

Komunikācijas departamenta

Profesionālās bakalaura studiju programmas
„Sabiedrisko attiecību un reklāmas menedžments”

STUDIJU PROGRAMMAS RAKSTUROJUMS

par 2014./2015. studiju gadu

Programmas direktore

G. Sarkane

Departamenta vadītāja

G.Sarkane

Satura rādītājs

Satura rādītājs	2
1. Studiju programmas nosaukums, iegūstamais grāds, profesionālā kvalifikācija vai grāds un profesionālā kvalifikācija, mērķi un uzdevumi	3
2. Studiju programmā paredzētie studiju rezultāti	3
3. Uzņemšanas noteikumi (īpaši norāda prasības, uzsākot studiju programmu) ...	4
4. Studiju programmas plāns	5
5. Studiju programmas praktiskā īstenošana (izmantotās studiju metodes un formas, tālmācības metožu izmantošana). Vērtēšanas sistēma (izglītības kritēriji un vērtēšanas metodes studiju rezultātu sasniegšanai un novērtēšanai, pārbaudes formas un kārtība) 8	
6. Studiju programmas absolventu nodarbinātības perspektīvas, pamatojot atzinumus ar atsaucēm uz informācijas avotiem.....	14
7. Iepriekšējā studiju virziena akreditācijā saņemto ieteikumu ieviešana	15
8. Pielikumi studiju programmas raksturojumam.....	18
8.1. Studiju kursu un studiju moduļu apraksti	18
8.2. Studiju programmas satura atbilstība valsts akadēmiskās izglītības standartam vai profesijas standartam un profesionālās augstākās izglītības standartam un citiem normatīvajiem aktiem augstākajā izglītībā, tai skaitā ja iegūstamā kvalifikācija ir reglamentēta profesija	!Unexpected End of Formula
8.3. Studiju programmas izmaksas un to kalkulācija.....	21
8.4. Salīdzinājums ar vienu tāda paša līmeņa un tādām pašām studiju virzienam atbilstošu Latvijas un vismaz divām Eiropas Savienības valsts atzītu augstskolu studiju programmām ..	23
8.5. Informācija par studējošajiem visā pārskata periodā	26
8.5.1. Studējošo skaits, norādot sadalījumā pa studiju programmas īstenošanas veidiem, formām (atsevišķi norādot tālmācību), valodām, filiālēm	26
8.5.2. Pirmajā studiju gadā imatrikulēto studējošo skaits	27
8.5.3. Absolventu skaits	27
8.6. Aptauju rezultātu kopsavilkums par studējošo apmierinātību ar studiju kvalitāti un to izmantošana studiju programmu kvalitātes uzraudzībā	27
8.7. Aptauju rezultātu kopsavilkums par absolventu apmierinātību ar studiju kvalitāti un to izmantošana studiju programmu kvalitātes uzraudzībā	32
8.8. Studējošo pašpārvalde un līdzdalība studiju procesa pilnveidošanā	33

1. Studiju programmas nosaukums, iegūstamais grāds, profesionālā kvalifikācija vai grāds un profesionālā kvalifikācija, mērķi un uzdevumi

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.

Lai sasniegtu bakalaura studiju programmas „**Sabiedrisko attiecību un reklāmas menedžments**” mērķi, tiek izvirzīti sekojoši **uzdevumi**:

- 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 pakalpojumiem un mūsdienu prasībām atbilstošu materiāli tehnisko bāzi.
- 8) nodrošināt bakalaura grāda ieguvu, atbilstoši sabiedrisko attiecību menedžera/reklāmas menedžera profesijas standartam, kas dotu tiesības turpināt studijas maģistrantūrā.

Pēc profesionālā bakalaura studiju programmas „**Sabiedrisko attiecību un reklāmas menedžments**” apguves tiek piešķirts **profesionālā bakalaura grāds sabiedrības vadībā** un 5. kvalifikācijas līmeņa profesionālā kvalifikācija „**Sabiedrisko attiecību menedžeris**” vai „**Reklāmas menedžeris**”.

2. Studiju programmā paredzētie studiju rezultāti

Studiju programmas 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 nodrošina zināšanu, prasmju un attieksmju kopumu, kas ļauj veikt augsti kvalificētu profesionālo darbību attiecīgajā jomā un dod iespēju tālākām studijām maģistrantūras studiju programmās.

Profesionālais bakalaurs spēj:

1) intelektuālās kompetences jomā

- stratēģiski un analītiski formulēt un komunicēt profesionālus aspektus un nozares problēmas;
- patstāvīgi risināt profesionālus jautājumus;
- pilnveidot savu profesionālo kvalifikāciju, virzīt savu tālāko izglītību.

2) profesionālās kompetences jomā spēj:

- izvērtēt un izmantot savā profesionālajā jomā dažādas metodikas un pieejas;
- parādīt savas profesijas teoriju, metodiku un uzskatu izpratni;
- iegūt, atlasīt un apstrādāt informāciju un izmantot jaunākos pētījumus un nozares sasniegumus savā praktiskajā darbībā;
- veikt jaunrades, pētniecisku un izglītojošu darbu attiecīgajā nozarē.

3) praktiskās kompetences jomā spēj:

- praktiski veikt profesionālus pienākumus, pieņemt un pamatot lēmumus profesionālās kompetences attiecīgajā profesionālajā jomā;
- izprot profesionālo ētiku;
- spēj strādāt patstāvīgi un komandā, prot izstrādāt un īstenot projektus, tam piemīt komunikatīvās prasmes.

3. Uzņemšanas noteikumi (īpaši norāda prasības, uzsākot studiju programmu)

Par RISEBA profesionālās augstākās izglītības bakalaurs studiju programmas **“Sabiedrisko attiecību un reklāmas menedžments”** studējošiem var kļūt Latvijas Republikas pilsoņi un personas, kurām ir Latvijas Republikas izdota nepilsoņu pase, kā arī ārvalstnieki un citas personas, kurām ir izsniegtas pastāvīgās vai termiņuzturēšanās atļaujas.

Tiem 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 bakalaurs grāds.

2014./2015. studiju gadā studentu uzņemšana notika atbilstoši RISEBA *Uzņemšanas noteikumiem 2014./2015. studiju gadam* (Apstiprināti RISEBA Senāta sēdē 11.12.2013., Prot. Nr. 13/1.1-07/07).

Reflektantu atlase tika rīkota pamatojoties uz divu centralizēto eksāmenu rezultātiem (latviešu un angļu valodā) un atestāta rezultātiem. Izvērtējot atestāta rezultātus, tika ņemti vērā studiju virzienam nozīmīgākie priekšmeti –dzimtā valoda, svešvaloda, datorzinības, vēsture un priekšmeti, kuri saistīti ar ekonomiku, biznesu.

Atsevišķs radošs pārbaudījums „Sabiedrisko attiecību un reklāmas menedžments“ bakalaura studiju programmā nav paredzēts.

Personām, kuras vidējo izglītību ir ieguvušas līdz 2004. gadam vai ārvalstīs, kā arī personām ar īpašām vajadzībām, iesniedzot apstiprinošu dokumentu par atbrīvošanu no CE kārtības, nav nepieciešami centralizēto eksāmenu sertifikāti.

Ja reflektants iepriekšējo izglītību vai grādu ieguvis ārvalstīs, izglītības dokumentiem pievieno Akadēmiskās informācijas centra izziņu par izglītības atzīšanu un pielīdzināšanu Latvijas izglītības līmenim.

4. Studiju programmas plāns

Profesionālās augstākās izglītības bakalaura studiju programma **“Sabiedrisko attiecību un reklāmas menedžments ”** ietver obligātos studiju kursus (A daļa), ierobežotās izvēles studiju kursus (B daļa), brīvās izvēles studiju kursus, profesionālo praksi, kvalifikācijas eksāmenu, bakalaura darba izstrādi un aizstāvēšanu (skatīt tab. 4.1.-4.4.).

