



Գրասենյակային  
22.02.2010  
11010038

ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ ԿՐԹՈՒԹՅԱՆ ԵՎ ԳԻՏՈՒԹՅԱՆ ՆԱԽԱՐԱՐ  
**Հ Ր Ա Մ Ա Ն**

№ 1057-Շ

07. 12 2009

ՄԻՋԻՆ ՄԱՍՆԱԳԻՏԱԿԱՆ ԿՐԹՈՒԹՅԱՆ 0607 «ՇՈՒԿԱՅԱՐԱՆՈՒԹՅՈՒՆ /ԸՍՏ ԵՅՈՒՂԵՐԻՆ՝  
ՄԱՍՆԱԳԻՏՈՒԹՅԱՆ ՊԵՏԱԿԱՆ ԿՐԹԱԿԱՆ ԶԱՓՈՐՈՇԻԶԵ ԳՈՍԿՍԵԼՈՒ ՄԱՍԻՆ

Պեկավարվելով «Նախնական մասնագիտական (արհեստագործական) և միջին մասնագիտական կրթության մասին» ԳԳ օրենքի 16-րդ հոդվածի 2-րդ կետի պահանջով և հիմք ընդունելով ԳԳ ԿԳ նախարարի 2009թ. մայիսի 12-ի «Նախնական և միջին մասնագիտական կրթության պետական կրթական չափորոշիչների և ուսումնամեթոդական փաստաթղթերի վերաբերյալ փորձագիտական եզրակացություն տալու նպատակով ստեղծվող ոլորտային հանձնաժողովների կազմը՝ ըստ մասնագիտական խմբերի հաստատելու մասին» N 445-ԱՔ հրամանով հաստատված ոլորտային հանձնաժողովների փորձագիտական եզրակացությունը.

**ԳՐԱՍԱՅՈՒՄ ԵՄ**

1. Հաստատել միջին մասնագիտական կրթության 0607 «Շուկայաբանություն /ըստ նյութերի՝ մասնագիտության պետական կրթական չափորոշիչը՝ համաձայն հավելվածի:
2. Նախարարության աշխատակազմի նախնական և միջին մասնագիտական կրթության վարչությանը (պետ՝ Ա. Աղբալյան) և օրենսդրության և իրավաբանական վարչությանը (պետ՝ Ս. Գրիգորյան) սահմանված կարգով հրամանը ներկայացնել ԳԳ արդարադատության նախարարություն՝ պետական գրանցման:
3. Հրամանի կատարման հսկողությունը հանձնարարել նախարարի տեղակալ Ա. Ավետիսյանին:



*[Handwritten signature]*

Ա.ԱՇՈՏՅԱՆ

**ՄԻՋԻՆ ՄԱՍՆԱԳԻՏԱԿԱՆ ԿՐԹՈՒԹՅԱՆ 0607 «ՇՈՒԿԱՅԱԲԱՆՈՒԹՅՈՒՆ (ԸՍՏ ՃՅՈՒՂԵՐԻ)»  
ՄԱՍՆԱԳԻՏՈՒԹՅԱՆ ՊԵՏԱԿԱՆ ԿՐԹԱԿԱՆ ՉԱՓՈՐՈՇԻՉ**

**ԳԼՈՒԽ 1.**

ՄԻՋԻՆ ՄԱՍՆԱԳԻՏԱԿԱՆ ԿՐԹՈՒԹՅԱՆ «ՇՈՒԿԱՅԱԲԱՆՈՒԹՅՈՒՆ (ԸՍՏ ՃՅՈՒՂԵՐԻ)» ՄԱՍՆԱԳԻՏՈՒԹՅԱՆ  
ԸՆԴՀԱՆՈՒՐ ԲՆՈՒԹԱԳԻՐԸ

1. Միջին մասնագիտական կրթության «Մասնագետ» որակավորման աստիճանի 0607 «Շուկայաբանություն (ըստ ճյուղերի)» մասնագիտությունը հաստատված է Հայաստանի Հանրապետության կառավարության 2006 թ. հունվարի 12-ի «Նախնական մասնագիտական (արհեստագործական) և միջին մասնագիտական կրթության մասնագիտությունների ցանկերը հաստատելու, Հայաստանի Հանրապետության կառավարության 2000թվականի մայիսի 18-ի N 242 որոշման մեջ փոփոխություն կատարելու և Հայաստանի Հանրապետության կառավարության մի շարք որոշումներ ուժը կորցրած ճանաչելու մասին» N 73-Ն որոշմամբ:
2. ՀՀ կրթության և գիտության նախարարության կողմից միջին մասնագիտական կրթության 0607 «Շուկայաբանություն (ըստ ճյուղերի)» մասնագիտության համար մասնագիտացումներ չեն սահմանվել:
3. Միջին մասնագիտական կրթության 0607 «Շուկայաբանություն (ըստ ճյուղերի)» մասնագիտության հիմնական կրթական ծրագիրն ավարտած, պետական ամփոփիչ ատեստավորումն անցած շրջանավարտին շնորհվում է «Շուկայագետ» որակավորում:
4. Միջին մասնագիտական կրթության շուկայաբանություն մասնագիտության հիմնական կրթական ծրագիրը կարող է իրականացվել հետևյալ ձևերով՝
  - 1) առկա,
  - 2) հեռակա,
  - 3) դրսեկության (էքստեռնատ),
  - 4) հեռավար (դիստանցիոն):
5. Միջին մասնագիտական կրթության 0607 «Շուկայաբանություն (ըստ ճյուղերի)» մասնագիտության հիմնական կրթական ծրագրի իրականացման համար Հայաստանի Հանրապետության կառավարության 2006թ. հունվարի 12-ի «Նախնական մասնագիտական (արհեստագործական) և միջին մասնագիտական կրթության մասնագիտությունների ցանկերը հաստատելու, Հայաստանի Հանրապետության կառավարության 2000թվականի մայիսի 18-ի N 242 որոշման մեջ փոփոխություն կատարելու և Հայաստանի Հանրապետության կառավարության մի շարք որոշումներ ուժը կորցրած ճանաչելու մասին» N 73-Ն որոշմամբ սահմանվում են ուսումնառության հետևյալ նորմատիվային ժամկետները.
  - 1) կրթության առկա ձևով՝

ա. միջնակարգ (լրիվ) կրթության հիմքով	2 տարի
բ. հիմնական ընդհանուր կրթության հիմքով	3 տարի
  - 2) կրթության հեռակա ձևով՝

ա. միջնակարգ (լրիվ) կրթության հիմքով	3 տարի
--------------------------------------	--------
  - գ) դրսեկության (էքստեռնատ) և հեռավար (դիստանցիոն) ձևերով ուսուցման տևողությունը համաձայն Հայաստանի Հանրապետության կառավարության 2007թ. սեպտեմբերի 6-ի «Նախնական մասնագիտական (արհեստագործական) և միջին մասնագիտական հիմնական կրթական ծրագրերի

հեռավար (դիստանցիոն) և դրսեկությամբ (էքստենճատով) ուսուցման կարգերը հաստատելու մասին» N 1028-Ն որոշմամբ սահմանված կարգի որոշում է ուսումնական հաստատությունը:

6. Միջին մասնագիտական կրթության 0607 «Շուկայաբանություն (ըստ ճյուղերի)» մասնագիտության հիմնական կրթական ծրագիրը միջնակարգ (լրիվ) ընդհանուր կրթության հիմքով յուրացնող ուսանողի ուսումնական բեռնվածության նվազագույն ծավալը՝ 2736 ժամ է, առավելագույն ծավալը՝ 4428 ժամ: Հիմնական ընդհանուր կրթության հիմքով հիմնական կրթական ծրագրի յուրացման դեպքում ուսումնառության տևողությունն ավելանում է 52 շաբաթով:

#### ԳԼՈՒԽ 2.

ՄԻՋԻՆ ՄԱՍՆԱԳԻՏԱԿԱՆ ԿՐԹՈՒԹՅԱՆ 0607 «ՇՈՒԿԱՅԱԲԱՆՈՒԹՅՈՒՆ (ԸՍՏ ԾՅՈՒՂԵՐԻ)»  
ՄԱՍՆԱԳԻՏՈՒԹՅԱՄԲ ՄԱՍՆԱԳԵՏԻ ՄԱՍՆԱԳԻՏԱԿԱՆ ԳՈՐԾՈՒՆԵՌՈՒԹՅԱՆ ԲՆՈՒԹԱԳԻՐԸ

7. Միջին մասնագիտական կրթության 0607 «Շուկայաբանություն (ըստ ճյուղերի)» մասնագիտությամբ մասնագետն իրականացնում է հետևյալ զբաղմունքները՝

- 1) Մասնագետներ՝ առևտրային գործունեության, այդ թվում՝
  - ա. մասնագետ շուկայագիտության,
  - բ. մասնագետ գովազդի:
- 2) Մասնագետներ՝ ձեռնարկատիրական գործունեության և կադրերի, այլ խմբեր չներառված, այդ թվում՝
  - ա. վերլուծաբան շուկայի ուսումնասիրությունների,
  - բ. մասնագետ՝ իրացումը խթանող եղանակների մշակման,
  - գ. մասնագետ՝ հասարակության իրազեկման,
  - դ. մասնագետ՝ հասարակայնության հետ կապերի:

8. Միջին մասնագիտական կրթության 0607 «Շուկայաբանություն (ըստ ճյուղերի)» մասնագիտությամբ մասնագետի՝ զբաղմունքների ոլորտում մասնագիտական պարտականություններն են.

- 1) մարքեթինգային հետազոտությունների իրականացում (հարցումների, դիտարկումների իրականացմամբ և պաշտոնական տեղեկատվության աղբյուրներից տվյալների հավաքագրում, մշակում, վերլուծություն և վերջնական հաշվետվության մշակում),
- 2) կազմակերպության ներքին և արտաքին միջավայրերի վերլուծության իրականացում և հաշվետվությունների մշակում,
- 3) շուկայական վերլուծությունների իրականացում և հաշվետվությունների մշակում,
- 4) մրցակցային միջավայրի վերլուծություն և հաշվետվությունների մշակում,
- 5) նոր ապրանքների թողարկման գաղափարների գեներացում և հիմնավորում,
- 6) ապրանքի և ապրանքային տեսականու արդյունավետության և շուկայական մրցունակության գնահատում և հաշվետվությունների մշակում,
- 7) գնագոյացման գործոնների վերլուծություն, ապրանքի ինքնարժեքի և շրջանառության ոլորտի ծախսերի հաշվարկում և հաշվետվության կազմում,
- 8) իրացման տարածաշրջանի արդյունավետ յուրացում և էքսպեդիտորական ծառայության աշխատանքների համակարգում,
- 9) մեդիապլանավորում, մեդիադիտարկումների իրականացում, կոնունիկացիաների կրիչների ծախսատարության և լսարանների մեծության չափորոշում և հաշվետվության կազմում,
- 10) հասարակության և կոնտակտային լսարանների հետ կապերի հաստատում և կազմակերպության պաշտոնական դիրքորոշման ու տեղեկատվության արդյունավետ տարածում
- 11) կազմակերպության համար անհրաժեշտ ռեսուրսների մատակարարների և մատակարարման ուղեկցման ծառայություններ մատուցող կազմակերպությունների բացահայտում, դրանց առաջարկությունների գնահատում և հաշվետվության կազմում,

12) մշակված մարքեթինգային ռազմավարություններից բխող կարճաժամկետ մարքեթինգային միջոցառումների մշակում և իրականացում:

ԳԼՈՒԽ 3.

ԸՆԴՀԱՆՈՒՐ ՊԱՅԱՆՋՆԵՐ ՄԻՋԻՆ ՄԱՍՆԱԳԻՏԱԿԱՆ ԿՐԹՈՒԹՅԱՆ 0607 «ՇՈՒԿԱՅԱԲԱՆՈՒԹՅՈՒՆ (ԸՍՏ ՃՅՈՒՂԵՐԻ)» ՄԱՍՆԱԳԻՏՈՒԹՅԱՆ ՀԻՄՆԱԿԱՆ ԿՐԹԱԿԱՆ ԾՐԱԳՐԻ ՆԿԱՏՄԱՍԲ

9. Միջին մասնագիտական կրթության 0607 «Շուկայաբանություն (ըստ ճյուղերի)» մասնագիտության հիմնական կրթական ծրագիրը շրջանավարտի համար պետք է ապահովի՝

- 1) մասնագիտական գործունեության բնագավառի կարողություններն ու հմտությունները ձեռք բերելու համար պահանջվող ծավալով տեսական ու գործնական գիտելիքների յուրացում,
- 2) աշխատանքային և մասնագիտական պարտականությունները կատարելու ընթացքում աշխատանքային կոլեկտիվի անդամների և ղեկավարների հետ հաղորդակցվելու, մասնագիտական և ընդհանուր բնույթի հարցեր ներկայացնելու, դրանք պարզաբանելու կարողության ձևավորում,
- 3) ինչպես տիպական, այնպես էլ որոշակի փոփոխվող գործոններով իրավիճակներում մասնագիտական հարցերի լուծումների տարբերակներ առաջարկելու համար անհրաժեշտ կարողությունների ձևավորում,
- 4) մասնագիտական խնդիրների լուծման համար անհրաժեշտ փաստերը և տեղեկատվությունը որոշակի սոցիալական և էթիկական հարցերի հետ որպես մեկ ամբողջություն դիտարկելու, ակտիվ քաղաքացիական գիտակցության դրսևորման կարողության ձևավորում,
- 5) մասնագիտական գործունեության գործառնությունները կիրառվող նորմաների սահմաններում իրականացնելու հմտությունների ձևավորում,
- 6) ինքնազարգացման և մասնագիտական կատարելագործման նպատակով իր և աշխատակիցների ուսումնառության կարիքները գնահատելու, դրանք իրագործելու ուղիներն առաջարկելու կարողության ձևավորում,
- 7) մասնագիտական և ընդհանուր բնույթի տեղեկատվության գոյություն ունեցող աղբյուրներից օգտվելու, անհրաժեշտ տեղեկատվությունը ձեռք բերելու կարողության ձևավորում,
- 8) աշխատանքային խմբի գործունեությունը կազմակերպելու, խմբի անդամներին ուղղորդելու, նրանց անհատական հնարավորությունները գնահատելու և արդյունավետ օգտագործելու հմտությունների զարգացում,
- 9) ընթացիկ մասնագիտական խնդիրների լուծման ժամանակ ռազմավարական մոտեցումների տարրեր կիրառելու կարողությունների ձևավորում:

ԳԼՈՒԽ 4.

