
- ամփոփիչ կրկնությամբ. օրինակ. ***առաջին...երկրորդ...***
- ազատ ոճով և դրական նոտայով խմբին դիմել. օրինակ. ***«Մաղթում եմ հաճելի ժամանց»,***
- պատկերային ներկայացմամբ. օրինակ. ***«Ջրափոսին նայելիս մեկը տեսնում է միայն ջրափոսը, իսկ մյուսը՝ երկնքի աստղերն այնտեղ»,***
- լսարանին ուղղված հաճոյախոսությամբ. օրինակ. ***«Դուք արդեն կարևոր քայլն արել եք...»,***
- էմոցիոնալ բարձր նոտայի վրա՝ ամենակարևոր միտքն արտահայտելով,
- թեմայի վերաբերյալ հումորային ծիծաղելի պատմություն ներկայացնելով:



Առաջադրանքներ.

1 Ներկայացված տարբերակներից որոնք եք նախընտրում օգտագործել,

2 Վերհիշեք և գրեք, թե ինչպես եք սկսել և ավարտել ձեր նախորդ հանրային ելույթը

3 Գրեք՝ ձեր հաջորդ հանրային ելույթն ինչպես եք նախատեսում սկսել և ավարտել

Հանրային ելույթի վարման վերաբերյալ

Ստորև ներկայացված են խորհուրդներ Դեյլ Քարնեգիի «Հանրային ելույթի արվեստը» գրքից, որոնք հնարավորություն կտան բարեփոխելու կամ կատարելագործելու հանրային խոսքի կառուցման կամ վարման հմտությունները:

- ✓ Եղեք ինքնավստահ,
- ✓ Հետևեք շնչառությանը, փորձեք թուլանալ, չլարվել ու չհուզվել,
- ✓ Հիշեք, որ յուրաքանչյուր խումբ կամ ամբոխ առաջնորդի կարիք է զգում,
- ✓ Ստանձնեք խմբի կամ լսարանի ղեկավարումը,
- ✓ Ղեկավարեք լսարանին ձեր մտքերի միջոցով և նրան անընդհատ զբաղված պահեք,
- ✓ Կազմեք ելույթի պլան,
- ✓ Ելույթը նախապես փորձեք մի քանի անգամ,
- ✓ Թեման ուսումնասիրեք խորությամբ,
- ✓ Ունեցեք ասելու ինչ-որ յուրահատուկ բան,
- ✓ Հագեցրեք ձեր խոսքը փաստերով և ուսումնասիրություններով, եթե իհարկե դրանք կան,
- ✓ Փոփոխեք ձայնի բարձրությունը յուրաքանչյուր նոր դատողություն անելիս,
- ✓ Որքան շատ հնչերանգներ ունենա ձեր ձայնը, այնքան ավելի հաճելի կլինի ձեզ լսել,
- ✓ Տեղին և վարպետորեն օգտագործեք դադարները. արտահայտած միտքը խորությամբ ընկալելու, նոր միտք լսելու համար պատրաստվելու, ինտրիգ մտցնելու և այլն,

- ✓ Ներդրեք և արտահայտեք զգացմունքներ ձեր խոսքում,
- ✓ Հաճույք ստացեք այն թեմայից, որի մասին խոսում եք և հիշեք, որ այն վարակիչ է,
- ✓ Որքան շատ հուզի ձեր ելույթը, այնքան ավելի ընկալելի և տպավորիչ կլինեն ձեր գաղափարները,
- ✓ Ժեստերը պետք է բնական լինեն և անբաժանելիորեն ներհյուսված ձեր ելույթին,
- ✓ Հետևեք ձեր շարժումներին, որպեսզի դրանք համապատասխանեն այն ամենին, ինչի մասին դուք խոսում եք այդ պահին,
- ✓ Ձեր բառապաշարի յուրաքանչյուր բառ նշանակում է երեք բան.
 - ա) դուք գիտեք այդ բառի նշանակությունը.
 - բ) դուք գիտեք, թե ինչպես է այն համադրվում այլ բառերի հետ.
 - գ) դուք գիտեք, թե ինչպես է պետք այն օգտագործել,
- ✓ Մտապահեք ձեր ելույթի էական մասերը և դրանց հետ կապված որոշակի բառեր,
- ✓ Վստահ եղեք, որ հաջողելու եք:



Առաջադրանքներ.