4.1. tabula

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 (A daļa)	12	12	12	8	6	6	2	
Ierobežotas izvēles kursi (B daļa)	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
Studiju programma kopā:	20	20	20	20	20	20	20	20

4.2. tabula

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

4.3. tabula

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

4.4. tabula

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

5. Studiju programmas praktiskā īstenošana (izmantotās studiju metodes un formas, tālmācības metožu izmantošana). Vērtēšanas sistēma (izglītības kritēriji un vērtēšanas metodes studiju rezultātu sasniegšanai un novērtēšanai, pārbaudes formas un kārtība)

2008. gada 21. janvārī **RISEBA** tiek izsniegta licence par tiesībām īstenot profesionālās augstākās izglītības 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 apjoms ir 160 Latvijas kredītpunkti (240 ECTS).

Studiju gads pilna laika dienas un nepilna laika vakara studijās ir sadalīts divos semestros, bet neklātienes studijās studiju gads ir sadalīts sesijās, kuru laikā studējošiem iespējams apmeklēt lekcijas, praktiskās nodarbības un kārtot pārbaudījumus. Studiju laikā ir paredzēta arī profesionālā prakse. Studijas sākas septembrī un beidzas jūnijā. Studijas tiek realizētas latviešu, krievu un angļu valodās.

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).

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), nepilna laika neklātienē 5 gadi (10 semestri). Vienā studiju gadā ir 32 auditorijas darba nedēļas ar slodzi 40 stundas nedēļā, un 8 eksāmenu sesijas nedēļas.

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 ceturtdienas un piektdienas vakaros no plkst. 18.00 līdz 21.10 un sestdienās no plkst. 9.00 līdz 18.00. Nepilna laika neklātienē katru trešo sestdienu un svētdienu notiek mācību sesijas. Mācību sesijas laikā nodarbības notiek no plkst. 9.00 līdz 18.10.

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, 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 bāzi.

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

Ar ārvalstu vieslektoru uzaicināšanu studiju programmas apgūvē tiek nodrošināta iespēja iepazīties ar pasaules pieredzi attiecīgajā studiju jomā. 2014./2015.studiju gadā studentiem mārketinga komunikāciju docēja *Monarch business School Switzerland*, profesors *Laurence Leigh*. 2014. gada septembrī sabiedrisko attiecību un reklāmas studentiem tika noorganizēta tikšanās ar vienu no uzņēmuma *Whirlpool* vadošajiem pētniekiem *Igoru Kaikovu*, kas studentiem mācīja problēmu risināšanas prasmes.

Studiju programmas praktiskā īstenošanā veiksmīgi tiek iekļauta RISEBA „Starptautiskā nedēļa 2014”, kura pārskata periodā augstskolā notika no 01.10.14.-04.10.14. Studenti varēja apmeklēt Starptautiskās nedēļas programmā paredzētās ārvalstu pasniedzēju (Vācijas, Beļģijas, Turcijas, Krievijas un Lietuvas) vieslekcijas.

Studentiem tika noorganizētas atvērtās lekcijas - *Peter Guenther "Investments"*, *Yuri Moseykin "Innovation economy"*, *Ulviyye Aidin "E-logistic developments in Turkey in the way of EU accession"*, *Sandra Mermans "Portrait photography workshop"*, *Egle Jaskuniene "Advertising as transnational communication: LT case"*.

Reālo darba vidi un darba tirgus prasības studējošais iepazīst studiju laikā organizētās ekskursijās uz pētījumu, reklāmas un sabiedrisko attiecību aģentūrām, izdevniecībām un citām organizācijām, kā arī tiekoties ar nozares speciālistiem nodarbību laikā (*mediju ekspertu Artūru Medni, AS „Delfi” valdes priekšsēdētāju Konstantīnu Kuzikovu, mediju ekspertu Sandru Veinbergu, ziņu analītiskās programmas „LNT Top 10” vadītāju un moderatoru Haraldu Burkovski, 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, u.c.*).

Pakalpojuma mārketinga kursa ietvaros studentiem bija iespēja piedalīties mārketinga speciālista, sertificēta servisa un pārdošanas trenera Alekseja Romanova meistarklasē „*Influence*”.

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

2014./2015. studiju gadā studiju kursa „Reklāmas/sabiedrisko attiecību kampaņu plānošanas un vadīšanas” ietvaros tiek izstrādāta Reklāmas un sabiedrisko attiecību kampaņa SIA „FN Serviss” pakalpojuma „Drošais” ieviešanai tirgū 2015.-2016. gadam (projekts tiek izstrādāts sadarbībā ar SIA „FN Serviss” pārstāvjiem).

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.

2014./2015. studiju gadā reklāmas un sabiedrisko attiecību prakses laikā tika izstrādāti:

1. Video reklāmas rullītis SIA „Rāmkalni” produktiem.
2. Video reklāmas rullītis, kas reklamē SIA „*Fantasy Park Latvia*” (imidža reklāma).
3. Reklāmas skrejlapas fonda „Asni” rīkotajiem semināriem.
4. Reklāmas plakāts *Latvijas Universitātes Matemātikas un informātikas institūta Tīkla risinājumu daļas (NIC) produktam DNSSEC*.
5. Imidža video reklāmas rullītis *Nekustamo īpašumu kompānijai „Realia”*.
6. Preses relīzes preses relīžu portālam pr@mail.
7. Buklets SIA „*EDI ALLIANCE*” zīmola *RUBBERIS* produktu noieta veicināšanai.
8. Foto un publicistikas materiāli (reportāžas, intervijas, esejas) par Latvijas sabiedrībai aktuāliem notikumiem:

- Starptautiskais Baltijas baleta konkurss 2015;
- IV Starptautiskais vokālās mūzikas jauno izpildītāju festivāls *Riga Symphony* 2015.

9. Sabiedrisko attiecību vai reklāmas akcijas RISEBA popularizēšanai, u.c.

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.

2014./2015. studiju gadā studenti piedalījās:

1. 2014. gada septembrī kultūras foruma „Baltā nakts” aktivitātēs RISEBA mediju centrā.
2. Pārdaugavas svētku organizēšanā Arkādijas parkā 2015. gada maijā, parakstu vākšanas organizēšanā par Arkādijas parka estrādes atjaunošanu.

3. Augstskolas prezentācijās Latvijas vidusskolās.
4. Atvērto durvju dienu organizēšanā RISEBA.
5. Starptautiskajā izglītības izstādē „Skola 2015”.

Attīstoties sadarbībai, darba devēji arvien 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.

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

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;

RISEBA studiju 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 RISEBA vērtē 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 RISEBA vērtē, 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 *citū pārbaudījumu* svaru studenta gala vērtējumā.

Katrs pasniedzējs savā studiju kursā regulāri pārbauda studentu zināšanas, izmantojot kursa programmā un aprakstā norādītos *obligātos* un *citūs* 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 atskaite 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.

RISEBA studējošo aktivitātes veicināšanai akadēmiskajā un pētnieciskajā darbā, studiju gada ietvaros tiek piešķirti mācību maksas atvieglojumi RISEBA labākajiem studējošajiem.

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.

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

- mārketinga un menedžmenta,
- 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.

6. Studiju programmas absolventu nodarbinātības perspektīvas, pamatojot atzinumus ar atsaucēm uz informācijas avotiem

Pārskata periodā tika veikta 2013./2014. studiju gada absolventu aptauja. Pārskata perioda absolventu aptauja tiks veikta 2015./2016. studiju gadā.

Absolventiem tika uzdoti vairāki jautājumi:

- vai pēc augstskolas absolvēšanas strādā;
- vai strādā iegūtajā specialitātē;
- ja, nē, vai veicamie darba pienākumi ir saistīti ar iegūto specialitāti;
- vai augstskolā iegūtās zināšanas ir noderīgas esošajā darbā;
- Absolventiem tika lūgts nosaukt arī esošo darba vietu un ieņemamo amatu.

