

**EXTRACT OF MARKETING STUDY FIELD  
AT VILNIUS UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES  
EVALUATION REPORT, DATED 19 JULY 2021, NO. SV4-64**



CENTRE FOR QUALITY ASSESSMENT IN HIGHER EDUCATION

---

**EVALUATION REPORT**  
**STUDY FIELD of MARKETING**  
at Vilnius University of Applied Sciences

**Expert panel:**

1. **Dr. Kristiina Tõnnisson (panel chairperson),** *academic;*
2. **Prof. dr. Đurđana Ozretić Došen,** *academic;*
3. **Assoc. Prof. Dr. Ákos Varga,** *academic;*
4. **Assoc. Prof. Dr. Tomáš Kincl,** *academic;*
5. **Ms. Daiva Staneikaite-Naldal,** *representative of social partners;*
6. **Ms. Alicia Presencio Herrero,** *students' representative.*

**Evaluation coordinator – Mr. Domantas Markevičius**

Report language – English

© Centre for Quality Assessment in Higher Education

Vilnius  
2021

## Study Field Data

Title of the study programme	<b><i>Advertising Management</i></b>
State code	6531LX043
Type of studies	Professional higher education
Cycle of studies	First
Mode of study and duration (in years)	Full-time (3 years); part-time (4 years)
Credit volume	180
Qualification degree and (or) professional qualification	Professional Bachelor of Business Administration
Language of instruction	Lithuanian
Minimum education required	Secondary education
Registration date of the study programme	30/06/2011

<...>

## II. GENERAL ASSESSMENT

*Marketing* study field and *first cycle* at Vilnius University of Applied Sciences is given **positive** evaluation.

*Study field and cycle assessment in points by evaluation areas*

No.	Evaluation Area	Evaluation of an Area in points*
1.	Intended and achieved learning outcomes and curriculum	3
2.	Links between science (art) and studies	3
3.	Student admission and support	4
4.	Teaching and learning, student performance and graduate employment	4
5.	Teaching staff	4
6.	Learning facilities and resources	3
7.	Study quality management and public information	4
	<b>Total:</b>	<b>25</b>

\*1 (unsatisfactory) - there are essential shortcomings that must be eliminated;

2 (satisfactory) - meets the established minimum requirements, needs improvement;

3 (good) - the field is being developed systematically, has distinctive features;

4 (very good) - the field is evaluated very well in the national and international context, without any deficiencies;

5 (excellent) - the field is exceptionally good in the national and international context/environment.

<...>

## V. RECOMMENDATIONS

Evaluation Area	Recommendations for the Evaluation Area (study cycle)
Intended and achieved learning outcomes and curriculum	<p>The program needs to be given a complete and comprehensive framework in the integrated marketing communications field, of which advertising is only one specialized part.</p> <p>The offer of elective courses has to be revised and updated by introducing attractive courses in marketing disciplines for this study programme.</p>
Links between science (art) and studies	<p>Develop a motivation system to conduct more academic research.</p> <p>Balance the study content in terms of scientific and applied aspects.</p>
Student admission and support	<p>To continue promoting the outgoing number of the Erasmus + students and their internationalization activities.</p>
Teaching and learning, student performance and graduate employment	<p>Establish more formal contact with alumni and social partners. The system relies on informal contacts (depending on concrete teacher/module/alumni) which may affect the sustainability of the contacts in the future.</p>
Teaching staff	<p>Because the study programme specializes in advertising management, the teaching staff should strive to:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) attend national and international conferences specialized in the field of integrated marketing communications;</li> <li>b) publish more in academic and professional journals related to marketing communications – advertising.</li> </ul>
Learning facilities and resources	<p>Continue strong collaboration with business partners and utilize the strength of the well functioning internship programs.</p> <p>Continue to upgrade onsite facilities to make them available for hybrid/mixed format (in class and online) studies in order to accommodate growing number of the students.</p>
Study quality management and public information	<p>Strengthen the cooperation with social partners and alumni in terms of quality management.</p> <p>Support the cooperation of teachers in the teaching modules to improve study materials and methods.</p>

