



NACIONĀLAIS  
ATTĪSTĪBAS  
PLĀNS 2020



EIROPAS SAVIENĪBA  
Eiropas Sociālais  
fonds

---

I E G U L D Ī J U M S T A V Ā N Ā K O T N Ē

Akadēmiskās informācijas centra  
Akreditācijas departamenta - Augstākās izglītības kvalitātes aģentūras

Komunikācijas stratēģija  
2018. - 2020. gadam

Komunikācijas stratēģija 2018. - 2020. gadam sagatavota  
ESF projekta "Atbalsts EQAR aģentūrai izvirzīto prasību izpildei" Nr.8.2.4.0/15/I/001 ietvaros.

2018

## Satura rādītājs

1. Situācijas apraksts - Komunikācijas stratēģijas nepieciešamības pamatojums .....	3
2. AIKA galveno funkciju definīcija, vīzija un misija.....	4
3. Stipro un vājo pušu (SVID) analīze.....	5
4. AIKA mērķauditorijas apraksts – raksturojums .....	7
5. AIKA sadarbība ar organizācijām.....	11
6. AIKA komunikācijas stratēģiskais mērķis un uzdevumi 2018. - 2020. gadam .....	12
7. Ārējās komunikācijas kanālu un aktivitāšu apraksts.....	13
7.1. Komunikācijas kanāli.....	13
7.2. Komunikācijas aktivitātes un to biežums.....	16
7.3. Komunikācijas satura prasības.....	23
8. AIKA vizuālā identitāte .....	27

## 1. Situācijas apraksts - Komunikācijas stratēģijas nepieciešamības pamatojums

Augstākās izglītības kvalitāte un tās nepārtraukta pilnveide ir ļoti nozīmīga valsts ekonomikai, nodarbinātībai un arī valsts attīstībai. Valsts vērtība ir cilvēki ar kvalitatīvu augstāko izglītību, tāpēc ir būtiski nodrošināt tādu augstāko izglītību, kas ir starptautiski atzīta un spētu piesaistīt studētgrībētājus gan no Latvijas, gan no visas pasaules.

Šobrīd Augstākās izglītības kvalitātes aģentūra (turpmāk – AIKA) ir vienīgā aģentūra Latvijā, kas ir tiesīga nodrošināt augstskolu, koledžu un studiju virzienu akreditāciju un studiju programmu licencēšanu. AIKA veicina augstākās izglītības pilnveidi un veic citus ar augstākās izglītības kvalitātes nodrošināšanu saistītus uzdevumus.

Gan koledžas, gan augstskolas regulāri sniedz informāciju topošajiem studentiem par savām studiju programmām, tostarp norādot uz augstskolas akreditācijas un programmu licencēšanas aktualitāti. Savukārt, lai arī studētgrībētāji šo informāciju saņem, viņiem trūkst informētības par akreditācijas un licencēšanas jautājumiem.

Tā kā viens no AIKA stratēģiskajiem mērķiem ir attīstīt starptautisko sadarbību un konkurētspēju, iesaistoties augstākās izglītības kvalitātes nodrošināšanas politikas veidošanas procesos, kvalitātes novērtēšanas un pilnveides veicināšanā, AIKA ir nepieciešams nostiprināt savu tēlu vietējā mērogā, lai pēc tam to varētu veidot un attīstīt arī starptautiskā vidē, iesaistoties Eiropas un globālās augstākās izglītības kvalitātes nodrošināšanas telpas procesos.

Ņemot vērā AIKA vērtības 2017. - 2021. gadam – objektivitāte, kompetence un sadarbība, Komunikācijas stratēģija paredz sniegt precīzu, pamatotu un profesionālu informāciju par savā kompetencē esošajiem jautājumiem, sadarbojoties ar augstākās izglītības kvalitātes nodrošināšanā ieinteresētajām pusēm vietējā un starptautiskā mērogā.

Šī Komunikācijas stratēģija ir veidota kā praktiska vadlīnija, lai sasniegtu AIKA mērķus un mērķauditoriju ar pārdomātu komunikāciju un nostiprinātu tās tēlu.

## 2. AIKA galveno funkciju definīcija, vīzija un misija

Komunikācijas stratēģijā ir definēta mērķauditorija, komunikācijas mērķis, uzdevumi, kanāli un plānotas aktivitātes, kas atspoguļotu AIKA kā uzticamu un starptautiski atzītu aģentūru ar objektīvu un profesionālu darba sniegumu augstākās izglītības kvalitātes nodrošināšanas un novērtēšanas jomā.

Lai Komunikācijas stratēģija sasniegtu AIKA definētos stratēģiskos mērķus, tā ir izstrādāta, balstoties uz "AIKA Attīstības stratēģiskie virzieni 2017. - 2021. gadam".

AIKA galvenās funkcijas komunikācijā ar mērķauditoriju un sabiedrību tiks skaidrotas vienkāršā un saprotamā valodā. Tās ir:

1. Nodrošināt augstskolām, koledžām profesionālu un kvalitatīvu akreditācijas un licencēšanas procesu, kā arī veikt citas funkcijas, kas ir saistošas augstākās izglītības kvalitātes novērtēšanai, monitoringam vai pilnveidošanai.
2. Nodrošināt potenciālos un esošos studentus, kā arī sabiedrību ar aktuālāko informāciju par augstskolu, koledžu akreditāciju un studiju programmu licencēšanu un ar tām saistītiem jautājumiem.

AIKA vīzija ir būt par uzticamu un starptautiski atzītu aģentūru, kura veicina nepārtrauktu augstākās izglītības kvalitātes pilnveidi Latvijā un iesaistās Eiropas un globālās augstākās izglītības kvalitātes nodrošināšanas procesos.

Galvenā AIKA misija ir būt par uzticamu partneri visām iesaistītajām pusēm – augstskolām, koledžām, mācībspēkiem, ekspertiem, potenciālajiem un esošajiem studentiem, politikas veidotājiem un citiem interesentiem gan Latvijā, gan starptautiskajā vidē, kā arī plašsaziņas līdzekļiem.

Komunikācijas stratēģija ietver aktivitātes, kas precīzi un saprotami atspoguļo AIKA darbību, tās rezultātus un skaidro šī darba nozīmīgumu Latvijas augstākās izglītības kvalitātes paaugstināšanā un Latvijas reputāciju ārvalstīs augstākās izglītības kvalitātes jomā.

### 3. Stipro un vājo pušu (SVID) analīze

Lai AIKA Komunikācijas stratēģijas īstenošanas gaitā nodrošinātu kvalitatīvu komunikācijas procesu, ir veikta SVID analīze, ņemot vērā arī ESF projekta "Atbalsts EQAR aģentūrai izvirzīto prasību izpildei" ietvaros izstrādāto "AIKA Attīstības stratēģiskie virzieni 2017.-2021.gadam", kura iekļauj SVID analīzi.

