

**Pārskats
par veiktajām akadēmiskā bakalaura studiju programmas
“Starptautiskais mārketingu un reklāma” pilnveidei 2016./2017. ak. gadā**

1. Būtiskākie kartēšanas rezultāti

Programmas “Starptautiskais mārketingu un reklāma” satura pilnveidošanas nolūkos 2017.gada rudenī tika uzsākta programmas mērķu, zināšanu, prasmju un kompetenču kartēšana ar izstrādāto kursu mērķu, zināšanu, prasmju un iemaņu formulējumiem. Šis darbs turpinās un tiks pabeigts, gatavojot materiālus akreditācijai.

2. 2016./2017.ak.gadā veiktās izmaiņas studiju programmā

1. Bakalaura studiju programmā „Starptautiskais mārketingu un reklāma” 2016./2017.akad.gadā studiju kursā 3.studiju gada studentiem kursā „Stratēģiskais marketings” tika piesaistīta pasniedzēja J.Šipicina-Buhgolca ar lielu praktisko pieredzi mārketinga jomā starptautiskajās firmās. Šis kurss tika lasīts angļu valodā. Kursā “Uzņēmuma stratēģija un politika” lekciju par efektivitātes nodrošināšanu uzņēmumā nolasīja praktiķe no A/S Aldaris Inga Ozola, kursā “Starptautiskais bizness” bija iesaistīta jauna pasniedzēja J. Pankova. Kursā “Organizāciju teorija” uzstājās vieslektore I.Viļķina no uzņēmuma “Latvijas meži” par procesu vadības panākumiem un izaicinājumiem. Kursā “Mārketingu” ietvaros tika rīkots izbraukuma seminārs A/S Aldaris par mārketinga procesu uzņēmumā, ko vadīja I.Vētra zīmolu aktivitāšu vadītāja. Lielu atsaucību no studentu puses saņēma divi C daļas, kas tika lasīti 2017.gada janvārī. Viens bija “Biznesa plāna izstrādes metodika”, ko vadīja Ieva Zabrauska-Gailīte ALTUM kredīta projektu nodaļas vadītāja un otrs kurss “Stresa menedžments”, ko vadīja Komunikācijas fakultātes Psihologijas programmas vadītāja prof.Sandra Mihailova.

2. Studējošo prakses uzdevumu saturs 2016./2017.ak.gadā tika pilnveidots, nodrošinot praktisko iemaņu apgūšanu, kas ir saistīti ar sekojošām aktivitātēm - mārketinga plāna analīze; tirgus pētījumu veikšana; produktu cenu noteikšana un sadales kanālu veidošana; pircēju aptauju izstrāde un organizācija; tirgus segmentācija; reklāmas kampaņu analīze; mediju plānošana; tirdzniecības personāla politikas analīze. Katrai prakses vietai tiek novērtēta atbilstība prakses uzdevumiem.

3. Programmas studenti visu mācību gadu piedalās dažādās akadēmiskās aktivitātēs savā fakultātē. Tā 2017.gada 5.aprīlī Rīgas Stradiņa universitātē notika ikgadējā studentu starptautiskā zinātniskā konference. Studentu pētītās un prezentētās tēmas bija aktuālas un atbilstošas šodienas

biznesa un mārketinga problēmām Latvijā. Konferencē ar tēzēm un prezentāciju par zinātnisku pētījumu piedalījās 5 bakalaura studiju programmu studenti (B.Ozoliņa, D.Platgalve, K.G.Sabule, M.Rācene, T.Āboliņš).

4. 2016./2017.ak.gadā ERASMUS programmas iespējas izmantoja pieci programmas “Starptautiskais mārketinga un reklāma” studenti – K.K.Briņķe SMK University of Applied Social Sciences Lietuva, K.Gruzīte American University in Bulgaria, K.Bambīte un L.L.Selena Jan Amos Komensky University Prague Čehija, R.Vēvere Univesidad de Huelva Spānija.

5. 2017.gada pavasarī studējošie izstrādā bakalaura darbu, kas saistīts ar studiju programmas virzienu. 2017.gada jūnijā bakalaura darbus aizstāvēja 18 programmas studenti un parādīja labas, bakalaura darbam atbilstošas iemaņas zinātniskās literatūras analizē, teorijas izpētē, mērķu un uzdevumu noteikšanā, empīriskās un praktiskās daļas izstrādē.

6. 2017.gada 6.-7.aprīlī notika RSU zinātniska konference, kurā aktīvi piedalījās visi pasniedzēji. Par mācībspēku zinātnisko darbību 2016./2017. ak. gadā liecina publikāciju, t.sk. arī starptautiski citējamās datu bāzēs, un monogrāfiju skaits, dalība starptautiskajās un vietējās konferencēs, kā arī projektos, ERASMUS programmā un kvalifikācijas celšanas pasākumos. Zinātnisko pētījumu atzinumi ekonomikas un vadības zinātņu nozarēs tiek izmantoti studijuursos.

