

Reklāmas un sabiedrisko attiecību katedras
Profesionālās bakalaura studiju programmas
„Sabiedrisko attiecību un reklāmas menedžments”

STUDIJU PROGRAMMAS
RAKSTUROJUMS
par 2017./2018. studiju gadu

Programmas direktore

G. Sarkane

Reklāmas un sabiedrisko attiecību katedras vadītāja

G.Sarkane

Rīgā
2018

Satura rādītājs

1. Studiju programmas nosaukuma, iegūstamā grāda, profesionālās kvalifikācijas vai grāda un profesionālās kvalifikācijas, mērķu un uzdevumu, uzņemšanas nosacījumu savstarpējā atbilstība.....	3
1.1. Studiju programmas “Sabiedrisko attiecību un reklāmas menedžments” parametri. .	3
1.2. Statistikas dati par studējošajiem studiju programmā un to analīze.....	6
1.3. Studiju programmas parametru sasaiste.....	8
2. Studiju saturs.....	9
2.1. Studiju kursu/ moduļu satura aktualitātes un atbilstības nozares, darba tirgus vajadzībām un zinātnes tendencēm novērtējums	9
2.2. Studiju kursu/ moduļu savstarpējās sasaistes un atbilstības studiju programmas mērķim un sasniedzamajiem rezultātiem novērtējums	10
2.3. Studiju īstenošanas metožu (tajā skaitā vērtēšanas) atbilstības studiju kursu rezultātu un izvirzītā studiju programmas mērķa sasniegšanai novērtējums, iekļaujot informāciju, kā tiek ņemti vērā studentcentrētas izglītības principi	12
2.4. Studējošo prakses sasaistes ar studiju programmā sasniedzamajiem studiju rezultātiem novērtējums	20
2.5. Studējošo noslēgumu darbu tēmu analīze un novērtējums	21
2.6. Studējošo aptauju rezultātu analīze	22
2.8. Studiju programmas atbilstības valsts standartiem augstākajā izglītībā un profesiju standartam (ja piemērojams) novērtējums	33
3. Studiju programmas resursi un nodrošinājums.....	33
3.1. Studiju programmas īstenošanā iesaistīto mācībspēku kvalifikācijas atbilstības studiju programmai novērtējums.....	33
4. Studiju programmas absolventu nodarbinātības perspektīvas	34
4.1. Studiju programmas absolventu nodarbinātības novērtējums.....	34
4.2. Studiju programmas absolventu nodarbinātības perspektīvas	35
4.3. Iepriekšējā studiju virziena akreditācijā saņemto ieteikumu ieviešana.....	36
PIELIKUMI	38

1. Studiju programmas nosaukuma, iegūstamā grāda, profesionālās kvalifikācijas vai grāda un profesionālās kvalifikācijas, mērķu un uzdevumu, uzņemšanas nosacījumu savstarpējā atbilstība

1.1. Studiju programmas “Sabiedrisko attiecību un reklāmas menedžments” parametri.

Studiju programmas nosaukums	Sabiedrisko attiecību un reklāmas menedžments	
Studiju programmas nosaukums angļu valodā	Public Relations and Advertising Management	
Studiju programmas kods saskaņā ar Latvijas izglītības klasifikāciju	42342	
Studiju programmas veids un līmenis	<i>Profesionāla bakalaura studiju programma</i>	
Iegūstamais kvalifikācijas līmenis (EKI)	<i>6.līmenis</i>	
Profesijas kods profesiju klasifikatorā	2432 01 (sabiedrisko attiecību vadītājs) vai 2431 02 (reklāmas vadītājs)	
Studiju programmas apjoms (KP)	<i>160</i>	
Īstenošanas forma, veids, ilgums (ja nepilni gadi, norādīt mēnešos) un īstenošanas valoda		
pilna laika klātie	<i>4 gadi</i>	<i>Latviešu, krievu un angļu</i>
pilna laika neklātie		
pilna laika neklātie (tālmācība)		
nepilna laika klātie		
nepilna laika neklātie	4.5 gadi	<i>Latviešu, krievu un angļu</i>
nepilna laika neklātie (tālmācība)		
Īstenošanas vieta	<i>Meža iela 3, Rīga, Latvija, LV-1048</i>	
Studiju programmas direktors/-e	<i>Glorija Sarkane, mg.sc.soc., mg.oec., mg.chem.</i>	
Uzņemšanas prasības	<p>Par studējošiem var kļūt Latvijas Republikas pilsoņi un personas, kurām ir Latvijas Republikas izdota nepilsoņu pase, kā arī ārvalstnieki un citas personas, kurām ir izsniegta pastāvīgās vai termiņuzturēšanās atļaujas.</p> <p>Personai jābūt ar vispārējo vidējo izglītību vai arī ar četrgadīgo vidējo profesionālo izglītību, kā arī tie var būt ar pirmā līmeņa profesionālo augstāko izglītību. Par studiju programmas studējošiem var kļūt personas, kurām jau ir augstākā izglītība vai iegūts profesionālais vai akadēmiskais bakalaura grāds.</p> <p>Reflektantu atlase tiek rīkota pamatojoties uz divu centralizēto eksāmenu (latviešu un angļu valodā) un atestāta sekmju izraksta rezultātiem.</p> <p>Izvērtējot atestāta rezultātus, tiek ņemti vērā studiju virzienam nozīmīgākie priekšmeti –dzimtā valoda, svešvaloda,</p>	

	<p>datorzinības un vēsture.</p> <p>Atsevišķs radošs pārbaudījums „Sabiedrisko attiecību un reklāmas menedžments“ bakalaura studiju programmā nav paredzēts.</p>
Studiju turpināšanas iespējas	<i>Ir iespējama sabiedrisko attiecību vadītājiem</i>
Cita attiecīgās augstskolas/ koledžas vai citas augstskolas/ koledžas studiju programma, kurā studiju programmas slēgšanas gadījumā augstskola/ koledža nodrošina studējošajiem iespēju turpināt izglītības ieguvu	<i>Biznesa augstskolas Turība profesionālā bakalaura studiju programma "Sabiedriskās attiecības"</i>
Studiju programmas mērķis	<p>Biznesa, mākslas un tehnoloģiju augstskolas „RISEBA” (turpmāk tekstā RISEBA) profesionālā bakalaura studiju programmas „Sabiedrisko attiecību un reklāmas menedžments” mērķis ir sagatavot augsti kvalificētus, kompetentus un konkurētspējīgus sabiedrisko attiecību un reklāmas speciālistus; profesionālus darbiniekus darbam valsts un pašvaldības iestādēs, masu saziņas līdzekļos un nevalstiskajās institūcijās, veicināt studējošo radošā potenciāla attīstību studiju laikā un turpmāk, dot iespēju pēc programmas apguves turpināt studijas maģistrantūrā.</p>
Studiju programmas uzdevumi	<ol style="list-style-type: none"> 1) piedāvāt laikmetīgu un kvalitatīvu reklāmas un sabiedrisko attiecību apmācību un sagatavot studējošos praktiskam darbam, 2) nodrošināt teorētisko atziņu praktisko pielietojumu, 3) veicināt studējošos apgūt vairākas mūsdienu darba tirgū pieprasītas prasmes un iemaņas – darbu komandā, pētnieciskā un praktiskā darba un publiskās uzstāšanās iemaņas, spēju kritiski domāt un analizēt problēmas, uzņemties atbildību, saskarsmes prasmes u.c., 4) sniegt studējošiem vispusīgas zināšanas un izpratni par sociālajiem aspektiem, masu mediju lomu un nozīmi, politiskās un ekonomiskās sistēmas funkcionēšanu, 5) attīstīt studējošo spējas plānot un vadīt projektus, 6) veicināt studējošo spējas izpausties vizuālās mākslas un verbālās jomās, 7) nodrošināt studijas ar mācību metodiskajiem materiāliem, bibliotēkas

	<p>pakalpojumiem un mūsdienu prasībām atbilstošu materiāli tehnisko bāzi,</p> <p>8) nodrošināt bakalaura grāda ieguvu atbilstoši sabiedrisko attiecību vadītāja/ reklāmas vadītāja profesijas standartam, kas dotu tiesības turpināt studijas maģistrantūrā.</p>
Sasniedzamie studiju rezultāti	<p>Zina sabiedrības attīstības un vadības, komunikācijas un vadības pamatprincipus, plašsaziņas līdzekļu darba organizāciju un dienas kārtību.</p> <p>Izprot komunikācijas, informācijas un saskarsmes nozīmi un likumsakarības sabiedrībā, organizācijas vadībā un mārketingā.</p> <p>Spēj veikt praktiski pielietojamus pētījumus komunikācijā, formulēt un analītiski aprakstīt informāciju, identificēt komunikatīva rakstura problēmas un rast risinājumus, argumentēt savu viedokli gan speciālistiem, gan nespeciālistiem.</p> <p>Spēj patstāvīgi pilnveidot savu profesionālo kvalifikāciju, virzīt savu un padoto tālāko izglītību.</p> <p>Spēj vadīt savu, padotībā esošo speciālistu vai darba grupas darbu multikulturālā vidē, spēj strādāt komandā organizācijas vadītāju, darbinieku vai sabiedrības interesēs.</p> <p>Spēj pieņemt lēmumus, radoši un inovatīvi īstenot komunikatīvus risinājumus nestandarta apstākļos, izmantojot multimediju un modernās tehnoloģijas komunikācijā.</p> <p>Spēj iegūt, apkopot, analizēt, sagatavot un sniegt informāciju ieinteresētajām pusēm un to izmantot profesionālās darbības veikšanai.</p> <p>Spēj patstāvīgi pieņemt lēmumus komunikācijas problēmu risināšanā, ievērojot profesionālās un vispārējās ētikas principus un savas darbības ietekmi uz vidi un sabiedrību, nodrošinot organizācijas efektīvu darbību.</p>
Studiju programmas noslēgumā paredzētais noslēguma pārbaudījums	<p><i>Piemērs: Kvalifikācijas eksāmens un bakalaura darbs.</i></p>

1.2. Statistikas dati par studējošajiem studiju programmā un to analīze

2017./2018. studiju gadā programmā studē 331 students, no kuriem 220 studē pilna laika dienas nodaļā, bet 111 nepilna laika vakara un neklātienes nodaļās, no kuriem 12 neklātienes nodaļā, pārējie nepilna laika vakara nodaļā. Programmas īstenošana tālmācības formā nav paredzēta. Kopējais studējošo skaits salīdzinājumā ar iepriekšējo studiju gadu ir samazinājies par 7 %. Studijas pilna laika dienas nodaļā tiek realizētas latviešu un krievu valodās, nepilna laika vakara un neklātienes nodaļā tikai latviešu valodā. Dienas nodaļas krievu valodas plūsmā studē 150 studenti, kas sastāda aptuveni 2/3 no dienas nodaļas studentu skaita. Analizējot kopējo studējošo skaitu 6 gadu periodā, vērojama ir studējošo skaita samazināšanās tendence. Skatīt 1.1. tabulu.

1.1. tabula

Studējošo skaita dinamika (pēc Centrālajā statistikas pārvaldē iesniegtajiem datiem)

Akadēmiskais gads	PL nodaļā	NL nodaļā	Kopā	Pieaugums/ samazinājums attiecībā pret iepriekšējo studiju gadu, %
2012/2013	388	55	443	
2013/2014	337	71	408	-7.9
2014/2015	296	72	368	-9.8
2015/2016	276	108	384	+4.3
2016/2017	244	114	358	-6.8
2017/2018	220	111	331	-7.5

Kopējā *Informācijas un komunikācijas virziena* studiju programmās studējošo skaita samazināšanās tendence ir vērojama visās augstskolās, kurās tiek realizētas *Informācijas un komunikācijas virziena* studiju programmas. Skatīt 1.2. tabulu.

**Kopējais Informācijas un komunikācijas virziena studējošo skaits Latvijas
augstskolās pēc Izglītības un zinātnes ministrijas pārskata datiem par Latvijas
augstāko izglītību*** (<http://www.izm.gov.lv/lv/publikacijas-un-statistika/statistika-par-izglitiba/statistika-par-augstako-izglitiba>)

Augstskola	2010/ 2011	2011/ 2012	2012/ 2013	2013/ 2014	2014/ 2015	2015/ 2016	2016/ 2017	2017/2018
LU	794	844	790	741	706	645	570	523
LiepU	61	75	109	90	66	53	27	17
RSU	207	178	174	170	158	129	127	123
Via	115	105	92	77	70	68	71	73
RISEBA	422	480	443	408	368	384	358	331
BAT	677	565	520	537	500	494	447	375
BSA	492	381	261	204	141	121	104	80
Kopā	2768	2628	2389	2227	2009	1894	1704	1522

*Kopā ar *Informācijas un komunikācijas virziena* studiju programmām tika analizētas arī vairākas citiem studiju virzieniem atbilstošas programmas, kurās tiek skatītas līdzīga satura tēmas (reklāma, sabiedriskās attiecības, komunikācija, mārketinga komunikācija). Piemēram, Liepājas Universitātes bakalaura līmeņa programma Komunikācijas vadība, kas ir attiecināta uz Vadības, administrēšanas un nekustamo īpašumu pārvaldības studiju virzienu, u.c.