SVID analīze izvērtē AIKA stiprās puses, vājās puses, iespējas un draudus. Šīs analīzes mērķis ir saskaņot AIKA stiprās puses ar iespējām, vienlaicīgi pārvarot vājās puses, kā arī samazinot draudus, lai profesionāli īstenotu komunikācijas stratēģijas plānu.

Komunikācijas stratēģijas īstenošanā ir jāņem vērā SVID analīze, lai komunikācijas procesā stiprinātu stiprās puses, iespējams, (at)risinātu vājās puses, izmantotu iespējas un izvairītos no draudiem.

Stiprās puses	Vājās puses
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Vienīgā aģentūra Latvijā, kurai ir valsts deleģējums veikt ārējas kvalitātes novērtēšanas funkcijas augstākajā izglītībā.</li> <li>2. AIKA ir neatkarīga, nodrošinot caurredzamību, neitralitāti, pamatotību un profesionalitāti noteikto funkciju un uzdevumu izpildē.</li> <li>3. Pieredze un iegūtās zināšanas starptautiskajā vidē.</li> <li>4. Personāla zināšanas un pieredze, kas ļauj kvalitatīvi apstrādāt informāciju un precīzi veikt savas funkcijas.</li> <li>5. Pieejama plaša ekspertu datubāze, kas ļauj profesionāli nodrošināt nepieciešamās funkcijas.</li> <li>6. Ņemot vērā līdzšinējās komunikācijas aktivitātes, AIKA tēls ir neitrāls, kas ļauj to attīstīt un nostiprināt.</li> <li>7. Ir cieša sadarbība ar augstskolām, koledžām, profesionālām un akadēmiskām organizācijām.</li> <li>8. Orientēšanās uz kvalitāti un izaugsmi, ieviešot un uzturot kvalitātes vadības sistēmu, kā arī nodrošinot stratēģisko plānošanu.</li> <li>9. Eiropas augstākās izglītības kvalitātes nodrošināšanas asociācijas (ENQA) pilntiesīgs biedrs.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ierobežotas tiesības kvalitātes novērtēšanas kritēriju un metožu izstrādāšanai, jo to nosaka ārējie normatīvie akti.</li> <li>2. Latvijas ekspertu trūkums atsevišķiem studiju virzieniem.</li> <li>3. Trūkst tehnoloģiska risinājuma, kas vienkopus uzkrāj datus un spēj nodrošināt analītiskas darbības ar tiem.</li> <li>4. Publiskajā mājaslapā informācija nav pietiekama un viegli uztverama.</li> <li>5. Nepietiekama atpazīstamība ārvalstu augstskolās.</li> <li>6. Nav speciālista, kam deleģētas sabiedriskā attiecību speciālista funkcijas.</li> </ol>

Iespējas	Draudi
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Iesaistīties augstākās izglītības kvalitātes novērtēšanas piedāvājuma sniegšanā starptautiskajā vidē.</li> <li>2. Iesaistīties augstākās izglītības kvalitātes politikas veidošanā Latvijas un starptautiskā līmenī.</li> <li>3. Iekļūt EQAR, izpildot visus priekšnoteikumus.</li> <li>4. Attīstīt atpazīstamību gan vietējā, gan starptautiskā mērogā.</li> <li>5. Uzsākt un attīstīt komunikāciju kanālos, kurus ikdienā lieto mērķauditorija.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Latvijas valsts pārvaldes iestāžu prioritāšu mainīgums, jaunas ieceres un likumdošanas izmaiņas, kas var ietekmēt arī AIKA iekļūšanu EQAR.</li> <li>2. Finanšu resursa ierobežojums, kas var ietekmēt AIKA kvalitatīvas darbības nodrošinājumu.</li> <li>3. Mērķauditoriju sūdzības par AIKA darbību.</li> <li>4. Attīstības draudi, ja ārvalstu augstskolas neizmanto AIKA sniegtās iespējas.</li> </ol>

#### 4. AIKA mērķauditorijas apraksts – raksturojums

Lai veidotu mērķtiecīgu komunikāciju, ir jānosaka AIKA mērķauditorija, kas atbilst aģentūras galveno funkciju nodrošināšanai, vajadzībām un vēlmēm. AIKA mērķauditorija ir plaša, bet ar atšķirīgām informācijas iegūšanas tradīcijām un izpratni par AIKA sniegtajām funkcijām.

Lai sasniegtu pēc iespējas lielāku mērķauditorijas daļu, ir jānodrošina informācijas izplatīšana pa noteiktajiem komunikācijas kanāliem, sniedzot atbilstošu saturu.

Mērķauditorijas definēšana sniedz AIKA pārstāvjiem detalizētu pārskatu par auditoriju, viņu interesēm, iesaisti un komunikācijas modeli.

AIKA mērķauditorijas grupas:

1. Latvijas augstskolas un koledžas;
2. Ārvalstu augstskolas un koledžas;
3. Studētgrībētāji Latvijā un ārvalstīs;
4. Latvijā studējošie;
5. Latvijas augstākās izglītības eksperti;
6. Ārvalstu augstākās izglītības eksperti;
7. Latvijas valsts pārvaldes iestādes;
8. Plašsaziņas līdzekļi;
9. Sabiedrība.

Mērķauditorija	Detalizēts iedalījums	Intereses un iesaiste
4.1. Latvijas augstskolas un koledžas	Latvijas augstskolas un koledžas	Augstskolas un koledžas ir ieinteresētas sniegt informāciju, kas noteikta spēkā esošajos normatīvajos aktos, lai veiktu akreditāciju un programmu licencēšanu. AIKA ir svarīgi nodrošināt kvalitāti, sniedzot savas konsultācijas un profesionālo vērtējumu Latvijas augstskolām un koledžām. Komunikācijā ar šo mērķauditorijas grupu AIKA ir arī būtiski veidot divvirziena komunikāciju, lai nodrošinātu veiksmīgu informācijas apriti par kvalitatīvu augstāko izglītību Latvijā.
4.2. Ārvalstu augstskolas un koledžas	Ārvalstu augstskolas un koledžas (piemēram, Lietuvā, Igaunijā, Ukrainā u.c.), kuras nepieciešams nodrošināt ar profesionālu un kvalitatīvu novērtēšanas procesu, konsultācijām un ieteikumiem.	Tā kā AIKA vīzija ir būt par uzticamu un starptautiski atzītu aģentūru, kas var nodrošināt savas funkcijas arī Eiropas augstākās izglītības telpā, ir svarīgi izvēlēties mērķa valstis un uzrunāt to augstskolas, koledžas. Uzsākot veidot komunikāciju ar ārvalstu augstskolām un koledžām, AIKA ir nepieciešams iepazīt šo valstu tradīcijas,

