

**EXTRACT OF MARKETING STUDY FIELD
AT KAUNAS UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
EVALUATION REPORT, DATED 21 JULY 2021, NO. SV4-69**



CENTRE FOR QUALITY ASSESSMENT IN HIGHER EDUCATION

EVALUATION REPORT
STUDY FIELD of MARKETING
at Kaunas University of Applied Sciences

Expert panel:

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

Evaluation coordinator – *Mr. Domantas Markevičius*

Report language – English

© Centre for Quality Assessment in Higher Education

Vilnius
2021

Study Field Data

Title of the study programme	<i>Sales and Marketing</i>
State code	6531LX087
Type of studies	Collegial studies
Cycle of studies	First cycle
Mode of study and duration (in years)	Full-time (3 years)
Credit volume	180
Qualification degree and (or) professional qualification	Professional Bachelor in Business Management
Language of instruction	Lithuanian
Minimum education required	Secondary education
Registration date of the study programme	January 2019

<...>

II. GENERAL ASSESSMENT

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

Study field and cycle assessment in points by evaluation areas

No.	Evaluation Area	Evaluation of an Area in points*
1.	Intended and achieved learning outcomes and curriculum	2
2.	Links between science (art) and studies	3
3.	Student admission and support	3
4.	Teaching and learning, student performance and graduate employment	3
5.	Teaching staff	3
6.	Learning facilities and resources	4
7.	Study quality management and public information	3
	Total:	21

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

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

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

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

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

<...>

IV. RECOMMENDATIONS

Evaluation Area	Recommendations for the Evaluation Area (study cycle)
Intended and achieved learning outcomes and curriculum	The strengthening of close contact with the business community is desirable: ◦ inviting more guest lecturers (from Lithuanian and foreign companies) ◦ organizing more company visits for students ◦ strengthening the relationship between business people and teaching staff involved in the program's delivery. In order to further develop the still relatively new program's curriculum and to better adapt to the market needs, benchmarking with similar international programs is needed. The continuous upgrade should be made in compulsory and elective courses, content, and module sequencing.
Links between science (art) and studies	The marketing program should develop a more balanced approach regarding scientific and applied research activities. The scientific research outputs in marketing must be significantly elevated.
Student admission and support	Continue promoting the internationalization of students. This is already seen as an area for improvement. Web information in English is a must. Students are demanding more guests from other countries, more trips to companies, more real case work related to business.
Teaching and learning, student performance and graduate employment	Implement learning assessment methods that reflect the professional and practical orientation of the study program. Improve communication between teachers who participate in the same model to address the communication issues. Better communicate formal procedures (i.e. how to raise a complaint or an appeal) to the students.
Teaching staff	Teaching staff should increase outgoing mobility in terms of lecturing abroad (fostering internationalization). Research activities and output (publications in scientific and professional journals) of teaching staff should be streamlined with

	the marketing disciplines.
Learning facilities and resources	The impression of the expert group is that students are not aware of all available resources at the library, and do not utilize these to their full potential. Please consider more proactive information sharing and more info-literacy training. There is a gap between all available technology and software programs, and utilization of these. Software in marketing tools like Google ads, FB ads, Adobe, seem to be available, but not utilized, or students & educators are not aware of these. Please consider better integration of available software tools into the curriculum.
Study quality management and public information	The response rate of surveys should be elevated, perhaps by developing a motivation system. All information about quality management survey results should be publicly available (especially in English).

V. SUMMARY

Sales and Marketing programme's structure and scope are sufficient to ensure the development of competencies. However, there is room for improvement. More emphasis on the practical features in the programme's orientation is needed. Also, the revision of the learning outcomes and a better balance of the modules would be necessary. The option of directing the programme towards B2C and B2B tracks should be given more consideration. Also, the program's core could be better reflected. Reconsideration of the content and names of its modules is additionally needed.