7. Studentu profesionālo līmeni paaugstina vieslekcijas, kuras lasa Latvijas un ārvalstu ievērojamie speciālisti, zinātnieki, valsts institūciju, biznesa un starptautisko organizāciju vadītāji.

2016./2017.ak.gadā turpinājās sadarbība ar “Latvian Art Directors Club” biedriem- mārketinga un reklāmas kompānijām un aģentūrām, tika nodrošinātas programmas studentiem tikšanās ar Latvijā un Eiropā pazīstamiem šo kompāniju pārstāvjiem.

2016./2017.akadēmiskajā gadā tika nolasītas vieslekcijas par sekojošām tēmām:

- 1) No Brīfa līdz pēdējam materiālam (vieslektore I.Jerzjukova Mooz, McCann pārstāve);
- 2) Komunikācija digitālajā vidē (A.Mednis aģentūra New Black);
- 3) Sarežģītie un vienkāršie cilvēki (V.Tkačuks radošais direktors Not Perfect);
- 4) People pay to don't see ads (Beto Fernandez Group Creative Director at BBH London);
- 5) What if..... (Norman Rabinovich radošais direktors Envoy Tio);
- 6) Biznesa Foruma lektori (V.Točs, G.Grant).

Arī programmas studentiem ir tagad iespēja bez maksas piedalīties visos pasākumos, ko rīko LADC. Programmas studenti aktīvi piedalījās radošās izcilības XII festivālā ADWARDS 2017 rīkošanā un novadišanā.

3. Studiju programmas „Starptautiskais mārketinga un reklāma” SVID analīze

Stiprās puses	Vājās puses
1) kvalificēti un profesionāli mācībspēki ar lielu praktiskā un pedagoģiskā darba pieredzi; 2) cieša sadarbība ar docētājiem no komunikācijas un socioloģijas katedrām; 3) praktiķu – firmu pārstāvju iesaistīšana studiju procesā; 4) pēc bakalaura grāda iegūšanas iespējas turpināt studijas maģistrantūrā – jaunā programmā Starptautiskā marketinga un biznesa vadība;	1) maz iesaistīti vieslektori no ārzemju universitātēm; 2) nepietiekošas studējošo priekšzināšanas atsevišķos studijuursos (matemātika, svešvaloda); 3) vāja studentu aktivitāte zinātnisko darbu izstrādē un piedalīšanos zinātniskajās konferencēs; 4) vāja studējošo disciplīna attiecībā uz studiju darbu izstrādi un aizstāvēšanu;

5) bibliotēka regulāri iegādājas jaunāko mācību literatūru 6) sadarbība ar citām Latvijas augstskolām un organizācijām; 7) pasniedzēji regulāri ceļ savu kvalifikāciju konferencēs, semināros, kolokvijos u.c. 8) konkurētspējīga mācību maksa; 9) ir ESF finansētas budžeta vietas, atlaides 50 % apmērā labākajiem studentiem.	5) nav valsts finansēto budžeta vietu; 6) studējošie nepietiekami izmanto RSU e-pasta sistēmu, kas apgrūtina komunikāciju.
Iespējas	Draudi
1) regulāri pilnveidot studiju programmas saturu atbilstoši valsts prioritātēm un darba devēju prasībām; 2) pilnveidot e-vides izmantošanas prasmes gan studentiem, gan pasniedzējiem; 3) iesaistīties mācībspēku un studentu apmaiņas programmās; 4) turpināt piesaistīt vieslektorus no ārzemēm; 5) turpināt piesaistīt profesionālus praktiķus studiju kursu docēšanai; 6) turpināt attīstīt sadarbību ar darba devējiem; 7) aktivizēt RSU mārketinga nodaļas rīkotās kampaņas, lai piesaistītu vairāk studentus;	1) studējošo skaita samazināšanās saistībā ar sliktu demogrāfisko situāciju valstī, iedzīvotāju migrāciju uz ārzemēm, konkurences paaugstināšanās augstākās izglītības sistēmā; 2) nestabila ekonomiskā situācija valstī; 3) konkurences palielināšanās starp augstskolām; 4) zema studentu motivācija aktīvam studiju procesam.

4. 2016./2017.ak.gada anketēšanas rezultātu analīze

Moduļa aptaujas:

Visu gadu, katra moduļa beigās tiek veiktas studentu aptaujas par to kā viņi vērtē mācību kursa apgūšanas procesu. Šajās aptaujās tiek vērtēts mācību kursa saturs, pasniedzēja pasniegšanas kvalitāte un kompetence, kā arī kursa materiālu tehniskais nodrošinājums.

Visi katedras štata un pieaicinātie pasniedzēji vienmēr tiek informēti par anketēšanas rezultātiem un pilnveido savus kursus, novērš trūkumus, realizē izteiktos priekšlikumus.