		likumdošanu un sagatavoties ar dažādiem prezentācijas materiāliem. Sākotnējā komunikācija būs vienvirziena, ar mērķi veidot ilgtermiņa divvirziena komunikāciju – sadarbību.
4.3. Studētgrībētāji Latvijā	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Vidusskolas audzēkņi un skolotāji.</li> <li>2. Jebkura vecuma iedzīvotāji, kuri interesējas par augstākās izglītības studijām.</li> <li>3. Studētgrībētāju ģimenes, draugi.</li> </ol>	<p>Studētgrībētāji ir ieinteresēti atrast sev atbilstošāko augstskolu un tās programmu, kā arī pārliecināties par tās akreditāciju un programmas licenci.</p> <p>AIKA ir jānodrošina brīvi pieejama informācija par visu Latvijas augstskolu un koledžu akreditāciju un licencēšanu, ņemot vērā, ka šī mērķauditorija informācijas iegūšanai aktīvi izmanto digitālo vidi un ieklausās skolotāju, vecāku un draugu padomos.</p> <p>Šis mērķauditorijas informēšana lielākoties notiek kā vienvirziena komunikācija, kas palīdz attīstīt AIKA tēlu, apliecinot tās nozīmīgumu un profesionalitāti augstākās izglītības kvalitātes noteikšanā.</p>
4.4. Latvijā studējošie	Studējošie visā Latvijā, neatkarīgi no programmu veida.	<p>Studējošo galvenais uzdevums ir sasniegt studiju rezultātus – zināšanas, prasmes un kompetences. Tomēr augstskolas prestižs, tās akreditācija un programmas licence ir būtiska, lai pabeigtu studijas un saņemtu diplomu par kvalitatīvu augstāko izglītību.</p> <p>AIKA ir jānodrošina brīvi pieejama informācija par visu Latvijas augstskolu un koledžu akreditāciju un licencēšanu, kā arī par riskiem augstskolu-programmu kvalitātē, ja tādi ir konstatēti. Ir jāņem vērā, ka šī auditorija galvenokārt informāciju iegūst digitālajā vidē un arī augstskolas telpās (piemēram, pie ziņojumu dēļiem).</p> <p>Šis mērķauditorijas informēšana lielākoties notiek kā vienvirziena komunikācija ar viegli uztveramu informāciju, kas palīdz attīstīt AIKA tēlu, apliecinot tās nozīmīgumu un profesionalitāti augstākās izglītības kvalitātes noteikšanā, kā arī palīdz studējošajiem iegūt aktuālo informāciju.</p>



<p>4.5. Latvijas augstākās izglītības eksperti</p>	<p>Eksperti, kuri atbilst dokumentā "Ekspertu atlases kritēriji un principi" noteiktajam, kas izdoti saskaņā ar Ministru kabineta 2015. gada 14. jūlija noteikumu Nr. 407 "Augstskolu, koledžu un studiju virzienu akreditācijas noteikumi" 2.4. apakšpunktu.</p>	<p>Lai īstenotu AIKA funkcijas, ir nepieciešams regulāri nodrošināt neatkarīgu augstākās izglītības un zinātnes ekspertu pieejamību, tāpēc ir būtiski pilnveidot arī AIKA Latvijas akadēmiskās vides ekspertu (izņemot studējošo un darba devēju) datubāzi. AIKA mērķis ir veidot ar katru ekspertu ilgtermiņa divvirziena komunikāciju – sadarbību.</p>
<p>4.6. Ārvalstu augstākās izglītības eksperti</p>	<p>Eksperti, kuri atbilst dokumentā "Ekspertu atlases kritēriji un principi" noteiktajam, kas izdoti saskaņā ar Ministru kabineta 2015. gada 14. jūlija noteikumu Nr. 407 "Augstskolu, koledžu un studiju virzienu akreditācijas noteikumi" 2.4. apakšpunktu.</p>	<p>Lai augstskolas un koledžas nodrošinātu ar profesionālu izglītības kvalitātes novērtēšanas procesu, AIKA ir nepieciešams piesaistīt ārvalstu ekspertus. AIKA mērķis ir paplašināt ārvalstu ekspertu datubāzi un attīstīt ilgtermiņa divvirziena komunikāciju – sadarbību ar ekspertiem.</p>
<p>4.7. Latvijas valsts pārvaldes iestādes</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saeima.</li> <li>2. Ministru kabinets.</li> <li>3. Izglītības un zinātnes ministrija.</li> <li>4. Ekonomikas ministrija.</li> <li>5. Kultūras ministrija.</li> <li>6. Labklājības ministrija.</li> <li>7. Zemkopības ministrija.</li> <li>8. Aizsardzības ministrija.</li> <li>9. Iekšlietu ministrija.</li> <li>10. Veselības ministrija.</li> </ol>	<p>AIKA ir neatkarīga augstākās izglītības kvalitātes nodrošināšanas iestāde, kura darbojas atbilstoši Standartiem un vadlīnijām kvalitātes nodrošināšanai Eiropas augstākās izglītības telpā, veicinot Latvijas augstākās izglītības kvalitāti, atpazīstamību un starptautisku atzīšanu. Tāpēc AIKA ir jānodrošina sadarbība ar valsts iestādēm, sniedzot aktuālāko informāciju un sagatavojot ziņojumus par augstākās izglītības kvalitātes novērtēšanas rezultātiem. Stratēģijā ir plānota cieša sadarbība ar vadošajiem speciālistiem, īpaši jomās, kas saistītas ar politikas dokumentu uzlabošanu vai jaunu dokumentu izstrādi. Šajā komunikācijā AIKA ir svarīgi apliecināt savu profesionalitāti un sniegt kvalitatīvi sagatavotu informāciju, īstenojot divvirziena komunikāciju.</p>
<p>4.8. Plašsaziņas līdzekļi</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ziņu aģentūras.</li> <li>2. Drukātā prese.</li> <li>3. Radio.</li> <li>4. TV.</li> <li>5. Interneta ziņu portāli.</li> <li>6. Starptautiskie plašsaziņas līdzekļi.</li> </ol>	<p>Plašsaziņas līdzekļi nosaka aktuālākās ziņas informatīvajā telpā un veido priekšstatus-tēlus personībām, organizācijām un notikumiem. AIKA ir svarīgi turpināt sniegt aktuālāko informāciju plašsaziņas līdzekļiem, lai apliecinātu savas darbības profesionalitāti un attīstītu savu tēlu.</p>

		Šajā komunikācijā ir būtiska divvirziena komunikācija, kad AIKA sniedz informāciju un plašsaziņas līdzekļi par to veido publikācijas – plašākas diskusijas informatīvajā telpā.
4.9. Sabiedrība	Visi Latvijā dzīvojošie iedzīvotāji, kuri tieši vai netieši iegūst informāciju par augstākās izglītības kvalitāti.	<p>Mūsdienās sabiedrībai ir plašas iespējas iegūt sev nepieciešamo informāciju, un AIKA ir vērtīgi nodrošināt sabiedrību ar aktuālāko informāciju par augstākās izglītības kvalitātes jaunumiem.</p> <p>AIKA ir būtiski informēt sabiedrību par augstākās izglītības kvalitāti un ar to saistītām aktualitātēm, lai popularizētu AIKA un sniegtu precīzu informāciju no pirmavota.</p> <p>Ar šo mērķauditoriju galvenokārt notiek vienvirziena komunikācija, kurā AIKA informē par savas darbības aktualitātēm, tādējādi veidojot un stiprinot savu tēlu sabiedrībā.</p>

## 5. AIKA sadarbība ar organizācijām

Lai nodrošinātu augstākās izglītības profesionālu un kvalitatīvu akreditācijas un programmu licencēšanas procesu, AIKA sadarbojas gan ar Latvijas, gan starptautiskām institūcijām.

