

REKLAMOS VADYBOS STUDIJŲ PROGRAMOS ABSOLVENTŲ APKLAUSA

Vykdyto laikas

Apklausa atlikta 2024 m. rudens semestre (12 mėnesių po studijų baigimo).

Tikslas Sužinoti absolventų nuomonę apie studijuotą programą, įgytas kompetencijas ir įsitvirtinimą darbo rinkoje.

Trumpas klausimyno pristatymas

Anketą sudaro 9 klausimai, iš jų 4 uždaro tipo klausimai (rinkosi vieną iš siūlomų variantų ar galėjo įrašyti savo atsakymą), 2 klausimai, kuriais prašoma įvertinti pateikiamus teiginius (vertinama penkiabalėje skalėje nuo 1 iki 5, kur 5 reiškia visiškai sutinku su pateiktu teiginiu, o 1 – visiškai nesutinku su pateiktu teiginiu arba galėjo rinktis atsakymą „Nežinau / negaliu atsakyti“, analizuojant rezultatus skaičiuoti įvertinimų vidurkiai) ir 3 atviro tipo klausimai. Apklausoje dalyvavo 6 absolventai.

Apklaustos rezultatų pristatymas:

Apklaustos atlikimo laikotarpiu 3 absolventai nurodė, kad dirba pagal studijų programą ir 3 - ne pagal studijų programą. 3 absolventai dirba privataus sektoriaus organizacijose, kiti 3 pagal individualios veiklos pažymėjimą, verslo liudijimą, iš kurių 1 absolventas nurodė, kad studijuoja toliau. Visi 6 absolventai dirba Vilniuje.

Apklaustos rezultatai atskleidė, kad 4 respondentai jau dirbo studijuodami ir 2 nedirbo, tačiau baigus studijas vienas respondentas darbą rado per 2 mėn., o kitas per 5 mėn.

Pateiktų teiginių apie baigtas studijas įvertinimas:

Teiginiai	Vidurkis
1. Studijos atitiko mano lūkesčius	3,3
2. Žinios ir įgūdžiai, kuriuos įgijau studijų metu, yra pritaikomos darbo rinkoje	3,2
3. Susirasti norimą darbo vietą man nebuvo sunku	4
4. Studijų metu atliktos praktikos buvo naudingos	3

Visi teiginiai įvertinti 3 ir daugiau balų.

Absolventų klausta ar teko papildomai tobulinti įgytą kvalifikaciją baigus studijas ir nustatyta, kad apklaustiems respondentams teko tobulinti kvalifikaciją. Vienas absolventas atsakė, kad tobulinti kvalifikaciją teko komunikacijos srityje (kuriant komunikacijos planus, rengiant ataskaitas), vienas nurodė, kad reikėjo tobulinti skaitmeninio marketingo žinias, vienas – kad teko smarkiai gilinti bazines žinias, įgytas studijų metu, vienas – kad jam trūko žinių apie Google Ads, SEO, duomenų stebėjimą.

Absolventai įvertino kiek svarbūs žemiau pateikti teiginiai Jų darbinėje veikloje:

Teiginiai	Vidurkis
1. Dalykinės žinios ir įgūdžiai	3,8
2. Asmeninės savybės	4,5

Matyti, kad absolventų įsitvirtinimas darbo rinkoje labiausiai priklauso nuo asmeninių gebėjimų.

Absolventai pasiūlė temą ar dalyką, kuris, Jų nuomone, būtų *labai reikalingas* studijuojant pasirinktą studijų programą :

- Praplėsti Socialinių tinklų kursą;
- Skaitmeninis marketingas;
- Turinio kūrimo modulis;
- Trumpas modulis skirtas Canva programėlei;
- Skaitmeninė rinkodara plačiau – GA4 naudojimas, Google Ads, Meta Ads.

Absolventai taip pat pabrėžė, kad Turinio rinkodara turėtų būti ne tik apie turinio kūrimą, bet ir apie SEO, taip pat siūlė praplėsti ekonomikos/rinkodaros dalykus, gilinti aktualias reklamos temas, skiriant mažiau dėmesio spausdintai reklamai, kas, absolventų manymu, yra mažiau aktualu.

Absolventų pastebėjimai apie studijas Vilniaus kolegijoje:

„Sutrumpinti mažai reikšmingų paskaitų skaičių - Verslo etika, Verslo teisė ir pan.“

„Viskas gerai, tik reikėtų daugiau aktualių dalykų pagal šių laikų tendencijas“ .

„Viskas patiko!“

Kas toliau?

Absolventų apklausos rezultatai bus aptariami Reklamos ir komunikacijos katedros posėdžiuose. Studijų programa bus koreguojama, atsižvelgiant į absolventų išsakytus pastebėjimus.