2016./2017.ak.gada studiju kursu moduļu aptauju rezultāti vērtējumā no 1 līdz 5 tieši specializētiem programmas kursiem.

Moduļu aptauja

Studiju kursa nosaukums	Studiju kursa vērtējums
Starptautiskā zīmola veidošana un vadīšana	3.51
Starptautiskais mārketinga	3.88
Starptautiskais bizness	2.33
Starptautiskās reklāmas organizācija	2.99
Reklāmas dizaina izveidošana	3.46

Mārketings	3.86
Mārketinga komunikācijas metodes	3.02
Tirgus pētījumi	3.05
Patērētāju uzvedība	3.89
Starptautiskais reklāmas tirgus un tā attīstība	3.54
Reklāmas psiholoģiskie un ētiskie aspekti	3.63
Stratēģiskais mārketings	3.52
Biznesa plāna izstrādes metodika	4.00

Absolventu aptauja

2017.gada pavasarī tika veikta programmas „Starptautiskais mārketings un reklāma” absolventu aptauja. Šī pētījuma galvenais mērķis ir „Starptautiskais mārketings un reklāma” programmas izvērtējums absolventu skatījumā.

No aptaujas redzam, ka lielākā daļa no „Starptautiskais mārketings un reklāma” programmas absolventiem ir apmierināti ar to, ka ir iestājušies Rīgas Stradiņa Universitātes Eiropas Studijas fakultātē programmā „Starptautiskais mārketings un reklāma”, pārliecinoši lielāka daļa no studentiem, ir apmierināta ar studiju kvalitāti.

Lielāka daļa no studentiem ir pieradusi pie moduļu sistēmas un uztver to pozitīvi, bet nav apmierināti ar lekciju un nodarbību plānojumu – veidojās pārtraukumi starp nodarbībām, tas tika atzīmēts arī iepriekšējā akadēmiskajā gadā.

Studenti ir apmierināti ar bibliotēkas dotajām iespējām, tieši pēdējā gadā bibliotēkas fondi tika papildināti ar speciālo literatūru mārketinga un reklāmas jomā. Arī nodrošinājums ar datoriem un e-materiāliem e-studiju vidē apmierina studentus, bet tika izteikts priekšlikums uzlabot e-materiālu vizuālo kvalitāti.

Ja iepriekšējā akadēmiskajā gadā studenti bija neapmierināti ar telpu nodrošinājumu, tad šogad visi studenti bija apmierināti ar telpām.

Apģalvojumi par pasniedzēju darbu

Vai pasniedzēji labvēlīgi izturas pret jebkuru citu pietiekami argumentētu viedokli, vai pasniedzēji ir sastopami ja ir nepieciešami konsultācijā, vai pasniedzēji objektīvi novērtē studentu zināšanas – pārliecinoši lielāka daļa no absolventiem vērtē pozitīvi. No šiem jautājumiem var secināt, ka studentiem ar pasniedzējiem ir labs kontakts, individuālā pieeja katram studentam.

Kopumā mēs varam secināt, ka aptaujas ir nepieciešamas, lai pilnveidotu mācību procesa gaitu un ieviest nepieciešamās izmaiņas programmas “Starptautiskais mārketings un reklāma” realizācijā.

Visi absolventi komentāros norādīja, ka uzskata sevi par konkurētspējīgiem darba tirgū.

Bet arī rekomendē programmas realizācijā piesaistīt vairāk praktiķus un atzinīgi novērtēja LADC vieslektorus.

5. Studiju programmas “Starptautiskais mārketings un reklāma” pilnveides priekšlikumi

- Balstoties uz kartēšanas rezultātiem pilnveidot visu programmas kursu saturu, precizējot un papildinot studiju rezultātus;
- Aktualizēt studiju kursu tematisko saturu un iekļaut jaunākos literatūras avotus;
- Aktivizēt RSU e-vides izmantošanu gan no pasniedzēju, gan no studentu puses;
- Aktīvāk iesaistīt praktiķus atsevišķo kursu apguvē;
- Sistemātiski rīkot vieslekcijas, piesaistot pārstāvjus no mārketinga un reklāmas aģentūrām un uzņēmumiem;

- Iesaistīt ārvalstu docētājus mācību procesā;
- Aktivizēt atgriezenisko saiti ar studējošiem sistemātiski rīkojot tikšanās ar studentiem

Studiju programmas vadītāja
Mg.BA Lekt. I.Rezepina
2017.gada 30.novembris

SASKAŅOTS

Rīgas Stradiņa universitātes Studiju virziena “Vadība, administrēšana un nekustamo īpašumu pārvaldība” Studiju kvalitātes padomes sēde
2017.gada 7. decembra sēdē

SASKAŅOTS

Rīgas Stradiņa universitātes Dekānu Padomē
2017.gada 11.decembra sēdē
Protokols Nr. 14