

**INOVATYVIŲ TECHNOLOGINIŲ  
SPRENDIMŲ REKLAMOS GAMYBOJE  
ĮTAKA REKLAMOS IR  
KOMUNIKACIJOS SPECIALISTŲ  
PARENGIMO PROCESAMS:  
DARBDAVIŲ IR STUDENTŲ POŽIŪRIS**

**Margarita Išoraitė, Daiva Aktas, Laimutė Fedosejeva, Egidijus  
Grigūnas, Birutė Vaitėnienė, Rūta Krukonienė, Edita Masiulė**

- Šiame straipsnyje nagrinėjama inovatyvių technologinių sprendimų reklamos gamybos procesuose įtaka reklamos ir komunikacijos specialistų parengimo procesui. Šiame straipsnyje naudojami mokslinės literatūros analizės bei anketinės apklausos metodai.

# Reklamos technologijų teoriniai ir praktiniai aspektai

- Šiuolaikinę išorinę aplinką charakterizuoja turbulentiškumas, kurį atspindi nuolatiniai ir visapusiški pokyčiai, dinamiškumas bei neapibrėžtumas. Kartu su aplinka dinamiškai keičiasi ir pati reklama. Bene vienintelis kelias išsiskirti reklaminiame triukšme – eksperimentuoti. Tačiau norint ne tik drąsiai, bet ir sėkmingai eksperimentuoti reklamoje, reikia žinoti technologijų pagrindus ir naujausias jų tendencijas.

# Reklamos technologijų teoriniai ir praktiniai aspektai

- Reklamos vadybininkui, komunikacijos specialistui tai būtina, nes jie yra reklamos verslo avangardas, ta grandis, kuri pirmoji bendrauja su užsakovais, formuluoja reklamos *brifą*. Spalvotyrą, tipografiką, spaudą galima laikyti pagrindu. Šie technologijų aspektai aktualūs kuriant ir gaminant kaip spausdintą, taip ir lauko, vidaus, demonstracinę, transliuojamąją, interneto reklamą. Naujosios technologijos, skaitmenizavimas suteikė daug naujų galimybių, bet kartu sukūrė ir kur kas daugiau iššūkių, norint jas efektyviai išnaudoti.

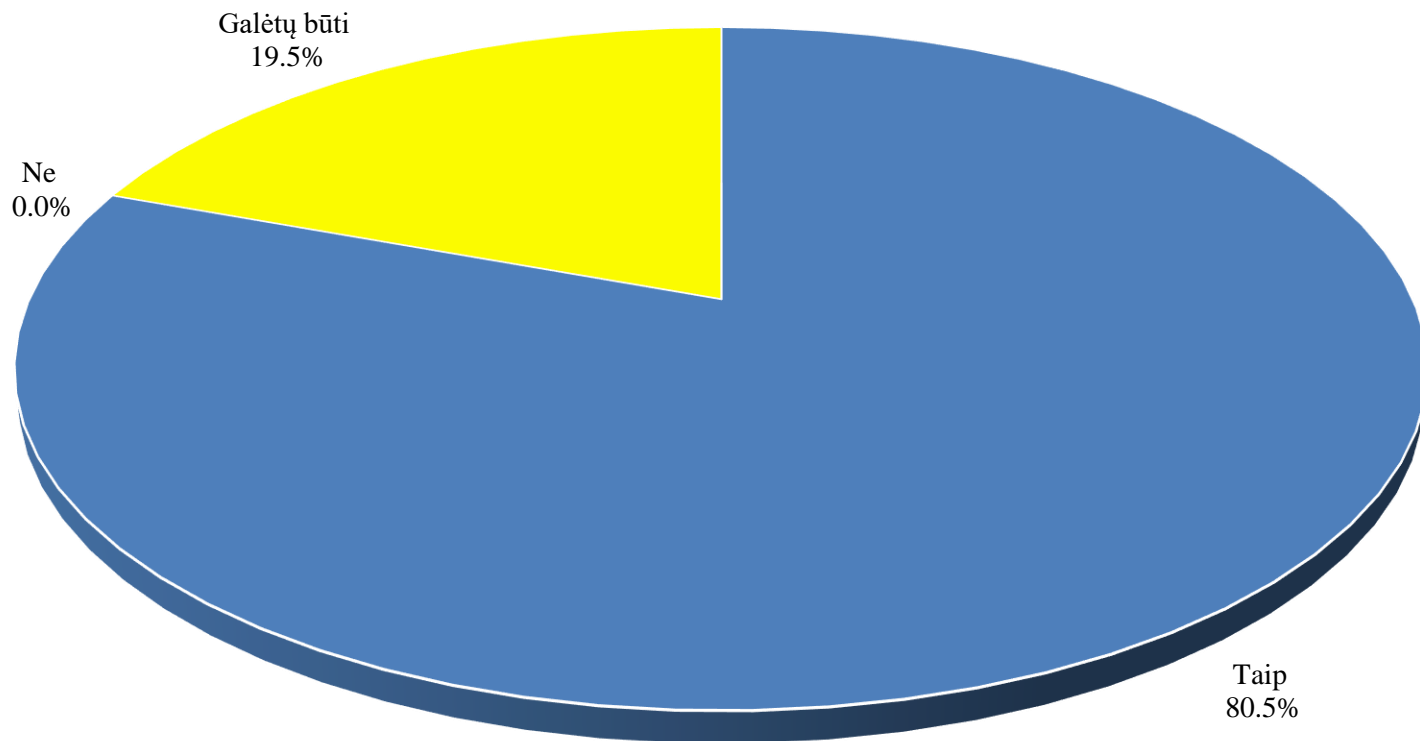
# Reklamos technologijų teoriniai ir praktiniai aspektai