Informāciju izdevās iegūt no lielākās daļas 2013./2014. studiju gada absolventu (78%). Programmas absolventi strādā Latvijas bankās (AS „Rietumu banka”), vietējos un starptautiskos uzņēmumos (Mēness aptieku tīkls, SIA „Kordi”, SIA „Farens”, SIA „Piche”, SIA „Aerodium”, u.c.), sabiedrisko attiecību, reklāmas, mediju, dizaina un mārketinga aģentūrās (SIA „Vizeum”, SIA „Daily Print”, SIA „Bright”, u.c.), tirdzniecības kompānijās („Studio Moderna”), sabiedriskās organizācijās (Latvijas Basketbola savienība).

Ekonomiskās situācijas stabilizēšanās valstī nedaudz palielinājusi pieprasījumu pēc sabiedrisko attiecību un reklāmas speciālistiem. Pēc studiju beigšanas strādā 95 %

absolventu. Jāatzīmē, ka ne visi 2014./2015. studiju gada absolventi strādā profesijā vai dara darbu, kas lielā mērā atbilst izvēlētajai sabiedrisko attiecību speciālista profesijai. Profesijā strādā 58% aptaujāto strādājošo absolventu. Trīs absolventi ir uzsākuši savu biznesu citā jomā, bet iegūtās zināšanas reklāmā, mārketingā un sabiedriskajās attiecībās lieti noder un arī tiek izmantotas.

2015. gadā veiktā 83 darba devēju aptauja ir pārliecinošs pamatojums tam, ka sabiedrisko attiecību speciālisti uzņēmumiem ir vajadzīgi. 85,5% aptaujāto darba devēju atzīst, ka sabiedrisko attiecību jomas speciālisti viņu uzņēmumiem ir nepieciešami jau tagad un prognozē, ka būs nepieciešami arī tuvākā un tālākā perspektīvā. 14,5% aptaujāto prognozē, ka drīzāk būs vajadzīgi, nekā nebūs. Iepriecina, ka neviens no darba devējiem neatbildēja, ka šādi speciālisti viņu uzņēmumam nav vajadzīgi.

Kopumā tas nozīmē, ka kvalificēti sabiedrisko attiecību vadītāji ir nepieciešami šobrīd, un darba tirgū būs pieprasījums pēc tiem nākotnē. Galvenais uzdevums ir nodrošināt kvalificētus un konkurētspējīgus speciālistus darba tirgum.

7. Iepriekšējā studiju virziena akreditācijā saņemto ieteikumu ieviešana

Komunikācijas virziena akreditācijas komisijas ekspertiem bija vairākas rekomendācijas bakalaura studiju programmas „Sabiedrisko attiecību un reklāmas menedžments” pilnveidošanai.

Viena no ekspertu rekomendācijām bija *par labāku studentu iesaisti studējošo pašpārvaldē un demokrātiskā lēmumu pieņemšanas procesā*. Tajā pašā laikā komunikācijas virziena studējošo pārstāvji jau ir iesaistīti gan augstskolas galvenajās lēmēj institūcijās (senātā un satversmes sapulcē), gan koleģiālajās institūcijās (studiju programmu Padomēs), kas dod iespēju studējošiem piedalīties augstskolai un studiju procesam svarīgu jautājumu lemlēmšanā.

Ekspertu rekomendācijas pamatā ir studējošo nepietiekoša informētība par iespēju iesaistīties iepriekš minēto institūciju darbā. Respektējot ekspertu aicinājumu, ir veikta virkne pasākumu studējošo aktivitātes veicināšanai un komunikācijas uzlabošanai starp augstskolas/programmas administrāciju un studējošiem:

1. No 2012./2013. studiju gada ir ievēlēti kursu vecākie.
2. Tiek organizētas regulāras studentu tikšanās ar studiju programmas direktori par aktuāliem mācību un organizatoriskiem jautājumiem.
3. Savstarpējās komunikācijas uzlabošanai (programmas vadība-studējošie, pasniedzēji –studējošie, studējošie-studējošie) no 2013./2014. studiju gada katram kursam ir nozīmēts kursa kurators (augstskolas mācībspēks vai administrācijas pārstāvis).

Eksperti rekomendēja *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.

2014./2015. studiju gadā piešķirtais finansējums literatūras iegādei Informācijas un komunikācijas zinātnes virziena studiju programmām ir izlietots.

2014./2015. studiju gadā iegādāta mācību literatūra - 27 nosaukumi, kopumā 55 eksemplāri.

Ir ņemts vērā ekspertu ieteikums *palielināt publikāciju skaitu starptautiski pazīstamos žurnālos.* 2014./2015. studiju gadā salīdzinājumā ar 2013./2014. studiju gadu ir palielinājies Informācijas un komunikācijas zinātnes virziena mācībspēku publikāciju skaits starptautiski atpazīstamos žurnālos. Pārskata periodā salīdzinājumā ar iepriekšējo studiju gadu ir aktivizējusies mācībspēku pētnieciskā darbība (ekspertu ieteikums *vairāk uzmanības pievērst zinātnes attīstībai*), kas pārskata periodā ir rezultējusies mācībspēku dalībā 12 konferencēs.

Eksperti vērta uzmanību uz bakalaura programmas satura un iegūstamā bakalaura grāda *sabiedrības vadībā* neatbilstību. Minētās neatbilstības novēršanai studiju programmā ir ieviests kurss „Valsts pārvalde”.

Viena no ekspertu rekomendācijām bija, ka *bakalaura programmā vajadzīgs sabalansēt reklāmas un sabiedrisko attiecību daļas.* Kā uzskatāmi parāda zemāk sekojošā tabula 7.1. , programmā ir sabalansētas reklāmas un sabiedrisko attiecību daļas.

7.1 tabula

Studiju kursi kvalifikācijām

Priekšmeti	Reklāmas virziens	SA virziens
Studiju kursi kvalifikācijām III un IV kursā	22 KP	22 KP

Studiju kursi reklāmas jomā (I-II kursā)	6 KP	6 KP
Studiju kursi sabiedrisko attiecību jomā (I-II kursā)	6 KP	6 KP
Profesionālā prakse reklāmā	13 KP	-
Profesionālā prakse sabiedriskajās attiecībās	-	13 KP
Reklāmas prakse	3 KP	2 KP
SA prakse	-	1 KP
Reklamas kampaņu vadīšanas prakse	2 KP	-
SA kampaņu vadīšanas prakse	-	2 KP

Studenti specializāciju (reklāmā vai sabiedriskajās attiecībās) izvēlas pēc 2-ā kursa.

Programmā ir paredzēti katrai specializācijai 11 atšķirīgi priekšmeti (vai 22 KP), kuri tiek apgūti III un IV kursā.

Specializāciju reklāmā un sabiedriskajās attiecībās veido ne tikai atšķirīgi priekšmeti, bet virkne kopīgu profesionālās specializācijas kursu, par cik abām minētajām jomām bez atšķirīgajām prasmēm un iemaņām ir virkne kopīgu prasmju un iemaņu, kā arī prakse un pētnieciskais darbs.

Eksperti rekomendēja ieviest *lielākas atšķirības starp bakalaura un maģistra programmām*.

Sabiedrisko attiecību menedžerim (bakalaura līmenis) un *sabiedrisko attiecību struktūrvienības vadītājam* (maģistra līmenis) nepieciešamās kompetences sabiedrisko attiecību jomā ir ļoti līdzīgas, galvenās atšķirības starp sabiedrisko attiecību bakalaura un maģistra studijām nosaka *sabiedrisko attiecību struktūrvienības vadītājam* nepieciešamās spējas un prasmes vadīšanā, plānošanā, koordinēšanā un pārraudzīšanā.

Maģistra studiju programmas saturs nodrošina sabiedrisko attiecību bakalaura studiju turpinājumu, pārmantojamību atbilstoši *sabiedrisko attiecību struktūrvienības vadītāja* profesijas standarta prasībām.

Bakalaura un maģistra studiju programmu realizācijā tiek piemērota ekstensīva pieeja, jo pārāk šaura specializācija varētu kļūt par šķērsli darba atrašanai Latvijas darba tirgū.

