

VYTAUTO DIDŽIOJO UNIVERSITETO
VYKDOMOS STUDIJŲ PROGRAMOS PAŽANGOS ATASKAITA

Studijų programos pavadinimas	Reklamos vadyba
Studijų programos kodas	621N50005
Studijų kryptis	Rinkodara
Akreditavimo terminai (nuo ... iki ...)	Nuo 2014-03-28 iki 2017-06-30

Išorinio vertinimo ekspertų rekomendacijų įgyvendinimas aptariamas žemiau pateiktoje lentelėje:

Eil. Nr.	Ekspertų rekomendacijos	Atlikti arba planuojami veiksmai	Įvykdymo terminai	Pastabos (pvz., priežastys ir aplinkybės, dėl kurių nepilnai įgyvendintos rekomendacijos ir pan.)
1.	Reikėtų į programą įtraukti studijų rezultatus, susijusius su studentų gebėjimu pademonstruoti gebėjimą savarankiškai atlikti mokslinį tyrimą ir pristatyti išvadas baigiamajame darbe, taip pat gebėjimą pademonstruoti kūrybinius mokėjimus.	Atsižvelgus į ekspertų rekomendacijas, studijų programos komitete nuspręsta į programą įtraukti studijų rezultatus, susijusius su studentų gebėjimu pademonstruoti gebėjimą savarankiškai atlikti mokslinį tyrimą ir pristatyti išvadas baigiamajame darbe, taip pat gebėjimą pademonstruoti kūrybinius mokėjimus. Tai išpildoma nuo 2016 m. rudens semestro įvedant studijų dalykus: <i>Mokslinių tyrimų metodologija ir tiriamasis darbas Nr.1</i> ir <i>Kūrybinės strategijos</i> . Pastarojo kurso tikslas – supažindinti studentus su kūrybinių strategijų principais reklamos srityje. Studentai bus supažindinti su kūrybingumo ir strateginio valdymo teorijų pagrindais ir įgis kūrybinio bei strateginio mąstymo įgūdžius, ugdant bendrąsias ir specialiąsias kompetencijas. Kurso metu studentai supažindinami su kūrybos rezultato, asmens, proceso, organizacijos ir aplinkos sampratų ryšiais bei sąveika, kūrybos proceso etapais. Išklaušę kursą magistrai gebės taikyti įvairias idėjų generavimo metodikas, parengti reklamos kūrybinės užduoties aprašą, suformuoti ir motyvuoti kūrybinę komandą bei parengti ir realizuoti reklamos kūrybinę strategiją.	2015 rudens semestras 2016 rudens semestras	
2.	Reikėtų oficialiai remti mokslinių tyrimų metodus, kad studentai galėtų rašyti mokslinio pobūdžio baigiamuosius darbus, kuriuose būtų pasitelkiami pažangūs analitiniai metodai.	Atsižvelgus į ekspertų rekomendacijas, studijų programos komitete nuspręsta nuo 2016 m. rudens semestro įvesti studijų dalyką <i>Mokslinių tyrimų metodologija ir tiriamasis darbas Nr.1</i> , kurio paskirtis – suteikti studentams teorinių metodologinių žinių ir praktinių kompetencijų, kaip tinkamai parinkti ir įgyvendinti	2016 rudens semestras	