- Reklamos technologijų žinios yra svarbios ir Vilniaus kolegijai. Vilniaus kolegijos Verslo vadybos fakultete „Reklamos technologijos“ yra dėstomos Reklamos vadybos specialybės studentams. „Reklamos technologijos“ yra modulio „Reklamos valdymas ir žiniasklaidos planavimas“ dalis.

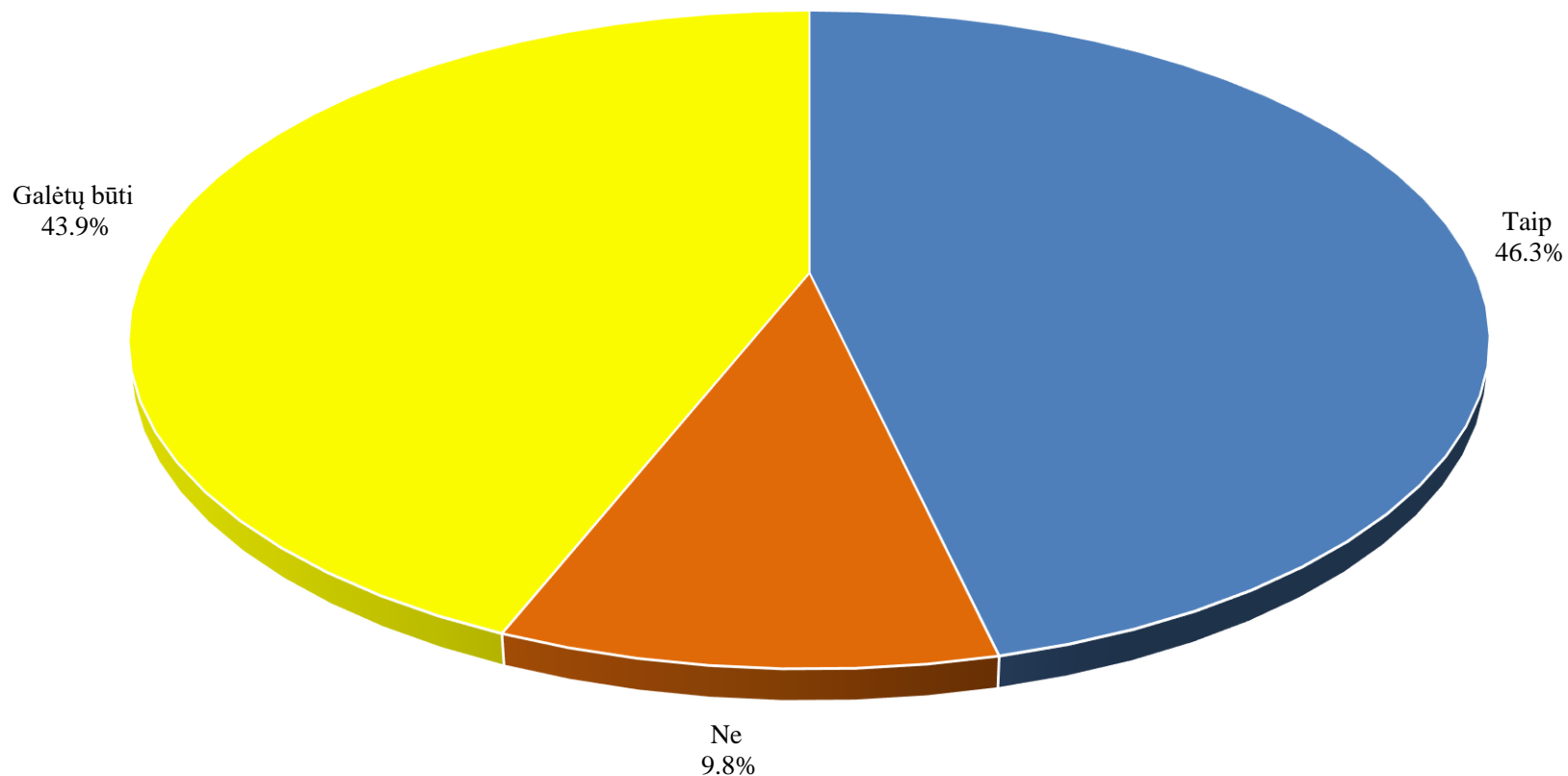
## **Darbdavių ir studentų nuomonės apie inovatyvių technologinių sprendimų įtaką reklamos gamybos procesams**