8. Pielikumi studiju programmas raksturojumam

8.1. Studiju kursu un studiju moduļu apraksti

Programmas saturu veido vispārizglītojošie studiju kursi - humanitāro un sociālo zinātņu, t. sk. psiholoģijas un biznesa ekonomikas teorētiskie kursi un 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 vispārizglītojošie 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 profesionālās augstākās izglītības 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. vispārizglītojošie 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 – 2KP; 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– 2 KP; žurnālistikas pamati – 2 KP; neverbālā komunikācija – 2KP; pārlicinošās komunikācijas pamati – 2 KP; jaunrades process – 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, nākamajiem 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; zīmolvedība – 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; 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; sabiedriskās attiecības politikā – 2 KP; starpkultūru komunikācija – 2 KP; scenāriju rakstīšanas pamati – 2 KP; pieredzes mārketinga – 2 KP; TV žurnālistika – 2 KP; sociālais mārketinga – 2 KP; reklāmas baneru veidošanas pamati ("Adobe Flash"); u. c.*);

5. prakse – 26 KP;

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

kvalifikācijas 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.

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 norīšu 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.

8.2. Studiju programmas satura atbilstība valsts akadēmiskās izglītības standartam vai profesijas standartam un profesionālās augstākās izglītības standartam un citiem normatīvajiem aktiem augstākajā izglītībā, tai skaitā ja iegūstamā kvalifikācija ir reglamentēta profesija

RISEBA profesionālās augstākās izglītības bakalaura studiju programma „Sabiedrisko attiecību un reklāmas menedžments” atbilst 5. kvalifikācijas līmeņa *Sabiedrisko attiecību menedžera* profesijas standartam **PS 0225** (apstiprināts ar IZM 2003.

gada 29. decembra rīkojumu Nr. 649). Profesionālās augstākās izglītības bakalaura studiju programma „Sabiedrisko attiecību un reklāmas menedžments” nodrošina sabiedrisko attiecību menedžera profesijas standartā PS 0225 noteikto zināšanu un prasmju apguvi.

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

RISEBA profesionālās augstākās izglītības 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 maģistra programmas obligātajam saturam.

8.1. tabulā norādītas Valsts standartā izvirzītās prasības profesionālajai augstākajai izglītībai un RISEBA bakalaura studiju programmas atbilstība šīm prasībām.

8.1. tabula

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.	Vispārizglītojošie studiju kursi	<i>vismaz 20 kredītpunkti</i>	20 kredītpunkti
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>	26 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

Jaunie 2014. gada 26. augustā izdotie MK noteikumi Nr. 512 *Noteikumi par otrā līmeņa profesionālās augstākās izglītības valsts standartu* ienes vairākas būtiskas izmaiņas studiju programmu struktūrā un saturā. Ir būtiski samazinājies programmā paredzētās obligātās prakses apjoms –no 26 KP uz 20 KP. Tā kā studiju programma paredz gan pētnieciska, gan radoša, gan organizatoriska rakstura uzdevumu iekļaušanu studiju kursu apgūvē, prakses apjoma samazinājums par 6 KP nepasliktinās studiju programmas apguves kvalitāti. Tajā pašā laikā, veicot studiju programmas strukturālās un saturiskās izmaiņas, būtu jāņem vērā, ka samazinātas tiek tieši studentu praktiskās darbošanās iespējas izvēlētajā profesijā. Līdz ar to, šo samazināto 6 prakses kredītpunktu vietā, programmā tiks iekļauti tādi profesionālās specializācijas studiju kursi kvalifikācijai, kas paredz studējošo praktisku darbošanos specialitātē.

Valsts standarts paredz iekļaut vispārizglītojošo kursu sadaļas modulī, kas veido uzņēmējdarbības profesionālo kompetenci, zināšanas par inovācijām un novitātēm uzņēmējdarbības vadīšanā. Tā kā reklāmas vai sabiedrisko attiecību vadītājiem zināšanas uzņēmējdarbības vadīšanā nav primārās, tad novitāšu un inovāciju tēmām atsevišķi studiju kurss nav paredzēts, bet minētās kompetences tiek apgūtas studiju kursā „Komercdarbība”.

Valsts standarts paredz papildināt bakalaura programmas obligāto saturu arī ar Vides aizsardzības likumā un Civilās aizsardzības likumā noteikto studiju kursu satura prasībām. Par cik *Sabiedrisko attiecību menedžera* profesijas standarta jaunais projekts paredz lietošanas līmenī zināšanas darba aizsardzībā, vides aizsardzībā un darba tiesiskajās attiecībās, minētās prasības tiks iekļautas studiju programmas saturā.

Valsts standarta 15. punkts paredz studējošiem prakšu vietu nodrošināšanu pašā augstskolā, kas arī studiju programmas īstenošanā jau tiek praktizēts. Šāda veida papildinājums attiecībā uz prakses vietām ir viennozīmīgi pozitīvi vērtējams 2 iemeslu dēļ:

- ļauj nodrošināt ar prakses vietām gadījumos, ja ārpus augstskolas studējošam nav iespējams atrast prakses vietu,
- ļauj risināt studējošam profesionālās prakses uzdevumus vidē, kura tam ir labi pazīstama, tādējādi varētu cerēt uz augstākiem profesionālo problēmu risinājumiem.

8.3. Studiju programmas izmaksas un to kalkulācija

Studiju maksa ir galvenais studiju procesa nodrošināšanas finansējuma avots. Studiju maksa tiek segta no fizisko un/vai juridisko personu līdzekļiem, un proti:

- studējošā vecāku un citu radnieku personīgie līdzekļi;

- studējošā personīgie līdzekļi;
- studējošā darba devēja līdzekļi;
- studiju kredīts ar valsts vārdā sniegtu galvojumu;
- komerc kredīts;
- sponsoru līdzekļi.

Studiju maksas apmēru un samaksas kārtību katram studiju gadam nosaka un apstiprina RISEBA Senāts. RISEBA noteikusi sekojošas studiju maksas apmaksas iespējas studējošiem:

- par visu studiju programmu kopumā;
- par vienu studiju gadu;
- par vienu semestri;
- par mēnesi, saskaņā ar studiju līgumā noteikto studiju maksas maksājumu grafiku, precīzi ievērojot samaksas termiņus un summas.

Studiju maksa apmēru profesionālā bakalaura studiju programmai „Sabiedrisko attiecību un reklāmas menedžments” 2014./2015. studiju gadā skatīt tabulā 8.2.

8.2. tabula

Studiju maksa apmērs 2014./2015. studiju gadā

Studiju veids, forma	Ilgums	Valoda	Studiju maksa gadā, EUR
Pilna laika dienas nodaļa	4 gadi	latviešu vai krievu un angļu	2000
Nepilna laika vakara nodaļa (studijas katru otro ceturtdienu, piektdienu un sestdienu)	4,5 gadi	latviešu vai krievu un angļu	1700
Nepilna laika neklātienas nodaļa	5 gadi	latviešu vai krievu un angļu	1565,16
Izejamo dienu studijas	5 gadi	latviešu vai krievu un angļu	1408,64

RISEBA studējošiem piedāvā budžeta vietas un 17 dažāda veida studiju maksas atlaides. 12 atlaižu veidi ir piemērojami arī „Sabiedrisko attiecību un reklāmas menedžmenta” bakalaura programmā studējošiem.

8.3. tabula

Studiju programmas „Sabiedrisko attiecību un reklāmas menedžments” studējošo studiju maksas atlaides 2014./2015. studiju gadā

N.p.k.	Atlaides veids	Studējošo skaits	Studiju maksas atlaide, %
1.	Radinieki	2	25
2.	Budžeta vieta	12	100
3.	Sports	2	15
4.	Labas sekmes	4	No 15-25
5.	Studējošo pašpārvaldes valdes locekļi	2	10 un 25
6.	Sociālais atbalsts	2	10
7.	Esi līderis	1	10
	Kopā:	25	

Pēc 8.3. tabulas datiem redzams, ka 2014./2015. studiju gadā 25 studiju programmas „Sabiedrisko attiecību un reklāmas menedžments” studējošie saņēma studiju maksas atlaidi. Kaut gan ir izmantoti 7 atlaižu veidi, jāatzīmē ka nav izmantota atlaide *studentu sasniedzumi*. Turpmāk būtu aktīvāk jāveicina studējošo individuālā radošā, pētnieciskā un zinātniskā darba veikšana.