Tā kā RISEBA pārskata periodā ir vērojams imatrikulēto studentu skaita neliels pieaugums, tad studentu skaita samazinājumu rada studentu atskaitīšana, galvenokārt, vēlākajos studiju posmos. Analizējot studentu atskaitīšanas iemeslus 2017./2018. studiju gadā, var secināt, ka lielākā daļa studentu vai 54% tiek atskaitīti pēc studiju pārtraukuma sakarā ar neatjaunošanos studenta statusā, 32% studenti tika atskaitīti sakarā ar finanšu saistību vai studiju plāna neizpildīšanu, bet 14% studenti ir paši vēlējušies pārtraukt studijas.

2017./2018. studiju gadā 1. kursā ir imatrikulēti 105 studējošie, no kuriem 73 ir imatrikulēti pilna laika dienas nodaļā, bet 32 nepilna laika vakara nodaļā. 1-jā kursā imatrikulēto studentu skaitā ir arī 6 ārvalstu studenti - no Krievijas un Uzbekistanas. No 73 dienas nodaļā imatrikulētajiem studentiem 30 imatrikulēti latviešu valodas grupā, 43 krievu valodas grupā. Salīdzinājumā ar iepriekšējo studiju gadu imatrikulēto studējošo skaits ir nedaudz palielinājies. 2017./2018. studiju gadā I kursā imatrikulēto skaits kopumā ir par 3% lielāks kā iepriekšējā studiju gadā. Imatrikulēto studentu skaita pieaugums ir uz nepilna laika studijās imatrikulēto studentu skaita pieauguma rēķina, pilna laika nodaļā 1. kursā uzņemto studentu skaits salīdzinājumā ar iepriekšējo studiju gadu ir samazinājies. Skatīt 1.3. tabulu.

1.3. tabula

Uzņemto studējošo skaita dinamika (pēc Centrālajā statistikas pārvaldē iesniegtajiem datiem)

Akadēmiskais gads	Imatrikulēti PL nodaļā	Imatrikulēti NL nodaļā	Imatrikulēti kopā	Pieaugums/samazinājums attiecībā pret iepriekšējo studiju gadu, %
2012/2013	90	26	116	
2013/2014	76	20	96	-17.2
2014/2015	54	16	70	-27.1
2015/2016	83	43	126	+80.0
2016/2017	80	22	102	-19.0
2017/2018	73	32	105	+2.9

Jāatzīmē, ka lielākā daļa nepilna laika nodaļā imatrikulēto studentu jau strādā izvēlētajā studiju jomā, kas liecina par programmas atpazīstamību un novērtējumu profesionālajā vidē, ar ko arī varētu izskaidrot imatrikulēto studentu skaita palielinājumu nepilna laika vakara nodaļā 2017./2018. studiju gadā.

1.3. Studiju programmas parametru sasaiste

Studiju programmas “Sabiedrisko attiecību un reklāmas menedžments” īstenošanas un attīstības laikā maksimāli tiek ievēroti Latvijas kvalifikāciju ietvarstruktūras (qualifications frameworks) principi, kas sagatavoti Latvijas darba grupā prof. A.Rauhvarģera vadībā. Proti, profesionālā bakalaura grāds sabiedrības vadībā un sabiedrisko attiecību menedžera vai reklāmas menedžera kvalifikācija nodrošina zināšanu, prasmju un attieksmju kopumu, kas ļauj veikt augsti kvalificētu profesionālo darbību attiecīgajā jomā un dod iespēju tālākām studijām maģistrantūras studiju programmās.

Studiju programmas nosaukums, iegūstamais grāds un profesionālā kvalifikācija un mērķi un uzdevumi ir savstarpēji atbilstoši.

2. Studiju saturs

2.1. Studiju kursu/ moduļu satura aktualitātes un atbilstības nozares, darba tirgus vajadzībām un zinātnes tendencēm novērtējums

Lai izvērtētu, vai studiju programma atbilst reālajām tirgus prasībām, tiek monitorētas absolventu darba gaitas un analizēta viņu sniegtā atgriezeniskā saite. 2017./2018. studiju gadā aptaujātie absolventi studiju laikā iegūto zināšanu, prasmju un kompetenču atbilstību mūsdienu tirgus prasībām ir novērtējuši kā gandrīz labu (vid. 2, 7 balles). Līdzīgi ir novērtēta arī studiju programmas satura atbilstība jaunākajām nozares attīstības tendencēm (vid. 2,7 balles). Savukārt, 2017./2018. studiju gadā aptaujātie darba devēji studentu zināšanas vērtē kā ļoti labas vai labas un atzīst, ka studenti ir ļoti labi (52,4%) un labi (42,8%) sagatavoti darba tirgus prasībām.

Tā kā īstenotā programma ir profesionālā bakalaura programma, tās atbilstība nozares un darba tirgus vajadzībām ir ļoti nozīmīga, un darbs pie programmas satura aktualizēšanas notiek nepārtraukti.

Programmas satura aktualizēšanā ir iesaistīti reklāmas un sabiedrisko attiecību speciālisti. Saskaņā ar „Nolikumu par RSEBAA realizētām studiju programmas padomēm” studiju programmas Padomēs ir iekļauti attiecīgās nozares darba devēju pārstāvji un profesionālo nozares asociāciju (*Latvijas Reklāmas asociācija* un *Latvijas Asociācija sabiedrisko attiecību profesionāļiem*) pārstāvji, kuru viedoklis tiek ņemts vērā, veicot programmas saturiskas vai strukturālas izmaiņas.

Noslēgtais ilgtermiņa sadarbības līgums ar Latvijas Asociāciju sabiedrisko attiecību profesionāļiem paredz ne tikai asociācijas pārstāvja dalību studiju programmas Padomē, bet arī asociācijas profesionāļu iesaistīšanu studiju procesa realizēšanā un iespēju robežās prakšu vietu nodrošināšanā studējošiem.

Sabiedrisko attiecību un reklāmas profesionāļi, asociāciju biedri, ir iesaistīti programmā kā vieslektori, bakalaura darbu vadītāji, recenzētāji, ir iekļauti valsts pārbaudījumu komisijas sastāvā.

Atsevišķos studijuursos ir uzsākta veiksmīga **RISEBA** docētāju sadarbība ar darba devējiem, iekļaujot darba devēju dotos reālos uzdevumus studiju kursa vai prakšu apgūvē, kas dod iespēju studentiem piedalīties reālu problēmu risināšanā studiju kursu ietvaros, bet mācībspēkiem pārlicināties par studiju kursa satura atbilstību nozares vajadzībām.

Attīstoties sadarbībai, darba devēji labprātāk iesaista studējošos dažādos projektos, savukārt, studējošiem, izpildot konkrētas organizācijas reālos pasūtījumus, ir labākas iespējas pielietot iegūtās teorētiskās zināšanas praktiski, kā arī šādi projekti paaugstina atbildības sajūtu par izpildītā darba kvalitāti.

Organizētajās tikšanās reizēs ar prakšu vietu devējiem (potenciālajiem darba devējiem) studējošie var noskaidrot, kādas prasmes un iemaņas nepieciešamas, lai strādātu izvēlētajā profesijā, izprast izvēlētajās profesijas tirgus perspektīvas.

Lai pēc iespējas objektīvāk izvērtētu darba devēju viedokli par nozarē nepieciešamo speciālistu sagatavošanu, svarīgi, lai darba devējiem pēdējā laikā būtu bijusi saskare ar topošajiem speciālistiem, lai viņi varētu novērtēt gan to zināšanas, kas iegūtas augstskolā, gan spēju un vēlmi strādāt izvēlētajā profesijā. Viens no veidiem, kā to nodrošināt, ir augstskolas un darba devēju sadarbība studentu prakšu organizēšanā. Līdz ar to var apgalvot, ka prakšu vadītāji ir arī potenciālie darba devēji un pasūtītāji. Ne mazums ir gadījumu, kad students, kas sevi labi parādījis praksē, tiek atzīts par uzņēmumam noderīgu, un tiek uzaicināts pievienoties iepazītajam kolektīvam pēc augstskolas beigšanas, lai veiksmīgi turpinātu strādāt bijušajā prakses vietā.

Katru gadu tiek veikta studējošo prakses vietu vadītāju (vienlaicīgi arī studentu un absolventu darba devēju) aptaujas, rezultāti tiek apkopoti, analizēti un nepieciešamības gadījumā tiek veiktas attiecīgas izmaiņas studiju programmā.

Papildus informācija par situāciju darba tirgū tiek iegūta no 4-o kursu studentiem profesionālo prakšu aizstāvēšanas laikā. Vienā no prakses atskaites sadaļām studentiem ir jāapraksta studiju laikā gūto zināšanu pietiekamība/nepietiekamība profesionālās prakses uzdevumu izpildē. Studentu sniegtā informācija par kādu zināšanu vai prasmju nepietiekamību tiek rūpīgi analizēta un nepieciešamības gadījumā tiek veiktas korekcijas attiecīgo studiju kursu saturā.

2.2. Studiju kursu/ moduļu savstarpējās sasaistes un atbilstības studiju programmas mērķim un sasniedzamajiem rezultātiem novērtējums

Programmas saturu veido vispārīzglītojošie studiju kursi - humanitāro un sociālo zinātņu, tai skaitā studiju kursi, kas attīsta sociālās, komunikatīvās un organizatoriskās pamatiemaņas; nozares teorētiskie pamatkursi un informācijas tehnoloģiju kursi; nozares profesionālie specializācijas kursi; izvēles kursi; prakses un valsts pārbaudījums.

Programmas vispārīzglītojošie studiju kursi, nozares teorētiskie pamatkursi un informācijas tehnoloģiju kursi, kā arī nozares profesionālie specializācijas kursi ir obligāti

visiem studējošiem. Izvēles daļā nepieciešamo kredītpunktu skaitu studējošais iegūst, izvēloties kursus atbilstoši savām interesēm.

RISEBA profesionālā bakalaura studiju programma „Sabiedrisko attiecību un reklāmas menedžments” tika veidota, balstoties uz 2001. gada 20. novembra LR Ministru kabineta noteikumiem Nr. 481 „*Noteikumi par otrā līmeņa profesionālās augstākās izglītības valsts standartu*”, kuri reglamentēja profesionālās augstākās izglītības bakalaura studiju programmas obligāto saturu.

Bakalaura programma atbilst jaunajiem 2014. gada 26. augustā izdotajiem MK noteikumiem Nr. 512 *Noteikumi par otrā līmeņa profesionālās augstākās izglītības valsts standartu*. Atbilstoši jaunajiem noteikumiem, bakalaura programmas obligāto saturu veido:

1. vispārīzglītojošie studiju kursi – 20 KP

(filozofija – 2 KP; komercdarbība – 2 KP; grāmatvedība – 2 KP; komercdarbības tiesiskie aspekti – 2 KP; sociālā psiholoģija – 2 KP; vadībzinības – 2 KP; socioloģija – 2 KP; biznesa komunikācija (angļu val.) – 6 KP);

2. nozares teorētiskie pamatkursi un informācijas tehnoloģiju kursi – 36 KP

(ievads reklāmā – 2 KP; ievads sabiedriskajās attiecībās – 2 KP; mūsdienu latviešu valodas aktualitātes komunikācijas aspektā – 4 KP; ievads masu komunikācijas teorijās – 2 KP; valsts pārvalde – 2 KP; datorgrafikas pamati – 4 KP; žurnālistikas pamati – 2 KP; neverbālā komunikācija – 2 KP; pārliecinošās komunikācijas pamati – 2 KP; postindustriālās sabiedrības attīstība – 2 KP; jaunās informācijas mediju tehnoloģijas – 2 KP; publiskā viedokļa teorijas – 2 KP; ievads zinātniskajā pētniecībā – 4 KP; organizāciju psiholoģija – 2 KP, politika un komunikācija – 2 KP);

3. nozares profesionālās specializācijas kursi – 60 KP

Šajā daļā tiek piedāvāti priekšmeti, lai nodrošinātu studējošiem, nākamiem speciālistiem, plašākas, dziļākas un vispusīgākas zināšanas savā profesionālajā jomā *(vizuālās komunikācijas pamati – 4 KP; reklāmas vai sabiedrisko attiecību vēsture – 2 KP; reklāmas veidi – 2 KP; patērētāju uzvedība – 2 KP; ievads semiotikā – 2 KP; tekstveide reklāmā vai sabiedriskajās attiecībās – 2 KP; ievads reklāmas dizainā – 2 KP; reklāmas vai sabiedrisko attiecību kampaņu plānošana un vadīšana; reputācijas vadība – 2 KP; zīmolveidība – 2 KP; mārketinga komunikācija interneta vidē – 2 KP; sabiedrisko attiecību stratēģija un taktika – 4 KP; sabiedrisko attiecību praktikums – 2 KP; krīzes komunikācijas menedžments – 2 KP; komunikācijas ētika – 2 KP; jaunrades process – 2 KP; u. c.);*

4. izvēles daļas kursi – 6 KP

Šīs daļas kursi dod iespēju studējošam specializēties kādā ar reklāmdarbības vai sabiedrisko attiecību jomām saistītā novirzienā *(mediju semiotika – 2 KP; komunikācijas*

metodes sabiedriskajās attiecībās – 2 KP; masu pasākumu producēšana-2 KP; satura mārketing – 2 KP; scenāriju rakstīšanas pamati – 2 KP; pieredzes mārketing – 2 KP; TV žurnālistika – 2 KP; sociālais mārketing – 2 KP; zīmolu audiovizuālā komunikācija-2 KP; u. c.);

5. prakse vismaz 20 KP apjomā;

6. valsts pārbaudījums – 12 KP, kura sastāvā ir:

kvifikācijas eksāmens – 2 KP;

bakalaura darba izstrādāšana un aizstāvēšana – 10 KP.