KUAS involves strategic partners in research activities and the students can benefit from the research activities of the professors. Within the school there is a supporting atmosphere for linking science and studies. If a student did substantial research on the thesis paper, the school is encouraging him/her to present the findings at research conferences. On the other hand, most of the research results of the marketing field staff are just vaguely connected to the marketing and they are often of medium quality.

The school is offering additional academic activities highly valued by the students. The school's study environment is open and supportive. At the same time, there is a need for a higher level of internationalization of the studies. At least the webpage with some major parts should be in English. Students are also looking for more guests from other countries, more trips to companies and more real cases related to business.

The *Sales and Marketing* program is offering an opportunity to individualize the learning process to reflect student-specific needs. There are well-established formal procedures regarding organisation of the study program. On the other hand, there is a disbalance between the nature of the programme (professional) and the study methods and evaluation components (rather traditional methods than practical assessments). There are critical communication and evaluation issues when multiple teachers teach in the same module. Also, procedures regarding organizing the studies should be communicated more broadly.

The number of experienced lecturers-practitioners with the Ph.D. degree enables good integration of theoretical knowledge with applied research and business practice. KUAS is making efforts to enhance the teaching staff professional development through various in-house training options and internships.

KUAS has well equipped modern facilities with state of the art library and information technologies. There are great sports and well-being facilities available for students to relax and balance their study life. Then again, there is a gap between all available technology and software programs, and utilization of these. Informational resources are not fully utilized, especially the databases and online tools. More proactive information sharing and teaching in literacy in information tools would be recommended.

The institutional approach towards quality management covers all necessary areas. The students are integrated in most of the quality assurance procedures. KUAS not only collects

the satisfaction of its stakeholders, but also reports on the results thereof. Though, a systematic approach to improve surveys' quality is advised.

**KAUNO KOLEGIJOS
RINKODAROS KRYPTIES STUDIJŲ
2021 M. LIEPOS 21 D. EKSPERTINIO VERTINIMO IŠVADŲ NR. SV4-69 IŠRAŠAS**



STUDIJŲ KOKYBĖS VERTINIMO CENTRAS

**KAUNO KOLEGIJOS
RINKODAROS STUDIJŲ KRYPTIES
VERTINIMO IŠVADOS**

Ekspertų grupė:

1. Prof. dr. Kristiina Tõnnisson (grupės vadovė), *akademinės bendruomenės atstovė;*
2. Prof. dr. Dario Miočević, *akademinės bendruomenės atstovas;*
3. Prof. dr. Ákos Varga, *akademinės bendruomenės atstovas;*
4. Prof. dr. Giedrius Romeika, *akademinės bendruomenės atstovas;*
5. P. Žilvinas Kulvinskis, *darbdavių atstovas;*
6. P. Alicia Presencio Herrero, *studentų atstovė.*

Vertinimo koordinatorius – p. Domantas Markevičius

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

© Studijų kokybės vertinimo centras

Vilnius
2021

Studijų krypties duomenys

Studijų programos pavadinimas	<i>Pardavimai ir marketingas</i>
Valstybinis kodas	6531LX087
Studijų programos rūšis	Koleginės studijos
Studijų pakopa	Pirmoji
Studijų forma (trukmė metais)	Nuolatinės (3 metai)
Studijų programos apimtis kreditais	180
Suteikiamas laipsnis ir (ar) profesinė kvalifikacija	Verslo vadybos profesinio bakalauro laipsnis
Studijų vykdymo kalba	Lietuvių
Reikalavimai stojantiejiems	Vidurinis išsilavinimas
Studijų programos įregistravimo data	2019 sausis

<...>

II. APIBENDRINAMASIS ĮVERTINIMAS

Kauno kolegijos *rinkodaros* krypties pirmosios pakopos studijos vertinamos **teigiamai**.

Studijų krypties ir pakopos įvertinimas pagal vertinamąsias sritis.