8.4. Salīdzinājums ar vienu tāda paša līmeņa un tādām pašām studiju virzienam atbilstošu Latvijas un vismaz divām Eiropas Savienības valsts atzītu augstskolu studiju programmām

Bakalaura studiju programma „Sabiedrisko attiecību un reklāmas menedžments” ir līdzīga RISEBA partneraugstskolas Nikozijas Universitātes (<http://www.unic.ac.cy/bachelor-degrees/public-relations-advertising-and-marketing-ba-4-years-0>) realizētai bakalaura grāda studiju programmai „Sabiedriskās attiecības, reklāma un mārketing” (*Public Relations, Advertising and Marketing*).

8.4. tabula

Konstatētās kopsakarības un atšķirības

KOPSAKARĪBAS	ATŠĶIRĪBAS
- abas minētās studiju programmas sagatavo speciālistus komunikācijas zinātnē, kas arī dod iespēju turpināt studēt maģistrantūrā; - programmu galvenais mērķis ir sagatavot darba tirgum nepieciešamus konkurētspējīgus darbiniekus reklāmas, sabiedrisko attiecību vai mārketinga jomā; - abās programmās ir vienāds studiju ilgums pilna laika studijām- 4 gadi; - abās programmās ir vienāds kredītpunktu apjoms (160 KP); - programmās ir paredzēta laba teorētiskā	- atšķirīgi ir studiju noslēgumā iegūstamie bakalaura grādi. RISEBA tas ir profesionālā bakalaura grāds sabiedrības vadībā, Nikozijas Universitātē –bakalaura grāds sabiedrisko attiecību, reklāmas un mārketinga mākslā. - Nikozijas Universitātes programma paredz obligātu otrās svešvalodas apguvi vismaz 8 KP (vai 12 ECTS) apjomā; - Nikozijas Universitātes programmā ir lielāks akcents uz mārketinga un pārdošanas jomu kursiem;

bāze komunikācijā, reklāmā un mārketingā; • biznesa un komunikācijas kursu apvienojums dod programmas beidzējiem nepieciešamās kompetences, lai darbotos korporatīvās komunikācijas jomā; • abas programmas paredz vispārīzglītojošo kursu apgūšanu; • studijuursos bez lekcijām un semināriem ir paredzētas arī praktiskās nodarbības, jo abas programmas paredz darba tirgum svarīgo praktisko iemaņu apgūšanu; • abās studiju programmās ir psiholoģijas un humanitārie priekšmeti, atšķirības ir tikai apjoma ziņā; • paredzēti priekšmeti, kas nodrošina iespēju apgūt pētnieciskās un analītiskās prasmes; • programmas saturu veido obligātā daļa un galvenā izvēles daļa (vai ierobežotās izvēles daļa RISEBA); • abās programmās ir iekļauti moduļi uzņēmējdarbības profesionālās kompetences veidošanai; • abas programmas paredz valodas prasmju apguvi; • abās programmās ir paredzēta prakse. • bakalaura darbs pēdējā studiju gadā ir galvenais pētniecības vai radošās darbības oriģināldarbs.	• RISEBA izvēles kursi sniedz padziļinātas zināšanas izvēlētajā studiju jomā; Nikozijas Universitātē mārketingā un pārdošanā; • RISEBA programmā uzsvars tiek likts uz komunikācijas zinātnes priekšmetiem, Nikozijas Universitātes programmā uz mārketinga jomas; • programmās ir atšķirīgs prakses apjoms, RISEBA prakses apjoms ir 26 KP; Nikozijas Universitātē 6 KP; • RISEBA studiju gada noslēgumā studējošie izstrādā studiju darbu, Nikozijas Universitātē projektu.
---	--

RISEBA profesionālā bakalaura studiju programma „**Sabiedrisko attiecību un reklāmas menedžments**” tiek salīdzināta ar *Komunikācijas un sabiedrisko attiecību studiju programmu Eiropas Universitātē* (www.euruni.edu).

8.5. tabula

Konstatētās kopsakarības un atšķirības

KOPSAKARĪBAS	ATŠKIRĪBAS
• abas minētās studiju programmas sagatavo speciālistus komunikācijas zinātnē, kas arī dod iespēju turpināt studēt maģistrantūrā;	• atšķirības vērojamas studiju ilgumā (Eiropas Universitātē studiju ilgums pilna laika studijām ir 3 gadi) un kopējā studiju apjomā. Eiropas Universitātē studiju apjoms

• abās studiju programmās tiek izmantotas analogas studiju metodes-studiju darbi, referāti, prezentācijas, semestra vidus eksāmeni; • abās studiju programmās ir ar mārketingu un vadzinībām saistīti studiju kursi, atšķirības ir tikai apjomu ziņā; • paredzēti priekšmeti, kas nodrošina iespēju apgūt pētnieciskās un analītiskās prasmes.	ir 210 ECTS vai 140 KP; • atšķirīgi ir studiju noslēgumā iegūstamie bakalaura grādi. RISEBA tas ir profesionālā bakalaura grāds sabiedrības vadībā, Eiropas Universitātē –bakalaura grāds komunikācijas & sabiedrisko attiecību mākslā. • Eiropas Universitātes studiju programmā nav paredzēta prakse; • kā studiju metode tiek izmantota ražošanas uzņēmumu apmeklēšana; • RISEBA bakalaura darbs pēdējā studiju gadā ir galvenais pētniecības vai radošās darbības oriģināldarbs komunikācijas jomā. Eiropas Universitātē pēdējā studiju gadā paredzētie gala darbi ir finansēs un mārketingā; • Eiropas Universitātē visai plaši tiek piedāvāti ekonomikas, finanšu un statistikas studiju kursi; • Eiropas Universitātē nav humanitārie un psiholoģijas priekšmeti, nav paredzēti priekšmeti, kas attīsta studējošo spējas darboties vizuālās mākslas un verbālās izpausmes jomās; • RISEBA uzsvars tiek likts uz komunikācijas priekšmetiem, Eiropas Universitātē uz priekšmetiem saistītiem ar komercdarbību.
--	---

No Latvijas augstskolās realizētajām programmām daļēji līdzīga satura programma ir Vidzemes augstskolā (www.va.lv), Biznesa augstskolā “Turība” (www.turiba.lv) un Baltijas Starptautiskajā akadēmijā (www.bsa.edu.lv). Visas trīs minētajās augstskolās tiek realizētas profesionālā bakalaura programmas, un tiek sagatavoti speciālisti sabiedrisko attiecību jomā-sabiedrisko attiecību menedžeri.

RISEBA profesionālā bakalaura studiju programma „**Sabiedrisko attiecību un reklāmas menedžments**” tiek salīdzināta ar *Biznesa augstskolas “Turība”* profesionālā bakalaura studiju programmu „*Sabiedriskās attiecības*”

8.6. tabula

Konstatētās kopsakarības un atšķirības

KOPSAKARĪBAS	ATŠKIRĪBAS
• abas minētās studiju programmas sagatavo	• RISEBA studējošiem, uzsākot specializāciju