Bakalaura programmas apguves laikā studējošais izstrādā un aizstāv vismaz trīs studiju darbus.

Programma veidota, balstoties uz četriem pamatelementiem: ievadmoduļi, pamatmoduļi, radošie moduļi un izvēles moduļi.

Saskaņā ar MK noteikumu Nr. 512 *Noteikumi par otrā līmeņa profesionālās augstākās izglītības valsts standartu* 12. punkta prasībām no 2017./2018. studiju gada programmā ir iekļauti kursi *vides aizsardzībā* un *civilajā aizsardzībā*.

Ievadelementi pirmajos studiju gados nodrošina pamatzināšanas disciplīnās, kurām studējošiem vairāk būs jāpievēršas nākamajos gados. Pamatmoduļi nodrošina iespēju apgūt prasmes pētnieciskajā darbā, rakstiskajā un mutiskajā komunikācijā, tāpat arī prasmes kritiskai mediju jomas norišu izvērtēšanai. Radošie moduļi attīsta prasmes iztēles, video un audio sfērā. Izvēles moduļi attīsta studējošo spējas vairākās atbilstošās jomās, veidojot viņu padziļinātu izpratni, attieksmi un nostāju.

2.3. Studiju īstenošanas metožu (tajā skaitā vērtēšanas) atbilstības studiju kursu rezultātu un izvirzītā studiju programmas mērķa sasniegšanai novērtējums, iekļaujot informāciju, kā tiek ņemti vērā studentcentrētas izglītības principi

2008. gada 21. janvārī **RISEBA** tiek izsniegta licence par tiesībām īstenot profesionālā bakalaura studiju programmu **“Sabiedrisko attiecību un reklāmas menedžments”**, un tā paša gada februāra mēnesī tiek uzsākta programmas realizēšana. 2013. gada 29. maijā RISEBA īstenotais Informācijas un komunikācijas virziens un studiju virzienam atbilstošās studiju programmas tiek akreditētas uz maksimālo termiņu – 6 gadiem.

Studiju programmas apjoms ir 160 Latvijas kredītpunkti (240 ECTS).

Profesionālā bakalaura studiju programmu **„Sabiedrisko attiecību un reklāmas menedžments”** ir iespējams apgūt gan pilna, gan nepilna laika studiju formā. Studiju programmas apguves laiks pilna laika klātienē ir 4 gadi (8 semestri), nepilna laika klātienē

4,5 gadi (9 semestri). Vienā studiju gadā ir 32 auditorijas darba nedēļas ar slodzi 40 stundas nedēļā, un 8 eksāmenu sesijas nedēļas.

Studiju gads pilna laika dienas un nepilna laika vakara studijās ir sadalīts divos semestros. Studijas sākas septembrī un beidzas jūnijā. Studijas tiek realizētas latviešu un krievu valodās, atsevišķi priekšmeti angļu valodā.

Tālmācības metodes studiju programmas īstenošanā netiek izmantotas.

Mācības RISEBA notiek katru nedēļu. Pilna laika dienas nodaļai darba dienās no plkst. 8.20 līdz 16.50, mācības nepilna laika klātienē notiek ik pēc nedēļas otrdienas, ceturtdienas un piektdienas vakaros no plkst. 18.00 līdz 21.10 un sestdienās no plkst. 9.00 līdz 18.00.

Studiju laikā ir paredzēta arī profesionālā prakse. Studiju programmā ir ievērots līdzsvara princips starp teoriju un praksi.

Studiju sākumposmā lielāka uzmanība tiek veltīta pamatzināšanu apgūšanai, vecākosursos specializācijai, profesionālo prasmju un iemaņu apgūšanai. Studiju noslēguma posmā iegūtās zināšanas un prasmes tiek nostiprinātas profesionālajā praksē ārpus augstskolas reālā darba vidē un apliecinātas bakalaura darba izstrādāšanā un aizstāvēšanā.

Profesionālo bakalaura grādu **sabiedrības vadībā** un piektā līmeņa profesionālo kvalifikāciju – „**sabiedrisko attiecību menedžeris**” vai „**reklāmas menedžeris**“ studējošais var iegūt, ja sekmīgi nokārtojis visas programmas prasības, kā arī nokārtojis noslēguma pārbaudījumus-izstrādājis un aizstāvējis bakalaura darbu un nokārtojis kvalifikācijas eksāmenu.

Specializācija divos profesionālos virzienos: **reklāmas menedžeris** un **sabiedrisko attiecību menedžeris** sākas jau pēc otrā studiju kursa, apgūstot katrai kvalifikācijai nepieciešamos profesionālās specializācijas kursus, veicot pētniecisko darbu studiju darbu un bakalaura darba ietvaros, apgūstot profesionālās prasmes un iemaņas prakses laikā, kā arī izvēloties atbilstoši apgūstamajai kvalifikācijai brīvās izvēles kursus (specializāciju kopumā veido 72 KP).

Studiju programmas uzsākšanu, mācības, iespējamo kursu secību, kā arī sekmīgu studiju programmas apguvi reglamentē RISEBA Senātā apstiprinātie normatīvie dokumenti.

Katra studiju kursa metodiskais nodrošinājums tiek sistematizēts “Studiju kursa komplektā”.

Komplektā ietilpst:

- studiju kursa anotācija un programma;

- studiju kursa kalendārais, metodiskais plāns;
- ieteicamās literatūras saraksts;
- studējošo patstāvīgā darba plāns, tēmu saraksts;
- mājas darbu, kontroldarbu un testu uzdevumi;
- izpildīto darbu paraugi;
- rakstisko pārbaudījumu uzdevumu varianti;
- izdales materiālu paraugi.

Bez tam mācību studiju kursu metodiskajā nodrošinājumā ir:

- metodiskie norādījumi, kā izpildīt un noformēt kontroldarbus, prakses atskaites, patstāvīgos studiju darbus un noslēguma darbus;
- mācību priekšmetu metodiskie norādījumi un mācību līdzekļi (daļa atrodas bibliotēkā);
- akadēmiskā personāla konsultāciju grafiki;
- datorizētie studiju līdzekļi.

Studiju kursus nodrošinošie metodiskie materiāli ir pieejami augstskolas digitālajā datu bāzē e-riseba, kas balstīta uz Moodle programmatūras bāzes.

Studiju programmas apguve tiek realizēta lekcijās, semināros, praktiskajās nodarbībās, praksēs, patstāvīgā darba nodarbībās, konsultācijās ar pētniecisko darbu zinātniskajiem vadītājiem. Līdztekus tradicionālajām darba formām tiek praktizētas arī interaktīvas studiju metodes: projekti studiju kursa ietvaros, darbs grupās, treniņi (piemēram, mediju treniņi), lomu spēles, pašanalīze un situāciju analīze, radošie darbi, diskusiju metodes, nodarbību video ierakstu analīze u.c.).

Ar ārvalstu vieslektoru uzaicināšanu studiju programmas apgūvē tiek nodrošināta iespēja iepazīties ar pasaules pieredzi attiecīgajā studiju jomā.

Studiju programmas praktiskā īstenošanā veiksmīgi tiek iekļauta RISEBA „Starptautiskā nedēļa 2018”, kura pārskata periodā augstskolā notika no 16.04.18.-21.04.18. Starptautiskās nedēļas laikā „PRIME DAY” pasākumu ietvaros studenti varēja apmeklēt programmā paredzēto praktisko semināru par tēmu “Making Ethical Competence possible”, kuru vadīja Upsalas universitātes (Zviedrija) profesors doktors *Iordanis Kavathatzopoulos*, kā arī varēja piedalīties PRME CEE nodaļas koordinatores *Julijas Jacquemodas* vadītajā diskusijā par tēmu “PRME Principles: Challenges and solutions to our daily life”.

Reālo darba vidi un darba tirgus prasības studējošais iepazīst studiju laikā organizētās ekskursijās uz pētījumu, reklāmas un sabiedrisko attiecību aģentūrām, izdevniecībām un citām organizācijām (*piemēram, Latvijas nacionālo bibliotēku Reklāmas*

praksē par 2. kursu, Muzeju "Rīgas Jūgendstila centrs" un radio staciju MIX FM studiju kursā "Sabiedrisko attiecību taktika", Reklāmas aģentūru Marshal studiju kursā "Ievads reklāmā", viesnīcu "St.Petrus" Reklāmas praksē par 3. kursu, Tipogrāfiju SIA "Gandrs poligrāfija" studiju kursā "Ievads reklāmas dizainā", uzņēmumu "Squalio cloud consulting" Reklāmas praksē par 3. kursu), kā arī tiekoties ar nozares speciālistiem nodarbību laikā (mediju ekspertu Artūru Medni, AS „Delfi” valdes priekšsēdētāju Konstantīnu Kuzikovu, AS „ABLV bank” sabiedrisko attiecību nodaļas vadītāju I. Jarganu, SIA Komunikoloģisko pētījumu centrs valdes priekšsēdētāju A. Mirlinu, Rīgas Tūrisma attīstības biroja aģentūras „LIVE RIGA” valdes locekli R. Ločmeli Luņovu, SIA „Bright” korporatīvo klientu direktori Z. Šneideri, SIA Lolitas Ozoliņas komunikācijas konsultācijas valdes locekli Lolitu Ozoliņu, AS Rietumu banka Sabiedrisko attiecību, reklāmas un mārketinga pārvaldes vadītāju Sergeju Grodņikovu, reklāmas aģentūras TBWA/Latvija tekstu veidotāju (Copiwriter) Zani Jēgeri, u.c.).

“Žurnālistikas pamatu” kursa ietvaros studentiem bija iespēja tikties un intervēt Igoru Zlotnikovu vadošās privātās biznesa skolas Krievijā «SKOLKOVO - Moscow School of Management» moderatoru, televīzijas centra “Ostankino” (Maskava, Krievija) žurnālisti Ekaterinu Lanskayu Sapozhnikovu un Latvijas modes zīmola ALEXANDER PAVLOVdibinātāju Aleksandru Pavlovu.

Sabiedrisko attiecību un reklāmas studentiem tika noorganizēta populārā personīgā zīmola veidotāja Taivo Paula Meghomas (*Taiwo Paul Meghoma*) (Apvienotā karaliste) lekcija “Zīmola ceļojums: Ievads personīgā zīmola definēšanā” (*The branding Journey: Introduction to defining personal branding*).

Profesionālā bakalaura studiju programmas „Sabiedrisko attiecību un reklāmas menedžments” studentiem tika noorganizēta uzņēmuma “Divonis Agency” vadītāja Aleksandra Divoņa publiskā lekcija “Z Brendings”. Ņemot vērā auditorijas specializāciju sabiedrisko attiecību un reklāmas jomā, īpaša uzmanība tiek pievērsta zīmola stratēģijas izstrādei.

Profesionālā bakalaura studiju programmas „Sabiedrisko attiecību un reklāmas menedžments” studentiem tika noorganizētas vieslekcijas pie Hradeckrāloves Universitātes (Čehija) pasniedzējas Terēzas Otcenaskovas (Tereza Otcenaskova) par tēmu “*Starpkultūru komunikācija mārketingā*” („Crosscultural Communication in Marketing”).

Atsevišķos studijuursos ir uzsākta veiksmīga RISEBA docētāju sadarbība ar darba devējiem, iekļaujot darba devēju dotos reālos uzdevumus studiju kursa apgūvē.

2017./2018. studiju gadā studiju kursa „Reklāmas/sabiedrisko attiecību kampaņu plānošana un vadīšana” ietvaros tiek izstrādāta reklāmas/sabiedrisko attiecību kampaņa SIA “Baltspan” produktiem.

Īpaši jāatzīmē studiju programmā paredzētās prakses, kuru laikā studentiem ir jāizstrādā materiāli reklāmas vai sabiedrisko attiecību vajadzībām. Visi studiju programmā paredzētās reklāmas un sabiedrisko attiecību prakses uzdevumi ir darba devēju pasūtījumi vai darba devēja dots uzdevums. Pasūtītājs (vai uzdevuma devējs) piedalās arī studentu izstrādāto prakses darbu vērtēšanā.

2017./2018. studiju gadā reklāmas un sabiedrisko attiecību prakses laikā tika izstrādāti:

1. Neliela formāta reklāmas materiāli SIA “Squalio Cloud” jaunam produktam.
 2. Reklāmas video rullītis viesnīcas “St. Petrus” trīs lokācijām- bāram, restorānam un VIP zālei ar terasi un viesnīcai.
 3. Neliela formāta reklāmas materiāli ārzemju tūristu piesaistīšanai Latvijas Nacionālās bibliotēkas rīkotajiem pasākumiem.
 4. SIA „Dalila Cosmetics” reklāmas bukleti.
 5. Imidža video reklāmas rullītis *Nekustamo īpašumu aģentūrai "JORDANIDI REAL ESTATE", SIA.*
 6. Preses relīzes preses relīžu portālam pr@mail.
 7. Sabiedrisko attiecību vai reklāmas akcijas RISEBA popularizēšanai, u.c.
- Žurnālistikas kursa ietvaros tiek gatavoti publicistikas materiāli (reportāžas, intervijas, esejas) par Latvijas sabiedrībai aktuāliem notikumiem.

Piedaloties RISEBA atpazīstamības veicināšanas projektos, reklāmas/sabiedrisko attiecību kampaņu vadīšanas prakses ietvaros studentiem ir iespējams iegūtās zināšanas par reklāmas/sabiedrisko attiecību aktivitāšu izstrādi un organizēšanu pielietot praktiski.