Sadarbības partneri Latvijā:

1. Latvijas Darba devēju konfederācija.
2. Latvijas Tirdzniecības un rūpniecības kamera.
3. Rektoru padome.
4. Augstākās izglītības padome.
5. Latvijas Studentu apvienība.
6. Latvijas Zinātnes padome.
7. Latvijas Koledžu asociācija.
8. Latvijas Izglītības un zinātnes darbinieku arodbiedrība.
9. Latvijas Mākslas augstskolu asociācija.
10. u.c.

Lai diskutētu par aktualitātēm un jaunajiem izaicinājumiem augstākās izglītības jomā, AIKA nepārtraukti uztur komunikāciju ar sadarbības partneriem. AIKA ir svarīga arī partneru līdzdalība, lai viņi ar savām zināšanām sniegtu profesionālus vērtējumus, iesaistoties augstākās izglītības kvalitātes novērtēšanas procedūrās. Ņemot vērā komunikācijas labās prakses principus, AIKA ir jānodrošina sadarbības partneri ar pamatinformāciju un jaunumiem, lai apliecinātu šīs sadarbības nozīmīgumu. Svarīgi šajā komunikācijā AIKA būt par informācijas nodošanas pirmavotu.

Tā kā AIKA aktīvi iesaistās ENQA, CEENQA, INQAAHE un ECA darbā, kā arī regulāri notiek savstarpēja pieredzes apmaiņa un pasākumi, sniedzot ekspertīzi un nodrošinot uzticamu informāciju par augstākās izglītības kvalitātes novērtēšanas un pilnveidošanas jautājumiem, noris regulāra komunikācija ar citām aģentūrām Eiropā. AIKA sadarbības ietvaros organizē pieredzes apmaiņas vizītes, sniedzot informāciju aģentūru veidotajos semināros, kā arī daloties pieredzē attiecībā uz ārvalstu ekspertu piesaisti. Šī komunikācija ir divvirziena, savstarpēji apmainoties ar informāciju, pieredzi un kopīgi strādājot pie augstākās izglītības kvalitātes pilnveidošanas.

Komunikācijas galvenais mērķis saziņā ar sadarbības partneriem ir apliecināt AIKA kā profesionālu un pieredzējušu aģentūru, kas spēj nodrošināt savas funkcijas augstā kvalitātē. Komunikācija ir divpusēja, kurā svarīgi ir regulāri sniegt informāciju par aģentūras jaunumiem, iniciatīvām un panākumiem.

## 6. AIKA komunikācijas stratēģiskais mērķis un uzdevumi 2018. - 2020. gadam

Ņemot vērā AIKA misiju, SVID vērtējuma rezultātus un definēto mērķauditoriju, AIKA komunikācijas stratēģiskais mērķis 2018. – 2020. gadam ir palielināt mērķauditoriju un sadarbības partneru informētību par AIKA funkcijām, darbību, notikumiem un rezultātiem, veicinot atpazīstamību un iegūstot eksperta tēlu.

AIKA mērķis ir iegūt tāda eksperta tēlu, kam plašsaziņas līdzekļi un citi interesenti lūdz skaidrot augstākās izglītības kvalitātes standartus, novērtēšanas kārtību un komentēt citus ar augstskolu un koledžu akreditāciju un studiju programmu licencēšanu saistītus jautājumus.

Komunikācijas stratēģijas apakšmērķi ir:

1. Veicināt vispārējo izpratni par AIKA, tās funkcijām un darbību, lai mērķauditorijām būtu saprotama tās loma augstākās izglītības kvalitātes nodrošināšanā.
2. Veicināt mērķauditorijas līdzdalību AIKA funkciju nodrošināšanā.
3. Rosināt mērķauditoriju un sadarbības partnerus diskutēt par augstākās izglītības kvalitāti.
4. Veicināt AIKA strādājošo darbinieku saliedētību un stiprināt komandas garu, tādējādi uzlabojot iekšējās komunikācijas procesu norisi.
5. Attīstīt pozitīvu Latvijas reputāciju augstākās izglītības kvalitātes jomā ārvalstīs.

Komunikācijas stratēģijas pamatuzdevums ir informēt mērķauditoriju. Lai izpildītu šo pamatuzdevumu, nepieciešams veikt arī šādus uzdevumus:

1. Radīt nepieciešamos priekšnoteikumus organizētas, sistemātiskas un efektīvas AIKA komunikācijas stratēģijas īstenošanai.
2. Nodrošināt mērķauditoriju ar informāciju par augstskolu un koledžu akreditācijas un programmu licencēšanas kārtību.
3. Nodrošināt mērķauditoriju ar informāciju par AIKA, tās funkcijām, darbībām un sasniegtajiem rezultātiem.
4. Radīt atbilstošus priekšnoteikumus efektīvas sadarbības veidošanai augstākās izglītības jomā ar augstskolām, koledžām un sadarbības partneriem.
5. Īstenot mērķtiecīgu gan vienvirziena, gan divvirziena komunikāciju ar mērķauditoriju, sniedzot informāciju tai saprotamā un vieglā valodā.
6. Radīt nepieciešamos praktiskos mehānismus efektīvas iekšējās komunikācijas norisei.

## 7. Ārējās komunikācijas kanālu un aktivitāšu apraksts

Lai īstenotu katrā mērķauditorijas grupā veiksmīgu un precīzu informācijas nodošanu, Komunikācijas stratēģijā ir būtiski noteikt, ar kādu kanālu palīdzību ir nepieciešams izplatīt informāciju, cik bieži un kādu saturu piedāvāt katrā no mērķauditorijas grupām.

### 7.1. Komunikācijas kanāli

Mūsdienās komunikācijas kanālu veidi, kuros izplatīt informāciju, ir pietiekami daudz, lai katru reizi izvēlētos atbilstošāko(-s). Kanālu lietošanas paradumi lielākoties atšķiras pēc:

- Cilvēka individuālajiem paradumiem;
- Vecuma;
- Izglītības līmeņa;
- Dzīvesvietas (pilsēta, lauku teritorija);
- Profesijas.