## VI. SUMMARY

Professional Bachelor's degree programme Advertising Management is attractive to employers. Its graduates integrate quickly and efficiently into the labor market. Sustainability of the program has been achieved through relationships with companies (for students' internships, lecturing, nominating members of the committees for the evaluation, etc.) and involvement of the HEI into strategic partnerships on the local and regional levels. The collaboration with social partners and alumni is good and there is a strong emphasis on applied approaches (creativity and innovations). The very well functioning internship programme, closely linked to business and social partners, is highly valued by the students and appreciated by the partners. The overall teaching staff's structure (scientific degrees, pedagogical and practical work experience in the analyzed period) is coherent with the number and content of subjects taught. Teacher practitioners represent one of the program's strengths.

At the same time, the program lacks the Integrated Marketing Communications perspective, necessary to understand the role and importance of contemporary advertising. The offer of elective courses satisfies in number, but not in the content (too few marketing courses). Focusing only on applied approaches is an important area for improvement: missing the importance of academic approaches and their relevance could harm the further development of the study program. The modular studies system could pose a threat for further quality improvement as the differences could lead to loss of focus.

The enrollment numbers are growing from year to year. The information and resources available to the student make the university experience complete and satisfactory. There is a system in place for supporting socially vulnerable groups and students with special needs. VIKO systematically monitors student study progress and gives feedback on evaluations. Teaching staff is supportive, accessible to the students. The school is collecting and using periodical surveys and data analysis.

On the other hand, there has not much happened since the last evaluation regarding the institutional framework addressing academic integrity, tolerance, and non-discrimination. It is recommended to promote students' internationalization activities, such as Erasmus+, as well as to offer to incoming students modules or subjects in English. The research output of teaching staff is predominantly local and of limited scope. International focus is deficient. The academic mobility is related to the small number of exchange programs.

As computer hardware and software is rapidly dating-out, the demand is higher than the supply. Growing number of the students require to consider more technology resources to equip all physical facilities for the hybrid-mode teaching (in class and streaming online).

VILNIAUS KOLEGIJOS  
RINKODAROS KRYPTIES STUDIJŲ  
2021 M. LIEPOS 19 D. EKSPERTINIO VERTINIMO IŠVADŲ NR. SV4-64 IŠRAŠAS



STUDIJŲ KOKYBĖS VERTINIMO CENTRAS

VILNIAUS KOLEGIJOS  
RINKODAROS STUDIJŲ KRYPTIES  
VERTINIMO IŠVADOS

**Ekspertų grupė:**

1. Dr. Kristiina Tönnisson (*grupės vadovė*), *akademinės bendruomenės atstovė*;
2. Prof. dr. Đurđana Ozretić Došen, *akademinės bendruomenės atstovė*;
3. Doc. dr. Ákos Varga, *akademinės bendruomenės atstovas*;
4. Doc. dr. Tomáš Kincl, *akademinės bendruomenės atstovas*;
5. P. Daiva Staneikaite-Naldal, *darbdavių atstovė*;
6. P. Alicia Presencio Herrero, *studentų atstovė*.

Vertinimo koordinatorius – p. *Domantas Markevičius*

Išvados parengtos anglų kalba  
Vertimą į lietuvių kalbą atliko MB „Ad Gloriam“

© Studijų kokybės vertinimo centras

Vilnius  
2021

## Studijų krypties duomenys

Studijų programos pavadinimas	<b>Reklamos vadyba</b>
Valstybinis kodas	6531LX043
Studijų programos rūšis	Koleginės studijos
Studijų pakopa	Pirmoji
Studijų forma (trukmė metais)	Nuolatinė (3 metai); iššęstinė (4 metai)
Studijų programos apimtis kreditais	180
Suteikiamas laipsnis ir (ar) profesinė kvalifikacija	Verslo vadybos profesinio bakalauro laipsnis
Studijų vykdymo kalba	Lietuvių
Reikalavimai stojantiejiems	Vidurinis išsilavinimas
Studijų programos įregistravimo data	2011-06-30

<...>

## II. APIBENDRINAMASIS ĮVERTINIMAS

Rinkodaros krypties pirmosios pakopos studijos Vilniaus kolegijoje vertinamos **teigiamai**.