5. kvalifikācijas līmeņa sabiedrisko attiecību menedžerus; • abas studiju programmas piešķir bakalaura grādu sabiedrības vadībā, kas dod iespēju turpināt studēt maģistrantūrā; • abās studiju programmās tiek izmantotas analogas studiju metodes-studiju darbi, referāti, prezentācijas, radošie darbi; • kopumā 78 kredītpunktu apjomā ir kursi, kas sakrīt pilnībā vai daļēji, no kuriem atsevišķi kursi atrodas dažādās sadaļās (obligātās, ierobežotās izvēles vai brīvās izvēles). Šīs atšķirības nosaka katras programmas specifiku; • abās programmās ir vienāds studiju ilgums pilna laika studijām; • abās programmās ir vienāds kredītpunktu apjoms (160 KP); • abu programmu studējošie izstrādā 3 studiju darbus 6 KP apjomā un iziet praksi, kuras kopapjoms ir 26 KP; • paredzēti priekšmeti, kas nodrošina iespēju apgūt pētnieciskās un analītiskās prasmes.	pēc otrā kursa beigšanas, ir iespējams izvēlēties vienu no divām piedāvātajām kvalifikācijām - sabiedrisko attiecību menedžeris vai reklāmas menedžeris; • RISEBA piedāvātajā programmā ir plašāks brīvās izvēles kursu klāsts; • RISEBA noslēguma pārbaudījums paredz bakalaura darba izstrādi un gala eksāmena nokārtošanu; • RISEBA bakalaura darbā ir paredzēta arī radošā daļas izstrāde; • RISEBA ir padziļināta mārketinga, sabiedrisko attiecību un reklāmas jomu kursu apguve; • BA „Turība” padziļināta komunikācijas teoriju apguve; • RISEBA akcents uz radošuma un jaunrades attīstīšanu; • atšķirīgs laiks nepilna laika studijām; RISEBA studiju ilgums nepilna laika studijām ir 4,5 gadi, BA „Turība” 4,3 gadi.
---	---

8.5. Informācija par studējošajiem visā pārskata periodā

8.5.1. Studējošo skaits, norādot sadalījumā pa studiju programmas īstenošanas veidiem, formām (atsevišķi norādot tālmācību), valodām, filiālēm

2014./2015.studiju gadā programmā studē 368 studenti, no kuriem 296 studē pilna laika dienas nodaļā, bet 72 nepilna laika vakara un neklātienes nodaļās. Programmas īstenošana tālmācības formā nav paredzēta. Kopējais studējošo skaits salīdzinājumā ar iepriekšējo studiju gadu ir samazinājies par 9,8%.

Ekonomiskā un demogrāfiskā situācija valstī izskaidro ne tikai uzņemto, bet arī kopējā studentu skaita samazināšanos, kad finansiālu problēmu dēļ studējošie ir spiesti pārtraukt studijas un uzsākt darba gaitas, pie kam bieži vien ārpus Latvijas. To uzskatāmi atspoguļo studentu eksmatrikulācijas rīkojumi, kuru lielākā daļā kā atskaitīšanas iemesls minēta līgumā paredzēto finansu saistību nepildīšana.

Kā otru būtisku faktoru, kas ir ietekmējis studējošo skaitu, būtu jāmin augstā studiju maksa. Salīdzinot līdzīga virziena bakalaura līmeņa studiju programmas, nākas secināt, ka RISEBA studiju maksa ir viena no augstākajām Latvijā. Pašsaprotami, ka ekonomiskās lejupslīdes un Latvijas iedzīvotāju pirktspējas samazināšanās apstākļos, studiju maksai ir būtiska nozīme.

8.5.2. Pirmajā studiju gadā imatrikulēto studējošo skaits

2014./2015. studiju gadā 1. kursā ir imatrikulēti 70 studējošie, no kuriem 54 ir imatrikulēti pilna laika dienas nodaļā, bet 16 nepilna laika vakara nodaļā. Salīdzinājumā ar iepriekšējo studiju gadu studējošo skaits ir ievērojami samazinājies. 2014./2015. studiju gadā I kursā imatrikulēto skaits sastāda tikai 73% no iepriekšējā studiju gadā imatrikulēto skaita.

8.5.3. Absolventu skaits

2014./2015. studiju gadā diplomus saņēma 49 absolventi.

8.6. Aptauju rezultātu kopsavilkums par studējošo apmierinātību ar studiju kvalitāti un to izmantošana studiju programmu kvalitātes uzraudzībā

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 nodaļas studējošo aptaujas rezultāti par 2014./2015. 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 un nozares teorētiskie un informācijas tehnoloģiju kursi. Studējošie salīdzinoši augstu ir novērtējuši sabiedrisko attiecību bloka kursus. Kopējais vidējais vērtējums 4,00 balles. Skatīt 8.7. tabulu.

8.7. tabula

Sabiedrisko attiecību studiju kursi

Vērtēšanas parametri	Vidējais
daudz jauna uzzinājis/iemācījies	4
studenti informēti par saturu, prasībām kritērijiem	4,38
kurss nodrošināts ar nepieciešamo literatūru un materiāliem	4,03
viela izklāstīta viegli un saprotami, uzsverot galveno	4,04
studentam iespējams uzdot jautājumus un piedalīties diskusijā	4,38

nodarbību sākums un beigas tiek precīzi ievērotas	4,2
efektīvi izmantoja audiovizuālās uzskates līdzekļus	3,23
rosināja domāt analītiski	4,16
skaidrojums par darbiem un novērtējumu	4,01
konsultācijas ārpus nodarbībām	3,66
ieteiktu draugam	3,87

Sabiedrisko attiecību kursu blokā tika vērtēti sekojoši studiju kursi: *tekstveide sabiedriskajās attiecībās*, *sabiedrisko attiecību stratēģijas*, *sabiedrisko attiecību taktika*, *mediju attiecību veidošana*. Gandrīz visi 11 parametri kopumā tiek vērtēti labi. Visaugstāk studējošie novērtē iespēju uzdot pasniedzējam jautājumus nodarbību laikā un piedalīties diskusijā (vid. 4,38). Augstu tiek vērtēta arī studentu informēšana par kursa saturu un prasībām kritērijiem (vid. 4,38) un pasniedzēju prasme rosināt studentus domāt analītiski (vid. 4,16). Viszemāk ir tikusi novērtēta audiovizuālo uzskates līdzekļu izmantošana nodarbībās (vid. 3,23).

Viszemāk ir novērtēts tāds kurss kā *sabiedrisko attiecību stratēģijas* (vid. 2,06), daudzi studenti atzīmējuši, ka ar kursa docētāju grūti sadarboties, sastrādāties, tomēr tajā pašā laikā atzīstot, ka pasniedzējs ir ļoti zinošs. Augstu tiek vērtēts studiju kursa *sabiedrisko attiecību taktika* nozīmīgums (parametrs-ieteiktu draugam) studiju programmā tiek vērtēts vid. ar 5,00 ballēm. Visaugstāk no sabiedrisko attiecību kursiem ir novērtēts studiju kurss *sabiedrisko attiecību taktika* (vid. 4,7), gandrīz tikpat augstu ir novērtēts studiju kurss *mediju attiecību veidošana* (vid. 4,65).

8.8. tabula

Reklāmas studiju kursi

Vērtēšanas parametri	Vidējais
daudz jauna uzzinājis/iemācījies	3,72
studenti informēti par saturu, prasībām kritērijiem	4,13
kurss nodrošināts ar nepieciešamo literatūru un materiāliem	3,85
viela izklāstīta viegli un saprotami, uzsverot galveno	3,84
studentam iespējams uzdot jautājumus un piedalīties diskusijā	4,25
nodarbību sākums un beigas tiek precīzi ievērotas	3,94
efektīvi izmantoja audiovizuālās uzskates līdzekļus	4,14
rosināja domāt analītiski	3,84
skaidrojums par darbiem un novērtējumu	3,59
konsultācijas ārpus nodarbībām	4,14
ieteiktu draugam	3,61

Reklāmas kursu blokā tika vērtēti sekojoši studiju kursi: *tekstveide reklāmā, reklāmas veidi, kompozīcijas pamati, ievads reklāmas dizainā, ievads semiotikā, patērētāju uzvedība*.