Lai mērķauditorijai nodotu komunikācijas vēstījumu, tā izplatīšanai AIKA izmantos drukātos un elektroniskos plašsaziņas līdzekļus, periodiskos izdevumus, televīziju, radio, dažādus interneta ziņu portālus, organizāciju mājaslapas, ziņu aģentūras un sociālos medijus. Informācijas izplatīšanai tiks izmantota AIKA mājaslapa, organizētie pasākumi, drukāti un digitāli materiāli, e-ziņas, kā arī dažādi informācijas starpnieki.

### Komunikācijas kanālu uzskaitījums un tajos sasniedzamās AIKA mērķauditorijas uzskaitījums

Komunikācijas kanāls	Detalizēts uzskaitījums	Raksturojums	Mērķauditorijas grupas, kuras var sasniegt šajā kanālā
Plašsaziņas līdzekļi	Ziņu aģentūras, radio, televīzija, drukātā prese (reģionālie un nacionālie laikraksti un žurnāli), interneta ziņu portāli.	Plašsaziņas līdzekļi labprāt saņem aktuālāko informāciju par Latvijā un pasaulē notiekošo, kuras saturu izvērtē un iespējams publicē, to papildinot ar informāciju, jautājot arī ziņas sniedzējam papildus datus.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Studētgribētāji Latvijā un ārvalstīs.</li> <li>2. Latvijas augstskolas un koledžas.</li> <li>3. Ārvalstu augstskolas un koledžas.</li> <li>4. Latvijā studējošie.</li> <li>5. Latvijas valsts pārvaldes iestādes.</li> <li>6. Latvijas augstākās izglītības eksperti.</li> <li>7. Ārvalstu augstākās izglītības eksperti.</li> <li>8. Sabiedrība.</li> </ol> Arī sadarbības partneri.
Dažādu organizāciju mājaslapas	Izglītības un zinātnes ministrija, Latvijas Studentu apvienība, Latvijas Darba devēju konfederācija u.c.	Valsts, pašvaldību, NVO un dažādas organizācijas labprāt publicē informāciju, ja tā ir aktuāla un saistoša viņu	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Studētgribētāji Latvijā un ārvalstīs.</li> <li>2. Studētgribētāji Latvijā un ārvalstīs.</li> <li>3. Latvijā studējošie.</li> </ol>

		mērķauditorijai.	<ol style="list-style-type: none"> <li>4. Latvijas augstskolas un koledžas.</li> <li>5. Ārvalstu augstskolas un koledžas.</li> <li>6. Latvijas valsts pārvaldes iestādes.</li> <li>7. Plašsaziņas līdzekļi.</li> <li>8. Ārvalstu augstākās izglītības eksperti.</li> <li>9. Sabiedrība.</li> </ol> <p>Arī sadarbības partneri.</p>
Vides reklāma	Izstādēs, izglītības un pašvaldību iestādēs, sabiedriskās vietās.	Stendi, plakāti, baneri, kas informē par AIKA aktualitātēm.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Studētgribētāji Latvijā un ārvalstīs.</li> <li>2. Latvijas augstākās izglītības eksperti.</li> <li>3. Ārvalstu augstākās izglītības eksperti.</li> <li>4. Latvijas valsts pārvaldes iestādes.</li> <li>5. Sabiedrība.</li> </ol>
Pasākumi	Konferences, semināri, izstādes, tikšanās.	AIKA informatīvie un izglītojošie pasākumi un dalība tajos, lai popularizētu savas sniegtās funkcijas un attīstītu tēlu.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Latvijas augstskolas un koledžas.</li> <li>2. Ārvalstu augstskolas un koledžas.</li> <li>3. Studētgribētāji Latvijā un ārvalstīs.</li> <li>4. Latvijā studējošie.</li> <li>5. Latvijas augstākās izglītības eksperti.</li> <li>6. Ārvalstu augstākās izglītības eksperti.</li> <li>7. Latvijas valsts pārvaldes iestādes.</li> <li>8. Plašsaziņas līdzekļi.</li> <li>9. Sabiedrība.</li> </ol> <p>Arī sadarbības partneri.</p>
AIKA mājaslapa	Plaša, aktualizēta, viegli atrodamā un uztverama informācija par AIKA, tās funkcijām, aktualitātēm u.c. saistītiem jautājumiem. Tā pieejama divās valodās – latviešu un angļu.		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Latvijas augstskolas un koledžas.</li> <li>2. Ārvalstu augstskolas un koledžas.</li> <li>3. Studētgribētāji Latvijā un ārvalstīs.</li> <li>4. Latvijā studējošie.</li> <li>5. Latvijas augstākās izglītības eksperti.</li> <li>6. Ārvalstu augstākās izglītības eksperti.</li> </ol>

ESF projekts "Atbalsts EQAR aģentūrai izvirzīto prasību izpildei"

			<p>7. Latvijas valsts pārvaldes iestādes.</p> <p>8. Plašsaziņas līdzekļi.</p> <p>9. Sabiedrība.</p> <p>Arī sadarbības partneri.</p>
E-pasts	Ziņu vēstkopa jeb e-ziņa no AIKA par jaunumiem, jaunākajiem statistikas datiem un citu aktuālu informāciju.	Interneta lietotāji labprāt saņem informatīvus e-pastus, ja tajos ir aktuāla un viņiem saistoša informācija.	<p>1. Latvijas augstākās izglītības eksperti.</p> <p>2. Ārvalstu augstākās izglītības eksperti.</p> <p>3. Latvijas valsts pārvaldes iestādes.</p> <p>Arī sadarbības partneri.</p>
Sociālie tīkli	LinkedIn, YouTube	Interneta lietotāji aktīvi izmanto sociālos tīklus, lai iegūtu sev noderīgu un interesantu informāciju.	<p>1. Latvijas augstskolas un koledžas.</p> <p>2. Ārvalstu augstskolas un koledžas.</p> <p>3. Studētgrībētāji Latvijā un ārvalstīs.</p> <p>4. Latvijā studējošie.</p> <p>5. Latvijas augstākās izglītības eksperti.</p> <p>6. Ārvalstu augstākās izglītības eksperti.</p> <p>7. Latvijas valsts pārvaldes iestādes.</p> <p>8. Plašsaziņas līdzekļi.</p> <p>9. Sabiedrība.</p> <p>Arī sadarbības partneri.</p>
Informācijas starpnieki	NVO, bibliotēkas, izglītības iestādes, asociācijas u.c.	Cilvēki uzticas informācijai, ko viņi iegūst tiešajā komunikācijā, jo tā sniedz klātbūtnes efektu, kas ļauj informāciju sniegt un saņemt gan verbāli, gan neverbāli.	<p>1. Latvijas augstskolas un koledžas.</p> <p>2. Ārvalstu augstskolas un koledžas.</p> <p>3. Studētgrībētāji Latvijā un ārvalstīs.</p> <p>4. Latvijā studējošie.</p> <p>5. Latvijas augstākās izglītības eksperti.</p> <p>6. Ārvalstu augstākās izglītības eksperti.</p> <p>7. Latvijas valsts pārvaldes iestādes.</p> <p>8. Plašsaziņas līdzekļi.</p> <p>9. Sabiedrība.</p> <p>Arī sadarbības partneri.</p>

## 7.2. Komunikācijas aktivitātes un to biežums

Lai palielinātu mērķauditorijas un sadarbības partneru informētību par AIKA funkcijām, darbību, notikumiem un rezultātiem, veicinot atpazīstamību un iegūstot eksperta tēlu, ir nepieciešams īstenot komunikācijas aktivitātes.