*Studijų krypties ir pakopos įvertinimas pagal vertinamąsias sritis.*

<b>Eil. Nr.</b>	<b>Vertinimo sritis</b>	<b>Srities įvertinimas, balais*</b>
1.	Studijų tikslai, rezultatai ir turinys	3
2.	Mokslo (meno) ir studijų veiklos sąsajos	3
3.	Studentų priėmimas ir parama	4
4.	Studijavimas, studijų pasiekimai ir absolventų užimtumas	4
5.	Dėstytojai	4
6.	Studijų materialieji ištekliai	3
7.	Studijų kokybės valdymas ir viešinimas	4
	Iš viso:	<b>25</b>

\*1 (nepatenkinamai) – sritis netenkina minimalių reikalavimų, yra esminių trūkumų, dėl kurių krypties studijos negali būti vykdomos;

2 (patenkinamai) – sritis tenkina minimalius reikalavimus, yra esminių trūkumų, kuriuos būtina pašalinti;

3 (gerai) – sritis plėtojama sistemiškai, be esminių trūkumų;

4 (labai gerai) – sritis vertinama labai gerai nacionaliniame kontekste ir tarptautinėje erdvėje, be jokių trūkumų;

5 (išskirtinės kokybės) – sritis vertinama išskirtinai gerai nacionaliniame kontekste ir tarptautinėje erdvėje.

<...>



## V. REKOMENDACIJOS

Vertinimo sritis	Rekomendacija vertinimo sričiai (studijų pakopa)
Studijų tikslai, rezultatai ir turinys	<p>Programai reikia suteikti išbaigtą ir visa apimančią sąrangą integruotos rinkodaros komunikacijos srityje, kurioje reklama yra tik viena specializuota dalis.</p> <p>Pasirenkamų dalykų pasiūla turi būti peržiūrėta ir atnaujinta įvedant patrauklius rinkodaros disciplinų kursus šiai studijų programai.</p>
Mokslo (meno) ir studijų veiklos sąsajos	<p>Vystyti motyvacijos sistemą, skatinančią atlikti daugiau akademinų tyrimų.</p> <p>Subalansuoti studijų turinį atsižvelgiant į mokslinius ir taikomuosius aspektus.</p>
Studentų priėmimas ir parama	<p>Toliau didinti pagal programą „Erasmus+“ išvykstančių studentų skaičių ir skatinti jų tarptautiškumo veiklas.</p>
Studijavimas, studijų pasiekimai ir absolventų užimtumas	<p>Užmegzti formalesnius ryšius su absolventais ir socialiniais partneriais. Sistema grindžiama neformaliais kontaktais (priklausomai nuo konkretaus dėstytojo, modulio, absolventų), kas gali turėti įtakos kontaktų tvarumui ateityje.</p>
Dėstytojai	<p>Kadangi studijų programa specializuojasi reklamos vadyboje, dėstytojai turėtų stengtis:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) dalyvauti nacionalinėse ir tarptautinėse konferencijose, kurios specializuojasi integruotos rinkodaros komunikacijos lauke;</li> <li>b) daugiau publikuoti akademinuose ir profesiniuose žurnaluose, susijusiuose su rinkodaros komunikacija – reklama.</li> </ul>
Studijų materialieji ištekliai	<p>Tęsti stiprų bendradarbiavimą su verslo partneriais ir išnaudoti gerai veikiančių praktikų programų stiprybes.</p> <p>Toliau atnaujinti vietoje esančius mokymosi išteklius, kad jie būtų prieinami hibridinio, mišraus formato (klasėse ir nuotoliniu būdu) studijoms, siekiant priimti augantį studentų skaičių.</p>
Studijų kokybės valdymas ir viešinimas	<p>Stiprinti bendradarbiavimą su socialiniais partneriais ir absolventais kokybės valdymo srityje.</p> <p>Paremti dėstytojų bendradarbiavimą mokymo moduluose, siekiant pagerinti studijų medžiagą ir metodus.</p>