Atšķirībā no sabiedrisko attiecību kursu bloka, reklāmas bloka kursu kopējais vidējais vērtējums ir viszemākais (3,91 balle). No 11 parametriem 7 parametru vidējais vērtējums nerasniedz 4 balles, t. i., kopumā tie tiek vērtēti kā viduvēji. No reklāmas bloka studējošie visaugstāk ir novērtējuši studiju kursus *kompozīcijas pamati* un *patērētāju uzvedība*. Vienlīdz augstu studējošie novērtē to, ka - ir iespēja uzdot pasniedzējam jautājumus nodarbību laikā un piedalīties diskusijā, kā arī to, ka studenti ir informēti par kursa saturu un prasībām, ka kurss nodrošināts ar nepieciešamo literatūru un materiāliem, ka nodarbībās attiecīgo kursu pasniedzēji vielu izklāstīja viegli un saprotami, uzsverot galveno (gandrīz visās minētajās pozīcijās vid. vērtējums ir 5,00 balles). Kopumā reklāmas priekšmetu blokā visaugstāk tiek vērtēta studentu un pasniedzēju komunikācija –studentam ir iespējams uzdot jautājumus un piedalīties diskusijā (vid. 4,25) un audiovizuālo uzskates līdzekļu izmantošana (vid. 4,14).

Viszemāk ir ticis novērtēts studiju kursa *ievads semiotikā* nozīmīgums (parametri-*ieteiktu draugam un uzzināju daudz jauna šā kursa ietvaros* vidēji tiek vērtēti ar 2 ballēm). Šajā gadījumā parametru ieteikt draugam nevarētu īsti saistīt ar nozīmīgumu studiju programmā, drīzāk ar esošo kursa saturu, jo aptaujas anketās studējošie komentē, ka kurss ir pārāk sarežģīts, lai to apgūtu tik īsā laikā. Studenti kursā vairāk vēlējas iegūt informāciju, kā semiotikas zināšanas varētu izmantot reklāmas materiālu analīzē un veidošanā. Salīdzinoši zemu studējošo vērtējumu ir saņēmis arī studiju kurss *reklāmas veidi* (vid.3,64), studenti komentāros ir minējuši, ka kurss ir nestrukturēts, grūti esot saprast, ko pasniedzējs no studentiem vēlas. Kursa *reklāmas veidi* vērtējumā tikai 4 no 11 pozīcijām ir saņemts labs vērtējums.

8.9. tabula

Komunikācijas studiju kursi

Vērtēšanas parametri	Vidējais
daudz jauna uzzinājis/iemācījies	4,24
studenti informēti par saturu, prasībām kritērijiem	4,59
kurss nodrošināts ar nepieciešamo literatūru un materiāliem	3,89
viela izklāstīta viegli un saprotami, uzsverot galveno	4,24
studentam iespējams uzdot jautājumus un piedalīties diskusijā	4,78
nodarbību sākums un beigas tiek precīzi ievērotas	4,64
efektīvi izmantoja audiovizuālās uzskates līdzekļus	4,68
rosināja domāt analītiski	4,21

skaidrojums par darbiem un novērtējumu	4,31
konsultācijas ārpus nodarbībām	4,13
ieteiktu draugam	4,24

Komunikācijas kursu blokā tika vērtēti sekojoši studiju kursi: *vizuālās komunikācijas pamati*, *neverbālā komunikācija*, *komunikācija tiešsaistē*, *komunikācijas ētika*, *prezentācijas prasmes*. Komunikācijas priekšmetu bloka kursu kopējais vidējais vērtējums ir augstāks kā reklāmas un sabiedrisko attiecību virziena kursiem (4,36 balles). Gandrīz visi 11 parametri tiek vērtēti labi, izņemot studiju kursu nodrošinājums ar nepieciešamo literatūru un materiāliem. Visaugstāk tiek vērtēta iespēja uzdot pasniedzējam jautājumus nodarbību laikā un piedalīties diskusijā (vid. 4,78), informētība par studiju kursu saturu, prasībām un vērtēšanas kritērijiem (vid.4,59). Augstu tiek vērtēta nodarbību organizēšana, t.i. nodarbību sākums un beigas tiek precīzi ievērotas (vid. 4,64) un audiovizuālo uzskates materiālu izmantošana nodarbību laikā (vid. 4,68).

Tajā pašā laikā viszemāk ir ticis vērtēts studiju kurss *vizuālās komunikācijas pamati*, kur viszemāk ir novērtēts studiju kursu nodrošinājums ar nepieciešamo literatūru un materiāliem (vid. 2,6). Šo kursu studējošie neieteiktu arī saviem draugiem (vid. 3,0). Tomēr tajā pašā laikā ir arī pozitīvi studentu komentāri-pats priekšmets ir ļoti interesants un interesanta ir arī pasniedzēja pieeja kursa paredzēto prasmju un zināšanu mācīšanai.

8.10. tabula

Vispārizglītojošie studiju kursi

Vērtēšanas parametri	Vidējais
daudz jauna uzzinājis/iemācījies	4,58
studenti informēti par saturu, prasībām kritērijiem	4,58
kurss nodrošināts ar nepieciešamo literatūru un materiāliem	4,5
viela izklāstīta viegli un saprotami, uzsverot galveno	4,72
studentam iespējams uzdot jautājumus un piedalīties diskusijā	4,78
nodarbību sākums un beigas tiek precīzi ievērotas	4,54
efektīvi izmantoja audiovizuālās uzskates līdzekļus	4,49
rosināja domāt analītiski	4,54
skaidrojums par darbiem un novērtējumu	4,28
konsultācijas ārpus nodarbībām	4,30
ieteiktu draugam	4,64

Vispārizglītojošo kursu blokā tika vērtēti divi studiju kursi: *biznesa komunikācija*, *un sociālā psiholoģija*. Visaugstāk studējošie novērtē iespēja uzdot pasniedzējam jautājumus nodarbību laikā un piedalīties diskusijā (vid. 4,78), augstu tiek vērtēta arī vielas izklāsta skaidrība (vid. 4,72). Augstu tiek novērtēts arī kursa nozīmīgums studentu uztverē

(parametri-ieteiktu draugam un uzzināju daudz jauna šā kursa ietvaros vidēji tiek vērtēti ar 4,64 un 4,58 ballēm).

Jāatzīmē, ka abi studiju kursi pamatā ir novērtēti ar augstākajiem vērtējumiem (4 un 5 balles).

Vispārizglītojošo priekšmetu bloka kursu kopējais vidējais vērtējums ir visaugstākais (4,54 balles).

8.11. tabula

Nozares teorētiskie un informācijas tehnoloģiju studiju kursi

Vērtēšanas parametri	Vidējais
daudz jauna uzzinājis/iemācījies	4,01
studenti informēti par saturu, prasībām kritērijiem	4,48
kurss nodrošināts ar nepieciešamo literatūru un materiāliem	4,24
viela izklāstīta viegli un saprotami, uzsverot galveno	4,17
studentam iespējams uzdot jautājumus un piedalīties diskusijā	4,62
nodarbību sākums un beigas tiek precīzi ievērotas	4,64
efektīvi izmantoja audiovizuālās uzskates līdzekļus	4,41
rosināja domāt analītiski	4,27
skaidrojums par darbiem un novērtējumu	4,20
konsultācijas ārpus nodarbībām	4,38
ieteiktu draugam	3,74

Nozares teorētisko un informācijas tehnoloģiju kursu blokā tika vērtēti sekojoši studiju kursi: *ievads zinātniskajā pētniecībā, jaunās informācijas (mediju) tehnoloģijas, mūsdienu latviešu valodas aktualitātes komunikācijas aspektā, postindustriālās sabiedrības attīstība, publiskā viedokļa teorijas, ievads masu komunikācijas teorijās, jaunrades process, organizāciju psiholoģija un valsts pārvalde*. Nozares teorētisko un informācijas tehnoloģiju kursu bloks ir otrs visaugstāk novērtētais studiju kursu bloks (vid. 4,28 balles). Lielākajā daļā priekšmetu visi 11 parametri kopumā tiek vērtēti labi.

Visaugstāk tiek vērtēta nodarbību organizēšana, t.i. nodarbību sākums un beigas tiek precīzi ievērotas (vid. 4,64). Gandrīz tikpat augstu tiek vērtēta iespēja uzdot pasniedzējam jautājumus nodarbību laikā un piedalīties diskusijā (vid. 4,62), nedaudz zemāk informētība par studiju kursu saturu, prasībām un vērtēšanas kritērijiem (vid.4,48).