Izstrādātā Komunikācijas stratēģija palīdzēs kvalitatīvi un profesionāli īstenot AIKA paredzētās mērķauditorijas un sadarbības partneru informēšanas aktivitātes. Komunikācijas aktivitāšu plāns ir sagatavots, ņemot vērā mūsdienu informācijas iegūšanas tendences, mērķauditorijas un sadarbības partneru raksturojumu.

### AIKA komunikācijas aktivitātes 2018. - 2020. gadam:

<b>Aktivitātes nosaukums</b>	<b>Preses relīze</b>
<b>Komunikācijas kanāls</b>	Plašsaziņas līdzekļi.
<b>Aktivitātes apraksts</b>	Relīze ir par AIKA aktualitātēm, jaunākajiem sasniegumiem, datiem vai sabiedrībā plaši diskutētiem jautājumiem. Preses relīze ir ērts un ātrs veids kā plašsaziņas līdzekļiem nodot aktuālu informāciju. Ja tā ir saistoša ziņa arī sadarbības valstīm, ieteicams to profesionāli pārtulkot uz angļu valodu un izplatīt starptautiskajiem plašsaziņas līdzekļiem.
<b>Biežums/termiņš</b>	Ne retāk kā reizi pusgadā.
<b>Sasniegtā mērķauditorija</b>	Plašsaziņas līdzekļi, kuri tālāk nodod informāciju pārējai mērķauditorijai un sadarbības partneriem.
<b>Sasniedzamie rezultāti</b>	Ir veicināta vispārēja izpratne par AIKA, tās funkcijām un darbību, lai mērķauditorijai būtu saprotama tās loma augstākās izglītības kvalitātes nodrošināšanā. Tāpat ir veicināta mērķauditorijas līdzdalība AIKA funkciju nodrošināšanā un rosinātas mērķauditorijas un sadarbības partneru diskusijas par augstākās izglītības kvalitāti. Plašsaziņas līdzekļi zina, pie kuras organizācijas vērsties saistībā ar augstskolu, koledžu akreditācijas un licencēšanas jautājumiem.
<b>Aktivitātes nosaukums</b>	<b>Preses konference</b>
<b>Komunikācijas kanāls</b>	Plašsaziņas līdzekļi.
<b>Aktivitātes apraksts</b>	Tiek organizēta pēc AIKA vadības novērtējuma. Piemēram, ja kāda notikuma rezultātā sabiedrībā ir plašas diskusijas par augstākās izglītības vai kādas konkrētas augstskolas, koledžas kvalitāti, AIKA organizē preses konferenci, lai skaidrotu augstākās izglītības kvalitātes novērtēšanas procesu un konkrēto gadījumu. Preses konferencē ir ieteicams piesaistīt arī kādu sadarbības partneri plašākai pārstāvniecībai un AIKA viedokļa papildināšanai.
<b>Biežums/termiņš</b>	Pēc nepieciešamības.



Sasniegtā mērķauditorija	Plašsaziņas līdzekļi, kuri pēc tam izplatīs informāciju plašai sabiedrības daļai.
Sasniedzamie rezultāti	AIKA apliecina savu profesionalitāti un gatavību izskaidrot situāciju, ņemot vērā konkrētus rādītājus u.c. faktoros. Mērķauditorija ir nodrošināta ar informāciju par augstskolu un koledžu akreditācijas un programmu licencēšanas kārtību.
Aktivitātes nosaukums	<b>Raksts</b>
Komunikācijas kanāls	Plašsaziņas līdzekļi, dažādu organizāciju mājaslapas, AIKA mājaslapa, ziņu vēstkopa un sociālie mediji
Aktivitātes apraksts	Raksts ir par AIKA jaunākajiem sasniegumiem, jauniem statistikas datiem vai sabiedrībā plaši diskutētiem jautājumiem. Iespējamās rakstu tēmas: 1. Kā notiek augstskolu un koledžu akreditācijas process? 2. Kā notiek augstskolu un koledžu programmu licencēšana? 3. Augstākās izglītības eksperts – kādam viņam ir jābūt? 4. Jaunākās augstskolu programmas 5. Augstskolas, sākam izmantot e-platformu!
Biežums/termiņš	Sākot ar 2018. gada oktobri. Ne retāk kā reizi pusgadā.
Sasniegtā mērķauditorija	Plašsaziņas līdzekļi, Latvijas augstskolas un koledžas, Ārvalstu augstskolas un koledžas, Studētgrībētāji Latvijā un ārvalstīs, Latvijā studējošie, Latvijas augstākās izglītības eksperti, Ārvalstu augstākās izglītības eksperti, Latvijas valsts pārvaldes iestādes un sabiedrība.
Sasniedzamie rezultāti	Īstenota mērķtiecīga vienvirziena komunikācija ar mērķauditoriju, sniedzot informāciju tai saprotamā un vieglā valodā. Tāpat ir veicināta vispārēja izpratne par AIKA, tās funkcijām un darbību, lai mērķauditorijai būtu saprotama tās loma augstākās izglītības kvalitātes nodrošināšanā.
Aktivitātes nosaukums	<b>Infografika</b>
Komunikācijas kanāls	Plašsaziņas līdzekļi, AIKA mājaslapa un sociālie mediji.
Aktivitātes apraksts	Tajā var tikt sniegta informācija par AIKA jaunākajiem sasniegumiem, datiem vai sabiedrībā plaši diskutētiem jautājumiem. Tās dizainu izstrādā profesionāls grafiskais dizaineris. Iespējamās infografiku tēmas: 1. Augstskolu un koledžu akreditācijas, kā arī studiju virzienu akreditācijas process. 2. Augstskolu un koledžu programmu licencēšanas kārtība. 3. AIKA paveiktais 2018. gadā (salīdzinot ar iepriekšējiem gadiem) un AIKA panākumi 2018. gadā (jauna grafiskā identitāte, dalība ENQA u.c.). 4. Akreditētās augstskolas, koledžas un licencētās programmas Latvijā 2018. gadā. 5. Jaunākās studiju programmas 2018./2019. mācību gadā.