ՊԱՅԱՆՋՆԵՐ 0607 «ՇՈՒԿԱՅԱԲԱՆՈՒԹՅՈՒՆ (ԸՍՏ ՃՅՈՒՂԵՐԻ)» ՄԱՍՆԱԳԻՏՈՒԹՅԱՆ ՀԻՄՆԱԿԱՆ ԿՐԹԱԿԱՆ ԾՐԱԳՐԻ ԲՈՎԱՆԴԱԿՈՒԹՅԱՆ ՊԱՐՏԱԴԻՐ ՆՎԱԶԱԳՈՒՅՆԻ ՆԿԱՏՄԱՍԲ

10. Միջին մասնագիտական կրթության 0607 «Շուկայաբանություն (ըստ ճյուղերի)» մասնագիտության հիմնական կրթական ծրագիրը ընդհանուր հումանիտար և սոցիալ-տնտեսագիտական գիտելիքների բնագավառում շրջանավարտի համար պետք է ապահովի՝

- 1) իմանալ ՀՀ Սահմանադրության, տվյալ բնագավառի աշխատանքները, մարդու և հասարակության, քաղաքացիների միջև հարաբերությունները կարգավորող օրենքների և նորմատիվ փաստաթղթերի հիմնական դրույթները,
- 2) տիրապետել հայոց լեզվին,
- 3) հաղորդակցվել երկու օտար լեզուներով,

- 4) պատկերացում ունենալ առողջ կենսակերպի մասին, տիրապետել ֆիզիկական կատարելագործման ունակություններին և հմտություններին,
- 5) դրսևորել ազգային և համաշխարհային պատմության և մշակույթի որոշակի իմացություն,
- 6) պատկերացում ունենալ անձի և հասարակության զարգացման օրինաչափությունների, հասարակության սոցիալական կառուցվածքի, շարժումների, քաղաքականության սուբյեկտների, քաղաքական հարաբերությունների և գործընթացների մասին,
- 7) իմանալ հոգեբանության, միջանձնային փոխհարաբերությունների վարվելակերպի տարրերը,
- 8) իմանալ տնտեսագիտության տեսության հիմնադրույթները, մակրոտնտեսության և միկրոտնտեսության օրենքները, անցումային շրջանի տնտեսության առանձնահատկությունները:

11. Միջին մասնագիտական կրթության 0607 «Շուկայաբանություն (ըստ ճյուղերի)» մասնագիտության հիմնական կրթական ծրագիրը մաթեմատիկական և ընդհանուր բնագիտական գիտելիքների բնագավառում շրջանավարտի համար պետք է ապահովի՝

- 1) ծանոթ լինել էկոլոգիական հիմնական հասկացություններին, բնապահպանական գլոբալ և տարածաշրջանային հիմնախնդիրներին,
- 2) պատկերացում ունենալ արտակարգ իրավիճակների մասին, տիրապետել արտակարգ իրավիճակներում գործելու սկզբունքներին, ծանոթ լինել փրկարարական աշխատանքների կազմակերպման կառույցներին և փրկարարական տեխնիկային, կարողանալ օգտագործել անհատական պաշտպանության միջոցներ:

12. Միջին մասնագիտական կրթության 0607 «Շուկայաբանություն (ըստ ճյուղերի)» մասնագիտության հիմնական կրթական ծրագիրը պետք է ըստ աղյուսակ 1-ում բերված մոդուլների ապահովի շրջանավարտի կողմից առանցքային հմտություններին տիրապետում:

13. Միջին մասնագիտական կրթության 0607 «Շուկայաբանություն (ըստ ճյուղերի)» մասնագիտության հիմնական կրթական ծրագիրը շրջանավարտի համար պետք է ըստ աղյուսակ 2-ում բերված մոդուլների ապահովի ընդհանուր մասնագիտական և հատուկ մասնագիտական կարողությունների ձեռքբերում:

#### ԳԼՈՒԽ 5.

ՊԱՅՆԱՋՆԵՐ ՄԻՋԻՆ ՄԱՍՆԱԳԻՏԱԿԱՆ ԿՐԹՈՒԹՅԱՆ 0607 «ՇՈՒԿԱՅԱԲԱՆՈՒԹՅՈՒՆ (ԸՍՏ ԾՅՈՒՂԵՐԻ)» ՄԱՍՆԱԳԻՏՈՒԹՅԱՆ ՀԻՄՆԱԿԱՆ ԿՐԹԱԿԱՆ ԾՐԱԳՐԻ ԻՐԱԿԱՆԱՑՄԱՆ ՊԱՅՄԱՆՆԵՐԻ ՆԿԱՏՄԱՄԲ

14. Միջին մասնագիտական կրթության 0607 «Շուկայաբանություն (ըստ ճյուղերի)» մասնագիտության հիմնական կրթական ծրագիր իրականացնող հաստատության կադրային ապահովության և կադրային համապատասխանության նկատմամբ սահմանվում են հետևյալ պահանջները.

1) Միջին մասնագիտական կրթության 0607 «Շուկայաբանություն (ըստ ճյուղերի)» մասնագիտությամբ մասնագետի պատրաստման հիմնական կրթական ծրագիր իրականացնող հաստատություններում ուսումնական գործընթացն իրականացնում են մանկավարժական և ուսումնաօժանդակ անձնակազմի աշխատողները:

2) Հաստատության մանկավարժական աշխատողների կազմում ընդգրկվում են դասախոսներ, արտադրական ուսուցման վարպետներ: Դասախոսական անձնակազմի աշխատողները, որպես կանոն, պետք է ունենան իրենց կողմից ուսուցանվող դասընթացի գծով բարձրագույն մասնագիտական կրթություն: Հատուկ մասնագիտական դասընթացները պարապող դասախոսների համար մասնագիտական աշխատանքի փորձի առկայությունը ցանկալի է:

3) Ուսումնական պրակտիկական վարող արտադրական ուսուցման վարպետը կարող է ունենալ ինչպես բարձրագույն մասնագիտական, այնպես էլ միջին մասնագիտական կրթություն, մասնագիտական աշխատանքի փորձ: Առանձին մասնագիտությունների գծով ուսումնական պրակտիկական կամ նրա որոշակի մասերը կարող է վարել նաև արհեստագործական կրթություն և բավարար մասնագիտական որակավորում ունեցող արհեստավորը:

4) Արտադրական և նախաավարտական պրակտիկաները վարում է մասնագիտական դասընթացի դասախոսը:

15. Միջին մասնագիտական կրթության շուկայաբանություն մասնագիտության հիմնական կրթական ծրագիր իրականացնող հաստատության ուսումնամեթոդական ապահովության նկատմամբ սահմանվում են հետևյալ պահանջները.

1) Միջին մասնագիտական կրթության 0607 «Շուկայաբանություն (ըստ ճյուղերի)» մասնագիտության հիմնական կրթական ծրագրի իրականացումը պետք է ապահովված լինի ուսանողի համար մատչելի տեղեկատվական նյութերով (գրադարանային ֆոնդ, տվյալների համակարգչային բազա), ինչն, ըստ բովանդակության պետք է համապատասխանի մասնագիտության ուսումնական պլանով նախատեսված առարկաների և մոդուլների լրիվ ցանկին: Այդ առարկաների և մոդուլների, ինչպես նաև ուսումնական գործընթացի կազմակերպման բոլոր ձևերի գծով (տեսական, գործնական պարապմունքների, ուսումնական, արտադրական և նախաավարտական պրակտիկաների, կուրսային և դիպլոմային աշխատանքների) պետք է առկա լինեն դասագրքեր, ուսումնամեթոդական, մեթոդական ձեռնարկներ, ուղեցույցեր, գործնական խաղերի սցենարներ, թեստային հանձնարարականների հավաքածուներ, ալգորիթմներ, մեթոդական մշակումներ, ցուցումներ, երաշխավորություններ, տեղեկատվական գրականություն, դիտողական նյութեր, ուսուցման տեխնիկական միջոցներ, ինչպես նաև միջանկյալ և ամփոփիչ ատեստավորման նյութեր:

16. Միջին մասնագիտական կրթության 0607 «Շուկայաբանություն (ըստ ճյուղերի)» մասնագիտության հիմնական կրթական ծրագիր իրականացնող կազմակերպության նյութատեխնիկական ապահովության նկատմամբ սահմանվում են հետևյալ պահանջները.

1) Ուսումնական կաբինետների երաշխավորվող ցանկը՝

ա. համակարգչային,

բ. ընդհանուր հումանիտար և սոցիալ-տնտեսագիտական, մաթեմատիկական և ընդհանուր բնագիտական առարկաների,

2) Ուսումնական լաբորատորիաների երաշխավորվող ցանկը՝

ա. ապրանքի որակի փորձաքննության:

3) Սպորտային համալիր՝

ա. մարզադահլիճ,

բ. մարզահրապարակ,

Կրթական ծրագիր իրականացնող կազմակերպությունը, ելնելով անհրաժեշտությունից, կարող է ձևավորել լրացուցիչ կաբինետներ, լաբորատորիաներ, արհեստանոցներ:

17. Միջին մասնագիտական կրթության 0607 «Շուկայաբանություն (ըստ ճյուղերի)» մասնագիտության հիմնական կրթական ծրագրով ուսումնական գործընթացի կազմակերպման նկատմամբ սահմանվում են հետևյալ պահանջները.

1) Ուսանողի շաբաթական ուսումնական բեռնվածության առավելագույն ծավալը չպետք է գերանցանցի 54 ժամը՝ ներառյալ լսարանային և արտալսարանային ուսումնական աշխատանքի բոլոր տեսակները:

2) Ուսումնառության ընթացքում ուսանողի բեռնվածությունը պարտադիր լսարանային պարապմունքներով չպետք է գերազանցի շաբաթական 36 ժամը, ինչը նաև ուսումնական բեռնվածության նվազագույն ծավալն է, ընդ որում՝ նշված ծավալը չի ներառում նախասիրական առարկաների պարապմունքները, խորհրդատվությունները և լրացուցիչ արտալսարանային պարապմունքները:

3) Ուսումնական խմբի համար սահմանվում են խորհրդատվության ժամեր յուրաքանչյուր ուսումնական տարում մինչև 100 ժամ:

4) Ուսումնական տարվա սկիզբը և ավարտը բոլոր կուրսերում որոշվում է ուսումնական պլաններով:

5) Նախասիրական առարկաների ցանկը, դրանց ծավալը (ոչ ավել, քան շաբաթական 4 ժամ առանձին դասացուցակով) և ուսուցման ժամկետները յուրաքանչյուր ուսումնական տարում որոշվում է հաշվի առնելով ուսանողների ընտրությունը:

6) Հեռակա ձևով ուսուցման դեպքում ուսումնական տարվա ընթացքում դասախոսների հետ ուսանողների պարապմունքների ծավալը պետք է կազմի ոչ պակաս, քան 160 ժամ:

18. Միջին մասնագիտական կրթության 0607 «Շուկայաբանություն (ըստ ճյուղերի)» մասնագիտության հիմնական կրթական ծրագրի պրակտիկաների կազմակերպման նկատմամբ սահմանվում են հետևյալ պահանջները.

1) Միջին մասնագիտական կրթության 0607 «Շուկայաբանություն (ըստ ճյուղերի)» մասնագիտության հիմնական կրթական ծրագրի որոշակի մասի ուսուցումն իրականացվում է ուսումնական (տեսական ուսուցմամբ և/կամ առանց տեսական ուսուցման), արտադրական և նախաավարտական պրակտիկաների ձևով: Պրակտիկաների ընթացքում ուսանողները կատարելագործում են իրենց գործնական հմտությունները:

2) Պրակտիկայի տևողությունը սահմանվում է մասնագիտության ուսումնական պլանով:

3) Պրակտիկաների ուսումնական ծրագրերը կազմում և հաստատում են ուսումնական հաստատությունները:

4) Պրակտիկաների անցկացումը վարում են արտադրական ուսուցման վարպետները, դասախոսները:

5) Ուսումնական պրակտիկաներն անց են կացվում պրակտիկայի ծրագրի կատարումն ապահովելու համար բավարար կահավորում ու տեխնիկական հագեցում ունեցող ուսումնական, ուսումնա-արտադրական արհեստանոցներում, ուսումնական տնտեսություններում, ուսումնափորձնական տեղամասերում, ուսումնական հաստատության այլ ուսումնաօժանդակ օբյեկտներում, ինչպես նաև արտադրական կազմակերպություններում, հաստատություններում:

6) Արտադրական և նախաավարտական պրակտիկաները, որպես կանոն, անց են կացվում պրակտիկաների ուսումնական ծրագրերի բովանդակությանը համապատասխան պայմաններ ունեցող կազմակերպություններում:

19. Միջին մասնագիտական կրթության 0607 «Շուկայաբանություն (ըստ ճյուղերի)» մասնագիտության հիմնական կրթական ծրագիրն իրականացնելու ընթացքում ուսանողների միջանկյալ և ամփոփիչ ատեստավորումների նկատմամբ սահմանվում են հետևյալ պահանջները.

1) Միջին մասնագիտական կրթության 0607 «Շուկայաբանություն (ըստ ճյուղերի)» մասնագիտության հիմնական կրթական ծրագրով ուսուցման ընթացքը վերահսկելու և արդյունքների ձեռքբերումը գնահատելու նպատակով անց է կացվում ուսանողների միջանկյալ ատեստավորում, իսկ որակավորում շնորհելու համար՝ շրջանավարտների պետական ամփոփիչ ատեստավորում:

2) Միջանկյալ ատեստավորում կարող է անցկացվել ինչպես ուսումնական կիսամյակի ընթացքում այնպես էլ վերջում:

3) Ռեսուրսային կիսամյակի սկզբում ուսանողը տեղեկացվում է կիսամյակի ընթացքում միջանկյալ ատեստավորման բնույթի, ներառվող նյութի ծավալի և ժամկետների մասին:

4) Միջանկյալ ատեստավորման համար ընտրված ուսումնական նյութը չի կարող ավելին լինել երկու անընդմեջ կիսամյակների նյութից:

5) Շրջանավարտների պետական ամփոփիչ ատեստավորումը երաշխավորվում է անց կացնել առանձին առարկաներից կամ մոդուլներից քննության, համալիր (միջառարկայական կամ միջմոդուլային) քննության կամ ավարտական (դիպլոմային) աշխատանք կատարելու և պաշտպանելու ձևով:

6) Պետական ամփոփիչ ատեստավորման ընտրված ձևը և ներառվող նյութի ծավալը պետք է հնարավորություն տա համոզվել սույն չափորոշչով շուկայաբանություն մասնագիտությամբ մասնագետի համար սահմանված պահանջներին շրջանավարտի համապատասխանության մեջ:

#### ԳԼՈՒԽ 6.

ՄԻՋԻՆ ՄԱՍՆԱԳԻՏԱԿԱՆ ԿՐԹՈՒԹՅԱՆ ՕԶՈՂ «ՇՈՒԿԱՅԱԲԱՆՈՒԹՅՈՒՆ (ԸՍՏ ՃՅՈՒՂԵՐԻ)»  
ՄԱՍՆԱԳԻՏՈՒԹՅԱՆ ՕՐԻՆԱԿԵԼԻ ՈՒՍՈՒՄՆԱԿԱՆ ՊԼԱՆԸ ԵՎ ՆՐԱ ՊԱՐՁԱԲԱՆՈՒՄՆԵՐԸ

20. Միջին մասնագիտական կրթության ՕԶՈՂ «Շուկայաբանություն (ըստ ճյուղերի)» մասնագիտության հիմնական կրթական ծրագիրն իրականացվում է համաձայն աղյուսակ 3-ում բերված օրինակելի ուսումնական պլանի.