		<p>mokslinius ir taikomuosius organizacijų tyrimus. Studentai studijuoja sistemiško atrinkimo ir mokslo šaltinių analizės metodus, kuria kiekybinių, kokybinių ir mišrių tyrimų dizainus, kuria ir validuoja kiekybinio ir kokybinio tyrimo instrumentus bei praktiškai taiko įvairias empirines technikas.</p>		
3.	<p>Nereikėtų viso baigiamojo darbo rašymo proceso įsprausti į 4-ą semestrą. Už studijų programą atsakingi asmenys turėtų reikalauti studentų pasirinkti baigiamojo darbo temą anksti, dar studijų pradžioje, bet ne vėliau nei 2-ame semestre, kad prieš imdamiesi formuluoti mokslinio tyrimo klausimą studentai turėtų pakankamai laiko aktualiai literatūrai išnagrinėti bei laiko mintims subrandinti ir empiriniam tyrimui atlikti, kaip to reikalaujama.</p>	<p>Pirmajame semestre dėstomame dalyke <i>Mokslinių tyrimų metodologija ir tiriamasis darbas Nr. 1</i>, studentai pasirenka preliminarią baigiamojo darbo temą, formuluoja mokslinio tyrimo klausimą, analizuoja aktualią literatūrą, nuosekliai iki paskutinio semestro plėtodami magistro baigiamąjį darbą.</p>	2015 rudens semestras	
4.	<p>Reikėtų peržiūrėti studijų programos turinį ir įtraukti studijų dalykus ar studijų dalykų elementus labiau susijusius su reklama [pvz., prekių ženklo vadyba] bei skaitmeninės ir socialinės medijos marketingo bei reklamos naujoves.</p>	<p>Atsižvelgus į ekspertų rekomendacijas, studijų programos komitete nuspręsta nuo 2015 m. rudens semestro įvesti studijų dalykus:</p> <p>1. <i>Socialiniai ir ekonominiai tinklai</i>. Dalyko paskirtis – studijos, įgalinančios studentus pažinti socialinius ir ekonominius tinklus, kaip tarpdisciplininį akademinį tyrimų objektą, bei suteikiančios galimybę analizuoti bei kritiškai vertinti šiuolaikinę verslo aplinką bei suprasti įmonių tinklėjimo procesus. Studentams pristatomos ir analizuojamos socialinių ir ekonominių tinklų teorijos ir koncepcijos, siekiant jas pritaikyti šiuolaikiniam verslui kylantiems iššūkiams vertinti bei pritaikyti kylančioms problemoms spręsti. Siekiant šių tikslų, studijų turinys apima skirtingus teorinius bei empirinius požiūrius į socialinius ir ekonominius tinklus, o taip pat įvairias jų praktinio pritaikymo galimybes. Studijose pritaikomi šiuolaikiniai dėstymo metodai.</p> <p>2. <i>Medijų planavimas ir analizė</i>. Dalyko tikslas – suteikti studentams žinių ir įgūdžių, reikalingų medijų planavimui ir analizei. Baigę dalyką studentai gaus žinių apie reklamos kanalų tipus, reklamos kanalų planavime naudojamus matavimo rodiklius, reklamos kanalų planavimo procesą, biudžeto sudarymo metodus, reklamos nešiklių pirkimo problemas ir kaštus, reklamos priemonių plano</p>	2015 m. rudens semestras	