Eil. Nr.	Vertinimo sritis	Srities įvertinimas, balais*
1.	Studijų tikslai, rezultatai ir turinys	2
2.	Mokslo (meno) ir studijų veiklos sąsajos	3
3.	Studentų priėmimas ir parama	3
4.	Studijavimas, studijų pasiekimai ir absolventų užimtumas	3
5.	Dėstytojai	3
6.	Studijų materialieji ištekliai	4
7.	Studijų kokybės valdymas ir viešinimas	3
	Iš viso:	21

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

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

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

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

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

<...>

IV. REKOMENDACIJOS

Vertinimo sritis	Rekomendacija vertinimo sričiai (studijų pakopa)
Studijų tikslai, rezultatai ir turinys	Pageidautina stiprinti glaudžius ryšius su verslo bendruomene: ○ pasitelkti daugiau kviestinių lektorių (iš Lietuvos ir užsienio bendrovių); ○ organizuoti studentams daugiau išvykų į bendroves; ○ stiprinti verslininkų ir dėstytojų, įtrauktų į programos dėstymą, ryšį. Siekiant toliau plėtoti dar palyginti naują programos planą ir geriau prisitaikyti prie rinkos poreikių, reikia lyginamosios analizės su panašiomis tarptautinėmis programomis. Turėtų būti atliekamas nuolatinis privalomųjų ir pasirenkamųjų kursų, turinio ir modulių sekos atnaujinimas.
Mokslo (meno) ir studijų veiklos sąsajos	Rinkodaros programa turėtų sukurti labiau subalansuotą požiūrį į mokslinę ir taikomųjų mokslinių tyrimų veiklą. Mokslinių tyrimų rezultatai rinkodaros kryptyje turi būti gerokai didesni.
Studentų priėmimas ir parama	Toliau skatinti studentų tarptautiškumą. Tai jau laikoma tobulintina sritimi. Internetu būtina pateikti informaciją anglų kalba. Studentai išreiškė poreikį sulaukti daugiau kviestinių lektorių iš kitų šalių, daugiau išvykų į įmones, daugiau darbo su realiais atvejais, susijusiais su verslu.
Studijavimas, studijų pasiekimai ir absolventų užimtumas	Įgyvendinti mokymosi vertinimo metodus, atspindinčius profesinę ir praktinę studijų programos orientaciją. Gerinti dėstytojų, dalyvaujančių tame pačiame modulyje, bendravimą sprendžiant komunikacijos problemas. Geriau informuoti studentus apie formalias procedūras (t. y., kaip pateikti skundą ar apeliaciją).
Dėstytojai	Dėstytojai turėtų padidinti išvykstamąjį mobilumą ir skaityti paskaitas užsienyje (tarptautiškumo skatinimas). Dėstytojų mokslinių tyrimų veikla ir rezultatai (publikacijos moksliniuose ir profesiniuose žurnaluose) turėtų būti suderinti su rinkodaros disciplinomis.

Studijų materialieji ištekliai	Ekspertų grupė susidarė įspūdį, kad studentai nežino visų bibliotekos turimų išteklių ir neišnaudoja jų viso potencialo. Rekomenduojama apsvarstyti aktyvesnį dalijimąsi informacija ir galimybę organizuoti daugiau informacinio raštingumo mokymų. Yra atotrūkis tarp visų turimų technologijų, programinės įrangos ir jų panaudojimo. Atrodo, kad rinkodaros įrankių programinė įranga, pvz., „Google“ skelbimai, „Facebook“ skelbimai, „Adobe“, yra prieinama, bet nenaudojama, arba studentai ir dėstytojai apie tai nežino. Rekomenduojama geriau integruoti turimas programinės įrangos priemones į mokymo programą.
Studijų kokybės valdymas ir viešinimas	Dalyvavimas apklausoje turėtų būti aktyvesnis, galbūt, sukuriant motyvacijos sistemą. Visa informacija apie kokybės valdymo apklausų rezultatus turėtų būti viešai prieinama (ypač anglų kalba).