21. Միջին մասնագիտական կրթության ՕԶՈՂ «Շուկայաբանություն (ըստ ճյուղերի)» մասնագիտության հիմնական կրթական ծրագիրն իրականացնող կազմակերպությունը օրինակելի ուսումնական պլանը կիրառելիս՝

- 1) սույն չափորոշչով սահմանված օրինակելի ուսումնական պլանի հիման վրա կազմում և հաստատում է աշխատանքային ուսումնական պլանը,
- 2) աշխատանքային ուսումնական պլանը կազմելիս կարող է մինչև 5% չափով փոփոխել դասընթացների և մոդուլների ժամաքանակը,
- 3) կարող է փոփոխել առանձին առարկաների և մոդուլների ծրագրային նյութի բովանդակությունը 15%-ի սահմաններում՝ չփոփոխելով արդյունքները և կատարման չափանիշները,
- 4) առարկայի և /կամ/ մոդուլի ընդհանուր ժամաքանակի սահմաններում որոշում է տեսական, գործնական և լաբորատոր պարապմունքների ժամաքանակները,
- 5) պրակտիկայի համար նախատեսված շաբաթների սահմաններում որոշում է ուսումնական և արտադրական պրակտիկաների տևողությունները, անցկացման ժամկետները, նախաավարտական պրակտիկայի տևողությունը,
- 6) մասնագիտական առարկաների և մոդուլների ուսումնական ծրագրերը կազմելիս հաշվի է առնում գործատուների, գործադիր իշխանությունների, մասնագիտական ոլորտը կառավարող պետական լիազորված մարմինների, այլ շահագրգիռ սուբյեկտների (սոցիալական գործընկերների) առաջարկությունները,
- 7) ընտրում է շրջանավարտների՝ սույն չափորոշչով երաշխավորված ամփոփիչ ատեստավորման ձևերից մեկը,



Միջին մասնագիտական կրթության 0607 «Շուկայաբանություն (ըստ ճյուղերի)» մասնագիտության հիմնական կրթական ծրագրի առանցքային հմտությունների մոդուլներ

<b>ՄՈԴՈՒԼԻ ԱՆՎԱՆՈՒՄԸ «ՋԱՂՈՐԴԱԿՑՄԱՆ ՀՄՏՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ»</b>	
<b>Մոդուլի դասիչը</b>	ՀՀ 4-09-001
<b>Մոդուլի նպատակը</b>	Այս մոդուլը նախատեսված է շուկայագետի պատրաստման համար: Այս մոդուլի նպատակն է սովորողի մոտ ձևավորել աշխատանքնային ու մասնագիտական գործունեության ընթացքում, ինչպես նաև անձնական կյանքում արդյունավետ և ակտիվ հաղորդակցվելու կարողություններ:
<b>Մոդուլի տևողությունը</b>	54 ժամ
<b>Մուտքային պահանջները</b>	Չկան
<b>Մոդուլի գնահատման կարգը</b>	Մոդուլի ընդունելի կատարողականը յուրաքանչյուր արդյունքի համար նախատեսված կատարման չափանիշի լիարժեք ապահովումն է:
<b>Ուսումնառության արդյունք 1</b>	Սահմանել ուսումնառության անձնական նպատակները
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է սահմանում ուսումնառության անձնական նպատակները, բ. ճիշտ է պլանավորում և կիրառում ուսումնառության անձնական նպատակների ձեռքբերմանն ուղղված ուսումնառության գործընթացները, գ. ճիշտ է սահմանում ուսումնառության տարբեր եղանակները:
<b>Ուսումնառության արդյունք 2</b>	Բանավոր և գրավոր տեղեկատվական հաղորդում կատարել պարզ թեմաների և տեքստերի մասին
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. օգտագործում է բանավոր և գրավոր խոսքի համապատասխան կառուցվածք, բ. հաղորդումը պարունակում է պարզ տեղեկատվություն, կարծիքներ կամ գաղափարներ, գ. տեղեկատվության առանձնացում/խմբավորումը կատարում է նպատակային, դ. հաղորդումը իրականացնում է՝ հաշվի առնելով իրավիճակը և լսարանը:
<b>Ուսումնառության արդյունք 3</b>	Նախաձեռնել, պահպանել, եզրափակել երկխոսություններ և քննարկումներ.
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է կիրառում «ակտիվ ունկնդրման» ժամանակ օգտագործվող հմտությունները, ինչպիսիք են՝ պարզաբանումներ ստանալու ձգտումը, զրառումներ կատարելը, ամփոփելը, բ. ազատ կերպով ձևակերպում, արտահայտում և պաշտպանում է իր գաղափարները, տեսակետներն ու կարծիքները, գ. ցուցաբերում է համոզելու կարողություն, դ. կատարում է ճիշտ ամփոփում/եզրափակում:
<b>Ուսումնառության արդյունք 4</b>	Մեկնաբանել սխեմաներ, աղյուսակներ, դիագրամներ, քարտեզներ և նկարներ.
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է նախանշում սխեմաների, աղյուսակների, դիագրամների, քարտեզների և նկարների նշանակությունը և նրանց միջև եղած տարբերությունները, բ. ճիշտ է մեկնաբանում առաջադրված սխեմաները, աղյուսակները, դիագրամները, քարտեզները և նկարները, գ. մեկնաբանման ընթացքում օգտագործում է խոսքի համապատասխան կառուցվածք:
<b>Ուսումնառության արդյունք 5</b>	Կատարել փաստաթղթավորում
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է սահմանում տարբեր փաստաթղթերը՝ ըստ դրանց նշանակության, բ. ճիշտ է նախանշում տարբեր փաստաթղթերի օգտագործման տեղն ու դերը, գ. ճիշտ է կատարում տարբեր տեսակի տեղեկատվությունների փաստաթղթավորումը:
<b>ՄՈԴՈՒԼԻ ԱՆՎԱՆՈՒՄԸ «ԱՆԿՏԱՆԳՈՒԹՅՈՒՆ ԵՎ ԱՈՒՋԻՆ ՕԳՆՈՒԹՅՈՒՆ»</b>	
<b>Մոդուլի դասիչը</b>	ԱԱՕ 4-09-001

<b>Մոդուլի նպատակը</b>	Այս մոդուլը նախատեսված է շուկայագետի պատրաստման համար: Այս մոդուլի նպատակն է սովորողի մոտ ձևավորել կազմակերպություններում աշխատանքային անվտանգության պահպանման, աշխատանքի պաշտպանության միջոցառումների իրականացման և առաջին օգնության կազմակերպման կարողություններ:
<b>Մոդուլի տևողությունը</b>	36 ժամ
<b>Մուտքային պահանջները</b>	Չկան
<b>Մոդուլի գնահատման կարգը</b>	Մոդուլի ընդունելի կատարողականը յուրաքանչյուր արդյունքի համար նախատեսված կատարման չափանիշի լիարժեք ապահովումն է:
<b>Ուսումնառության արդյունք 1</b>	Իմանալ աշխատանքի պաշտպանության իրավական և կազմակերպչական դրույթները.
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է ներկայացնում աշխատանքի պաշտպանության վերաբերյալ իրավական ակտերը, բ. ճիշտ է ներկայացնում կազմակերպություններում աշխատանքի պաշտպանության կազմակերպման ներքին նորմատիվային փաստաթղթերը, գ. ճիշտ է ներկայացնում աշխատանքի պաշտպանության նորմերի և կանոնների խախտման հետ կապված պատասխանատվությունը, դ. ճիշտ է ներկայացնում աշխատանքի պաշտպանության նորմերի և կանոնների պահպանման նկատմամբ վերահսկողության ձևերը և մեխանիզմները, ե. ճիշտ է ներկայացնում արտադրությունում դժբախտ դեպքերի և պատահարների հետաքննության, փաստաթղթավորման և հաշվառման կարգը, զ. ճիշտ է ներկայացնում արտադրության տարբեր մակարդակների ղեկավարների պատասխանատվությունը աշխատանքի պաշտպանության նորմերի պահպանման վերաբերյալ:
<b>Ուսումնառության արդյունք 2</b>	Իմանալ անվտանգության տեխնիկայի նորմերը և կանոնները կազմակերպություններում:
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է ներկայացնում տեխնոլոգիական սարքավորումների, մեխանիզմների շահագործման անվտանգության տեխնիկայի հիմնական պահանջները, բ. ճիշտ է ներկայացնում էլեկտրաանվտանգության կանոնները և պաշտպանությունը, գ. ճիշտ է ներկայացնում հակահրդեհային պաշտպանության կանոնները, դ. ճիշտ է ներկայացնում ճնշման տակ աշխատող սարքավորումների և մեխանիզմների անվտանգ շահագործման կանոնները:
<b>Ուսումնառության արդյունք 3</b>	Իմանալ արտադրական սանիտարիայի և հիգիենայի պահանջները:
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է ներկայացնում արտադրական սանիտարիայի և հիգիենայի հասկացությունները, բ. ճիշտ է ներկայացնում արտադրական միկրոկլիմայի նկատմամբ նորմատիվային պահանջները, գ. ճիշտ է թվարկում արտադրական աղմուկից և ցնցումներից պաշտպանվելու միջոցները, դ. ճիշտ է ներկայացնում արտադրական լուսավորվածությանը ներկայացվող պահանջները և նորմերը:
<b>Ուսումնառության արդյունք 4</b>	Ցուցաբերել առաջին օգնություն
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է ցուցադրում արհեստական շնչառության իրականացումը, բ. ճիշտ է ցուցադրում սրտի աշխատանքի վերականգնման իրականացումը, գ. ճիշտ է ցուցադրում արյան հոսքի դադարեցման իրականացումը և ճիշտ է դնում վիրակապ, դ. ճիշտ է վիրակապում կոտրվածքները, ե. ճիշտ է ցուցադրում այրվածքների դեպքում առաջին օգնության ցուցաբերումը, զ. ճիշտ է ցուցադրում էլեկտրահարման դեպքում առաջին օգնության իրականացումը:

Միջին մասնագիտական կրթության 0607 «Շուկայաբանություն (ըստ ճյուղերի)» մասնագիտության հիմնական կրթական ծրագրի ընդհանուր մասնագիտական և հատուկ մասնագիտական կարողությունների մոդուլներ

**ՄՈԴՈՒԼԻ ԱՆՎԱՆՈՒՄԸ «ՆԵՂՅԱՆՈՒՐ ԱՇԽԱՏԱՆՔԱՅԻՆ ԳՈՐԾՈՒՆԵՈՒԹՅԱՆ ՋՏՏՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ»**

<b>Մոդուլի դասիչը</b>	<b>ԸԱՂ 4-09-001</b>
<b>Մոդուլի նպատակը</b>	Այս մոդուլը նախատեսված է մասնագետի պատրաստման համար: Այս մոդուլի նպատակն է սովորողին տալ գիտելիքներ աշխատանքային գործունեության ընթացքում հաջողության հասնելու նախապայմանների մասին, ինչպես նաև ձևավորել ցանկացած բնագավառում անհրաժեշտ աշխատանքային կուլտուրա և էթիկա դրսևորելու, ղեկավարի և գործընկերների հետ արդյունավետ հարաբերվելու, առաջացած աշխատանքային խնդիրներն ընկալելու և համապատասխան լուծումներ տալու կարողություններ:
<b>Մոդուլի տևողությունը</b>	54 ժամ
<b>Մուտքային պահանջները</b>	Չկան
<b>Մոդուլի գնահատման կարգը</b>	Մոդուլի ընդունելի կատարողականը յուրաքանչյուր արդյունքի համար նախատեսված կատարման չափանիշի լիարժեք ապահովումն է
<b>Ուսումնառության արդյունք 1</b>	Տիրապետել աշխատանքի տեղավորվելու կարողությունների
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է շարադրում գործող աշխատանքային օրենսգրքի անհրաժեշտ դրույթները, բ. ճիշտ է ներկայացնում աշխատանքի ընդունվելու և դրանից ազատվելու համար անհրաժեշտ բոլոր գործընթացները, գ. ճիշտ է կազմում գրավոր ինքնակենսագրություն (CV), դ. ճիշտ և մանրամասն բանավոր ներկայացնում է իր կենսագրությունը:
<b>Ուսումնառության արդյունք 2</b>	Դրսևորել անհրաժեշտ վերաբերմունք աշխատանքի և աշխատավայրի նկատմամբ:
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է ներկայացնում աշխատանքի և շրջապատի նկատմամբ դրական տրամադրվելու կարողությունները, բ. ճիշտ է ներկայացնում գործերը նկատմամբ հարգալից վերաբերմունքի և արդյունավետորեն հարաբերվելու օրինակներ, գ. առաջադրված իրավիճակում ցուցաբերում է պատասխանատվության զգացման դրսևորումներ, դ. ցուցաբերում է գործընկերոջը և ղեկավարին ուշադիր լսելու և հասկանալու դրսևորումներ:
<b>Ուսումնառության արդյունք 3</b>	Տիրապետել աշխատանքի կուլտուրային և էթիկային, արդյունավետ աշխատել թիմում:
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է ներկայացնում կազմակերպության նպատակները, արժեքները և այդտեղ կիրառվող ընդհանուր աշխատանքային մեթոդները, աշխատանքային և միջանձնային հարաբերությունները, բ. ճիշտ է ներկայացնում թիմային աշխատանքի հիմնական սկզբունքները, գ. ճիշտ է ներկայացնում թիմային խնդիրների լուծման մեթոդները, դ. թիմային աշխատանքի առաջադրված իրավիճակում դրսևորում է անհրաժեշտ վարքագիծ՝ ցուցաբերելով փոխօգնություն, համբերատարություն, նվիրվածություն աշխատանքին և ընկերներին, ե. ճիշտ վերաբերմունք է դրսևորում և հարգալից է կոնֆլիկտային գործընկերների նկատմամբ, զ. առաջարկում է խնդրի ճիշտ լուծումներ առաջադրված պրոբլեմային իրավիճակում:
<b>Ուսումնառության արդյունք 4</b>	Իմանալ աշխատանքում հաջողության հասնելու նախապայմանները և պատշաճ հարաբերվի ղեկավարի հետ:
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է բացատրում աշխատանքի հաճախման և ճշտապահության կարևորությունը, բ. ճիշտ է ներկայացնում ղեկավարի հետ հարաբերվելու ձևերը, իր և ղեկավարի իրավունքներն ու պարտականությունները, գ. ճիշտ է ներկայացնում աշխատանքի արդյունավետության ու որակի ապահովման ընդհանուր սկզբունքները:
<b>Ուսումնառության արդյունք 5</b>	Դրսևորել քննադատական մտածողություն