2017./2018. studiju gadā studenti piedalījās:

1. Augstskolas prezentācijās Latvijas vidusskolās.
2. Atvērto durvju dienu organizēšanā RISEBA.
3. Starptautiskajā izglītības izstādē „Skola 2018”.
4. Pārgaugavas svētku organizēšanā Arkādijas parkā 2018. gada 19. maijā.
5. Sociālās reklāmas konkursa „Labākas pasaules meklējumos” organizēšanā.
6. Vasaras skolas “European School in Film and Video Production” īstenošanā Krievijas Tautu draudzības universitātes studentiem.

7. Ziemas skolas “Sabiedrisko attiecību un reklāmas menedžments” īstenošanā Krievijas Federācijas prezidenta Krievijas tautsaimniecības un publiskās administrācijas akadēmijas (RANEPA) (Maskava, Krievija) studentiem.

Studiju programma paredz arī specializētas individuālas studijas izvēlētajā zinātņu apakšnozarē, kas varētu rezultēties ziņojumā studentu zinātniskajā konferencē.

Studiju procesa īstenošanā tiek ņemti vērā sekojoši studentcentrētas mācīšanas un mācīšanās principi: tiek respektēts studentu kontingents un viņu vajadzību daudzveidība, veidojot piemērotus mācīšanās ceļus, atbilstoši iespējām, tiek izmantoti dažādi programmas īstenošanas veidi, atbilstoši apstākļiem tiek izmantotas daudzveidīgas pedagoģiskās metodes. Mācību procesa laikā tiek veicināta studējošā tieksme uz patstāvīgumu, tajā pašā laikā nodrošinot mācībaspēka vadību un atbalstu. Starp mācībaspēkiem un studējošiem tiek veicināta abpusēja cieņa. (https://www.aika.lv/wp-content/uploads/2018/02/Informat%C4%ABvs-anal%C4%ABtisks-zi%C5%86ojums-Studentcentr%C4%93tas-izgl%C4%ABt%C4%ABbas-pieej-augstskol%C4%81s_koled%C5%BE%C4%81s-Latvij%C4%81.pdf)

RISEBA izmantotā vērtēšanas sistēma balstās uz sekojošiem principiem:

- vērtējuma obligātums - nepieciešamība iegūt pozitīvu vērtējumu par katru studiju kursu;
- akumulēšana – studējošā iegūtās zināšanas tiek vērtētas, summējot visus studiju laikā iegūtos pozitīvos vērtējumus;
- prasību atklātība un skaidrība – uzsākot studijas, studējošais tiek informēts par studiju kursa saturu, prasībām un vērtējumu;

RISEBAstudiju un zināšanu novērtēšanas metodes ir objektīvas, un tiek konsekventi ievērotas. Ikvienas pārbaudes apjoms atbilst attiecīgā studiju kursa programmas saturam un Profesiju standartā noteiktām prasmju un zināšanu prasībām.

Studiju rezultātus RISEBAvērtē pēc diviem rādītājiem:

- kvalitatīvais vērtējums - atzīme 10 ballu sistēmā vai ieskaite (ieskaitīts, neieskaitīts);
- kvantitatīvais vērtējums – kredītpunktu skaits atbilstoši studiju kursa apjomam un nozīmīgumam.

Studējošo zināšanu kvalitāti RISEBAvērtē, pamatojoties uz Latvijas Republikas Izglītības un zinātnes ministrijas rīkojumu, atbilstoši LR pieņemtajiem ECTS (European Credit Transfer System) standartiem un atbilstoši augstskolā esošiem vērtēšanas kritērijiem.

Augstskolā ir noteikti 2 veidu pārbaudījumi-*obligātie* un *citi pārbaudījumi*. *Obligāto pārbaudījumu* (piemēram, kontroldarbs, eksāmens) izpilde studentiem ir obligāta. Ja tie nav izpildīti, gala atzīme par priekšmetu nevar tikt izlikta. *Obligāto pārbaudījumu* skaits studiju kursā ir noteikts ar rektora rīkojumu un ir atkarīgs no kredītpunktu skaita studiju kursā. Papildus *obligātajiem pārbaudījumiem* pasniedzējs pēc saviem ieskatiem var iekļaut studiju kursā, piemēram, mājas darbus, testus, patstāvīgos darbus, seminārus, utt. Tie ir *Citi pārbaudījumi*. To skaitu un veidu nosaka pats pasniedzējs, kā arī studiju kursa aprakstā (un izliekot gala atzīmi) norāda *citu pārbaudījumu* svaru studenta gala vērtējumā.

Katrs pasniedzējs savā studiju kursā regulāri pārbauda studentu zināšanas, izmantojot kursa programmā un aprakstā norādītos *obligātos* un *citus* pārbaudes veidus (kontroldarbi, mājasdarbi, referāti, prezentācijas, patstāvīgie darbi, utt.). Prasības ir atkarīgas no studiju kursa specifikas un studiju procesa organizācijas tajā. Regulārs darbs semestrī ietekmē studiju kursa galīgo vērtējumu.

Obligāto pārbaudes veidu nosaka pasniedzējs, ņemot vērā prasības kursa apguvei un katra vērtējuma īpatsvaru.

Eksāmenu, kontroldarbu, patstāvīgo darbu, studiju darbu un prakšu rezultātus vērtē ar atzīmi 10 ballu sistēmā. Zemākais pozitīvais vērtējums bakalaura studiju programmai ir četras balles (gandrīz viduvēji).

Iegūstamo kredītpunktu summa ir norādīta studiju plānā. Lai novērtētu studentu izpildītā darba apjoma atbilstību plānam, katru semestri un studiju gadu tiek veikts tā kvantitatīvais vērtējums kredītpunktos - 1 kredītpunkts atbilst 40 stundām.

Eksāmeni RISEBA tiek organizēti gan rakstiski, gan mutiski. Gala vērtējums pēc studiju kursa apguves ietver studenta darba novērtējumu visa studiju kursa apguves laikā, tajā skaitā, līdzdalību un darba kvalitāti nodarbībās, kontroldarbu un patstāvīgo darbu rezultātus, kā arī eksāmena vērtējumu. Kursa apguve ir sekmīga, ja programmā noteiktās prasības ir izpildītas līdz pārbaudījuma perioda beigām, izņemot gadījumus, kad saņemts pārbaudījuma kārtošanas termiņa pagarinājums.

Kursa darbu un prakses atskaites saturu un kvalitāti, kā arī studējošo prezentācijas prasmi, vērtē ar RISEBA rīkojumu nozīmēta komisija 10 ballu sistēmā.

Praksi vada un koordinē prakses vadītājs. Prakse jāaizstāv termiņā, saskaņā ar studiju grafiku.

Bakalaura studiju beigās ir paredzēts Valsts pārbaudījums - jāizstrādā, jāuzraksta un jāaizstāv bakalaura darbs un jānokārto kvalifikācijas eksāmens. Studējošie Valsts pārbaudījumus drīkst kārtot, ja:

- pozitīvi ir novērtēta programmā paredzētā studiju kursa apguve;

- pozitīvi novērtēta prakses atskaite;
- izpildītas visas studiju līgumā noteiktās finansiālās saistības.

Bakalaura darba apjoms ir 10 KP, un tas sastāv no teorētiskās, praktiskās un radošās daļām. Teorētiskā daļa sastāv no akadēmiskās literatūras un citu pētījumu par komunikācijas jomas tēmām analīzes. Praktiskajā daļā tiek veikts oriģināls lietišķais pētījums. Radošais darbs ir zinātniski pētnieciskā darbā izvēlētās problēmas risinājums, kas balstīts uz darbā izteiktajiem priekšlikumiem. Radošajā daļā students izstrādā projektu reklāmas vai sabiedrisko attiecību vajadzībām.

Gala eksāmens tiek organizēts mutiski. Tā saturs veidots no 3 jautājumu blokiem:

- mārketingu un menedžmentu,
- komunikācijas jomas teorētiskie bāzes kursi,
- reklāma vai sabiedriskās attiecības.

Ja studiju programma ir sekmīgi apgūta un Valsts pārbaudījumos saņemts pozitīvs vērtējums (zemākais vērtējums 4 balles), studējošiem tiek piešķirts profesionālais grāds – bakalaurs **sabiedrības vadībā** un **sabiedrisko attiecību menedžera** vai **reklāmas menedžera** kvalifikācija.

RISEBA vērtēšanas sistēma ir izstrādāta atbilstoši studentcentrētas izglītības pieejai augstskolās Latvijā. Tās īstenošanā ir iekļauti sekojoši studentcentrētas mācīšanās principi:

1. Vērtētāji pārzina pārbaudes un eksaminācijas metodes un saņem atbalstu savu prasmju pilnveidošanas jomā.
2. Vērtēšanas kritēriji un metodes, kā arī kritēriji atzīmju izlikšanai ir iepriekš publiskoti.
3. Vērtēšana sniedz studentiem iespēju parādīt, kādā mērā tie ir sasnieguši sagaidāmos mācīšanās rezultātus.
4. Studenti saņem atgriezenisko saiti, kura, ja nepieciešams, sniedz padomus saistībā ar mācīšanās procesu.
5. Ja vien iespējams, vērtēšanu veic vairāk nekā viens eksaminētājs.
6. Vērtēšanas noteikumi ņem vērā dažādus studentu atvieglojošus apstākļus.
7. Vērtēšana ir konsekventa, taisnīga, piemērota visiem studentiem un tiek īstenota saskaņā ar apstiprinātām procedūrām.
8. Darbojas procedūra studentu apelāciju izskatīšanai. (<https://www.aika.lv/wp-content/uploads/2018/02/Informat%C4%ABvs-anal%C4%ABtisks-zi%C5%86ojums-Studentcentr%C4%93tas-izgl%C4%ABt%C4%ABbas-pieej-augstskol%C4%81s-koled%C5%BE%C4%81s-Latvij%C4%81.pdf>)

2.4. Studējošo prakses sasaistes ar studiju programmā sasniedzamajiem studiju rezultātiem novērtējums

Prakse ir profesionālās augstākās izglītības neatņemama sastāvdaļa. Atbilstoši profesionālās augstākās izglītības bakalaura studiju programmas „Sabiedrisko attiecību un reklāmas menedžments” prasībām studentiem ir paredzēta prakse 26 kredītpunktu apjomā.

Prakses laikā students studijuursos apgūtās zināšanas un prasmes nostiprina reālā darba vidē, kā arī attīsta tās spējas un kompetences, kuru apgūšana tikai studijuursos ietvaros vien būtu nepietiekoša. Piemēram, *spēju vadīt savu, padotībā esošu speciālistu vai darba grupas darbu, spēju patstāvīgi pieņemt lēmumus, izpratni par komunikācijas nozīmi organizācijas vadībā un mārketiņgā, spēju identificēt komunikatīva rakstura problēmas, spēju patstāvīgi pilnveidot savu profesionālo kvalifikāciju.*

Sabiedrisko attiecību un reklāmas menedžmenta studenti studiju laikā kārto:

Reklāmas/sabiedrisko attiecību prakse- 3 KP (4.5 ECTS). Prakses mērķis ir attīstīt prasmi ar visefektīvākajiem paņēmiņiem novadīt informāciju vispievilcīgākajā veidā par precī vai pakalpojumu līdz potenciālajam patērētājam.

Reklāmas/sabiedrisko attiecību kampaņu vadīšanas prakse -2 KP (3 ECTS). Mērķis -veidot vadīšanas prasmes un iemaņas. Apgūt prasmi strādāt ar cilvēkiem, tos vadīt, kā arī darboties kolektīvā kopīga mērķa sasniegšanai, izpildīt dažādus organizatoriskus pienākumus saistībā ar kāda pakalpojuma vai produkta reklamēšanu.

Profesionālā prakses kopējais apjoms ir 13 KP (19,5 ECTS). Mērķis apgūt profesionālās darbības iemaņas reālos darba apstākļos, nostiprinot studiju programmai atbilstošu kompetenci profesionālo uzdevumu formulēšanā un risināšanā.

Profesionālās prakses I etaps- 5 KP (7,5 ECTS). Prakses laikā studenti iepazīstas ar uzņēmumu, tā darbību, nodaļas, kura organizē uzņēmuma iekšējo un ārējo komunikāciju, darbu. Tajā pašā laikā, iepazīstot organizācijas darbību, studenti piedalās sabiedrisko attiecību vai reklāmas pasākumos, projektos/kampaņās, ko veic uzņēmums. Profesionālās prakses II etaps- 8 KP (12 ECTS). Prakses laikā studenti iepazīstas ar uzņēmumu, tā darbību, nodaļas, kura organizē uzņēmuma iekšējo un ārējo komunikāciju, darbu. Prakses laikā studenti ne tikai piedalās sabiedrisko attiecību/reklāmas aktivitātēs, projektos / kampaņās, ko veic organizācija, bet arī profesionāli novērtē katru paveikto soli, izstrādāto projektu, kā arī piedāvā iespējamus veidus, kā palielināt uzņēmuma sabiedrisko attiecību / reklāmas efektivitāti.

Pirmsdiploma prakse -8 KP (12 ECTS). Prakses mērķis apgūt spēju patstāvīgi iegūt informāciju un sagatavot to lietošanai bakalaura darba izstrādē.

Studiju programmā paredzētās prakses var notikt jebkurā nozares uzņēmumā.