- Darbdavių grupei tyrime atstovavo Reklamos ir komunikacijos katedros socialiniai partneriai – įmonių, kuriose šios katedros studentai atlieka praktiką, atstovai. Savo nuomonę išreiškė 41 respondentas – tai įmonių vadovai, reklamos ar komunikacijos srityje dirbantys specialistai.
- Tyrime dalyvavo 113 Reklamos vadybos ir Ryšių su visuomene programų studentų. Studentai, dalyvavę apklausoje, atsakė į 10 uždaro tipo klausimų.

# 1 pav. Ar konkrečios reklamos gamybos technologijos žinios yra reklamos vadybininko konkurencinis pranašumas?

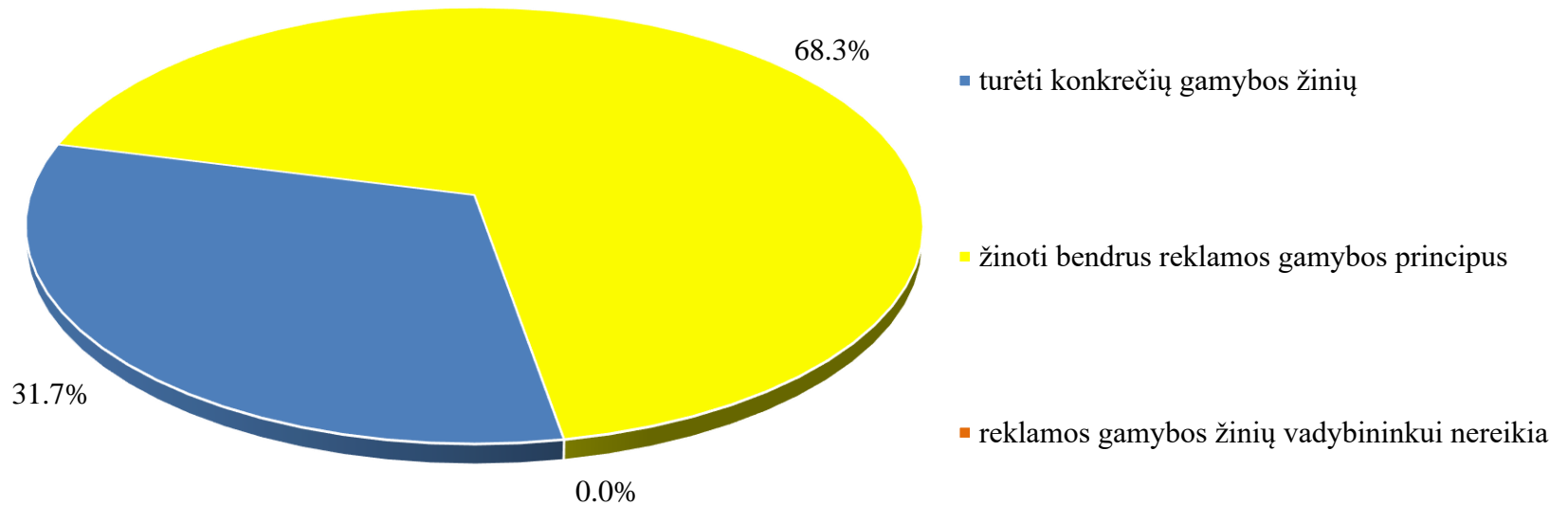


## 2 pav. Ar konkrečios reklamos gamybos technologijos žinios yra komunikacijos specialisto konkurencinis pranašumas?

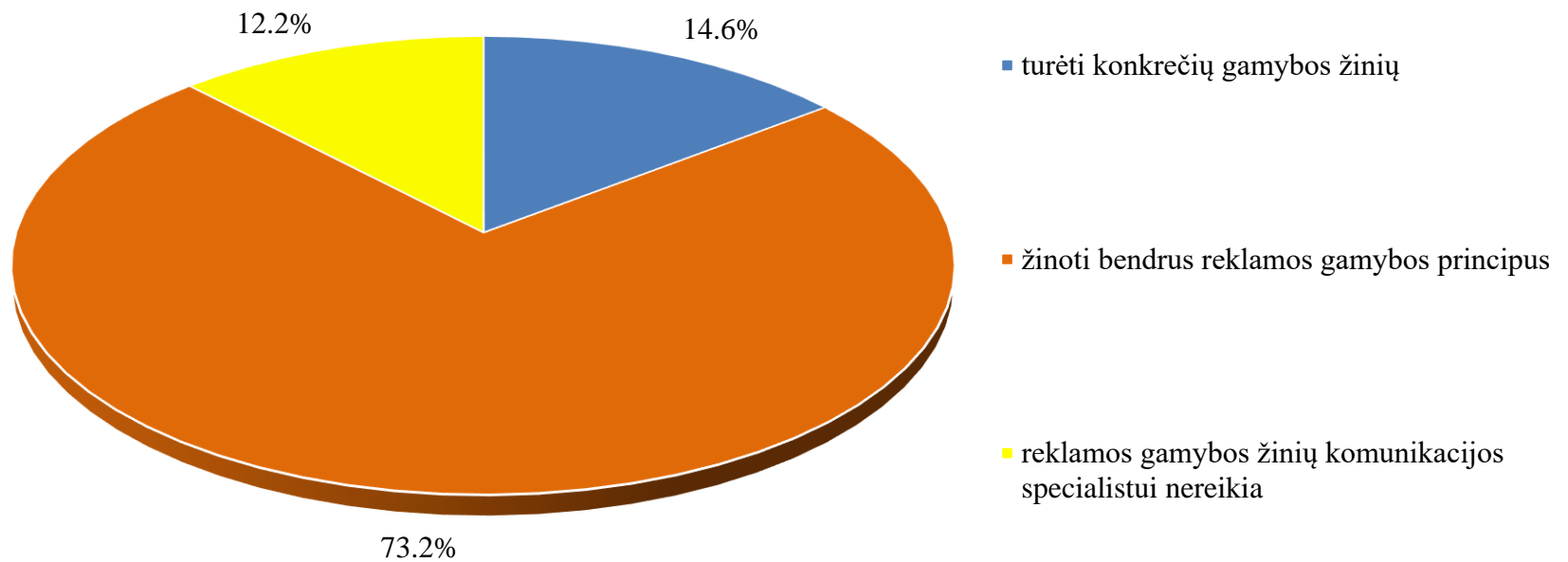




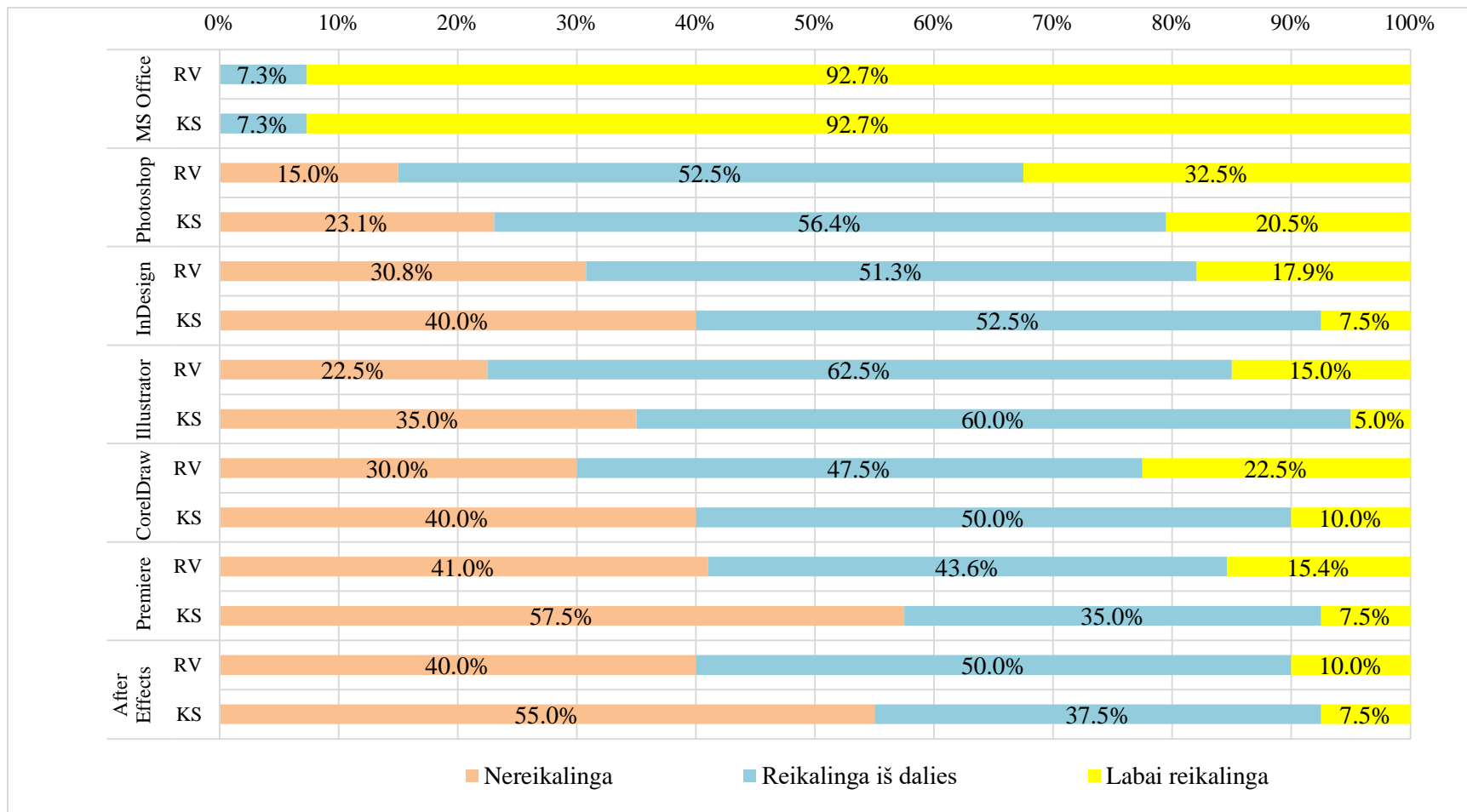
### 3 pav. Ką kolegijos Reklamos vadybos studijas baigęs reklamos vadybininkas turi žinoti?



# 4 pav. Ką kolegijos Rysių su visuomene studijas baigęs komunikacijos specialistas turi žinoti?