<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է գնահատում տեղեկատվության հուսալիության և զգացմունքայնության աստիճանը, բ. ստացած տեղեկատվությունը ճիշտ և արդյունավետորեն համադրում է առկա գիտելիքների հետ, գ. իրականացնում է կառուցողական քննադատություն և ճիշտ է բացատրում կառուցողական քննադատության կարևորությունը:
<b>Ուսումնառության արդյունք 6</b>	Կառավարել սթրեսը և ժամանակը, լուծել պրոբլեմներ և կոնֆլիկտներ
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է ներկայացնում սթրեսի կանխարգելման և անխուսափելի սթրեսին դիմակայելու մեթոդները, բ. ճիշտ է կազմում իր աշխատաքնային պլանը (պայմանական աշխատանքային պլան), գ. ճիշտ է ներկայացնում ժամանակի արդյունավետ օգտագործման միջոցները, դ. բացահայտում է և ճիշտ է սահմանում պրոբլեմը տրված իրավիճակում, ե. ճիշտ է վերլուծում պրոբլեմը, տալիս է լուծման ճիշտ տարբերակ և գնահատում արդյունքը, զ. բացահայտում է ցանկացած կոնֆլիկտի պատճառները., է. ճիշտ է ներկայացնում կոնֆլիկտի կանխարգելման եղանակները, կարողանում է տալ դրանց արագ ու արդյունավետ լուծումներ:
<b>ՄՈԴՈՒԼԻ ԱՆՎԱՆՈՒՄԸ «ԳՈՐԾԱՐԱՐ ՀԱՂՈՐԴԱԿՑՄԱՆ ՀՍՏՈՒՅՈՒՆՆԵՐ»</b>	
<b>Մոդուլի դասիչը</b>	ՇՈԻԿ-4-09-001
<b>Մոդուլի նպատակը</b>	Այս մոդուլը նախատեսված է «Շուկայագետ» մասնագետի պատրաստման համար: Մոդուլի նպատակն է ուսանողի մոտ ձևավորել կազմակերպության ղեկավարների, աշխատակիցների, սպառողների և շուկայի մյուս սուբյեկտների հետ արդյունավետ գործարար հաղորդակցության հմտություններ: Ավարտելով այս մոդուլը՝ ուսանողը կկարողանա անկաշկանդ հաղորդակցվել կազմակերպության ղեկավարների, աշխատակիցների, հաճախորդների, հարցման ենթարկվող սպառողների, ինչպես նաև միջնորդների հետ: Կկարողանա կանխարգելել կոնֆլիկտները, իսկ կոնֆլիկտային իրավիճակներում դրսևորել կոնֆլիկտների կառավարման կարողություններ: Կկարողանա համապատասխան իրավիճակներում արդյունավետ հաղորդակցության մեջ մտնել և կայացնել արդյունավետ որոշումներ, կկարողանա ճիշտ ներկայացնել կազմակերպությունը և դրա յուրահատկությունները և կազմակերպության շուրջ կկարողանա ստեղծել բարենպաստ մթնոլորտ:
<b>Մոդուլի տևողությունը</b>	54 ժամ
<b>Մուտքային պահանջները</b>	Չկան
<b>Մոդուլի գնահատման կարգը</b>	Մոդուլի ընդունելի կատարողականը յուրաքանչյուր արդյունքի համար նախատեսված կատարման չափանիշի լիարժեք ապահովումն է:
<b>Ուսումնառության արդյունք 1</b>	Անկաշկանդ հաղորդակցվել աշխատակիցների և հաճախորդների հետ
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. կարողանում է առանց բարդությունների հաղորդակցվել անհատների և խմբերի հետ, բ. ցանկացած իրավիճակում հանդես է գալիս կառուցողական հաղորդակցության սկզբունքներից,
<b>Ուսումնառության արդյունք 2</b>	Կառավարել կոնֆլիկտները և կոնֆլիկտային իրավիճակները
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ մոտեցում է ցուցաբերում կոնֆլիկտների կանխարգելման ուղղությամբ, բ. կարողանում է կոնֆլիկտային իրավիճակներում գտնել հաշտեցնող միջոցներ, գ. կարողանում է կառավարել իրավիճակները մինչ դրանց կոնֆլիկտների վերածմանը:
<b>Ուսումնառության արդյունք 3</b>	Վերլուծել իրավիճակային խնդիրները և արդյունավետ որոշում կայացնել
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է կողմնորոշվում համապատասխան իրավիճակներում, բ. կարողանում է հաղորդակցության ընթացքում կայացնել արդյունավետ որոշումներ:
<b>Ուսումնառության արդյունք 4</b>	Լավագույն կողմից ներկայացնել կազմակերպությունը

<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա.կարողանում է անթերի ներկայացնել կազմակերպության գործունեությունը և յուրահատկությունները, բ.կարողանում է կազմակերպության շուրջ ստեղծել բարենպաստ մթնոլորտ, հեղինակություն
<b>ՍՈՂՈՒԼԻ ԱՆՎԱՆՈՒՄԸ «ՄԱՐՔԵԹԻՆԳԱՅԻՆ ԳՈՐԾՆԵՐՈՒՄԻ ԻՄԱՑՈՒԹՅՈՒՆ»</b>	
<b>Մոդուլի դասիչը</b>	ՇՈՒԿ-4-09-002
<b>Մոդուլի նպատակը</b>	Այս մոդուլը նախատեսված է շուկայագետի պատրաստման համար: Այս մոդուլի նպատակն է սովորողի մոտ ձևավորել մարքեթինգային մտածելակերպ, մարքեթինգային հիմնարար հասկացությունների և կառավարման հայեցակարգերի իմացություն, մարքեթինգային տարբեր գործիքների և դրանց կիրարկման մեթոդների և եղանակների իմացություն և գործնական կիրառման նախնական հմտություն: Ավարտելով այս մոդուլը ուսանողը կկարողանա պատկերացնել մարքեթինգի դերը, խնդիրները, գործառույթները, գործիքները, դրանց կիրարկման մեթոդներն ու առանձնահատկությունները, ինչպես նաև կկարողանա հստակ պատկերացնել իր ընկերությունների ու պարտականությունների շրջանակը կազմակերպության տնտեսական և մասնավորապես շուկայական գործունեության բնագավառում:
<b>Մոդուլի տևողությունը</b>	108 ժամ
<b>Մուտքային պահանջները</b>	Չկան
<b>Մոդուլի գնահատման կարգը</b>	Մոդուլի ընդունելի կատարողականը յուրաքանչյուր արդյունքի համար նախատեսված կատարման չափանիշի լիարժեք ապահովումն է:
<b>Ռեսուլտատային արդյունք 1</b>	Բնորոշել մարքեթինգի բովանդակությունը, դրա նպատակները և խնդիրները
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է բնորոշում մարքեթինգի բովանդակությունը և գործնական կիրառման ուղղությունները, բ. ճիշտ է ներկայացնում մարքեթինգի դերը, նպատակները, խնդիրները և գործառույթները կազմակերպության տնտեսական գործունեության բնագավառում:
<b>Ռեսուլտատային արդյունք 2</b>	Բնորոշել մարքեթինգի հիմնարար հասկացությունները
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է կարողանում բնորոշել սպառողական կարիքները, պահանջները, պահանջարկը և դրանց վերլուծության անհրաժեշտությունը մարքեթինգային միջոցառումների մշակման աշխատանքներում, բ. ճիշտ է բնորոշում փոխանակման գործընթացը և շուկայի տարբեր սուբյեկտների հետ գործընկերային հարաբերությունների հաստատման առանձնահատկությունները, գ. ճիշտ է բնորոշում շուկան, դրա տեսակները և գործողության մեխանիզմները, դ. ճիշտ է բնորոշում կազմակերպության նպատակային սպառողներին և շուկայի սեգմենտը, ե. ճիշտ է բնորոշում մարքեթինգի համալիրը և հստակ պատկերացնում է դրա տարրերի գծով ռազմավարությունների մշակման առանձնահատկությունները, զ. ճիշտ է բնորոշում մրցակցությունը, արժեքային շղթան և մարքեթինգային կապուղիները:
<b>Ռեսուլտատային արդյունք 3</b>	Բնորոշել մարքեթինգային գործընթացը և դրանում իր գործողությունների շրջանակը
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է նկարագրում մարքեթինգի գործընթացը և դրանում իր գործողությունների շրջանակը, բ. ճիշտ է բնորոշում մարքեթինգային տեղեկատվությունը, դրա տեսակները, հավաքման եղանակները և տեղեկատվության հավաքման աշխատանքներում իր մասնակցության շրջանակները, գ.ճիշտ է բնորոշում մարքեթինգային հետազոտությունների էությունը, իրականացման ուղղությունները և դրանցում իր ներգրավվածության աստիճանը, դ. ճիշտ է բնորոշում մարքեթինգային ռազմավարական պլանավորման գործընթացը և հստակ սահմանում է իր պարտականությունները և գործառույթները դրանում:
<b>Ռեսուլտատային արդյունք 4</b>	Բնորոշել մարքեթինգի համալիրը և դրա մշակման գործընթացը
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է բնորոշում մարքեթինգի համալիրի բովանդակությունը,

	բ. ճիշտ է բնորոշում ապրանքը և հստակ ներկայացնում է դրա դասակարգման մոտեցումները, գ. ճիշտ է բնորոշում գինը, դրա վրա ազդող գործոնների համախումբը և հստակ ներկայացնում է գնի սահմանման նշանակությունը կազմակերպության համար և դրա առանձնահատկությունները տարբեր շուկաներում, դ. ճիշտ է պատկերացնում վաճառքի և առաջանցման միջոցառումների նշանակությունը կազմակերպության շուկայական գործունեության բնագավառում:
<b>Ուսումնառության արդյունք 5</b>	Բնորոշել մարքեթինգի համալիրի տարրերի գծով մշակվող ռազմավարություններում իր իր պարտականությունների շրջանակը
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է ներկայացնում իր պարտականությունների և իրավասությունների շրջանակը ընկերության ապրանքային քաղաքականության մշակման գործընթացում, բ. ճիշտ է բնորոշում իր գործողությունների շրջանակը ընկերության գնային քաղաքականության մշակման գործընթացում, գ. ճիշտ է բնորոշում իր պարտականությունների և իրավասությունների շրջանակը ընկերության վաճառահանման քաղաքականության մշակման գործընթացում, դ. ճիշտ է ներկայացնում իր գործողությունների շրջանակը ընկերության առաջանցման քաղաքականության մշակման գործընթացում:
<b>ՍՈՂՈՒԼԻ ԱՆՎԱՆՈՒՄԸ «ՇՈՒԿԱՅԻ ՍՈՒԲՅԵԿՏՆԵՐԻ ՀԵՏ ՇՓՄԱՆ ՀՈԳԵԲԱՆԱԿԱՆ ՀԻՄՈՒՆՔՆԵՐԸ»</b>	
<b>Մոդուլի դասիչը</b>	ՇՈՒԿ-4-09-003
<b>Մոդուլի նպատակը</b>	Այս մոդուլը նախատեսված է «Շուկայագետ» մասնագետի պատրաստման համար: Մոդուլի նպատակն է ուսանողի մոտ ձևավորել կազմակերպության հաճախորդների, գործընկերների և հարցման ենթարկվող սուբյեկտների հետ շփման հոգեբանական հիմունքների իմացության և շփումների ընթացքում բարենպաստ մթնոլորտ ստեղծելու, ինչպես նաև ներազդման արդյունավետ կարողությունների կուտակման հնարավորություններ: Ավարտելով այս մոդուլը՝ ուսանողը կկարողանա արդյունավետ հաղորդակցվել կազմակերպության հաճախորդների, գործընկերների և հարցման ենթարկվող սուբյեկտների հետ, դրսևորել ուշադիր ու հարգալից վերաբերմունք, իր իրավասության շրջանակներում լուծել շփման ընթացքում առաջացող խնդիրները:
<b>Մոդուլի տևողությունը</b>	90 ժամ
<b>Մուտքային պահանջները</b>	Այս մոդուլն ուսումնասիրելու համար սովորողը պետք է անցած լինի ՇՈՒԿ-4-09-001 և ՇՈՒԿ-4-09-002 մոդուլները
<b>Մոդուլի գնահատման կարգը</b>	Մոդուլի ընդունելի կատարողականը յուրաքանչյուր արդյունքի համար նախատեսված կատարման չափանիշի լիարժեք ապահովումն է
<b>Ուսումնառության արդյունք 1</b>	Իմանալ անհատի հոգեբանական հիմնական տեսակները:
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է պատկերացնում անհատների հոգեբանական հիմնական տեսակները և նրանցից յուրաքանչյուրի հետ հաղորդակցման հոգեբանական հիմունքներն ու սկզբունքները, բ. շփման ընթացքում ճիշտ է բնորոշում շփման սուբյեկտի հոգեբանական տեսակը:
<b>Ուսումնառության արդյունք 2</b>	Լինել նրբանկատ և սիրալիր կազմակերպության հաճախորդների, գործընկերների և հարցվող սուբյեկտների նկատմամբ:
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է ներկայացնում հաճախորդների, գործընկերների և հարցվող սուբյեկտների նկատմամբ ուշադրություն ցուցաբերելու և նրբանկատ լինելու ձևերը և հոգեբանական ազդակները, բ. ճիշտ է ցուցադրում շփման սուբյեկտների նկատմամբ անհրաժեշտ վարվեցողության նշանները:
<b>Ուսումնառության արդյունք 3</b>	Հաղորդակցման ընթացքում ձևավորել վստահության մթնոլորտ
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է ներկայացնում շփման ընթացքում վստահության մթնոլորտի ձևավորման սկզբունքները, եղանակները և հոգեբանական ազդակները, բ. ճիշտ է ցուցադրում այդ մթնոլորտը արտահայտող վարվելակերպը շփման սուբյեկտների հետ:

<b>ՈՒՏՈՒՆՆԱԾՈՒԹՅԱՆ արդյունք 4</b>	Իր իրավասության շրջանակներում լուծել շուկայի սուբյեկտների հետ շփման ընթացքում առաջացող հնարավոր խնդիրները , անհրաժեշտության դեպքում խնդիրը ճիշտ ներկայացնել իր վերադասին:
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է նկարագրում շփման ընթացքում իր իրավասությունների շրջանակը, բ. ճիշտ է ներկայացնում շփման սուբյեկտների մոտ առաջացող հնարավոր խնդիրները և իր իրավասության շրջանակներում դրանց լուծման եղանակները, բ. ճիշտ է մեկնաբանում շփման սուբյեկտի մոտ առաջացած խնդիրը և առաջարկում դրա լուծման համապատասխան տարբերակներ, գ. ճիշտ է ձևակերպում և ներկայացնում խնդիրն իր վերադասին:
<b>ՄՈԴՈՒԼԻ ԱՆՎԱՆՈՒՄԸ «ՄԱՐՔԵԹԻՆԳՅՈՒՆ ԴՆՏԱԶՈՏՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԻՐԱՎԱՆԱՅՈՒՄ»</b>	
<b>Մոդուլի դասիչը</b>	ՇՈՒԿ-4-09-004
<b>Մոդուլի նպատակը</b>	Այս մոդուլը նախատեսված է «Շուկայագետ»-ի պատրաստման համար: Մոդուլի նպատակն է ուսանողի մոտ ձևավորել մարքեթինգային հետազոտությունների անցկացման, մասնավորապես՝ մարքեթինգային տեղեկատվության հավաքման (այդ թվում հարցումների և դիտարկումների իրականացման և երկրորդային տեղեկատվության հավաքագրման), հավաքագրված տվյալների մշակման, վերլուծության և համապատասխան ստանդարտներով ներկայացման կարողություններ: Ավարտելով այս մոդուլը ուսանողը կկարողանա հավաքագրել երկրորդային (պաշտոնական և ոչ պաշտոնական) տեղեկատվություն, ինչպես նաև իրականացնել հարցումներ և դիտարկումներ: Մշակել հավաքագրված տվյալները, ստեղծել տվյալների բազաներ, իրականացնել տեղեկատվության վերլուծություն (նախորոք սահմանված խնդիրների շրջանակներում և նախորոք սահմանված ցուցանիշների գծով), դրա հիման վրա կատարել նախնական կանխատեսումներ, ինչպես նաև պատշաճ մակարդակով կազմել հաշվետվություններ կատարված հետազոտության վերաբերյալ:
<b>Մոդուլի տևողությունը</b>	90 ժամ
<b>Մուտքային պահանջները</b>	Այս մոդուլն ուսումնասիրելու համար սովորողը պետք է անցած լինի ՇՈՒԿ-4-09-003 մոդուլը
<b>Մոդուլի գնահատման կարգը</b>	Մոդուլի ընդունելի կատարողականը յուրաքանչյուր արդյունքի համար նախատեսված կատարման չափանիշի լիարժեք ապահովումն է:
<b>ՈՒՏՈՒՆՆԱԾՈՒԹՅԱՆ արդյունք 1</b>	Մշակել երկրորդային տեղեկատվության հավաքագրման պլան
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է ներկայացնում է երկրորդային տեղեկատվության հավաքման աղբյուրները, բ. ելնելով հիմնախնդրից ճիշտ է մշակում երկրորդային տեղեկատվության հավաքման ծրագիր
<b>ՈՒՏՈՒՆՆԱԾՈՒԹՅԱՆ արդյունք 2</b>	Անցկացնել հարցումներ և իրականացնել դիտարկումներ
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է ներկայացնում հարցումների ու դիտարկումների էությունը, ձևերը և առանձնահատկությունները, ինչպես նաև հստակ պատկերացում է նշյալ աշխատանքների որակով կատարման նշանակությունը հետազոտական աշխատանքի հավաստիության ապահովման հարցում, բ. ելնելով հիմնախնդրի բնույթից կարողանում է սահմանել հարցումների և դիտարկումների ճիշտ ընտրանքներ, գ. կարողանում է ճշգրտորեն իրականացնել բազմապրոֆիլ դիտարկումներ (հեռուստադիտարկում, երևույթների դիտարկում, շարժի դիտարկումներ, մերչնդայզինգի դիտարկումներ և այլն), դ. հավասարապես կարողանում է ճշգրտորեն իրականացնել երես առ երես հարցումներ, հեռախոսային և ինտերնետ հարցումներ:
<b>ՈՒՏՈՒՆՆԱԾՈՒԹՅԱՆ արդյունք 3</b>	Մշակել հավաքված տվյալները և ձևավորել տվյալների շտեմարաններ
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է ներկայացնում հավաքված տվյալների մշակման և կուտակման մեթոդաբանությունը, բ. ճիշտ է կարողանում բացահայտել տվյալների փոխկապվածությունները, իրականացնել դրանց ընդհանրացում և

	խմբավորում, գ. տվյալների էլեկտրոնային շտեմարանները կարողանում է հիմնել ճշգրիտ կերպով:
<b>ՈՒՏՈՒՆՆԱԶՈՒՅՈՒՄԻ ԱՐԴՅՈՒՆՔ 4</b>	Նախապես տրված մեթոդաբանությամբ մշակված տվյալների վերլուծություն և նախնական կանխատեսումների իրականացում:
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է ներկայացնում մշակված տվյալների վերլուծության և կանխատեսման վիճակագրական և տնտեսագիտական մեթոդները, բ. կարողանում է ճշգրտորեն աշխատել հավաքագրված տվյալների վերլուծության SPSS 13.0 for Windows համակարգչային ծրագրով:
<b>ՈՒՏՈՒՆՆԱԶՈՒՅՈՒՄԻ ԱՐԴՅՈՒՆՔ 5</b>	Ինքնուրույնաբար հետազոտական աշխատանքի հաշվետվության կազմում
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է ներկայացնում մարքեթինգային հետազոտությամբ ստացված արդյունքների ներկայացման մոտեցումները և անհրաժեշտ ստանդարտները (տիպային օրինակները), բ. կարողանում է ազատ աշխատել Microsoft Excel 2003/07, Microsoft Word 2003/07 և Power Point համակարգչային ծրագրերով և կազմել ճշգրիտ էլեկտրոնային փաստաթղթեր (ինչպես նաև տվյալների դիմամիկան պատկերավոր ցուցադրող դիագրամներ), գ. կարողանում է ինքնուրույնաբար կազմել իրականացված հետազոտության արդյունքների ճշգրիտ հաշվետվություն (ընդունված ստանդարտներով կազմել հաշվետվության պլանը, շարադրել այն և պատրաստել ցուցադրման):
<b>ՍՈՂՈՒԼԻ ԱՆՎԱՆՈՒՄԸ «ԿԱԶՄԱԿԵՐՊՈՒԹՅԱՆ ՆԵՐՔԻՆ ԵՎ ԱՐՏԱՔԻՆ ՄԻՋՎԱՅՐԵՐԻ ԵՎ ՇՈՒԿԱՅՎԱԿԱՆ ՎԵՐԼՈՒԾՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԻՐԱԿԱՆԱՑՈՒՄ»</b>	
<b>Մոդուլի դասիչը</b>	ՇՈՒԿ-4-09-005
<b>Մոդուլի նպատակը</b>	Այս մոդուլը նախատեսված է «Շուկայագետ»-ի պատրաստման համար: Մոդուլի նպատակն է ուսանողի մոտ ձևավորել կազմակերպության ներքին և արտաքին միջավայրերի, ինչպես նաև շուկայական վերլուծությունների իրականացման, մասնավորապես՝ կազմակերպության տեխնոլոգիաների, աշխատառճի, ռազմավարության, աշխատակիցների, ինչպես նաև շուկայի ապրանքային կառուցվածքի, առևտրային իրավիճակի, տարողունակության և շուկայում մրցակից սուբյեկտների առաջարկների վերլուծության կարողություններ: Ավարտելով այս մոդուլը ուսանողը կկարողանա, նախապես մշակված ցուցանիշներով և մեթոդաբանությամբ, վերլուծել կազմակերպության ներքին և արտաքին միջավայրերը, շուկայի տարողունակությունը, առևտրային վիճակը, ապրանքային կառուցվածքը և մրցակիցների շուկայական առաջարկները, ինչպես նաև իրականացնել շուկայի սեզնետավորում:
<b>Մոդուլի տևողությունը</b>	90 ժամ
<b>Մուտքային պահանջները</b>	Այս մոդուլն ուսումնասիրելու համար սովորողը պետք է անցած լինի ՇՈՒԿ-4-09-004 մոդուլը
<b>Մոդուլի գնահատման կարգը</b>	Մոդուլի ընդունելի կատարողականը յուրաքանչյուր արդյունքի համար նախատեսված կատարման չափանիշի լիարժեք ապահովումն է:
<b>ՈՒՏՈՒՆՆԱԶՈՒՅՈՒՄԻ ԱՐԴՅՈՒՆՔ 1</b>	Ելնելով սահմանված նպատակներից իրականացնել SWOT վերլուծություն
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է ներկայացնում կազմակերպության ներքին միջավայրի կառուցվածքը և այն ձևավորող գործոնների վերլուծության մեթոդաբանությունը, բ. ճիշտ է ներկայացնում կազմակերպության արտաքին միջավայրի կառուցվածքը և այն ձևավորող գործոնների վերլուծության մեթոդաբանությունը, գ. ճիշտ է ներկայացնում SWOT վերլուծության գործընթացը և չափանիշները, դ. ճիշտ է կարողանում մշակել SWOT վերլուծության պլան, սահմանել վերլուծության ցուցանիշներ և կատարել պատշաճ մակարդակի վերլուծություն



<b>ՈՒՏՈՒՆՆԱԹՈՒՅՅԱՆ ԱՐԴՅՈՒՆՔ 2</b>	Որակական և քանակական ցուցանիշներով հաշվարկել շուկայի տարողունակությունը
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է ներկայացնում շուկայի տարողունակությունը և դրա հաշվարկման մոտեցումները (բանաձևերը), բ. ճիշտ է կարողանում հավաքագրել շուկայի տարողունակության հաշվարկման համար անհրաժեշտ որակական և քանակական ցուցանիշները և դրանցով հաշվարկել շուկայի տարողունակությունը, գ. կարողանում է շուկայի տարողունակության դինամիկայի վերլուծությամբ կատարել ճշգրիտ էքստրապոլյացիոն կանխատեսումներ:
<b>ՈՒՏՈՒՆՆԱԹՈՒՅՅԱՆ ԱՐԴՅՈՒՆՔ 3</b>	Վերլուծել շուկայի առևտրային վիճակը
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է ներկայացնում շուկայի առևտրային իրավիճակը և դրա վերլուծության համար անհրաժեշտ ցուցանիշների ամբողջությունը, բ. ճիշտ է ներկայացնում շուկայի առևտրային վիճակի վրա ազդող գործոնների ամբողջությունը, գ. հաշվետու ժամանակահատվածում ճիշտ է ներկայացնում առաջարկի և պահանջարկի հարաբերակցությունը և կարողանում է կատարել ճշգրիտ էքստրապոլյացիոն կանխատեսումներ:
<b>ՈՒՏՈՒՆՆԱԹՈՒՅՅԱՆ ԱՐԴՅՈՒՆՔ 4</b>	Վերլուծել շուկայի ապրանքային կառուցվածքը
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է կարողանում վերլուծել շուկայի ապրանքային կառուցվածքը ապրանքախմբային, ապրանքատեսակային և ապրանքամակնիշային մակարդակներում և ներկայացնել դրանցից յուրաքանչյուրի մասնաբաժինը շուկայի ընդհանուր տարողունակության մեջ, բ. ճիշտ է կարողանում հաշվարկել շուկայի ապրանքային կառուցվածքի դինամիկան և կատարել էքստրապոլյացիոն կանխատեսումներ
<b>ՈՒՏՈՒՆՆԱԹՈՒՅՅԱՆ ԱՐԴՅՈՒՆՔ 5</b>	Իրականացնել շուկայի սեզոնտավորում
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է ներկայացնում շուկայի սեզոնտավորման գործընթացը, բ. ճիշտ է կարողանում սահմանել և հավաքագրել այն ցուցանիշների ամբողջությունը, որոնք անհրաժեշտ են շուկան դեմոգրաֆիկ և աշխարհագրական սկզբունքներով սեզոնտավորելու համար, գ. ճիշտ է կարողանում նախապես սահմանված ցուցանիշներով հոգեբանական և վարքաբանական սկզբունքներով սեզոնտավորել շուկան, դ. ճիշտ է կարողանում սահմանել սեզոնտների գրավչության գնահատման ցուցանիշներ և կատարել նպատակային սեզոնտի ընտրություն:
<b>ՈՒՏՈՒՆՆԱԹՈՒՅՅԱՆ ԱՐԴՅՈՒՆՔ 6</b>	Բացահայտել և վերլուծել մրցակիցների (նաև փոխարինիչ ապրանքների) շուկայական առաջարկը:
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է ներկայացնում մրցակցության մակարդակները, բ. ճիշտ է ներկայացնում մրցակիցների շուկայական առաջարկի վերլուծության և գնահատման ցուցանիշների ամբողջությունը, գ. ճիշտ է կարողանում գնահատել մրցակիցների շուկայական դիրքերը և մասնաբաժինները (բացարձակ և համեմատական կտրվածքով), դ. ճիշտ է կարողանում վերլուծել և գնահատել մրցակիցների (տարբեր մակարդակների) և սեփական ֆիրմայի շուկայական առաջարկների համեմատական մրցունակությունը:
<b>ՄՈԴՈՒԼԻ ԱՆՎԱՆՈՒՄԸ «ԱՊՐԱՆՔԱՅԻՆ ՔԱՂԱՔԱՎԱՆՈՒԹՅԱՆ ՄՇԱԿՈՒՄ»</b>	
<b>Մոդուլի դասիչը</b>	ՇՈԻԿ-4-09-006
<b>Մոդուլի նպատակը</b>	Այս մոդուլը նախատեսված է «Շուկայագետ»-ի պատրաստման համար: Մոդուլի նպատակն է ուսանողի մոտ ձևավորել կարողություններ ապրանքային քաղաքականության, մասնավորապես նոր ապրանքների և ապրանքային տեսականու մշակման, իրագործման ու շուկայական պայմաններում դրա բաղադրիչներից յուրաքանչյուրի մրցունակության գնահատման ուղղությամբ:

	Ավարտելով այս մոդուլը ուսանողը կկարողանա մասնակցել կազմակերպության կողմից ապրանքային քաղաքականության մշակման, իրագործման և արդյունավետության գնահատման գործընթացներին: Մասնավորապես ուսանողը կկարողանա գեներացնել նոր ապրանքների թողարկման գաղափարներ, մշակել հաստատված ապրանքային քաղաքականության դրույթներից բխող և դրա իրագործմանը միտված մարքեթինգային միջոցառումներ, շուկայական պայմաններում գնահատել թողարկված ապրանքի և ապրանքային տեսականու մրցունակությունը:
<b>Մոդուլի տևողությունը</b>	72 ժամ
<b>Մուտքային պահանջները</b>	Այս մոդուլն ուսումնասիրելու համար սովորողը պետք է անցած լինի ՇՈՒԿ-4-09-005 մոդուլը
<b>Մոդուլի գնահատման կարգը</b>	Մոդուլի ընդունելի կատարողականը յուրաքանչյուր արդյունքի համար նախատեսված կատարման չափանիշի լիարժեք ապահովումն է:
<b>Ուսումնառության արդյունք 1</b>	Մասնակցել նոր ապրանքների մշակման և դրանք շուկա ներդնելու գործընթացին և պատկերացնել դրանում իր գործողությունների շրջանակը
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է բնորոշում նոր ապրանքի էությունը և դրա մշակման գործընթացը, բ. ճիշտ է ներկայացնում նոր ապրանքի գաղափարի գեներացումը և ճիշտ է հիմնավորում նոր ապրանքի թողարկման գաղափարը, գ. ճիշտ է ներկայացնում նոր ապրանքը շուկայում փորձարկելու և առևտրական արտադրություն կազմակերպելու գործընթացները, դ. ճիշտ է ներկայացնում իր իրավասությունների և պարտականությունների շրջանակը նոր ապրանքների մշակման և շուկա ներդնելու գործընթացներում
<b>Ուսումնառության արդյունք 2</b>	Մասնակցել ապրանքային տեսականու մշակման և կառավարման գործընթացին և պատկերացնել դրանում իր գործողությունների շրջանակը:
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է բնորոշում ապրանքային տեսականին, դրա լայնությունը, խորությունը և ներդաշնակությունը, բ. ճիշտ է ներկայացնում ապրանքային տեսականու մշակման և կառավարման մեթոդական մոտեցումները, գ. ճիշտ է ներկայացնում իր իրավասությունների և պարտականությունների շրջանակը ապրանքային տեսականու մշակման և կառավարման գործընթացներում:
<b>Ուսումնառության արդյունք 3</b>	Գնահատել շուկային առաջարկվող նոր ապրանքների իրացման ընթացքն ու դրանց շուկայական մրցունակությունը
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է ներկայացնում ապրանքի կատարման բաղադրիչները (որակ, դիզայն, փաթեթավորում, մակնիշավորում և հատկություններ), բ. ճիշտ է գնահատում նոր ապրանքի շուկայական մրցունակությունը և իրացման ծավալների դինամիկան:
<b>Ուսումնառության արդյունք 4</b>	Գնահատել շուկային առաջարկվող ապրանքային տեսականու շուկայական մրցունակությունը
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է ներկայացնում ապրանքային տեսականու շուկայական մրցունակության գնահատման բաղադրիչները, բ. ճիշտ է գնահատում ապրանքային տեսականու առանձին առևտրային մակնիշների ուժեղ և թույլ կողմերը շուկայում:
<b>Ուսումնառության արդյունք 5</b>	Մշակել ապրանքների հետվաճառքային սպասարկման և երաշխիքների տրամադրման ծրագրեր:
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է ներկայացնում հետվաճառքային սպասարկման և երաշխիքների տրամադրման առանձնահատկությունները տարբեր տեսակի և նշանակության ապրանքների և ծառայությունների համար բ. ճիշտ է կարողանում մշակել ապրանքների հետվաճառքային սպասարկման և երաշխիքների տրամադրման ծրագրեր
<b>ՄՈԴՈՒԼԻ ԱՆՎԱՆՈՒՄԸ «ԳՆԱՅԻՆ ՔՎԱՆՔԱՎԱՆՈՒԹՅԱՆ ՄՇԱԿՈՒՄ»</b>	
<b>Մոդուլի դասիչը</b>	ՇՈՒԿ-4-09-007
<b>Մոդուլի նպատակը</b>	Այս մոդուլը նախատեսված է «Շուկայագետ»-ի պատրաստման համար: Մոդուլի նպատակն է ուսանողի մոտ ձևավորել կարողություններ գնի սահմանման վրա ազդող գործոնների վերլուծության, գնագոյացման մեթոդների վերլուծության ու վերջնական գնի սահմանման, ինչպես նաև շուկայական պայմաններում սահմանված գնի արդյունավետության

	գնահատման ուղղությամբ: Ավարտելով այս մոդուլը ուսանողը կկարողանա մասնակցել գնագոյացման գործընթացի և գնային ռազմավարությունների մշակման աշխատանքներին, վերլուծել գնագոյացման վրա ազդող գործոնները, գնագոյացման մեթոդները և սահմանել թողարկված ապրանքի վերջնական գին:
<b>Մոդուլի տևողությունը</b>	72 ժամ
<b>Մուտքային պահանջները</b>	Այս մոդուլն ուսումնասիրելու համար սովորողը պետք է անցած լինի ՇՈՒԿ-4-09-005 մոդուլը
<b>Մոդուլի գնահատման կարգը</b>	Մոդուլի ընդունելի կատարողականը յուրաքանչյուր արդյունքի համար նախատեսված կատարման չափանիշի լիարժեք ապահովումն է:
<b>Ուսումնառության արդյունք 1</b>	Մասնակցել գնագոյացման գործընթացին և պատկերացնել դրանում իր գործողությունների շրջանակը
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է ներկայացնում գնագոյացման գործընթացի փուլերը և դրանցից յուրաքանչյուրի մշակման առանձնահատկությունները, բ. ճիշտ է ներկայացնում իր գործողությունների շրջանակը գնագոյացման գործընթացում
<b>Ուսումնառության արդյունք 2</b>	Մասնակցել գնային ռազմավարությունների մշակման գործընթացին
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է բնորոշում գնային ռազմավարությունները և ճիշտ է ներկայացնում դրանց կիրառման հավանական ազդեցությունը կազմակերպության շուկայական դիրքերի և մասնաբաժնի վրա, բ. ճիշտ է կողմնորոշվում ելնելով շուկայի կոնյունկտուրայից և սահմանված նպատակից գնային ռազմավարությանը նախապատվություն տալու հարցում:
<b>Ուսումնառության արդյունք 3</b>	Վերլուծել գնի սահմանման վրա ազդող ներքին և արտաքին գործոնները
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է ներկայացնում գնի սահմանման վրա ազդող ներքին և արտաքին գործոնները, բ. ճիշտ է հաշվարկում ապրանքի ինքնարժեքը և նպատակային շահույթի նորման, գ. ճիշտ է հաշվարկում շրջանառության ոլորտի ծախսերը, դ. ճիշտ է գնահատում բնակչության գնողունակությունը և ճիշտ է վերլուծում մրցակիցների սահմանած գները:
<b>Ուսումնառության արդյունք 4</b>	Վերլուծել գնի սահմանման մեթոդները և սահմանել թողարկված արտադրանքի գինը:
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է ներկայացնում գնագոյացման մեթոդները և դրանց ընտրության մոտեցումները, բ. ճիշտ է կողմնորոշվում գնագոյացման մեթոդի ընտրության հարցում, գ. ճիշտ է սահմանում ապրանքի վերջնական գինը ընկերության պահեստում, դ. ճիշտ է գնահատում հետագայում ապրանքի սահմանվելիք գինը միջնորդ վաճառակետերում:
<b>Ուսումնառության արդյունք 5</b>	Գնահատել սահմանված գնի շուկայական արդյունավետությունը
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է ներկայացնում գնի փոփոխության ազդեցությունը կազմակերպության շահութաբերության, շուկայական դիրքերի և մասնաբաժնի վրա, բ. ճիշտ է ներկայացնում գնի շուկայական արդյունավետության գնահատման ցուցանիշները, գ. ճիշտ է կարողանում գնահատել սեփական ապրանքի և մրցակիցների ապրանքների գների մրցունակությունը շուկայում:
<b>ՄՈԴՈՒԼԻ ԱՆՎԱՆՈՒՄԸ «ՎԱՃԱՌԱՅԱՆՄԱՆ ԿԱԶՄԱԿԵՐՊՈՒՄ»</b>	
<b>Մոդուլի դասիչը</b>	ՇՈՒԿ-4-09-008
<b>Մոդուլի նպատակը</b>	Այս մոդուլը նախատեսված է «Շուկայագետ»-ի պատրաստման համար: Մոդուլի նպատակն է ուսանողի մոտ ձևավորել կարողություններ վաճառահանման քաղաքականության մշակման իրագործման և արդյունավետության գնահատման, մասնավորապես վաճառահանման մեթոդների մշակման, վաճառահանման շղթայի կառավարման, տարածաշրջանի (վաճառքի ամրակցված շրջանի) յուրացման, էքսպեդիտորական աշխատանքների կազմակերպման ու կառավարման, վաճառահանման շղթայի միջնորդների գնահատման և վաճառահանման գործընթացի արդյունավետության գնահատման ուղղությամբ:

	Ավարտելով այս մոդուլը ուսանողը կկարողանա վերլուծել ընկերության վաճառահանման հնարավորությունները, վերլուծել վաճառահանման մեթոդները և դրանց ընտրության արդյունավետությունը, վերլուծել վաճառահանման միջնորդների և դրանց հետ հաստատված գործընկերային հարաբերությունների արդյունավետությունը, արդյունավետ կերպով յուրացնի իրեն վստահված վաճառքի տարածաշրջանները, կազմակերպի և համակարգի ընկերության էքսպեդիտորական ծառայության աշխատանքները, ելնելով վաճառքի ծավալներից մշակի վաճառքի պատվեր պորտֆելներ, ինչպես նաև գնահատի վաճառահանման գործընթացի արդյունավետությունը:
<b>Մոդուլի տևողությունը</b>	108 ժամ
<b>Մուտքային պահանջները</b>	Այս մոդուլն ուսումնասիրելու համար սովորողը պետք է անցած լինի ՇԿԳՎ-4-09-005 մոդուլը
<b>Մոդուլի գնահատման կարգը</b>	Մոդուլի ընդունելի կատարողականը յուրաքանչյուր արդյունքի համար նախատեսված կատարման չափանիշի լիարժեք ապահովումն է:
<b>Ռեսուլտատային արդյունք 1</b>	Վերլուծել ընկերության վաճառահանման հնարավորությունները և ընտրել վաճառահանման մեթոդ:
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է ներկայացնում վաճառահանման գործընթացը և վաճառահանման մեթոդները, բ. ճիշտ է վերլուծում ընկերության վաճառահանման հնարավորությունները շուկայում, գ. ճիշտ է կողմնորոշվում վաճառահանման մեթոդի ընտրության հարցերում
<b>Ռեսուլտատային արդյունք 2</b>	Վերլուծել վաճառահանման շղթայի առևտրական միջնորդներին
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է ներկայացնում վաճառահանման շղթան և վաճառահանման շղթայի մանրածախ ու մեծածախ միջնորդներին, բ. ճիշտ է ներկայացնում առևտրական միջնորդների վերլուծության ցուցանիշները, գ. ճիշտ է գնահատում առևտրական միջնորդների արդյունավետությունը և ճիշտ է կողմնորոշվում նրանց ընտրության հարցերում
<b>Ռեսուլտատային արդյունք 3</b>	Արագ և արդյունավետ կերպով յուրացնել իրեն վստահված վաճառահանման շրջանը և համակարգել էքսպեդիտորների աշխատանքները
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է ներկայացնում վաճառքի տարածաշրջանի յուրացման մոտեցումները, բ. ճիշտ է ներկայացնում էքսպեդիտորական աշխատանքների համակարգման մոտեցումները, գ. կարողանում է արագ, արդյունավետ կերպով և ճիշտ յուրացնել իրեն վստահված վաճառքի տարածաշրջանը, դ. իրեն վստահված վաճառքի տարածաշրջանում կարողանում է ճիշտ և արդյունավետ կերպով համակարգել էքսպեդիտորների աշխատանքները:
<b>Ռեսուլտատային արդյունք 4</b>	Վերլուծել վաճառահանման գործընթացում կազմակերպության գործընկերների և նրանց հետ հարաբերությունների արդյունավետությունը
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է ներկայացնում սեփական գործընկերների և նրանց հետ հարաբերությունների արդյունավետության գնահատման մոտեցումները , բ. ճիշտ է բացահայտում նախընտրելի և ոչ հեռանկարային գործընկերներին, գ. գործընկերների հետ շփման արդյունքում ճիշտ է կարողանում մշակել նրանց հնարավոր շահադրժան մեխանիզմներ:
<b>Ռեսուլտատային արդյունք 5</b>	Մշակել առևտրական միջնորդների պատվեր պորտֆելներ
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է ներկայացնում պատվեր պորտֆելի էությունը, բ. ճիշտ է մշակում պատվեր պորտֆել և ելնելով իրացման ծավալներից ճիշտ է կանխատեսում դրա հնարավոր ծավալները:
<b>Ռեսուլտատային արդյունք 6</b>	Գնահատել վաճառահանման գործընթացի արդյունավետությունը
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է ներկայացնում վաճառահանման գործընթացի արդյունավետության գնահատման մոտեցումները, բ. ճիշտ է գնահատում վաճառահանման շղթայի երկարությունը և դրա կրճատման հնարավոր հետևանքները (դրական կամ բացասական),