Ja students jau strādā kādā uzņēmumā, viņš var izvēlēties šo uzņēmumu kā savu prakses vietu. Galvenais kritērijs prakses vietas piemērotībai studiju programmai ir prakses laikā veicamie uzdevumi. Tiem noteikti jābūt saistītiem ar studenta izvēlēto kvalifikāciju, attiecīgi ar reklāmu vai sabiedriskajām attiecībām. Papildu prakses vietas nodrošina ilgtermiņa sadarbības līgumi starp RISEBA un dažādiem plašsaziņas līdzekļiem, valsts institūcijām, privātiem uzņēmumiem, sabiedriskā labuma organizācijām (Piemēram, SIA Cabot Latvia, SIA PROFI LOGISTICS, Latvijas Asociāciju sabiedrisko attiecību profesionāļi, u.c.).

Studenta veikums prakses laikā ir jāaizstāv pie komisijas. Prakses aizstāvēšana ir publiska. Prakse tiek vērtēta ar atzīmi 10 ballu sistēmā.

Prakses laikā studentam tiek nozīmēts prakses vadītājs no uzņēmuma, kurā students praktizējas, un arī no augstskolas puses. Augstskolas nozīmētā prakses vadītāja uzdevums ir sniegt konsultatīvu atbalstu studentam prakses laikā prakses ietvaros izvirzīto uzdevumu sasniegšanai.

2.5. Studējošo noslēgumu darbu tēmu analīze un novērtējums

Studējošie noslēguma darba tēmas izvēlas atbilstoši Reklāmas un sabiedrisko attiecību katedrā apstiprinātajiem bakalaura darba tēmu virzieniem. Skatīt 2.1. tabulu.

2.1. tabula

Bakalaura darba pētījuma virzieni 2017./2018. studiju gadā

N.p.k.	Bakalaura darba pētījuma virzieni
1.	Sociālā reklāma un tās izmantošana organizācijas mērķu sasniegšanā
2.	Komercreklāma un tās izmantošana organizācijas mērķu sasniegšanā
3.	Organizācijas/produkta virzīšana tirgū
4.	Pārdošanas veicināšana
5.	Organizācijas/produkta pozicionēšanas stratēģija/paņēmieni
6.	Mediju plānošana
7.	Organizācijas tēls un tā veidošana
8.	Organizācijas korporatīvais tēls un tā veidošana
9.	Organizācijas kultūra
10.	Sabiedriskās attiecības organizācijas iekšējās komunikācijas aspektā
11.	Sabiedriskās attiecības organizācijas ārējās komunikācijas aspektā
12.	Mediju uzmanības piesaistīšana
13.	Sadarbības veidošana ar masu medijiem
14.	Stratēģiskā komunikācija
15.	Krīzes komunikācija
16.	Zīmola komunikācija
17.	Komunikācijas ētika
18.	Komunikācijas satura veidošana
19.	Pircēju uzvedība tirgū
20.	Pirkuma lēmuma pieņemšana
21.	Patērētāju attieksmes veidošana

Valsts pārbaudījumu komisija ir atzinusi, ka studentu izvēlētās bakalaura darba tēmas ir mūsdienīgas, aktuālas darba tirgū un atbilst studiju programmas mērķiem. Noslēguma darbu kvalitāte tiek vērtēta kā atbilstoša augstskolas izvirzītajām prasībām un programmas uzstādījumiem. Tomēr Valsts pārbaudījumu komisija ir norādījusi arī uz vairākiem trūkumiem noslēguma darbos, proti, nepietiekošs akadēmisko avotu izmantojums, vāja mērķgrupas analīze, atsevišķos gadījumos vērojams zīmola vērtību un pozicionējuma trūkums. Noslēguma darbu kvalitātes pilnveidošanai komisija iesaka pievērst lielāku uzmanību patērētāju analīzei, vairāk izmantot oriģināldarbus, piestrādāt pie zīmola vērtību un radošā risinājuma sasaistes.

2017./2018. studiju gadā vidējais bakalaura darbu novērtējums ir 7 balles.

2.6.Studējošo aptauju rezultātu analīze

Mācību procesa norises efektīvākai izvērtēšanai pēc katra kursa novadīšanas studējošie tiek aptaujāti, lai uzzinātu viņu viedokli gan par konkrētā studiju kursa nozīmīgumu un apjoma pietiekamību programmas ietvaros, gan pasniegšanas efektivitāti. Šī atgriezeniskā saite ļauj programmas direktoram savlaicīgi konstatēt mācībspēku un studējošo sadarbības līmeni, kā arī vērtēt kursa pasniegšanas kvalitāti, un vajadzības gadījumā lemt par nepieciešamajiem uzlabojumiem vai izmaiņām.

Dienas un nepilna laika vakara nodaļu studējošo aptaujas rezultāti par 2017./2018. studiju gadu.

Studiju kursu vērtējums ir skalā no 0-5, kur 5 atbilst visaugstākajam vērtējumam un 0-viszemākajam. Studiju kursus studējošie vērtēja pēc 11 parametriem, kuri raksturo studiju kursa saturu, studiju kursa nozīmīgumu, izdales materiālu kvalitāti, mācību procesa organizēšanu. Studējošo vērtētos kursus var iedalīt 5 blokos: sabiedriskās attiecības, reklāma, kursi komunikācijā, vispārizglītojošie, nozares teorētiskie un informācijas tehnoloģiju kursi. Jāatzīmē, ka aptaujas anketu aizpildīšanas aktivitāte 2017./2018. studiju gadā kopumā vērtējama kā zema. Daudziem studiju kursiem aptaujas anketas aizpildīja tikai 1-3 studējošie, un tās turpmākajā aptaujas rezultātu apkopojumā nav ņemtas vērā. Informācija pamatā ir apkopota tikai par tiem studiju kursiem, kuros aptaujas anketas ir aizpildījuši 25% studējošo, atsevišķos gadījumos vismaz 4 studējošie. Studējošie augstu ir novērtējuši sabiedrisko attiecību bloka kursus. Kopējais vidējais vērtējums 4,58 balles. Skatīt 2.2. tabulu.

Sabiedrisko attiecību studiju kursu novērtējums

Vērtēšanas parametri	Vidējais, balles
daudz jauna uzzinājis/iemācījies	4.53
studenti informēti par saturu, prasībām kritērijiem	4.60
kurss nodrošināts ar nepieciešamo literatūru un materiāliem	4.43
viela izklāstīta viegli un saprotami, uzsverot galveno	4.70
studentam iespējams uzdot jautājumus un piedalīties diskusijā	4.83
nodarbību sākums un beigas tiek precīzi ievērotas	4.58
efektīvi izmantoja e.riseba.lv platformu	4.12
rosināja domāt analītiski	4.60
skaidrojums par darbiem un novērtējumu	4.70
konsultācijas ārpus nodarbībām	4.83
ieteiktu draugam	4.47

Sabiedrisko attiecību kursu blokā tika vērtēti sekojoši studiju kursi: *sabiedrisko attiecību taktika, tekstveide sabiedriskajās attiecībās, ievads sabiedriskajās attiecībās*. Visi 11 parametri kopumā tiek labi novērtēti. Visaugstāk tiek vērtēta iespēja uzdot pasniedzējam jautājumus nodarbību laikā un piedalīties diskusijā un iespēja konsultēties ar mācībspēkiem ārpus nodarbību laika (vid. 4,83). Augstu tiek vērtēts arī vielas izklāsts un tā saprotamība (vid. 4,70). Tikpat augstu tiek vērtēta iespēja saņemt skaidrojumu par izpildītajiem darbiem. Nedaudz zemāk, bet kopumā labi (vid. 4,60), tiek vērtēta studentu rosināšana domāt analītiski un informēšana par kursu saturu, prasībām un termiņiem. Viszemāk ir tikusi novērtēta e.riseba.lv platformas izmantošana nodarbībās (vid. 4,12). Viszemāk dienas nodaļas krievu plūsmas studenti ir novērtējuši tādu kursu kā *tekstveide sabiedriskajās attiecībās* (vid. 4,32). Viszemāk šajā kursā studenti ir novērtējuši e.riseba.lv platformas izmantošana nodarbībās (vid. 3,75). Zemais vērtējums pamatā saistīts ar prezentāciju un pārbaudījumu neievietošanu studentiem pieejamajā augstskolas informatīvajā sistēmā.

Visaugstāk no sabiedrisko attiecību kursiem tiek vērtēts studiju kurss *ievads sabiedriskajās attiecībās*. Lielākās daļas kritēriju vidējais vērtējums ir 4,6 balles un augstāk.

Reklāmas studiju kursu novērtējums

Vērtēšanas parametri	Vidējais, balles
daudz jauna uzzinājis/iemācījies	4.51
studenti informēti par saturu, prasībām kritērijiem	4.49
kurss nodrošināts ar nepieciešamo literatūru un materiāliem	4.40
viela izklāstīta viegli un saprotami, uzsverot galveno	4.26
studentam iespējams uzdot jautājumus un piedalīties diskusijā	4.79
nodarbību sākums un beigas tiek precīzi ievērotas	4.60
efektīvi izmantoja e.riseba.lv platformu	3.96
rosināja domāt analītiski	4.53
skaidrojums par darbiem un novērtējumu	4.53
konsultācijas ārpus nodarbībām	4.39
ieteiktu draugam	4.44

Reklāmas kursu blokā tika vērtēti sekojoši studiju kursi: *ievads reklāmā, jaunrades process un netradicionālas/reklāmas sabiedrisko attiecību kampaņas*. Skatīt 2.3. tabulu.

Reklāmas bloka kursu kopējais vidējais vērtējums ir zemāks kā sabiedrisko attiecību bloka kursiem (4,44 balles). Augstu tiek vērtēta iespēja uzdot pasniedzējam jautājumus nodarbību laikā un piedalīties diskusijā (vid. 4,79). Studenti augstu ir novērtējuši arī nodarbību organizēšana, t.i. nodarbību sākuma un beigu precīzu ievērošanu (vid. 4,60). Tāpat augstu tiek novērtēta studentu rosināšana domāt analītiski un novērtējuma un skaidrojuma saņemšana par kursa apguves laikā veiktajiem pārbaudes darbiem (vid. 4,53).

No reklāmas bloka kursiem studējošie visaugstāk ir novērtējuši studiju kursu *netradicionālas/reklāmas sabiedrisko attiecību kampaņas*. Visi 11 kursa vērtēšanas kritēriji ir novērtēti ar 5 ballēm.

Reklāmas kursu blokā viszemāk ir ticis novērtēts studiju kurss *ievads reklāmā* (parametri-*ieteiktu draugam, daudz jauna uzzinājis/iemācījies, viela izklāstīta viegli un saprotami, uzsverot galveno, konsultāciju iespējamība ārpus nodarbībām, kursa nodrošināšana ar nepieciešamo literatūru un e-riseba platformas izmantošana* vidēji tiek

vērtēti ar 3,71 balli). Šajā gadījumā parametru ieteikt draugam nevarētu īsti saistīt ar kursa nozīmīgumu studiju programmā, drīzāk ar esošā kursa praktisko īstenošanu, jo aptaujas anketās studējošie norādīja uz atšķirīgas terminoloģijas lietošanu nodarbībās, stāstot par vienu un to pašu tematu. No 2018./2019. studiju gada kursa *ievads reklāmā* docēšana ir uzticēta citam mācībspēkam.

2.4. tabula

Komunikācijas studiju kursu novērtējums

Vērtēšanas parametri	Vidējais, balles
daudz jauna uzzinājis/iemācījies	4.00
studenti informēti par saturu, prasībām kritērijiem	4.10
kurss nodrošināts ar nepieciešamo literatūru un materiāliem	3.91
viela izklāstīta viegli un saprotami, uzsverot galveno	4.06
studentam iespējams uzdot jautājumus un piedalīties diskusijā	4.49
nodarbību sākums un beigas tiek precīzi ievērotas	4.54
efektīvi izmantoja e.riseba.lv platformu	3.58
rosināja domāt analītiski	4.02
skaidrojums par darbiem un novērtējumu	4.00
konsultācijas ārpus nodarbībām	4.11
ieteiktu draugam	3.83

Komunikācijas kursu blokā tika vērtēti sekojoši studiju kursi: *neverbālā komunikācija, ievads masu komunikācijas teorijā, postindustriālās sabiedrības attīstība, žurnālistikas pamati, vizuālās komunikācijas pamati, lietišķā etiķete un protokols, masu komunikācijas procesu tiesiskie aspekti*. Skatīt 2.4. tabulu.

Komunikācijas priekšmetu bloka kursu kopējais vidējais vērtējums ir ievērojami zemāks kā reklāmas un sabiedrisko attiecību virziena kursiem (4,06 balles). Visaugstāk tiek vērtēta nodarbību sākuma un beigu precīza ievērošana (vid. 4,54) un iespēja uzdot pasniedzējiem nodarbību laikā jautājumus un piedalīties diskusijā (vid. 4,49).

Augstu tiek vērtēta informēšana kursa sākumā par kursa saturu, prasībām un termiņiem (vid. 4,10).

Tajā pašā laikā viszemāk ir tikusi vērtēta *e-riseba platformas izmantošana nodarbībās* (vid. 3,58 balles), bet no analizētajiem studiju kursiem viszemāk ir ticis novērtēts *vizuālās komunikācijas pamatu kurss* (vid. 3.08 balles), kas arī ir stipri pazeminājis komunikācijas bloka priekšmetu kritēriju vidējās vērtības. Tomēr neskatoties uz zemo vērtējumu, studenti ir snieguši vairākus pozitīvus komentārus- *praktisks kurss, ļoti patika nodarbības fotostudijā, lielisks kurss, ļoti informatīvs un interesants*. Ar mācībspēku tika pārrunāti zemāk novērtētie parametri, tādi kā, *kursa nodrošināšana ar nepieciešamo literatūru un materiāliem un saņemto vērtējumu skaidrojums par kursa laikā veiktajiem darbiem*.

