



Rinkodaros ir komunikacijos vystymo gairės 2025



VIZIJA

Konkurencingas tarptautinėje erdvėje, tarpdisciplininis, naujas žinias ir inovacijas kuriantis bei perduodantis technologijų universitetas

TIKSLAS

Užtikrinti efektyvų Universiteto veiklų įgyvendinimą bei stiprinti žmogiškųjų išteklių kompetencijas

VERTYBĖS

ATSAKINGUMAS VISUOMENEI

BENDRADARBIAVIMAS

NUOLATINIS TOBULĖJIMAS

STRATEGINIAI UŽDAVINIAI

- Didinti turinio apie profesionalų ugdymą ir galimybes rinkoje sklaidą bei prieinamumą
- Stiprinti Universitete kuriamų ir perduodamų mokslo žinių, inovacijų, pasiekimų sklaidą
- Plėsti darnaus vystymosi iššūkių ir sprendimų komunikaciją tikslinėms auditorijoms

- Stiprinti komunikaciją su bendrojo ugdymo mokyklomis
- Didinti priėmimo kampanijų rinkodaros ir komunikacijos veiksmų integraciją
- Stiprinti vieningą Universiteto identitetą ir įvaizdį

- Ugdyti sričiai reikalingas darbuotojų kompetencijas
- Tobulinti Universiteto padalinių rinkodaros ir komunikacijos veiklų valdymo sistemą
- Kurti sąlygas bendradarbiavimo ir bendruomeniškumo kultūrai plėtotis



SĖKMĖS RODIKLIAI

- Universiteto komunikacijos įtakos rodiklis – 28
- Ekspertinės komunikacijos dalies augimas, proc. – 10*
- Padidėjusi su darniu vystymusi susijusių pranešimų sklaida išoriniais komunikacijos kanalais, proc. – 15*
- Publikacijų skaičiaus tarptautiniuose specializuotose portaluose augimas, proc. – 15*

- Tiesiogiai pasiekta mokyklų auditorija, tūkst. vnt. – 50
- Universiteto svetainės lankomumo augimas, proc. – 25*
- Universiteto ženklų atpažįstamumas priėmimo kampanijoje, proc. – 30

- Darbuotojų, dalyvavusių su rinkodara ir komunikacija susijusiose stažuotėse ar mokymuose užsienio institucijose, skaičius, asm. – 15
- Darbuotojų, dalyvavusių Universiteto rinkodaros ir komunikacijos mokymuose, skaičius, asm. – 100
- Darbuotojų pasitenkinimo vertinimo balas – 4 iš 5

*Lyginant 2021-2025 periodo pradžios ir pabaigos rezultatus.