## VI. SANTRAUKA

Profesinio bakalauro studijų programa „Reklamos vadyba“ yra patraukli darbdaviams. Jos absolventai greitai ir efektyviai integruojasi į darbo rinką. Programos tvarumas buvo pasiektas Kolegijai palaikant santykius su įmonėmis (studentų praktikos, paskaitų skaitymas, narių skyrimas į baigiamųjų darbų gynimo komisijas, ir t. t.) ir įsitraukiant į strategines partnerystes vietos ir regioniniu lygmenimis. Bendradarbiavimas su socialiniais partneriais ir absolventais yra geras, daug dėmesio skiriama taikomiesiems metodams (kūrybiškumas ir inovacijos). Studentai ir partneriai labai vertina gerai veikiančią praktikų programą, glaudžiai susijusią su verslo ir socialiniais partneriais. Bendra dėstytojų struktūra (moksliniai laipsniai, pedagoginio ir praktinio darbo patirtis analizuojamu laikotarpiu) atitinka dėstomų dalykų skaičių ir turinį. Dėstytojai praktikai yra viena iš stipriųjų programos pusių.

Tuo pačiu metu programai trūksta integruotos rinkodaros komunikacijos perspektyvos, būtinos norint suprasti šiuolaikinės reklamos vaidmenį ir svarbą. Pasirenkamųjų dalykų pasiūla yra patenkinama savo skaičiumi, bet ne turiniu (per mažai rinkodaros kursų). Dėmesys tik taikomiesiems tyrimų metodams yra svarbi sritis, kurią reikia tobulinti: akademinų metodų svarbos ir jų aktualumo nebuvimas galėtų pakenkti tolesniam studijų programos vystymui. Modulinė studijų sistema gali kelti grėsmę tolesniam kokybės gerinimui, nes dėl skirtumų gali būti prarastas dėmesys.

Įstojusiųjų skaičius kiekvienais metais auga. Studentui prieinama informacija ir resursai leidžia studijų kolegijoje patirtį laikyti išbaigta ir patenkinama. Įdiegta socialiai pažeidžiamų grupių ir specialiųjų poreikių turinčių studentų paramos sistema. Vilniaus kolegija sistemingai stebi studentų pažangumą ir teikia grįžtamąjį ryšį vertinimo srityje. Dėstytojai palaiko studentus, yra lengvai jiems prieinami. Kolegija renka ir naudoja periodines apklausas ir vykdo per jas surinktų duomenų analizę.

Kita vertus, nuo paskutinio vertinimo, institucinėje sąrangoje neįvyko nieko reikšmingo akademinio sąžiningumo, tolerancijos ir nediskriminavimo klausimų sprendime. Rekomenduojama skatinti studentų tarptautiškumo veiklas, tokias kaip „Erasmus+“, taip pat pasiūlyti atvykstantiems studentams modulius ar dalykus anglų kalba. Dėstytojų mokslinių tyrimų rezultatai daugiausia yra vietiniai ir ribotos aprėpties. Susitelkimas į tarptautiškumą yra nepakankamas. Akademinis mobilumas yra susijęs su nedideliu mainų programų skaičiumi.

Kadangi kompiuterinė techninė ir programinė įranga sparčiai sensta, paklausa yra didesnė nei pasiūla. Augantis studentų skaičius reikalauja apsvarstyti papildomus technologinius išteklius, kad visos mokymosi erdvės būtų parengtos hibridiniam mokymo režimui (klasėje ir srautiniam perdavimui internetu).

---

Paslaugos teikėjas patvirtina, jog yra susipažinęs su Lietuvos Respublikos baudžiamojo kodekso 235 straipsnio, numatančio atsakomybę už melagingą ar žinomai neteisingai atliktą vertimą, reikalavimais.

Vertējos rekvizitai (vardas, pavardē, parašas)