1

վերը նշվածից դուրս գրեք այն կետերը, որոնք ապահովել են ձեր հանրային ելույթի հաջողությունը

2

վերը նշվածից դուրս գրեք այն կետերը, որոնց ուղղությամբ հմտությունների զարգացման կարիք եք տեսնում

3

կազմեք հաջողված հանրային ելույթի ձեր անձնական հուշաթերթը

Հանրային շնորհանդես

Ստորև ներկայացված են խորհուրդներ Կարմեն Գալլոնի «Աթիվ Ջոբսի շնորհանդեսների գաղտնիքները» գրքից, որոնք հնարավորություն կտան ոչ միայն ծանոթանալու, այլև մշակելու վարքագծային սեփական մոտեցումները: Փորձը ցույց է տալիս, որ հաջողված հանրային ցուցադրությունը հաճախ դառնում է ծրագրի ճանաչելիության բարձրացման լավագույն միջոցներից մեկը կամ հիմքեր ստեղծում նոր համագործակցության ձևավորման համար:

- ✓ Մշտապես եղեք դեմքով դեպի հանդիսատեսը և պահեք տեսողական կապը լսարանում գտնվող մարդկանց տարբեր խմբերի և նույնիսկ անհատների հետ (Ս. Ջոբսի մոտ այն կազմել է հատկացված ժամանակի 98 տոկոսը):
- ✓ Մտածված ստեղծեք պահեր, որոնք ամենայն հավանականությամբ կհիշվեն: Լսարանը կորցնում է կապը ձեզ հետ ուղիղ 10 րոպե հետո: Ելույթը ժամանակ առ ժամանակ ընդհատեք ինչ-որ բանով, որպեսզի ընդհատվի միապաղաղությունը, և լսարանը հանգստանալու հնարավորություն ունենա:
- ✓ Խմբավորեք թեմաները հարմարավետ եռյակների մեջ, որովհետև մարդը չի կարող կենտրոնացած պահել իր ուշադրությունը մեծ թվով իրերի կամ թեմաների վրա:
- ✓ Ներկայացվող թվերը դարձրեք հասկանալի ու մի թողեք դրանք առանց մեկնաբանության:
- ✓ Փորձեք օգտագործել ներկայացվող սալիկները որպես լրացում ձեր խոսքերին՝ դրանց մեջ ներառելով նկարներ, տեսանյութ կամ անիմացիա: Դա կօգնի լսարանին ավելի լավ հասկանալու և մտապահելու ձեր խոսքը:
- ✓ Ձևակերպեք հակիրճ և դիպուկ վերնագրեր, որովհետև դրանք ավելի արդյունավետ են, քան երկար բացատրությունները:
- ✓ Պատրաստեք պատասխաններ հնարավոր հարցերի համար: Բավականաչափ ժամանակ տրամադրեք փորձերին: Փորձեք, փորձեք ու էլի փորձեք:
- ✓ Ստացեք հաճույք լսարանի ուշադրությունից ու ձեր ցուցադրությունից:

Առաջադրանքներ.

1 դուրս գրեք այն կետերը, որոնք ներառված չէին շնորհանդեսի ցուցադրման ձեր փորձառության շրջանակում

2 ունեք արդյոք նման փորձ, որ 10 բույսերից հետո լսարանի ուշադրությունը նվազել է, նկարագրեք այն գործողությունները, որոնք ձեռնարկել եք

3 գրեք՝ շնորհանդեսի ավարտին լսարանից հնչող հարցերի քանի տոկոսն է դուրս լինում ձեր կանխատեսումների շրջանակից, և ունեք արդյոք մշակված մեխանիզմ նման իրավիճակից հնարավորինս շահած դուրս գալու համար

