



REKLAMOS VADYBOS STUDENTŲ APKLAUSA „MODULIO DĖSTYMO KOKYBĖ“

Vykdyto laikas

Pasibaigus 2022-2023 m. m. rudens semestriui.

Tikslas

Išanalizuoti Reklamos vadybos studentų modulių dėstymo kokybės vertinimą.

Trumpas klausimyno pristatymas

Reklamos vadybą studijuojantys studentai vertino dėstymą pagal 11 pateiktų teiginių penkiabalėje skalėje nuo 1 iki 5, kur 5 reiškia visiškai sutinku su pateiktu teiginiu (priskiriamas 5 balų įvertis), o 1 – visiškai nesutinku su pateiktu teiginiu (priskiriamas 1 balo įvertis). Analizuojant rezultatus skaičiuoti įvertinimų vidurkiai.

Apklausoje rezultatų pristatymas:

Bendras vertinimo vidurkis pagal visus 11 kriterijų yra 4,2 iš 5 galimų balų, atspindintis bendrą Reklamos vadybos studentų dėstymo kokybės vertinimą.

Dėstymo pradžioje buvo nurodytos vertinimo formos ir kriterijai	4,3
Vertinant laikytasi paskelbtų vertinimo formų ir kriterijų	4,2
Turinys pateiktas aiškiai	4,0
Teorija iliustruota praktiniais pavyzdžiais	4,1
Studentai buvo skatinami formuluoti probleminius klausimus, analizuoti, diskutuoti ir kt.	4,0
Paskaitų laikas išnaudotas racionaliai	4,0
Su studentais buvo bendraujama pagarbiai	4,5
Atsiskaitymų rezultatai buvo aptarti (raštu arba žodžiu)	4,0
Esant poreikiui, dėstytojas (-a) konsultavo ne paskaitų metu	4,2
Buvo skatinama naudotis papildomais informaciniais šaltiniais	4,5
Buvo netoleruojami akademinio nesąžiningumo atvejai (nusirašinėjimo, plagijavimo ir kt.)	4,5

Reklamos vadybos studijų programos studentų atsiliepimų vidurkis visose srityse aukštesnis negu 4 balai (iš galimų 5). Studentai pageidauja aiškiau pateikti paskaitų turinį, aptarti atsiskaitymų rezultatus žodžiu ir raštu, taip pat nori būti labiau skatinami formuluoti probleminius klausimus, analizuoti, diskutuoti ir kt. Studentai ypač gerai vertino Informacinių ir komunikacinių reklamos sistemų ir Projektų valdymo modulius. Taip pat gerai įvertino Skaitmeninės rinkodaros ir Reklamos biudžeto versle dalykus. Prasčiausiai įvertintas Reklamos valdymo ir žiniasklaidos planavimo modulis. Prastai vertino Žiniasklaidos planavimo ir Pardavimų dalykus.

Kas toliau: Katedros vedėja susitiko su akademinėmis grupėmis ir aptarė apklausų rezultatus, padėkota dalyvaujantiems apklausoje, aptarti galimi problemų sprendimo būdai. Daugiausiai pastabų iš studentų sulaukta Reklamos valdymo ir Žiniasklaidos planavimo modulių dėstymo kokybei. Įsivardinta prasto studentų lankomumo problema tiek iš studentų, tiek ir iš dėstytojų perspektyvos. Dėstytojai supažindinti su apklausų rezultatais, atkreiptas dėmesys į koreguotinus aspektus, pasidžiaugta bendrais rezultatais ir pozityviu studentų grįžtamuoju ryšiu. Tiek studentai, tiek dėstytojai paskatinti daugiau komunikuoti modulio eigoje, išsakyti probleminius klausimus ir bendrai



VILNIAUS | VERSLO VADYBOS
KOLEGIJA | FAKULTETAS

ieškoti sprendimų. Atsižvelgiant į didelius sesijiniu tvarkaraščiu studijuojančių studentų krūvius, priimtas sprendimas peržiūrėti modulių formules ir sumažinti jose apibrėžtų atsiskaitymų skaičių, orientuojantis į bendrą mažesnę įvertinimų skaičių ir tolygesnę krūvio išdėstymą.