Savukārt, par *žurnālistikas pamatu* kursa pasniedzēju viens no studentiem ir uzrakstījis komentāru “vislabākais pasniedzējs, kuru esmu satīcis augstskolā”.

2.5. tabula

Vispārizglītojošie studiju kursu novērtējums

Vērtēšanas parametri	Vidējais, balles
daudz jauna uzzinājis/iemācījies	4.57
studenti informēti par saturu, prasībām kritērijiem	4.81
kurss nodrošināts ar nepieciešamo literatūru un materiāliem	4.69
viela izklāstīta viegli un saprotami, uzsverot galveno	4.32
studentam iespējams uzdot jautājumus un piedalīties diskusijā	4.84
nodarbību sākums un beigas tiek precīzi ievērotas	4.84
efektīvi izmantoja e.riseba.lv platformu	4.65
rosināja domāt analītiski	4.55
skaidrojums par darbiem un novērtējumu	4.50
konsultācijas ārpus nodarbībām	4.57
ieteiktu draugam	4.38

Vispārizglītojošo kursu blokā tika vērtēti sekojoši studiju kursi: *mūsdienu latviešu valodas aktualitātes komunikācijas aspektā, sociālā psiholoģija, filozofija, darba tiesības un darba aizsardzība, komercdarbības tiesiskie aspekti, biznesa komunikācija (angļu val.), grāmatvedība*. Skatīt 2.5. tabulu.

Vispārizglītojošo kursu kopējais vidējais vērtējums ir visaugstākais (4,61 balle).

Visaugstāk studējošie novērtē iespēju *uzdot pasniedzējam jautājumus nodarbību laikā un piedalīties diskusijā* (vid. 4, 84 balles) un *nodarbību sākuma un beigu laika precīzu ievērošanu* (vid. 4,84), un *informētību par kursa saturu un prasībām kritērijiem* (vid. 4, 81 balles). Nedaudz zemāk tiek novērtēta *nepieciešamās literatūras un materiālu pieejamība* studiju kursā (4.69 balles).

Viszemāk tiek vērtēta kursa nozīmība, kritērija *ieteiktu draugam* vidējais vērtējums ir 4,38 balles.

Vispārizglītojošo priekšmetu bloka kursu kopējais vidējais vērtējums 4,61 balle, noteikti ir pozitīvi vērtējamās fenomens, jo parasti studējošie vispārizglītojošos kursus vērtē zemāk kā specializācijas kursus, nesaskatot un neizprotot to nozīmīgumu un nepieciešamību studiju programmas apgūvē.

2.6. tabula

Nozares teorētisko un informācijas tehnoloģiju studiju kursu novērtējums

Vērtēšanas parametri	Vidējais, balles
daudz jauna uzzinājis/iemācījies	4.24
studenti informēti par saturu, prasībām kritērijiem	4.53
kurss nodrošināts ar nepieciešamo literatūru un materiāliem	3.92
viela izklāstīta viegli un saprotami, uzsverot galveno	4.04
studentam iespējams uzdot jautājumus un piedalīties diskusijā	4.87
nodarbību sākums un beigas tiek precīzi ievērotas	4.68
efektīvi izmantoja e.riseba.lv platformu	4.82
rosināja domāt analītiski	4.20
skaidrojums par darbiem un novērtējumu	4.38
konsultācijas ārpus nodarbībām	4.63
ieteiktu draugam	4.15

Nozares teorētisko un informācijas tehnoloģiju kursu blokā tika vērtēti sekojoši studiju kursi: *ievads zinātniskā pētniecībā, datorgrafikas pamati, jaunās informācijas (mediju) tehnoloģijas, valsts pārvalde*. Nozares teorētisko un informācijas tehnoloģiju kursu bloks ir kopumā augstu novērtēts studiju kursu bloks (vid. 4,41 balle). Skatīt 2.6. tabulu.

Visaugstāk tiek vērtēta iespēja *uzdot pasniedzējam jautājumus nodarbību laikā un piedalīties diskusijā* (vid. 4,87). Gandrīz tikpat augstu tiek vērtēta *e-riseba platformas izmantošana* (vid. 4,82).

Nedaudz zemāk tiek novērtēta nodarbību organizēšana, t.i., *nodarbību sākuma un beigu precīza ievērošana* (vid. 4,68).

Ceturtais visaugstāk novērtētais parametrs ir iespēja *saņemt pasniedzēja konsultāciju ārpus nodarbībām* (vid. 4,63).

Šajā kursu blokā viszemāko novērtējumu ir saņēmis kurss *jaunās informācijas (mediju) tehnoloģijas* no dienas nodaļas krievu plūsmas studentiem (vid. 3.40 balles). Ar minētā kursa mācībspēku tika veiktas vairākkārtīgas pārrunas par kursa satura un organizēšanas uzlabošanu. Ņemot vērā zemo kursa novērtējumu 2017./2018. studiju gadā, kā arī saņemtās studentu sūdzības 2018./2019. studiju gadā, tika nolemts no 2019./2020. studiju gada sadarbību ar konkrēto mācībspēku pārtraukt.

Minētais kurss ir saņēmis arī viszemākos vērtējumus vairākās pozīcijās *ieteiktu savam draugam* (vid. 2,40 balles), *kurss bija nodrošināts ar nepieciešamo literatūru un materiāliem* (2,2 balles) un *esmu iemācījies/uzzinājis daudz jauna šī kursa ietvaros* (vid. 2,6 balles).

Komentāros studenti norāda uz praktisku darbu trūkumu studiju kursā.

Visaugstāko vidējo novērtējumu ir saņēmis no dienas nodaļas krievu plūsmas studentiem studiju kurss *ievads zinātniskajā pētniecībā*, kur anketu aizpildījušie studenti visus kritērijus ir novērtējuši ar 5 ballēm.

Studējošo aptaujas rezultātu analīze, palīdz programmas administrācijai saskatīt kritiskos momentus studiju programmas realizācijā. Viszemāk novērtēto kursu saturs un mācīšanas metodes tiek pārskatītas un attiecīgi koriģētas.

2.7. Absolventu un darba devēju aptauju rezultātu analīze

Pārskata perioda laikā, tika veikta studiju programmas absolventu aptauja. Tika iegūtas 36 absolventu atbildes, no kuriem 7 augstskolu ir absolvējuši 2017./2018. studiju gadā.

Absolventiem tika uzdoti vairāki jautājumi:

- kāpēc izvēlējās studēt tieši šajā studiju programmā;
- kas studiju procesā bija pozitīvs/negatīvs
- vai pēc augstskolas absolvēšanas strādā;
- vai strādā iegūtajā specialitātē;
- vai ir ieinteresēts turpmākajā sadarbībā ar augstskolu;

- absolventiem tika lūgts nosaukt arī uzņēmuma (kurš absolventam pieder vai kurā viņš pašlaik strādā) un pašreizējā amata līmeni.

Uz jautājumu “Kāpēc izvēlējāties studēt tieši šajā studiju programmā?” absolventu lielākā daļa ir izvēlējusies atbildes variantu “Mani interesēja izvēlētais studiju virziens”, vēl biežāk tika izvēlēti tādi atbilžu varianti kā “profesionāli un zinoši mācībspēki” un “augstskolas prestižs”.

Gandrīz visi aptaujātie absolventi strādā Latvijā, izņemot vienu, kurš ir norādījis, ka strādā Itālijā. Nozaru klāsts, kurās strādā absolventi ir plašs, tomēr pārsvarā dominē pakalpojumu sniedzējas nozares, tādas kā *izmitināšanas un ēdināšanas pakalpojumi, informācijas un komunikācijas pakalpojumi, valsts pārvalde un aizsardzība, obligātā sociālā apdrošināšana*. Jāatzīmē, ka lielākā daļa absolventu ir izvēlējušies atbildes variantu “*citi pakalpojumi*”, ar ko visdrīzāk, atbilstoši studiju programmai, ir domājuši mārketinga pakalpojumus.

Ekonomiskās situācijas stabilizēšanās valstī nedaudz palielinājusi pieprasījumu pēc sabiedrisko attiecību un reklāmas speciālistiem. Pēc studiju beigšanas specialitātē strādā 58 % aptaujāto absolventu.

No aptaujātajiem absolventiem 36 % jau šajā laikā ir izdevies izveidot karjeru, un viņi strādā kā vidējā līmeņa vadītāji (nodaļas vai struktūrvienības vadītājs, utt.), bet 8% aptaujāto ir norādījuši, ka strādā par augstākā līmeņa vadītājiem.

Aptaujas anketa paredzēja arī novērtēt studiju programmas realizēšanu pēc vairākiem kritērijiem. Visaugstāk aptaujātie absolventi ir novērtējuši *studiju daļas atbalstu, augstskolas tehnisko nodrošinājumu, attieksmi pret studējošo un studiju vidi augstskolā*, kā arī augstu tiek novērtēta *mācībspēku profesionalitāte un zināšanas un studiju programmas kvalitāte*.

Viszemāk ir tikusi novērtēta *bibliotēkas resursu pietiekamība un iegūtās kvalifikācijas atbilstība veicamajiem darba pienākumiem*.

Uz bibliotēkas resursu nepietiekamību ir norādījuši arī akreditācijas eksperti. Līdz ar to 2017./2018. studiju gadā, tāpat kā iepriekšējos studiju gados, tika mērķtiecīgi strādāts pie bibliotēkas resursu papildināšanas.

Kritēriju *Iegūtās kvalifikācijas atbilstība veicamajiem darba pienākumiem* ar “vāji” un “apmierinoši” vērtēja 14 no aptaujātajiem 36 absolventiem. Tomēr šāda vērtējuma patiesums ir zināmā mērā apšaubāms, jo 8 no 14 aptaujātajiem, kuri zemu novērtēja minēto kritēriju, vai nu nestrādā specialitātē, vai ir bezdarbnieki.

Tajā pašā laikā būtu jāveic pamatīgāka tirgus analīze, jāpēta absolventu veicamo darba pienākumu un to izpildei nepieciešamo prasmju un kompetenču atbilstība profesijas

standartu prasībām, jāpēta darba devēju gaidas no reklāmas un sabiedrisko attiecību vadītājiem.

Aptaujātie absolventi kā pozitīvu studiju procesā ir atzīmējuši *pasniedzēju profesionalitāti, lielo un daudzveidīgo praktisko uzdevumu klāstu, piedāvātās prakses iespējas, pasniedzēju atsaucību, reālu reklāmas kampaņu organizēšanu.*

Kā negatīvus momentus aptaujātie absolventi atzīmē nepietiekošu zināšanu sniegšanu vairākās profesijai nozīmīgās jomās (*piemēram, par reālu mediju darbību, digitālo mārketingu, reklāmas izstrādi un saskaņošanu*) un ierosina iekļaut *vairāk praktisku uzdevumu, vairāk prakšu, paredzēt ekskursijas uz uzņēmumiem, aģentūrām.*

Jāatzīmē, ka studijuursos ir iekļautas visas minētās tēmas (*mediju darbība, digitālais mārketingu, reklāmas izstrāde un saskaņošana*).

Ņemot vērā absolventu aptaujas rezultātus, 2018./2019. studiju gadā ir uzsākts darbs pie jauna studiju kursa “Reklāmas idejas izstrāde” sagatavošanas. No 2019./2020. studiju gada “Reklāmas idejas izstrādes” kurss tiks ieviests studiju programmā reklāmas virziena studentiem.

Tiek strādāts pie jaunu studiju kursu digitālajā mārketingā iekļaušanu studiju programmā no 2019./2020. studiju gada.

Reklāmas izstrāde un saskaņošana detalizēti tiek skatīta caur vides reklāmas izstrādi studiju kursā “Vides reklāma. Teorija un prakse”. Pagaidām gan tikai krievu plūsmas studentiem. Ieskats reklāmas izstrādes un saskaņošanas regulējošā likumdošanā tiek sniegts studiju kursā “Masu komunikācijas procesu tiesiskie aspekti”. Ņemot vērā absolventu aptaujas rezultātus, tiek strādāts pie studiju kursa “Masu komunikācijas procesu tiesiskie aspekti” saturiskām izmaiņām, lielāku vērību turpmāk veltot reklāmas izstrādei un saskaņošanai.

78% aptaujāto absolventu ir atzīmējuši, ka rekomendētu radiem, draugiem paziņām savu absolvēto studiju programmu, kas apliecina, ka absolventi kopumā ir augstu novērtējuši studiju laikā iegūtās zināšanas un prasmes izvēlētajā specialitātē.

Par pozitīvu attieksmi pret programmu un augstskolu liecina arī 72% aptaujāto absolventu interese sadarboties ar augstskolu arī turpmāk.

2017./2018. studiju gadā tika aptaujāti 40 darba devēji no dažādām nozarēm: ražošanas sfēras, no vairumtirdzniecības un mazumtirdzniecības, no nekustamajiem īpašumiem, sabiedriskās ēdināšanas sfēras, izglītības sfēras, pašvaldībām, mobilo telefonu operatoriem, nebanku kredītētājiem, konsultāciju birojiem, izdevniecībām, medijiem, kā arī reklāmas un dizaina aģentūrām. No tā var secināt, ka reklāmas un sabiedrisko attiecību

speciālistiem ir ļoti plašs darba lauks un lielas iespējas atrast darbu visdažādākajās jomās savā specialitātē.