# 6 pav. Reklamos vadybininkas ir komunikacijos specialistas turėtų mokėti dirbti šiomis kompiuterinėmis programomis



# Išvados

- Remiantis tyrimo, kuriame dalyvavo 41 reklamos arba komunikacijos įmonių atstovas ir 113 reklamos vadybos bei ryšių su visuomene programų studentų, rezultatais, buvo įvertinta inovatyvių technologinių sprendimų reklamos gamyboje įtaka reklamos ir komunikacijos specialistų parengimo procesui.
- Didžioji dauguma tyrimo dalyvių mano, kad reklamos gamybos technologijų išmanymas yra reklamos vadybininko ir komunikacijos specialisto konkurencinis pranašumas.

# Išvados

- Darbdaviai mano, kad naujausios reklamos gamybos technologijų žinios yra įgyjamos specializuotuose kursuose ar seminaruose, nuolat dirbant savarankiškai ar atliekant praktikas įmonėse. Reikia pažymėti, kad studentai dažnai mini žinių įgijimą studijų metu, tačiau neteikia didelės reikšmės nuolatiniam savarankiško darbo procesui. Respondentų nuomone, socialiniai partneriai galėtų prisidėti prie studentų žinių reklamos technologijų srityje tobulinimo priimdami juos į praktiką ir praktinius užsiėmimus.
- Apžvelgus tyrimo rezultatus yra akivaizdu, kad reklamos technologijų išmanymas naudingas reklamos ir komunikacijos specialistams ir didina jų konkurencinį pranašumą ieškant darbo galimybių rinkoje

# Išvados

- Pasak tyrimo dalyvių, tiek reklamos vadybininkas, tiek komunikacijos specialistas turi žinoti bendrus reklamos gamybos principus, mokėti dirbti su MS Office paketo programomis, Adobe Photoshop, Adobe InDesign programomis, išmanyti naujų medijų kūrimo ir valdymo pagrindus (išskiriamos žinios paieškos sistemoje „Google“ ir socialiniame tinkle „Facebook“) bei gebėti rasti naujus, nestandartinius, inovatyvius reklamos sprendimus. Respondentai pritarė, kad žinios apie spalvų skaidymo sistemą ir kitas reklamos gamybos operacijas šių sričių specialistams yra labai reikalingos arba reikalingos iš dalies.