Biežums/termiņš	Sākot ar 2018. gada oktobri. Ne retāk kā reizi pusgadā.
Sasniegtā mērķauditorija	Plašsaziņas līdzekļi, Latvijas augstskolas un koledžas, Ārvalstu augstskolas un koledžas, Studētgrībētāji Latvijā un ārvalstīs, Latvijā studējošie, Latvijas augstākās izglītības eksperti, Ārvalstu augstākās izglītības eksperti, Latvijas valsts pārvaldes iestādes un sabiedrība.
Sasniedzamie rezultāti	Nodrošināta mērķauditorija ar informāciju par augstskolu un koledžu akreditācijas un programmu licencēšanas kārtību, kā arī ar informāciju par AIKA, tās funkcijām, darbībām un sasniegtajiem rezultātiem.
Aktivitātes nosaukums	<b>Fotosesija</b>
Komunikācijas kanāls	Plašsaziņas līdzekļi, AIKA mājaslapa un sociālie mediji.
Aktivitātes apraksts	AIKA vadībai, speciālistiem un ekspertiem, lai tās var izmantot mājaslapās, sociālajos tīklos vai izsūtīt informāciju plašsaziņas līdzekļiem. Lai veidotu AIKA tēlu, ir jāzina tās cilvēki, tāpēc ir ļoti ieteicams izveidot profesionālu fotosesiju, lai katram pārstāvim ir vismaz 2 atšķirīgas fotogrāfijas (gan vertikāla, gan horizontāla).
Biežums/termiņš	Līdz 2018. gada 31. decembrim. Pēc nepieciešamības.
Sasniegtā mērķauditorija	Plašsaziņas līdzekļi, Latvijas augstskolas un koledžas, Studētgrībētāji Latvijā un ārvalstīs, Latvijā studējošie, Latvijas augstākās izglītības eksperti, Ārvalstu augstākās izglītības eksperti, Latvijas valsts pārvaldes iestādes un sabiedrība.
Sasniedzamie rezultāti	Veicināta AIKA pārstāvju atpazīstamība.
Aktivitātes nosaukums	<b>Video</b>
Komunikācijas kanāls	AIKA mājaslapa, sociālie tīkli, dažādu organizāciju mājaslapas un pasākumi.
Aktivitātes apraksts	Video ir viens no populārākajiem satura formātiem, jo tas sniedz informāciju ātri un interaktīvi. Iespējamās video tēmas: 1. Par AIKA, tās funkcijām un sasniegumiem. Video jābūt atsevišķi gan latviešu, gan angļu valodā. 2. Par augstskolu, koledžu akreditāciju, kur to publiski var pārbaudīt. Ar subtitriem latviešu un angļu valodā. 3. Par augstāko izglītību Latvijā. Katrs video ir jāievieto AIKA izveidotā (slēgtā) YouTube profilā, tiklīdz video ir gatavs.
Biežums/termiņš	Līdz 2018.gada 31.decembrim. Vienu reizi gadā.
Sasniegtā mērķauditorija	Plašsaziņas līdzekļi, Latvijas augstskolas un koledžas, Ārvalstu augstskolas un koledžas, Studētgrībētāji Latvijā un ārvalstīs,

	Latvijā studējošie, Latvijas augstākās izglītības eksperti, Ārvalstu augstākās izglītības eksperti, Latvijas valsts pārvaldes iestādes un sabiedrība.
<b>Sasniedzamie rezultāti</b>	Mērķauditorija ir nodrošināta ar informāciju par AIKA, tās funkcijām, darbībām un sasniegtajiem rezultātiem
<b>Aktivitātes nosaukums</b>	<b>Buklets</b>
<b>Komunikācijas kanāls</b>	Pasākumi, informācijas starpnieki un sadarbības partneri.
<b>Aktivitātes apraksts</b>	<p>Buklets ir labs izdales materiāls dažādos pasākumos. Tas bieži vien sniedz pirmo informāciju par organizāciju vai apstiprina jau iegūto informāciju.</p> <p>Lai sasniegtu plašāku mērķauditoriju, bukletiem ir jābūt latviešu un angļu valodās.</p> <p>Iespējamās bukletu tēmas:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Par AIKA, tās funkcijām, darbībām un sasniegto.</li> <li>2. Par augstskolu, koledžu un studiju virzienu akreditācijas procesu, ko nodrošina AIKA.</li> <li>3. Par studiju programmu licencēšanas procesu, ko nodrošina AIKA.</li> </ol>
<b>Biežums/termiņš</b>	Līdz 2019. gada 31. martam. Vienu reizi gadā informācija tiek aktualizēta (pēc vajadzības)
<b>Sasniegtā mērķauditorija</b>	Plašsaziņas līdzekļi, Latvijas augstskolas un koledžas, Ārvalstu augstskolas un koledžas, Studētgrībētāji Latvijā un ārvalstīs, Latvijā studējošie, Latvijas augstākās izglītības eksperti, Ārvalstu augstākās izglītības eksperti, Latvijas valsts pārvaldes iestādes un sabiedrība.
<b>Sasniedzamie rezultāti</b>	Mērķauditorija ir nodrošināta ar informāciju par AIKA, tās funkcijām, darbībām un sasniegtajiem rezultātiem, kā arī par augstskolu un koledžu akreditācijas un programmu licencēšanas kārtību.
<b>Aktivitātes nosaukums</b>	<b>Drukāti lielformāta materiāli (plakāti, baneri, roll-up stendi)</b>
<b>Komunikācijas kanāls</b>	Pasākumi, informācijas starpnieki un sadarbības partneri.
<b>Aktivitātes apraksts</b>	<p>Dažādos pasākumos ir iespēja izvietot lielformāta materiālus, ko ieteicams izmantot AIKA, lai prezentētu sevi, funkcijas un darbības virzienus. Iespējamās plakātu tēmas:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Informē, kas ir AIKA.</li> <li>2. Informē par jauno e-platformu.</li> </ol> <p>Iespējamās baneru tēmas:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Digitāls baneris, kas informē par e-platformu un ir izvietots gan valsts pārvaldes iestāžu, gan citos interneta resursos.</li> <li>2. Drukāts baneris, kas informē par AIKA.</li> </ol> <p>Iespējamās roll-up stenda tēmas:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ir tikai ar AIKA logo, nosaukumu un mājaslapas adresi.</li> <li>2. Īsi informē, kas ir AIKA.</li> </ol>
<b>Biežums/termiņš</b>	Katrs izmantots vismaz vienu reizi gadā