	գ. ճիշտ է գնահատում վաճառահանման գործընթացի արդյունավետությունը:
<b>ՄՈԴՈՒԼԻ ԱՆՎԱՆՈՒՄԸ «ԱՆՅԱՍՎԱՆ ՎԱՃԱՌՔԻ ԻՐԱՎԱՆՑՈՒՄ»</b>	
<b>Մոդուլի դասիչը</b>	ՇՈԻԿ-4-09-009
<b>Մոդուլի նպատակը</b>	Այս մոդուլը նախատեսված է «Շուկայագետ»-ի պատրաստման համար: Մոդուլի նպատակն է ուսանողի մոտ ձևավորել առևտրային միջնորդների հետ կայուն գործընկերային հարաբերությունների հաստատման, կորպորատիվ հաճախորդների սպասարկման, պատվերային արտադրության կազմակերպման և ցանցային մարքեթինգի սկզբունքով վաճառք կազմակերպելու կարողություններ: Ավարտելով այս մոդուլը ուսանողը կկարողանա առևտրային միջնորդների հետ հաստատել գործընկերային հարաբերություններ, կազմակերպության իրացման ստորաբաժանմանը զուգահեռ ձևավորել անհատական վաճառքի ցանց, ընդունել, մշակել և կազմակերպությանը ներկայացնել ապրանքի անհատական արտադրության պատվերներ (ստանդարտ ապրանքից տարբերվող):
<b>Մոդուլի տևողությունը</b>	72 ժամ
<b>Մուտքային պահանջները</b>	Այս մոդուլն ուսումնասիրելու համար սովորողը պետք է անցած լինի ՇԿԳՎ-4-09-005 և ՇԿԳՎ-4-09-008 մոդուլները
<b>Մոդուլի գնահատման կարգը</b>	Մոդուլի ընդունելի կատարողականը յուրաքանչյուր արդյունքի համար նախատեսված կատարման չափանիշի լիարժեք ապահովումն է
<b>Ուսումնառության արդյունք 1</b>	Առևտրային միջնորդների հետ հաստատել գործընկերային հարաբերություններ
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է ներկայացնում առևտրային միջնորդների հետ գործընկերային հարաբերությունների հաստատման նշանակությունը, բ. կարողանում է վաճառքի ծավալների և պատվերների վերլուծությամբ բացահայտել նպատակային միջնորդներին և նրանց հետ հաստատել կայուն արդյունավետ հարաբերություններ
<b>Ուսումնառության արդյունք 2</b>	Սպասարկել կորպորատիվ հաճախորդներին և նրանցից ընդունել ապրանքների արտադրության անհատական պատվերներ
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է բնորոշում կազմակերպության կորպորատիվ հաճախորդներին և դրանց սպասարկման առանձնահատկությունները, բ. ճիշտ է բնորոշում կորպորատիվ հաճախորդներից պատվերների ընդունման և դրանք կազմակերպության հնարավորությունների հետ համեմատելու գործընթացը, գ. ճիշտ է կարողանում սպասարկել կազմակերպության կորպորատիվ հաճախորդներին և գործընկերային հարաբերությունների միջոցով ներգրավել նոր արտադրական պատվերներ
<b>Ուսումնառության արդյունք 3</b>	Ուղղակի մարքեթինգի սկզբունքով ձևավորել սեփական վաճառքի ցանց
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է բնորոշում ուղղակի մարքեթինգը և դրա կիրառման եղանակներն ու առանձնահատկությունները, բ. ճիշտ է կարողանում ուղղակի մարքեթինգի սկզբունքով կազմակերպության իրացման բաժնին զուգահեռ հիմնել սեփական վաճառքի ցանց և նպաստել իրացման ծավալների աճին
<b>ՄՈԴՈՒԼԻ ԱՆՎԱՆՈՒՄԸ «ԳՈՎԱԶԻՂԱՅԻՆ ԳՈՐԾՈՒՆԵՈՒԹՅՈՒՆ և ԻՐԱՑՄԱՆ ԽԹԱՆՈՒՄ»</b>	
<b>Մոդուլի դասիչը</b>	ՇՈԻԿ-4-09-010
<b>Մոդուլի նպատակը</b>	Այս մոդուլը նախատեսված է «Շուկայագետ»-ի պատրաստման համար: Մոդուլի նպատակն է ուսանողի մոտ ձևավորել շուկայական առաջարկը պատշաճ մակարդակով ներկայացնելու, քարոզելու, տարբեր կոնտակտային լսարանների հետ աշխատելու (ԶԼՄ-ներ, սպառողների շահերի պաշտպանության կազմակերպություններ և այլն), գովազդային գործունեություն կազմակերպելու և իրացումը խթանելու կարողություններ: Ավարտելով այս մոդուլը ուսանողը կկարողանա ընկերության համար իրականացնել տեղեկատվության տարածում և

	քարոզչություն, մշակել իրացման խթանման կարճաժամկետ միջոցառումներ, ընկերությանը ներկայացնել ցուցահանդես վաճառքների, շնորհանդեսների և ցուցահանդես տոնավաճառների ընթացքում, իրականացնել գովազդային արշավներ:
<b>Մոդուլի տևողությունը</b>	90 ժամ
<b>Մուտքային պահանջները</b>	Այս մոդուլն ուսումնասիրելու համար սովորողը պետք է անցած լինի ՇՈՒԿ-4-09-009 մոդուլը
<b>Մոդուլի գնահատման կարգը</b>	Մոդուլի ընդունելի կատարողականը յուրաքանչյուր արդյունքի համար նախատեսված կատարման չափանիշի լիարժեք ապահովումն է
<b>Ուսումնառության արդյունք 1</b>	Գնահատել կոմունիկացիաների կրիչների լսարանը, կրիչում գովազդային հղումների տեղակայման ծախսերը և գովազդային արշավի ֆիզիկական արդյունավետությունը
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է ներկայացնում կոմունիկացիաների կրիչները և կիրառված կոմունիկացիաների ֆիզիկական արդյունավետության գնահատման ցուցանիշները, բ. ճիշտ է կարողանում հաշվարկել կոմունիկացիաների տարբեր կրիչների լսարանների մեծությունը, գ. ճիշտ է կարողանում գնահատել գովազդային արշավի ֆիզիկական արդյունավետությունը
<b>Ուսումնառության արդյունք 2</b>	Մշակել գեղչերի իրականացման և իրացման խթանման միջոցառումներ
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է ներկայացնում իրացման խթանման միջոցառումների ձևերը և դրանցից յուրաքանչյուրի կիրառման ուղղությունները, բ. ճիշտ է կարողանում որոշել գեղչերի կիրառման ուղղությունները և գեղչի սահմանման նպատակային չափը
<b>Ուսումնառության արդյունք 3</b>	Աշխատել կոնտակտային լսարանների հետ և մամուլի ասուլիսներում ներկայացնել ընկերության պաշտոնական տեսակետը
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է ներկայացնում կոնտակտային լսարանների հետ աշխատանքի յուրահատկությունները, բ. ճիշտ է կարողանում պատշաճ մակարդակով ներկայացնել ընկերության պաշտոնական դիրքորոշումը կոնտակտային լսարաններում և մամուլի ասուլիսներում
<b>Ուսումնառության արդյունք 4</b>	Շնորհանդեսների, ցուցահանդես վաճառքների և տոնավաճառների ընթացքում ներկայացնել ընկերությանը
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է սահմանում շնորհանդեսների, ցուցահանդես վաճառքների և տոնավաճառների նշանակությունը ընկերության շուկայական առաջարկի առաջանցման գործում, բ. ճիշտ է ներկայացնում շնորհանդեսների, ցուցահանդես վաճառքների և տոնավաճառների կազմակերպման և դրանցում ընկերության ներկայացման յուրահատկությունները, գ. կարողանում է ճիշտ և ժամանակին արձագանքել ցուցահանդես վաճառքների և տոնավաճառների կազմակերպման վերաբերյալ տեղեկատվությանը և պատշաճ մակարդակով ներկայացնել ընկերությանը դրանցում
<b>Ուսումնառության արդյունք 5</b>	Գնահատել կիրառված առաջանցման միջոցառումների ֆիզիկական արդյունավետությունը
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է ներկայացնում առաջանցման միջոցառումների ընտրության և ընկերության սահմանած նպատակների միջև առկա կապը, բ. ճիշտ է կարողանում գնահատել կիրառված առաջանցման միջոցառումներից յուրաքանչյուրի ֆիզիկական արդյունավետությունը
<b>ՄՈԴՈՒԼԻ ԱՆՎԱՆՈՒՄԸ «ԼՈԳՈՍՏԻԿ ԿԱՊՈՒԴԻՆԵՐԻ ԿԱԶՄԱԿԵՐՊՈՒՄ»</b>	
<b>Մոդուլի դասիչը</b>	ՇՈՒԿ-4-09-011
<b>Մոդուլի նպատակը</b>	Այս մոդուլը նախատեսված է «Շուկայագետ»-ի պատրաստման համար: Մոդուլի նպատակն է ուսանողի մոտ ձևավորել կարողություններ սեփական ընկերությունում պահեստային, տրանսպորտային տնտեսությունների, ինչպես նաև բեռնման ու բեռնաթափման աշխատանքների արդյունավետ կազմակերպման, մատակարարների, և տրանսպորտային ընկերությունների որոնման, գնահատման և ընտրության, մատակարարման (դիստրիբյուցիոն) շղթայի պլանավորման և մատակարարումների բյուջեի մշակման ուղղությամբ: Այս մոդուլը ուսանողի մոտ կարողություններ պետք է ձևավորի նաև

	առևտրային միջնորդներին մատակարարումների արդյունավետ կազմակերպման, լոգիստիկ ծառայության աշխատանքների կազմակերպման և սեփական ընկերության լոգիստիկ ծախսերի բյուջեի պլանավորման ուղղությամբ: Ավարտելով այս մոդուլը ուսանողը կարողանա կազմակերպել ընկերության լոգիստիկ ծառայությունը, ապահովել առևտրական միջնորդներին մատակարարումների անխափանությունը, բացահայտել, գնահատել և ընտրել անհրաժեշտ մատակարարների և մատակարարման շղթայի այլ գործընկերների:
<b>Մոդուլի տևողությունը</b>	108 ժամ
<b>Մուտքային պահանջները</b>	Այս մոդուլն ուսումնասիրելու համար սովորողը պետք է անցած լինի ՇՈՒԿ-4-09-004 և ՇՈՒԿ-4-09-007 մոդուլները
<b>Մոդուլի գնահատման կարգը</b>	Մոդուլի ընդունելի կատարողականը յուրաքանչյուր արդյունքի համար նախատեսված կատարման չափանիշի լիարժեք ապահովումն է
<b>Ուսումնառության արդյունք 1</b>	Ելնելով արտադրական պլանի կանխատեսումներից հաշվարկել անհրաժեշտ նյութատեխնիկական բազայի կազմը, կառուցվածքը և ծավալները (ֆիզիկական և դրամական կտրվածքով)
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է ներկայացնում նյութական ռեսուրսների և արտադրության միջոցների ժամանակին մատակարարման նշանակությունը շուկայական գործունեության ծավալման հարցում, բ. ճիշտ է կարողանում ելնելով արտադրական պլանի կանխատեսումներից հստակեցնել նյութական ռեսուրսների ու արտադրության միջոցների ձեռք բերման հիմնախնդիրը, միջոցների ձեռք բերման անհրաժեշտ կառուցվածն ու ծավալները:
<b>Ուսումնառության արդյունք 2</b>	Որոշել մատակարարներ, վերլուծել և գնահատել նրանց առաջարկած մատակարարման պայմանները և դրանց միջև կատարել արդյունավետ ընտրություն
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է ներկայացնում մատակարարների որոնման գործընթացը, դրանց առաջարկությունների գնահատման և ընտրության չափանիշները, բ. ճիշտ է կարողանում ոլորտային տեղեկագրերում և այլ մասնագիտացված տվյալների շտեմարաններում որոշել անհրաժեշտ մատակարարների, համեմատել դրանց առաջարկած պայմանները և ելնելով նպատակներից ընտրել գործընկերների:
<b>Ուսումնառության արդյունք 3</b>	Որոշել մատակարարումների ուղեկցման ծառայություններ մատուցողների (տրանսպորտային, բեռնման-բեռնաթափման ընկերություններ, հավաստագրման և ապահովագրական ընկերություններ), վերլուծել և գնահատել դրանց առաջարկած ծառայությունները և ընտրել մատակարարման գործընթացի գործընկերներ
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է ներկայացնում մատակարարման գործընթացը և դրան ուղեկցող ծառայությունները, բ. ճիշտ է կարողանում ոլորտային տեղեկագրերում և այլ մասնագիտացված տվյալների շտեմարաններում որոշել մատակարարման ուղեկցման ծառայություններ մատուցող ընկերությունների, համեմատել դրանց առաջարկած պայմանները և ելնելով նպատակներից ընտրել մատակարարման շղթայի գործընկերների:
<b>Ուսումնառության արդյունք 4</b>	Հաշվարկել անհրաժեշտ նյութատեխնիկական ռեսուրսների մատակարարման վերջնական արժեքը:
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է ներկայացնում մատակարարման շղթայի ծախսագոյացման գործընթացը, բ. ճիշտ է կարողանում ելնելով մատակարարման գնից, մատակարարման շղթայի սուբյեկտների սակագներից և մատակարարման գործընթացի այլ ծախսերից հաշվարկել մատակարարման վերջնական արժեքը իր կազմակերպության պահեստում:
<b>Ուսումնառության արդյունք 5</b>	Ելնելով վաճառքի բաժնի ամենօրյա հայտերից կազմակերպել մատակարարումները առևտրային միջնորդներին
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է ներկայացնում առևտրային ցանցին մատակարարումների գործընթացը, բ. ճիշտ է կարողանում համակարգել վաճառքի բաժնի ամենօրյա հայտերը և ելնելով դրանցից կազմակերպել առևտրային միջնորդների անխափան մատակարարման գործընթացը:
<b>Ուսումնառության արդյունք 6</b>	Ձևավորել սեփական ընկերության լոգիստիկ ծառայությունը և կազմակերպել դրա ամենօրյա աշխատանքը