Pieņemot studentu strādāt savā uzņēmumā, darba devēji kā vissvarīgāko atzīst studentu *zināšanu līmeni* un *spēju augstskolā iegūtās teorētiskās zināšanas izmantot praksē*. Daži respondenti anketās ir piezīmējuši, ka vēlams būtu *iepriekšējā darba pieredze* un *praktiskās iemaņas*. Šī vēlme ir saprotama, taču augstskolas laikā nav iespējams sagatavot studentus tā, lai viņiem būtu tādi pati pieredze, kā uzņēmumu darbiniekiem, kuri tur strādā gadiem. Nākamais, kas darba devējiem licies ļoti svarīgi, pieņemot studentus praksē, ir viņu *uzticamība*. Arī programmas vadība uzskata, ka studentiem jāsniedz maksimāli daudz zināšanu, kas būs nepieciešamas viņu darbā. Uzticamības novērtēšana rāda, cik lielu nozīmi darba devēji pievērš ētikas jautājumiem, lojalitātes veidošanai.

RISEBA praktikanu vērtējums ir augsts. Neviens students nevienā kritērijā nav novērtēts negatīvi. 42,9% darba devēju topošo speciālistu *zināšanu līmeni* profesijā vērtē kā ļoti labu, 57,1% kā labu, neviens no darba devējiem praktikanu zināšanas nav novērtējis kā daļēji pietiekamas vai nepietiekamas. Tomēr *zināšanu līmenis* ir viszemāk vērtētais kritērijs, bet kopumā tas ir augsts rādītājs un parāda, ka mācību process notiek tā, lai darba devēju pieprasījums tiktu apmierināts. *Attieksmi pret prakses pienākumu izpildi* darba devēji vērtē ļoti augsti, 88,1% kā ļoti labu, kā labu – 11,9%. Tas viennozīmīgi ir ļoti būtisks RISEBA studentu raksturojums, jo parāda viņu attieksmi ne tikai pret prakses pienākumiem, bet arī pret mācībām kopumā. Augstu tiek vērtēta praktikanu *spēja pilnveidoties*: ļoti laba – 83,3%; laba – 16,7%. Iepriecina, ka studentiem nav problēmu iekļauties darba kolektīvā, komunicēt ar kolēģiem, partneriem un klientiem (*komunikācijas prasmes* ļoti labi vērtē – 85,7%; labi 11,9%), tikai par vienu studējošo ir dots vērtējums, ka viņa komunikācijas prasmes ir daļēji pietiekamas. Arī *iniciatīvas* trūkumu RISEBA studentiem prakses laikā nevar pārnest – 90,5% gadījumu tā novērtēta kā ļoti laba, 7,1% kā laba, tikai 1 gadījumā darba devējs vēlēties, lai tā būtu lielāka. Visaugstākais rādītājs ir praktikanu *atbildības sajūta* – 95,2% ir bijuši ļoti atbildīgi, 4,8 % vērtēti kā atbildīgi. Nedaudz augstāk par *zināšanu līmeni* tiek vērtēta praktikanu *kopējā sagatavotība darba tirgus prasībām*. Kā ļoti labu to vērtē 52,4% darba devēju, kā labu – 42,8%. Divi darba devēji praktikanu sagatavotību darba tirgus prasībām ir novērtējuši kā daļēji pietiekamu. *Praktikanu radošums* tiek augstu vērtēts. Ļoti labs tas ir bijis 78,6% studentu, bet pārējiem labs. No visiem praktikantiem sagaidīt izcilas spējas visos kritērijos, protams, nav iespējams. Daudz ko nosaka studiju kursus apgūtās zināšanas un prasmes, tomēr lielā mērā to nosaka arī cilvēka rakstura īpatnības.

Darba devējiem prakšu vietās ir arī ļoti daudz ierosinājumu, kas jāuzlabo RISEBA mācību programmās, lai topošo speciālistu sagatavošana būtu efektīvāka. Pirmkārt, piektā daļa respondentu uzsver, ka teorijai ir vairāk jābūt saistītai ar praksi, ko var darīt dažādos veidos – reāli dzīvē iepazīstot konkrētus uzņēmumus, aicinot praktiķus, tajā skaitā arī ārzemju speciālistus uz augstskolu, praksi sākt organizēt agrākosursos. Izskan arī doma, ka studentiem patstāvīgi vairāk jālasa jaunākā literatūra savā profesijā, nepieciešams vairāk pašizglīties konkrētajā nozarē. Diemžēl parādās arī atsevišķs vēlējums valodu jomā: uzlabot valsts valodas zināšanas. Vairāki prakšu vietu vadītāji reklāmas menedžmenta virzienā iesaka lielāku uzmanību mācību procesā pievērst grafiskā dizaina programmu apguvei (Adobe Photoshop un Illustrator). Darba devēji aicina pievērst pastiprinātu vērību kreativitātes, digitālā mārketinga prasmju un jaunāko tehnoloģiju un paņēmieni reklāmas jomā apgūšanai. Tāpat parādās arī ierosinājums studentiem mācīties labāk prezentēt savus darbus un sevi pašu. Divi darba devēji iesaka studentiem veidot labākas komunikācijas prasmes ar uzņēmumiem.

No 42 darba devējiem 40 atzīst, ka students, kas bija praksē, būtu noderīgs viņa uzņēmumā. Pārējie 2 izvēlējušies atbildes variantu – nevaru novērtēt.

Iepriecina darba devēju vērtējums par praktikantiem, aptaujas anketā uzrakstīts ļoti daudz uzslavas vārdu, laba vēlējumu un pārliecība par topošo speciālistu nākotnes izredzēm. Piemēram: praktikanta zināšanas šajā jomā ir pietiekami augstā līmenī, lai turpinātu sekmīgu pašattīstību un konkurētu darba tirgū, novērtējam prakses laikā ieguldīto darbu, laikā un godprātīgi pildīja visus prakses uzdevumus, zinātkāra, bija patīkami sastrādāties, u.c. Kopumā novērtējot potenciālo darba devēju vērtējumu par RISEBA studentiem un uzzinot, viņuprāt, vēlamā darbinieku portretu, var secināt, ka topošo sabiedrisko attiecību speciālistu un reklāmas menedžeru sagatavošana noris pareizajā virzienā.

Tā kā gan absolventu, gan darba devēju aptaujās tika ieteikts paaugstināt prasmes digitālajā mārketingā, tiek strādāts pie jaunu studiju kursu digitālajā mārketingā iekļaušanu studiju programmā no 2019./2020. studiju gada.

Atiecībā uz darba devēju ieteikumu, ka teorijai ir vairāk jābūt saistītai ar praksi, jāatzīmē, ka pie tā tiek strādāts regulāri, iesaistot gan nozares praktiķus kā vieslektorus, gan uzdodot studentiem risināt reālus darba devēju uzdevumus gan prakses laikā, gan studijuursos.

Neskatoties uz to, ka programmā no 2016./2017. studiju gada ir palielināts datorgrafikas programmu apgūšanai paredzētais KP apjoms, vēl joprojām aptaujātie darba devēji norāda uz nepietiekošām studentu prasmēm strādāt ar datorgrafikas programmām.

Programmas vadība strādā pie studentu datorgrafikas prasmju paaugstināšanas. Konkrēti tiek meklēti risinājumi divos virzienos: izmantoto mācību metožu maiņa esošajos studijuursos un jaunu datorgrafikas kursu ieviešana studiju programmā.

2.8. Studiju programmas atbilstības valsts standartiem augstākajā izglītībā un profesiju standartam (ja piemērojams) novērtējums

RISEBA profesionālā bakalaura studiju programma „Sabiedrisko attiecību un reklāmas menedžments” atbilst 5. kvalifikācijas līmeņa *Sabiedrisko attiecību vadītāja (menedžera)* profesijas standartam (profesijas kods 2432 01). Profesionālā bakalaura studiju programma „Sabiedrisko attiecību un reklāmas menedžments” nodrošina sabiedrisko attiecību menedžera profesijas standartā noteikto zināšanu un prasmju apguvi. Atbilstoši profesijas standarta prasībām 2017./2018. studiju gadā programma ir papildināta ar jaunu studiju kursu “Darba tiesības un darba aizsardzība” 2 KP apjomā.

Profesionālā bakalaura studiju programma „Sabiedrisko attiecību un reklāmas menedžments” nodrošina *reklāmas vadītāja (menedžera)* profesijai noteikto zināšanu un prasmju apguvi atbilstoši Profesiju klasifikatora prasībām (profesijas kods 2431 02).

RISEBA profesionālā bakalaura studiju programma „Sabiedrisko attiecību un reklāmas menedžments” atbilst 2014. gada 26. augusta LR Ministru kabineta noteikumos Nr. 512 „*Noteikumi par otrā līmeņa profesionālās augstākās izglītības valsts standartu*” (turpmāk tekstā Valsts standarts) noteiktajam bakalaura programmas obligātajam saturam.

5. pielikumā norādītais Valsts standartā izvirzītās prasības profesionālajai augstākajai izglītībai un RISEBA bakalaura studiju programmas atbilstība šīm prasībām.

3. Studiju programmas resursi un nodrošinājums

3.1. Studiju programmas īstenošanā iesaistīto mācībspēku kvalifikācijas atbilstības studiju programmai novērtējums

Profesionālā bakalaura studiju programma „Sabiedrisko attiecību un reklāmas menedžments” ir ar profesionālu orientāciju, līdz ar to programmas īstenošanā tiek iesaistīti gan akadēmiski teorētiķi, gan speciālisti ar lielu praktisko pieredzi un autoritāti sabiedrisko attiecību, reklāmas, komunikācijas un mārketinga jomā. Studiju programmas īstenošanā iesaistīto mācībspēku akadēmiskā, profesionālā un pedagoģiskā pieredze nodrošina studiju programmas mērķu sasniegšanu.

Studiju programmas realizēšanā kopumā ir iesaistīti 50 docētāji. No tiem 21 (42% no kopskaita) ir RISEBA akadēmiskais personāls un 29 (58% no kopskaita) - pieaicinātie docētāji.

No studiju programmā iesaistītā **RISEBA** akadēmiskā personāla 9 (43%) ir zinātņu doktori un 12 (57%) ir ar akadēmisko maģistra grādu.

Studiju programma „Sabiedrisko attiecību un reklāmas menedžments” ir sociālā virziena programma. Programmā ir ietverti studiju kursi gan komunikācijas zinātnē, gan ekonomikas, politikas, vadībzinātnes un juridisko zinātņu nozarēs, gan socioloģijas, psiholoģijas un humanitāro zinātņu nozarēs.

Starp studiju programmas „Sabiedrisko attiecību un reklāmas menedžments” īstenošanā iesaistītiem zinātņu doktoriem, ir sociālo, politisko, juridisko, mākslas, kā arī ekonomikas, psiholoģijas un citu zinātņu nozaru doktori.

Kopumā programmas realizācijā ir iesaistīti 14 (28%) zinātņu doktori.

Raksturojot **RISEBA** akadēmisko personālu pēc akadēmiskajiem amatiem, 2 (9,5%) ir asociētie profesori, 6 (28,6%) ir docenti, 1 (4,8%) vadošā pētniece un 12 (57,1%) lektori.

Četri no studiju programmā iesaistītajiem docētājiem turpina studijas doktorantūrā (R. Ločmele-Luņova, A. Helde, P. Naidenko, J. Žakemo).

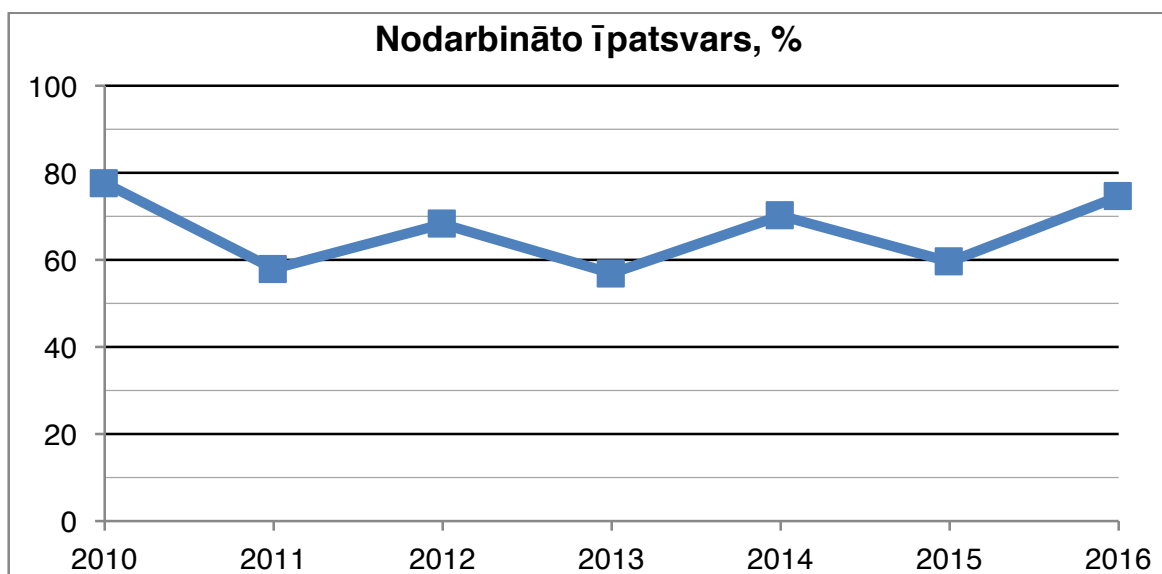
Studējošo un mācībspēku skaita attiecība 2017./2018. studiju gadā ir 331/50, t.i., vidēji uz 7 studentiem ir 1 mācībspēks.