Ceturtais visaugstāk novērtētais parametrs ir audiovizuālo uzskates materiālu izmantošana nodarbību laikā (vid. 4,41).

Šajā kursu blokā nav izteikti zemu novērtētu studiju kursu. Kaut gan daži studiju kursi ir saņēmuši ļoti zemus vērtējumus pozīcijā *ieteiktu savam draugam*, un viens no tiem ir *mūsdienu latviešu valodas aktualitātes komunikācijas aspektā*, kam minētais parametrs ir novērtēts ar 2 ballēm. Savukārt, latviešu plūsmas studenti studiju kursu *ievads*

zinātniskajā pētniecībā pozīcijā ieteiktu savam draugam ir novērtējuši tikai ar 1,4 ballēm, arī kursa kopējais vidējais vērtējums tikai nedaudz pārsniedz 3 ballu robežu. Komentāros kā galvenais problēmu iemesls tiek minēta apgrūtinātā komunikācija ar studentiem pasniedzējas latviešu valodas nepietiekošo zināšanu dēļ. Visaugstāko vidējo novērtējumu ir saņēmis no krievu plūsmas studentiem studiju kurss *organizāciju psiholoģija* (vid. 4,91), kā arī komentāru-brīnišķīga pasniedzēja, gandrīz tikpat augstu vidējo novērtējumu ir saņēmis studiju kurss *jaunrades process* (vid. 4,86), kā arī komentāru-mīļākais priekšmets.

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.

8.7. Aptauju rezultātu kopsavilkums par absolventu apmierinātību ar studiju kvalitāti un to izmantošana studiju programmu kvalitātes uzraudzībā

Kaut arī 2014./2015. studiju gadā bakalaura studiju programmu absolvēja salīdzinoši liels absolventu skaits (49), detalizētākas informācijas iegūšanai tika nolemts elektroniskās aptaujas vietā veikt intervijas ar vairākiem absolventiem. Tika intervēti 10 pilna laika dienas nodaļas latviešu un krievu plūsmas reklāmas un sabiedrisko attiecību virziena absolventi: *Elīna Krūzkopa, Ēriks Osmanis, Eva Birstiņa, Justīne Kalēja, Lāsma Baikova, Mairita Siljēkaba, Olga Petrovska, Anastasija Peškova, Serafima Macņeva, Andrejs Fedorenko*.

Visi intervētie absolventi augstu vērtē programmas realizācijā iesaistīto mācībspēku kvalifikāciju un uzskata, ka programmas direktorei ir izdevies izveidot augsti kvalificētu profesionāļu atlasu. Absolventi atzinīgi novērtē gan pasniedzēju profesionalitāti, gan pasniedzēju darbu ar studentu radošajām idejām. Kā vienu no lielākajiem ieguvumiem absolventi uzskata radošās domāšanas attīstīšanu.

Absolventi atzīst, ka studiju laikā ir ieguvuši turpmākajam darbam noderīgu pieredzi un kompetences. *Elīna Krūzkopa, Mairita Siljēkaba, Ēriks Osmanis* uzskata, ka tieši studiju laikā iegūtā pieredze ir ļāvusi viņiem profesionāli augt un sniegt augstus rezultātus savās darba vietās.

Augstu tiek vērtēta iespēju daļu priekšmetu apgūt angļu valodā, jo tas ļoti noderot turpmākajā darbā. Absolventi iesaka arī turpmāk, pie kam vairāk, organizēt lekcijas angļu valodā.

Absolventi uzskata, ka šī ir vienīgā reklāmas programma, kas sniedz tik plašas prakses iespējas. Absolventi atzīst, ka studiju laikā ir apguvuši gan drukāto reklāmas

materiālu dizaina veidošanu un izgatavošanu, gan daudz sarežģītākus veidus – nedaudz audio reklāmu, video filmēšanu un montēšanu, kā arī interneta baneru veidošanu.

Augstu tiek novērtētas studiju laikā iegūtās iemaņas zinātniskajā pētniecībā, kā arī iespēja piedalīties dažādās zinātniskajās konferencēs.

Mācību laikā tiek iegūti gan paziņas, gan draugi, ar kuriem arī pēc augstskolas tiek uzturēti kontakti, kā arī ir nākas kopā strādāt dažādos projektos. Absolventi atzīst, ka ar darbu saistītos jautājumos ļoti noder augstskolas laikā nodibinātie kontakti.

Visi intervētie absolventi uzskata, ka RISEBA „Sabiedrisko attiecību un reklāmas menedžmenta” bakalaura programma atšķiras no citu Latvijas augstskolu līdzīgām studiju programmām ar būtisku uzsvāri uz praktisko zināšanu apguvi un darbu komandā. Aptaujātie absolventi augstu vērtē studiju laikā izveidojušos sadarbību ar programmas pasniedzējiem un programmas direktori.

Augstskola RISEBA gan uzsākot studijas, gan visa studiju procesa laikā, tiek vērtēta kā jauna un mūsdienīga augstskola, kas seko līdzi jaunākajām mācību tendencēm un tehnoloģijām, bet vadība tiek vērtēta kā pretimnākoša, kas iedziļinās studentu problēmās un ātri tās risina.

8.8. Studējošo pašpārvalde un līdzdalība studiju procesa pilnveidošanā

Latvijas Republikas Ministru kabineta 2007. gada 20. martā apstiprinātā RISEBA Satversme paredz studējošo līdzdalību sekojošās koleģiālajās lēmēj institūcijās:

RISEBA Satversmes sapulcē;

RISEBA Senātā.

Tas nozīmē likumīgu nepieciešamību un atļauj nodrošināt studējošo aktīvu iesaistīšanu visos jautājumos, kas saistīti ar studiju procesa saturu un organizāciju, kā arī ar ārpus studiju darbību.

RISEBA darbojas studējošo pašpārvalde. Viens no studējošo pašpārvaldes dibināšanas pamatmērķiem ir studentu saskarsmes veidošana un aktivitātes veicināšana. RISEBA studējošo pašpārvalde ir Latvijas Studentu apvienības locekle, kas dod vislielākās iespējas dalīties pieredzē un apspriest gan ar studijām, studentu dzīvi un sabiedriskām aktivitātēm saistītās problēmas, gan arī ar visu izglītības sistēmu kopumā.

RISEBA studējošo pašpārvalde pārstāv studentu intereses visās augstskolas un valsts institūcijās, un arī ārzemēs.

Studējošie aktīvi piedalās augstskolas un studējošo pašpārvaldes rīkotajās aptaujās. RISEBA regulāri, katru studiju gadu, visos studijuursos tiek veiktas studējošo aptaujas par studiju programmu realizācijas gaitu, mācībspēku darba kvalitāti, kas ļauj izsekot

studiju programmas novērtējumam no studentu viedokļa, kā arī studiju darba organizācijas kvalitātei.

Studējošiem tiek arī piedāvāta iespēja tikties ar augstskolas vadību, administrāciju un departamentu vadītājiem. Ikdienu jautājumus ar administrāciju risina studiju programmas administratori, grupu vecākie un studējošo pašpārvalde.

Studējošie savu līdzdalību mācību procesā var realizēt, izsakot savas vēlmes tiešajam studiju kursa pasniedzējam, programmas direktorei, departamentu vadītājiem, kā arī ar RISEBA studējošo pašpārvaldes palīdzību, kuras pārstāvji piedalās RISEBA Senāta sēdēs. Regulāri tiek rīkotas studiju programmas direktores un studējošo tikšanās, lai pārrunātu studiju procesa aktualitātes un problēmjautājumus.

Lai paaugstinātu studiju kvalitāti un studējošo ciešāku līdzdalību studiju organizēšanā, RISEBA no 2007./2008. studiju gada tika dibināta speciāla, katras studiju programmas Padome, kuras galvenais mērķis ir sekmēt attiecīgās studiju programmas kvalitāti, paaugstināt studiju efektivitāti, starpdisciplināro komunikāciju un nodrošināt katras studiju programmas attīstīšanu. Studiju programmas Padomes sastāvā ir iekļauti studējošo pārstāvji no katra kursa.