<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է ներկայացնում ընկերության լոգիստիկ ծառայության կառուցվածքը և դրա կազմակերպման անհրաժեշտ պայմանները, բ. ճիշտ է կարողանում է չափորոշել լոգիստիկ ծառայության անհրաժեշտ աշխատակիցների որակավորումը, քանակը և ռեսուրսների նպատակային ծավալները, դ. ճիշտ է կարողանում հաշվարկել լոգիստիկ ծառայության ծախսերը և մշակել լոգիստիկ ծառայության բյուջե
<b>ՄՈԴՈՒԼԻ ԱՆՎԱՆՈՒՄԸ «ՄԱՐՔԵԹԻՆԳԱՅԻՆ ԳՈՐԾՈՒՆԵՈՒԹՅԱՆ ՅԵՏԱԿՈՒՐ ԿԱՊԻ ԱՊԱՅՈՎՈՒՄ»</b>	
<b>Մոդուլի դասիչը</b>	ՇՈՒԿ-4-09-012
<b>Մոդուլի նպատակը</b>	Այս մոդուլը նախատեսված է «Շուկայագետ»-ի պատրաստման համար: Մոդուլի նպատակն է ուսանողի մոտ ձևավորել շուկայական կարճաժամկետ և միջինաժամկետ մարքեթինգային միջոցառումների մշակման, իրականացման, մոնիտորինգի և արդյունավետության գնահատման կարողություններ: Ավարտելով այս մոդուլը ուսանողը կկարողանա խոշոր կազմակերպություններում մասնակցել մարքեթինգային ռազմավարությունների մշակման, իրագործման ու վերահսկողության գործընթացներին, ինչպես նաև փոքր և միջին կազմակերպություններում մշակել համանման կարճաժամկետ միջոցառումներ:
<b>Մոդուլի տևողությունը</b>	72 ժամ
<b>Մուտքային պահանջները</b>	Այս մոդուլն ուսումնասիրելու համար սովորողը պետք է անցած լինի ՇՈՒԿ-4-09-006 և ՇՈՒԿ-4-09-011 մոդուլները:
<b>Մոդուլի գնահատման կարգը</b>	Մոդուլի ընդունելի կատարողականը յուրաքանչյուր արդյունքի համար նախատեսված կատարման չափանիշի լիարժեք ապահովումն է:
<b>Ուսումնառության արդյունք 1</b>	Կարողանալ մասնակցել մարքեթինգային ռազմավարությունների մշակմանը և իրագործմանը:
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է ներկայացնում մարքեթինգային ռազմավարությունը և դրա մշակման գործընթացը, բ. ճիշտ է բնորոշում մարքեթինգային ռազմավարությունների իրագործման գործընթացը և առանձնահատկությունները, գ. ճիշտ է ներկայացնում իր գործողությունների ծրագրակալ մարքեթինգային ռազմավարության մշակման և իրագործման գործընթացում:
<b>Ուսումնառության արդյունք 2</b>	Մշակել և իրագործել կարճաժամկետ մարքեթինգային միջոցառումներ
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա.ճիշտ է ներկայացնում մարքեթինգային ռազմավարության և կարճաժամկետ մարքեթինգային միջոցառումների նմանություններն ու տարբերությունները, բ. ճիշտ է ներկայացնում մարքեթինգային կարճաժամկետ միջոցառումների մշակման գործընթացը, գ. ճիշտ է կարողանում մշակել և իրականացնել կարճաժամկետ մարքեթինգային միջոցառումներ:
<b>Ուսումնառության արդյունք 3</b>	Գնահատել իրականացված մարքեթինգային միջոցառումների արդյունավետությունը
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	ա. ճիշտ է ներկայացնում կիրառված մարքեթինգային ռազմավարությունների և միջոցառումների գնահատման չափանիշները և մոտեցումները, բ. ճիշտ է կարողանում վերլուծել մարքեթինգային միջոցառումների և ռազմավարությունների գործադրման արդյունքում ապահովված ցուցանիշները և դրանք համեմատել սահմանված ցուցանիշների հետ, գ. ճիշտ է կարողանում բացահայտել սահմանված և փաստացի ցուցանիշների շեղումները և նախապես հայտնի մեթոդաբանությամբ վերլուծել դրանց առաջացման պատճառները:
<b>ՄՈԴՈՒԼԻ ԱՆՎԱՆՈՒՄԸ «ՄԱՍՆԱԳԻՏԱԿԱՆ ԳՈՐԾՈՒՆԵՈՒԹՅԱՆ ԲՆԱԳԱՎԱՌԻ ԻՐԱՎՈՒՆՔ»</b>	
<b>Մոդուլի դասիչը</b>	ՇՈՒԿ-4-09-013
<b>Մոդուլի նպատակը</b>	Այս մոդուլը նախատեսված է «Շուկայագետ» մասնագետի պատրաստման համար: Մոդուլի նպատակն է ուսանողի մոտ տալ անհրաժեշտ գիտելիքներ ԴԴ Քաղաքացիական օրենսգրքով և աշխատանքային օրենսդրությամբ սահմանված աշխատողների իրավունքների, աշխատանքային պայմանագրի, աշխատանքային պարտականությունների,



	<p>ապրանքների մակնիշավորման, սերտիֆիկացման, գնագոյացման, գովազդային գործունեության ծավալման, գնումների իրականացման, սպառողների շահերի պաշտպանության, տեղեկատվության տրամադրման և ստացման, առևտրի և ծառայությունների մատուցման կանոնների վերաբերյալ:</p> <p>Ավարտելով այս մոդուլը՝ ուսանողը կկարողանա պաշտպանել ՀՀ աշխատանքային օրենսդրությամբ սահմանված իր և սպառողի իրավունքները, իմանա մասնագիտական գործունեության մեջ իրավահարաբերությունները կարգավորող հիմնական նորմատիվային և այլ իրավական ակտերը, կարողանա օգտագործել անհրաժեշտ իրավական ակտերը:</p>
<b>Մոդուլի տևողությունը</b>	72 ժամ
<b>Մուտքային պահանջները</b>	Այս մոդուլն ուսումնասիրելու համար սովորողը պետք է անցած լինի ՇՈՒԿ-4-09-012 մոդուլը
<b>Մոդուլի գնահատման կարգը</b>	Մոդուլի ընդունելի կատարողականը յուրաքանչյուր արդյունքի համար նախատեսված կատարման չափանիշի լիարժեք ապահովումն է:
<b>Ռեսուլտատային արդյունք 1</b>	Իմանալ ՀՀ Քաղաքացիական օրենսգրքի և ՀՀ Աշխատանքային օրենսգրքի հիմնական դրույթները և մասնագիտական գործունեության բնագավառում իրավահարաբերությունների սուբյեկտների իրավական դիրքը, մասնագիտական գործունեության բնագավառի սուբյեկտների իրավունքները ու պարտականությունները
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	<p>ա. ճիշտ է ներկայացնում ՀՀ Աշխատանքային օրենսգրքի հիմնական դրույթները՝ աշխատողների իրավունքների, աշխատանքային պայմանագրի, աշխատանքային պարտականությունների վերաբերյալ,</p> <p>բ. ճիշտ է կարողանում ձևակերպել զեկուցագրեր, տեղեկանքներ և այլ փաստաթղթեր,</p> <p>գ. ճիշտ է ներկայացնում մասնագիտական գործունեության բնագավառում իրավահարաբերությունների սուբյեկտների իրավական դիրքը, իրավունքները ու պարտականությունները:</p>
<b>Ռեսուլտատային արդյունք 2</b>	Իմանա մասնագիտական գործունեության մեջ իրավահարաբերությունները կարգավորող հիմնական նորմատիվային և այլ իրավական ակտերը, կարողանա կիրառել անհրաժեշտ իրավական ակտերը
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	<p>ա. ճիշտ է ներկայացնում մասնագիտական գործունեության մեջ իրավահարաբերությունները կարգավորող հիմնական նորմատիվային և այլ իրավական ակտերի նշանակությունը մարքեթինգային որոշումների կայացման վրա,</p> <p>բ. ճիշտ է ներկայացնում «Ապրանքների և սպասարկման նշանների, ապրանքների ծագման տեղանունների մասին», «Արտոնագրերի մասին», «Լիցենզավորման մասին», «Ֆիրմային անվանումների մասին» ՀՀ օրենքների դրույթների նշանակությունը ապրանքային քաղաքականության մշակման վրա,</p> <p>գ. ճիշտ է ներկայացնում «Հակազնազցման և փոխհատուցման միջոցների մասին» ՀՀ օրենքի դրույթների նշանակությունը գնային քաղաքականության մշակման վրա,</p> <p>դ. ճիշտ է ներկայացնում «Գնումների մասին» ՀՀ օրենքի դրույթների նշանակությունը վաճառահանման քաղաքականության մշակման վրա,</p> <p>ե. ճիշտ է ներկայացնում «Գովազդի մասին», «Ձանգվածային լրատվության միջոցների մասին» և «Էլեկտրոնային հաղորդակցության մասին» ՀՀ օրենքների դրույթների նշանակությունը առաջանցման քաղաքականության մշակման վրա,</p> <p>զ. ճիշտ է կիրառում անհրաժեշտ իրավական ակտերը կոնկրետ իրավիճակներում:</p>
<b>Ռեսուլտատային արդյունք 3</b>	Պաշպանի իր և սպառողի իրավունքները՝ ՀՀ օրենսդրության համաձայն
<b>Կատարման չափանիշներ</b>	<p>ա. ճիշտ է կարողանում ներկայացնել իր և սպառողի իրավունքները ՀՀ օրենսդրության համաձայն՝ կոնկրետ իրավիճակներում,</p> <p>բ. ճիշտ է ներկայացնում «Սպառողների իրավունքների պաշտպանության մասին», «Ներքին շուկայի պաշտպանության մասին» և «Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության մասին» ՀՀ օրենքների դրույթների նշանակությունը ընկերության շուկայական գործունեության վրա:</p>

Միջին մասնագիտական կրթության 0607 «Շուկայաբանություն (ըստ ճյուղերի)» մասնագիտության օրինակելի ուսումնական պլան

N	Դասընթացներ, առարկաներ և մոդուլներ	Շաբաթների թիվը	Ուսանողի առավելագույն բեռնվածությունը, ժամ	Պարտադիր լսարանային պարապմունքներ, ժամ	Ուսուցման երաշխավորվող տարին
	<b>ԸՆԴՀԱՆՈՒՐ ԳՆԱՏՎՈՒԹՅԱՆ ԵՎ ՍՈՑԻԱԼ ՏՆՏԵՍԱԳԻՏԱԿԱՆ</b>				
1	Իրավունքի հիմունքներ		54	36	1
2	Հայոց լեզվի և խոսքի մշակույթի հիմունքներ		108	72	1
3	Ֆիզիկական կուլտուրա		116	116	1;2
4	Քաղաքագիտության և սոցիոլոգիայի հիմունքներ		81	54	2
5	Պատմություն		81	54	1
6	Տնտեսագիտության հիմունքներ		81	54	1
7	Օտար լեզու		108	72	1
8	Ռուսաց լեզու		108	72	1
	<b>ԸՆԴԱՄԵՆԸ</b>		<b>737</b>	<b>530</b>	
	<b>ՄԱԹԵՄԱՏԻԿԱԿԱՆ ԵՎ ԸՆԴՀԱՆՈՒՐ ԲՆԱԳԻՏԱԿԱՆ</b>				
1	Էկոլոգիայի հիմունքներ		54	36	1
2	Համակարգչային օպերատորության հիմունքներ		81	54	2
3	Քաղ. պաշտպանություն և արտտակարգ իրավիճակների հիմնահարցեր		27	18	1
	<b>ԸՆԴԱՄԵՆԸ</b>		<b>162</b>	<b>108</b>	
	<b>ԱՌԱՆՑՔԱՅԻՆ ՀՄՏՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ</b>				
1	Հաղորդակցման հմտություններ		81	54	1
2	Անվտանգություն և առաջին օգնություն		54	36	1
	<b>ԸՆԴԱՄԵՆԸ</b>		<b>135</b>	<b>90</b>	
	<b>ԸՆԴՀԱՆՈՒՐ ՄԱՍՆԱԳԻՏԱԿԱՆ</b>				
1	Ընդհանուր աշխատանքային գործունեության հմտություններ		81	54	2
2	Գործարար հաղորդակցման հմտություններ		81	54	2
	<b>ԸՆԴԱՄԵՆԸ</b>		<b>162</b>	<b>108</b>	
	<b>ՀԱՏՈՒԿ ՄԱՍՆԱԳԻՏԱԿԱՆ</b>				
1	Մարքեթինգային գործընթացի իմացություն		162	108	2
2	Շուկայի սուբյեկտների հետ շփման հոգեբանական հիմունքներ		135	90	2
3	Մարքեթինգային հետազոտությունների իրականացում		135	90	2
4	Կազմակերպության ներքին և արտաքին միջավայրերի շուկայական վերլուծությունների իրականացում		135	90	2
5	Ապրանքային քաղաքականության իրականացում		108	72	2
6	Գնային քաղաքականության մշակում		108	72	2
7	Վաճառահանման կազմակերպում		162	108	2
8	Անհատական վաճառքի իրականացում		108	72	2
9	Գովազդային գործունեություն և իրացման խթանում		135	90	2
10	Լոգիստիկ կապուղիների կազմակերպում		162	108	2
11	Մարքեթինգային գործունեության հետադարձ կապի ապահովում		108	72	2
12	Մասնագիտական գործունեության բնագավառի իրավունք		108	72	2
	<b>ԸՆԴԱՄԵՆԸ</b>		<b>1566</b>	<b>1044</b>	
	<b>ԸՆՏՐՈՎԻ</b>		<b>162</b>	<b>108</b>	
	<b>ՊԱՐՈՒՄՆԱԳԻՏԱԿԱՆ ԺԱՄԵՐ</b>		<b>138</b>	<b>92</b>	
	<b>ԸՆԴԱՄԵՆԸ</b>	<b>58</b>	<b>3062</b>	<b>2088</b>	
	<b>ԽՈՐՀՐԴԱՏՎՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ</b>		<b>200</b>	<b>200</b>	
	<b>ՆԱԽԱՍԻՐԱԿԱՆ ԱՌԱՐԿԱՆԵՐ</b>				
	<b>ՊՐԱԿՏԻԿԱ</b>	<b>18</b>			
	<b>ՄԻՋԱՆԿՅԱԼ ԱՏԵՍՏԱԿՈՐՈՒՄ</b>	<b>3</b>			
	<b>ՊԵՏԱԿԱՆ ԱՄՓՈՓԻՉ ԱՏԵՍՏԱԿՈՐՈՒՄ</b>	<b>3</b>			
	<b>ԸՆԴԱՄԵՆԸ</b>	<b>82</b>			