Mācībspēku sadarbību studiju kursu/moduļu savstarpējās sasaistes nodrošināšanā realizē studiju programmas vadība. Saskaņā ar 2018./2019. studiju gadā veikto studiju kursu kartējumu mācībspēku sadarbībā tiks veiktas korekcijas studiju programmas studiju rezultātu labākai sasniegšanai.

4. Studiju programmas absolventu nodarbinātības perspektīvas

4.1. Studiju programmas absolventu nodarbinātības novērtējums

Centrālās statistikas pārvaldes (turpmāk tekstā CSP) veiktā „Sabiedrisko attiecību un reklāmas menedžmenta” studiju programmas 2010.-2016.gadu absolventu nodarbinātības izpēte rāda, ka vidējais absolventu nodarbinātības īpatsvars laika posmā no 2010.-2016. gadam ir 66,4 %, pie kam, kā redzams 6.1. attēlā, nodarbinātības īpatsvars atsevišķu gadu griezumā beidzēju vidū ir stipri atšķirīgs un svārstās robežās no 56,9% - 77,6%.



4.1.attēls. Studiju programmas “Sabiedrisko attiecību un reklāmas menedžments” absolventu nodarbinātības īpatsvars.

Kaut arī 2016. gadā absolventu nodarbinātība, salīdzinot ar iepriekšējo gadu ir ievērojami pieaugusi, sasniedzot nodarbinātības īpatsvaru 74,6%, tomēr 2010. gada absolventu nodarbinātības īpatsvars 77,6% turpmāko gadu laikā nav sasniegts. CSP veiktā absolventu nodarbinātības izpēte pēc profesiju pamatgrupām ļauj secināt, ka lielākā daļa nodarbināto absolventu strādā apgūtajā profesijā (61,4%), bet gandrīz piektā daļa no tiem (18,2%) ieņem vadošus amatus specialitātē (vadītāji vai vecākie speciālisti).

4.2.Studiju programmas absolventu nodarbinātības perspektīvas

Jāatzīmē, ka iepriekšējā sadaļā minētie CSP dati bez dziļākas nenodarbinātības cēloņu (bezdarbnieks, studiju turpināšana, emigrēšana no valsts, bērnu kopšanas atvaļinājums, u.c) analīzes neļauj izvirzīt pieņēmumu par absolventu nodarbinātības perspektīvu.

Par absolventu nodarbinātības perspektīvu liecina CVO Recruitment Latvia veiktā tirgus izpēte par pieprasītākajiem darbiniekiem Latvijā 2015. gadā. Izpētes rezultāti norāda, ka tieši sabiedrisko attiecību, mārketinga un pārdošanas speciālisti Latvijā ir vieni no pieprasītākajiem. Savukārt sabiedriskās attiecības, mārketinga un pārdošana ir jomas, kuras ir vispiemērotākās “Sabiedrisko attiecību un reklāmas menedžmenta” programmas beidzējiem. (<http://cvor.lv/darba-tirgus-zinas/pieprasitakie-darbinieki-latvija-2015-gada>).

Vēlāku gadu CVO Recruitment Latvia pētījumi par pieprasītākajiem darbiniekiem Latvijā publiski nav pieejami.

Izvērtējot absolventu nodarbinātības prognozi un perspektīvu atbilstoši *Informatīvajam ziņojumam par darba tirgus vidējām un ilgtermiņa prognozēm* var secināt,

ka tiek prognozēta nodarbināto skaita ar augstāko izglītību *Informācijas un komunikācijas zinātņu* jomā samazināšanās no 6.8 tūkstošiem 2016. gadā uz 6.3 tūkstošiem 2022. gadā un 5.6 tūkstošiem 2030. gadā.

(http://www.lm.gov.lv/upload/publikacijas/1/emzino_06_160616.pdf)

Tajā pašā laikā, ņemot vērā kopējo *Informācijas un komunikācijas zinātņu* virziena studējošo skaitu Latvijas augstskolās un ikgadējo programmas beidzēju skaitu, kas pēc Izglītības un zinātnes ministrijas pārskata datiem par Latvijas augstāko izglītību pēdējos pāris gados tikai nedaudz pārsniedz 300 absolventu gadā

(<http://www.izm.gov.lv/lv/publikacijas-un-statistika/statistika-par-izglitibu/statistika-par-augstako-izglitibu>), var prognozēt, ka absolventiem ir laba nodarbinātības perspektīva nākotnē.

Informatīvajā ziņojumā par darba tirgus vidējām un ilgtermiņa prognozēm tiek prognozēta strauja tirdzniecības un komercdarbības nozaru attīstība. Skatīt 4.1. tabulu.

4.1. tabula

Darbaspēka pieprasījuma izmaiņas pa nozarēm, tūkstošos
(http://www.lm.gov.lv/upload/publikacijas/1/emzino_06_160616.pdf)

Nozare	2015	2016	2022	2030	Starpība 2022-2015	Starpība 2022-2015
Tirdzniecība	159	162	170	169	10	10
Komercdarbība	170	173	186	197	16	27

Tirdzniecība ir viena no nozarēm, kur visvairāk ir nepieciešami tieši reklāmas un sabiedrisko attiecību speciālisti. Uzņēmumi, kuri pamatdarbība ir saistīta ar tirdzniecību, katru gadu piedāvā programmas studentiem prakses vietas, pēc tam bieži vien kļūstot par studentu (absolventu) darba vietām.

Komercdarbībā vienmēr būs nepieciešami speciālisti, kuriem būs prasmes *tirgus izpētē, mērķpircēja noteikšanā, organizācijas un tās piedāvāto preču vai pakalpojumu popularizēšanā, noieta veicināšanā, informācijas sagatavošanā par precēm vai pakalpojumiem, pārstāvēt organizāciju izstādēs, konferencēs un masu medijos, u.c.*

Savukārt, visas iepriekš uzskaitītās prasmes tiek apgūtas studiju programmā. Līdz ar to var secināt, ka programmā apgūtās prasmes un kompetences ir nepieciešamas šodien un būs nepieciešamas nākotnē. Tas dod pamatu prognozei, ka absolventu nodarbinātībai nākotnē ir stabila perspektīva.

4.3. Iepriekšējā studiju virziena akreditācijā saņemto ieteikumu ieviešana

2017./2018. studiju gadā, tāpat kā iepriekšējos studiju gados, tiek mērķtiecīgi strādāts pie ekspertu ieteikuma - *uzlabot studentu pieeju starptautiskajām datu bāzēm un*

papildināt bibliotēku ar jauniem, starptautiski atzītu, ekspertu darbiem, īpaši komunikācijas zinātnes un sabiedrisko attiecību jomā.

Bibliotēkas resursi tiek nepārtraukti papildināti atbilstoši katra semestra sākumā sastādītajam nepieciešamās literatūras sarakstam, katru gadu palielinās elektronisko datu bāžu abonēšanai paredzētais finansējums.

Pārskata periodā, tāpat kā iepriekšējos studiju gados, tiek īstenota aktīva mācībspēku pētnieciskā darbība (ekspertu ieteikums *vairāk uzmanības pievērst zinātnes attīstībai*), kas ir rezultējies mācībspēku dalībā 11 starptautiskās konferencēs un 11 publikācijās, no kurām 5 publikācijas ir starptautiski atzītos izdevumos.

PIELIKUMI

PIELIKUMS NR.1

Studiju programmas „**Sabiedrisko attiecību un reklāmas menedžments**” **sabiedrisko attiecību menedžera** kvalifikācijas iegūšanai konceptuālais plāns pilna laika studijām

Studiju kursi	Kredītpunktu skaits							
	1. gads		2. gads		3. gads		4. gads	
	1.sem.	2.sem.	3.sem.	4.sem.	5.sem.	6.sem.	7.sem.	8.sem.
Obligātie kursi (<i>A daļa</i>)	12	12	12	8	6	6	2	
Ierobežotas izvēles kursi (<i>B daļa</i>)	8	5	8	7	8	8	8	
Brīvās izvēles kursi (<i>C daļa</i>)				2		2	2	
Profesionālā prakse (<i>A daļa</i>)		1		1	6	2	8	8
Studiju darbs (<i>A daļa</i>)		2		2		2		
Kvalifikācijas eksāmens (<i>A daļa</i>)								2
Bakalaura darbs (<i>A daļa</i>)								10
<i>Studiju programma kopā:</i>	20	20	20	20	20	20	20	20

PIELIKUMS NR.2

Studiju programmas „**Sabiedrisko attiecību un reklāmas menedžments**” **sabiedrisko attiecību menedžera** kvalifikācijas iegūšanai konceptuālais plāns nepilna laika studijām

Studiju kursi	Kredītpunktu skaits								
	1. gads		2. gads		3. gads		4. gads		5. gads
	1.sem.	2.sem.	3.sem.	4.sem.	5.sem.	6.sem.	7.sem.	8.sem.	9.sem.
Obligātie kursi <i>(A daļa)</i>	14	12	12	8	8	8	8	4	
Ierobežotas izvēles kursi <i>(B daļa)</i>	4	5	4	6	8	5	2	2	
Brīvās izvēles kursi <i>(C daļa)</i>				2		2	2		
Profesionālā prakse <i>(A daļa)</i>		1		1	1	1	6	10	6
Studiju darbs <i>(A daļa)</i>			2			2		2	
Kvalifikācijas eksāmens <i>(A daļa)</i>									2
Bakalaura darbs <i>(A daļa)</i>									10
Studiju programma kopā:	18	18	18	17	17	18	18	18	18

PIELIKUMS NR.3

Studiju programmas „**Sabiedrisko attiecību un reklāmas menedžments**” reklāmas menedžera kvalifikācijas iegūšanai konceptuālais plāns pilna laika studijām

Studiju kursi	Kredītpunktu skaits							
	1. gads		2. gads		3. gads		4. gads	
	1.sem.	2.sem.	3.sem.	4.sem.	5.sem.	6.sem.	7.sem.	8.sem.
Obligātie kursi (<i>A daļa</i>)	12	12	12	8	6	6	2	
Ierobežotas izvēles kursi (<i>B daļa</i>)	8	5	8	7	8	8	8	
Brīvās izvēles kursi (<i>C daļa</i>)				2		2	2	
Profesionālā prakse (<i>A daļa</i>)		1		1	6	2	8	8
Studiju darbs (<i>A daļa</i>)		2		2		2		
Kvalifikācijas eksāmens (<i>A daļa</i>)								2
Bakalaura darbs (<i>A daļa</i>)								10
<i>Studiju programma kopā:</i>	20	20	20	20	20	20	20	20

PIELIKUMS NR.4

Studiju programmas „**Sabiedrisko attiecību un reklāmas menedžments**” reklāmas menedžera kvalifikācijas iegūšanai konceptuālais plāns nepilna laika studijām

Studiju kursi	Kredītpunktu skaits								
	1. gads		2. gads		3. gads		4. gads		5. gads
	1.sem.	2.sem.	3.sem.	4.sem.	5.sem.	6.sem.	7.sem.	8.sem.	9.sem.
Obligātie kursi <i>(A daļa)</i>	14	12	12	8	8	6	8		
Ierobežotas izvēles kursi <i>(B daļa)</i>	4	5	4	6	8	7	4	4	
Brīvās izvēles kursi <i>(C daļa)</i>				2		2		2	
Profesionālā prakse <i>(A daļa)</i>		1		1	1	1	6	10	6
Studiju darbs <i>(A daļa)</i>			2			2		2	
Kvalifikācijas eksāmens <i>(A daļa)</i>									2
Bakalaura darbs <i>(A daļa)</i>									10
<i>Studiju programma kopā:</i>	18	18	18	17	17	18	18	18	18

PIELIKUMS NR.5

Profesionālā bakalaura studiju programmas „Sabiedrisko attiecību un reklāmas menedžmenta” satura salīdzinājums ar otrā līmeņa profesionālās augstākās izglītības Valsts standartu

Nr. p. k.	Programmas obligātā satura daļas	Noteikumi par 2. līmeņa profesionālās augstākās izglītības valsts standartu	RISEBA studiju programma
1.	Vispārīzglītojošie studiju kursi	<i>vismaz 20 kredītpunkti</i>	25 kredītpunkts
2.	Nozares (profesionālās darbības jomas) teorētiskie pamatkursi un informācijas tehnoloģiju kursi	<i>vismaz 36 kredītpunkti</i>	36 kredītpunkti
3.	Nozares (profesionālās darbības jomas) profesionālās specializācijas kursi	<i>vismaz 60 kredītpunkti</i>	60 kredītpunkti*
4.	Izvēles daļas kursi	<i>vismaz 6 kredītpunkti</i>	6 kredītpunkti
5.	Prakse	<i>vismaz 20 kredītpunkti</i>	21 kredītpunkti
4.	Valsts pārbaudījums	<i>vismaz 12 kredītpunkti</i>	12 kredītpunkti**
5.	Bakalaura studiju programmas apjoms	<i>vismaz 160 kredītpunkti</i>	160 kredītpunkti

* tajā skaitā Valsts standartā noteiktie trīs obligātie studiju darbi

**kura sastāvdaļa ir bakalaura darba izstrāde un aizstāvēšana 10 KP apjomā un kvalifikācijas eksāmens 2 KP apjomā