		<p>efektyvumo vertinimą, testavimą, popirkiminę analizę.</p> <p>3. Skaitmeninis marketingas ir e-verslas. Dalyko paskirtis – suteikti studentams žinių apie skaitmeninio marketingo ir elektroninio verslo sėkmės veiksnius, parinkti tinkamą skaitmeninio marketingo strategiją, apibrėžti IT vaidmenį vartotojų elgsenos procese bei sprendimų priėmime. Studentai taip pat studijuoja pagrindinius skaitmeninio marketingo ir e-verslo veiklos principus, mokosi analizuoti verslo sėkmės veiksnius virtualioje rinkoje, įvertinti vartotojų gaunamą vertę virtualioje erdvėje, spendžia praktines skaitmeninio marketingo ir elektroninio verslo problemas. Studijų programos komitetas svarsto galimybę į pasirenkamųjų dalykų sąrašą įtraukti studijų dalyką <i>Prekių ženklo vadyba</i>. Šiuo metu rengiamas studijų dalyko aprašymas, derinamasi su kitų studijų programų komitetais dėl galimybės šį studijų dalyką įtraukti ir į kitų studijų programų pasirinkimų sąrašą.</p>		
5.	Reikėtų peržiūrėti studijų dalykų dėstymo seką siekiant užtikrinti, kad privalomi reikalavimai netrukdytų studentams laisvai rinktis pasirenkamųjų studijų dalykų.	Peržiūrėta studijų dalykų dėstymo seka, bei reikalavimai pasirengimui studijuoti pasirenkamus dalykus, užtikrinant, kad pasirengimo reikalavimai netrukdytų laisvai rinktis iš pasirenkamųjų studijų dalykų.	2015 rudens semestras	
6.	Fakultetas turėtų apsvarstyti galimybę pasamdyti dar bent vieną darbuotoją, turintį specifinių žinių ir patirties dėstant reklamos temas (pvz. tokias kaip, kokią įtaką naujausi technologiniai pasiekimai turi darbo vietoms šioje pramonėje). Fakultetas ir Universitetas turėtų apsvarstyti, kaip galima būtų padėti dabartiniams darbuotojams tobulinti šiuos aspektus [įskaitant mokslinę veiklą ir publikacijas]. Kaip jaunesniems personalo nariams galima būtų patikėti daugiau priežiūros pareigų ateityje.	<p>2015 metais Reklamos vadybos programoje pradėjo dėstyti soc.m.dr. Vilija Bičiūnaitė - Svobonienė turinti daugiametę praktinio darbo patirtį reklamos ir marketingo srityse.</p> <p>Fakultete 2016 m. pradėjo veikti marketingo laboratorija, pirmuosius projektus pradėjusi statinės reklamos tematikoje. Laboratorija tapo terpe jauniems dėstytojams vystyti mokslų tiriamąją veiklą, kurios rezultatu neišvengiamai taps mokslinės publikacijos.</p>	2015 rudens semestras	2016 m. pavasario semestras
7.	Fakultetas, Katedra ir studijų programos grupė turėtų apsvarstyti, kaip įforminti vertinimo procesą sudarant oficialų grafiką, darbotvarkę, rengiant protokolus ir metinį veiksmų planą, apie kurio įgyvendinimą būtų atsiskaitoma kitame susitikime. Studentų atstovų ir	Universitete įsigaliojo VDU studijų programų kokybės užtikrinimo tvarkos aprašas, kuris patvirtintas Senato 2016 m. kovo 09d. nutarimu Nr. 2-4. Universitete įsigaliojo VDU grįžtamojo ryšio studijų kokybei tobulinti tvarkos aprašas, kuris patvirtintas 2016-06-29 Senato nutarimu Nr. 4-12.	2016 m. pavasario semestras	

	socialinių partnerių vaidmenį ir atsakomybės sritis taip pat reikėtų įforminti siekiant paremti šį procesą.	2015 m. metais fakulteto taryboje buvo patvirtinta ir pradėjo galioti Darbuotojų veiklos vertinimo tvarka, kurios tikslas – aprašyti Ekonomikos ir vadybos fakulteto darbuotojų veiklos vertinimo eigą ir detalizuoti principus, pagal kuriuos metų bėgyje yra vertinamas darbuotojų darbas, nustatomi tikslai ateinantiems metams, aptariami darbuotojų ir vadovų lūkesčiai, darbuotojų tobulėjimo ir karjeros galimybės.	2015 m. rudens semestras	
--	---	--	--------------------------------	--

Data: 2016.07.04

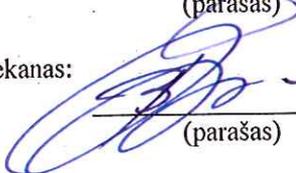
Studijų programos vadovas:


(parašas)

Doc. Aušra Pažeraite

(vardas, pavardė)

Ekonomikos ir vadybos fakulteto dekanas:


(parašas)

Doc. Rita Bendaravičienė

(vardas, pavardė)