V. SANTRAUKA

„Pardavimų ir marketingo“ programos struktūra ir taikymo sritis yra pakankamos kompetencijų ugdymui užtikrinti. Tačiau dar yra ką tobulinti. Reikia daugiau dėmesio skirti programos orientavimui į praktinį pritaikymą. Be to, reikėtų persvarstyti studijų rezultatus ir geriau subalansuoti modulius. Reikėtų labiau atsižvelgti į galimybę nukreipti programą į B2C ir B2B strategijas. Be to, programos branduolys galėtų būti geriau išreikštas. Papildomai reikia persvarstyti modulių turinį ir pavadinimus.

Kauno kolegija į mokslinių tyrimų veiklą įtraukia strateginius partnerius, o studentai gali pasinaudoti dėstytojų tiriamąja veikla. Kolegijoje yra mokslo ir studijų susiejimui palanki atmosfera. Jei studentas, rengdamas baigiamąjį darbą, atliko svarbius tyrimus, kolegija skatina jį pristatyti išvadas mokslinėse konferencijose. Kita vertus, dauguma rinkodaros krypties darbuotojų tyrimų rezultatų yra tik miglotai susiję su rinkodara ir dažnai yra vidutinės kokybės.

Kolegija siūlo papildomą akademinę veiklą, kurią studentai labai vertina. Kolegijoje studijų aplinka yra atvira ir palanki. Tuo pačiu metu reikia didinti studijų tarptautiškumą. Bent jau interneto svetainėje pagrindinė informacija turėtų būti pateikiama anglų kalba. Studentai taip pat pageidauja daugiau kviestinių lektorių iš užsienio, daugiau išvykų į bendroves ir daugiau realios veiklos, susijusios su verslu.

„Pardavimų ir marketingo“ programa suteikia galimybę individualizuoti mokymosi procesą, kad jis atspindėtų studentui būdingus poreikius. Yra gerai nusistovėjusi formali studijų programos organizavimo tvarka. Kita vertus, programos pobūdis (profesinis) ir studijų metodai bei vertinimo komponentai (greičiau tradiciniai metodai, o ne praktiniai vertinimai) skiriasi. Yra kritinių bendravimo ir vertinimo problemų, kai keli dėstytojai dėsto tame pačiame modulyje. Be to, apie studijų organizavimo procedūras turėtų būti informuojama plačiau.

Patyrusių dėstytojų-praktikų, turinčių daktaro laipsnį, kiekis leidžia gerai integruoti teorines žinias į taikomuosius mokslinius tyrimus ir verslo praktiką. Kauno kolegija deda pastangas, kad pagerintų dėstytojų profesinį tobulėjimą per įvairias vidaus mokymo galimybes ir stažuotes.

Kauno kolegija turi gerai įrengtas, modernias patalpas su moderniausia biblioteka ir informacinėmis technologijomis. Yra puiki sporto ir sveikatingumo bazė, skirta studentams atsipalaiduoti ir subalansuoti savo studijų gyvenimą. Kita vertus, yra atotrūkis tarp visų turimų technologijų, programinės įrangos ir jų panaudojimo. Informaciniai ištekliai nėra visiškai išnaudojami, ypač duomenų bazės ir internetiniai įrankiai. Rekomenduojama aktyviau dalytis informacija ir mokyti raštingumo informacinių priemonių srityje.

Institucinis požiūris į kokybės valdymą apima visas būtinas sritis. Studentai yra integruoti į daugumą kokybės užtikrinimo procedūrų. Kauno kolegija ne tik renka informaciją apie

suireresuotų ŗalių pasitenkinimą, bet ir teikia ataskaitas apie jų rezultatus. Tačiau patariama laikytis sistemingo siekiant pagerinti apklausų kokybę.

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

Vertėjos rekvizitai (vardas, pavardė, parašas)