



REKLAMOS VADYBOS STUDIJŲ PROGRAMOS ABSOLVENTŲ APKLAUSA

Vykdymo laikas

Apklausa atlikta 2025 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 (respondentai rinkosi vieną iš pateiktų atsakymo variantų arba galėjo įrašyti savo atsakymą), 2 klausimai, kuriais prašoma įvertinti pateiktus teiginius (vertinama penkiabalėje skalėje nuo 1 iki 5, kur 1 – visiškai nesutinku, 5 – visiškai sutinku; analizuojant rezultatus skaičiuoti įvertinimų vidurkiai), ir 3 atviro tipo klausimai. Apklausoje dalyvavo 13 absolventų.

Apklaustos rezultatų pristatymas

Apklaustos rezultatai parodė, kad šiuo metu visi atsakiusieji absolventai dirba. Pagal studijų programą dirba 38 proc. respondentų. 57 proc. respondentų dirba privataus sektoriaus organizacijose, 29 proc. respondentų nurodė, kad dirba viešojo sektoriaus organizacijoje / valstybės tarnyboje, 7 proc. turi nuosavą verslą, 7 proc. studijuoja. 38 proc. absolventų dirbo dar studijų metu, likusieji darbą susirado vidutiniškai per 6 mėn. Apklaustos rezultatai parodė, beveik pusė respondentų (46 proc.) dirba Vilniaus mieste, likusieji kituose Lietuvos miestuose: Kaune, Klaipėdoje, Šiauliuose, Kėdainiuose, Ukmergėje.

Pateiktų teiginių apie baigtas studijas įvertinimas:

Teiginiai	Vidurkis
1. Pasirinktos studijos atitiko mano lūkesčius	3,6
2. Žinios ir įgūdžiai, kuriuos įgijau studijų metu, yra pritaikomos darbo rinkoje	3,5
3. Studijų metu atliktos praktikos buvo naudingos	4,0
4. Susirasti darbą baigus studijas man nebuvo sunku	3,5

Absolventų buvo klausiama, kokias profesines žinias ir įgūdžius reikėjo įgyti / tobulinti baigus studijų programą. Remiantis absolventų atsakymais, baigus Reklamos vadybos studijų programą dažniausiai reikėjo tobulinti praktinius įgūdžius, susijusius su skaitmenine rinkodara, socialinių tinklų valdymu bei įmonių vidinių sistemų supratimu.

Pastebėta, kad studijų turinys turėtų būti labiau orientuotas į aktualius darbo rinkos poreikius ir tarptautinį kontekstą.

Absolventai įvertino, kiek svarbūs žemiau pateikti teiginiai jų darbinėje veikloje:

Teiginiai	Vidurkis
1. Dalykinės žinios ir įgūdžiai	4,0
2. Asmeninės savybės	4,5

Iš apklausos rezultatų matyti, kad absolventų įsitvirtinimas darbo rinkoje labiausiai priklauso nuo jų asmeninių savybių, tačiau dalykinių žinių ir įgūdžių svarba taip pat yra labai didelė.

Absolventų taip pat buvo prašoma pasiūlyti temą ar dalyką (modulį), kuris, jų nuomone, būtų labai reikalingas studijuojant Reklamos vadybos studijų programą. Jie pabrėžė, kad studijų procese reikėtų stiprinti praktinius skaitmeninės rinkodaros įgūdžius. Dažniausiai siūlomos temos – *SEO*, dirbtinio intelekto taikymas marketinge, socialinių tinklų reklama bei turinio kūrimas, *PPC*, *Google Analytics* ir marketingo analitika.

Absolventų pastebėjimai

Absolventų pastebėjimai apie studijas Vilniaus kolegijoje (*PASTABA: studentų atsakymai pateikiami nekoreguoti ir netaisyti*):

„Pati geriausia patirtis, nuostabūs studijų metai, nuostabūs dėstytojai, tik geriausi atsiliepimai!“.

„Dėstytojai išmano savo sritį“.

„Kadangi ieškodama darbo susidūriau su problema dėl per mažos darbinės patirties, nes teko rinktis ar gerai mokytis kolegijoje ar dirbti, tai norėjusi ilgesnių praktikų. Galbūt tai palengvintų norimo darbo susiradimą pabaigus studijas.“

Kas toliau?

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