Sasniegtā mērķauditorija	Latvijas augstskolas un koledžas, Ārvalstu augstskolas un koledžas, Studētgrībētāji Latvijā un ārvalstīs, Latvijā studējošie, Latvijas augstākās izglītības eksperti, Ārvalstu augstākās izglītības eksperti.
Sasniedzamie rezultāti	Mērķauditorija ir nodrošināta ar informāciju par AIKA, tās funkcijām, darbībām un sasniegtajiem rezultātiem, kā arī par augstskolu un koledžu akreditācijas un programmu licencēšanas nozīmi.
Aktivitātes nosaukums	<b>Konferences, semināri un apmācības</b>
Komunikācijas kanāls	Pasākumi, informācijas starpnieki
Aktivitātes apraksts	Kopīgas apmācības un semināri ir vērtīgi gan jaunu zināšanu ieguvei, gan jaunu kontaktu dibināšanai un esošo kontaktu stiprināšanai. Iespējamie semināru veidi: 1. Semināri augstskolu un koledžu pārstāvjiem. 2. Ikgadējie Baltijas kvalitātes aģentūru semināri. 3. Ekspertu apmācības. 4. Dalība organizāciju pasākumos.
Biežums/termiņš	Vismaz vienu reizi gadā
Sasniegtā mērķauditorija	Plašsaziņas līdzekļi, Latvijas augstskolas un koledžas, Ārvalstu augstskolas un koledžas, Studētgrībētāji Latvijā un ārvalstīs, Latvijā studējošie, Latvijas augstākās izglītības eksperti, Ārvalstu augstākās izglītības eksperti, Latvijas valsts pārvaldes iestādes un sabiedrība, kā arī sadarbības partneri.
Sasniedzamie rezultāti	Mērķauditorija ir informēta par AIKA, augstskolu un koledžu akreditācijas un programmu licencēšanas kārtību, kā arī ir radīti atbilstoši priekšnoteikumi efektīvas sadarbības veidošanai augstākās izglītības jomā gan ar augstskolām, koledžām, gan ar sadarbības partneriem.
Aktivitātes nosaukums	<b>Dalība izstādēs</b>
Komunikācijas kanāls	Pasākumi.
Aktivitātes apraksts	AIKA ir svarīgi piedalīties izstādēs, lai popularizētu AIKA, tās funkcijas un darbību, un informētu par Latvijas augstāko izglītību.
Biežums/termiņš	Izvērtējot piedāvājumu.
Sasniegtā mērķauditorija	Latvijas augstskolas un koledžas, Ārvalstu augstskolas un koledžas, Studētgrībētāji Latvijā un ārvalstīs, Latvijā studējošie, Latvijas augstākās izglītības eksperti, Ārvalstu augstākās izglītības eksperti.
Sasniedzamie rezultāti	Mērķauditorija ir informēta par AIKA, augstskolu un koledžu akreditācijas un programmu licencēšanas kārtību, kā arī ir radīti atbilstoši priekšnoteikumi efektīvas sadarbības veidošanai augstākās izglītības jomā gan ar augstskolām, koledžām, gan ar sadarbības partneriem.

Aktivitātes nosaukums	AIKA mājaslapas pilnveide un tās uzturēšana
Komunikācijas kanāls	AIKA mājaslapa
Aktivitātes apraksts	<p>Mājaslapa ir organizācijas digitālā vizītkarte, kas rada pirmo iespaidu, informāciju par tās darbību, pārstāvjiem un jaunumiem.</p> <p>Esošās mājaslapas struktūra ir uzlabojama un noteikti tā ir jāizstrādā responsīva (lai tā būtu ērti pieejama, lietojot uz mobilajām ierīcēm). Tāpat ir ieteicams uzlabot tās dizainu, lietojamību un SEO (<i>Search Engine Optimization</i>), kas ietekmē Google rezultātus, atspoguļojot AIKA mājaslapu augstākās pozīcijās.</p> <p>Pēc mājaslapas pilnveides ir ieteicams atjaunot informāciju vismaz vienu reizi mēnesī, ievietojot aktuālo informāciju, piemēram, kalendāru, kas atspoguļo AIKA aktivitātes, seminārus, tikšanās, starptautiskās vizītes utt.</p>
Biežums/termiņš	Mājaslapas pilnveide - 2019. gada 1. ceturksnis. Tās satura papildināšana vismaz vienu reizi mēnesī
Sasniegtā mērķauditorija	Plašsaziņas līdzekļi, Latvijas augstskolas un koledžas, Ārvalstu augstskolas un koledžas, Studētgrībētāji Latvijā un ārvalstīs, Latvijā studējošie, Latvijas augstākās izglītības eksperti, Ārvalstu augstākās izglītības eksperti, Latvijas valsts pārvaldes iestādes un sabiedrība. Tāpat arī sadarbības partneri.
Sasniedzamie rezultāti	Mērķauditorijai ir veicināta izpratne par AIKA, tās funkcijām un darbību, kā arī jaunumiem un pasākumiem, kurus organizē vai kuros piedalās AIKA.
Aktivitātes nosaukums	Ziņu vēstkopa
Komunikācijas kanāls	E-pasts, plašsaziņas līdzekļi.
Aktivitātes apraksts	<p>Ziņu vēstkopa ir ļoti populāras kā ātrākais veids, lai nodotu informāciju konkrētai mērķauditorijai.</p> <p>Tajā ir ieteicams ievietot informāciju par AIKA, jaunumiem, pasākumiem un viedokli par tobrīd aktuālu tematu.</p> <p>Ieteicams to veidot divās valodās – latviešu un angļu, lai sasniegtu arī mērķauditoriju starptautiskā mērogā.</p>
Biežums/termiņš	Sākot no 2019. gada janvāra. Vienu reizi pusgadā.
Sasniegtā mērķauditorija	Latvijas augstākās izglītības eksperti, Ārvalstu augstākās izglītības eksperti, Latvijas valsts pārvaldes iestādes, kā arī sadarbības partneri.
Sasniedzamie rezultāti	Mērķauditorijai ir veicināta izpratne par AIKA, tās funkcijām un darbību, kā arī jaunumiem un pasākumiem, kurus organizē vai kuros piedalās AIKA.
Aktivitātes nosaukums	Digitālā prezentācija – PPT
Komunikācijas kanāls	Informācijas starpnieki, tikšanās.

<b>Aktivitātes apraksts</b>	<p>PPT ir veiksmīgs risinājums, kā tikšanās laikā vai pēc tās prezentēt AIKA, tās funkcijas un darbību, lai to varētu uztvert vieglā un pārskatāmā veidā.</p> <p>PPT ir paredzēta dažādām mērķauditorijas grupām, tāpēc saturs katru reizi ir pārskatāms-pielāgojams. Tāpat ir jāparedz tās lietošana gan latviešu, gan angļu valodā.</p> <p>Iespējamais PPT saturs:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ekspertiem par novērtēšanas procesiem.</li> <li>2. Informatīvs par AIKA.</li> <li>3. Augstskolu un koledžu pārstāvjiem par jaunumiem likumdošanā u.c.</li> </ol>
<b>Biežums/termiņš</b>	Vismaz vienu reizi gadā
<b>Sasniegtā mērķauditorija</b>	Plašsaziņas līdzekļi, Latvijas augstskolas un koledžas, Ārvalstu augstskolas un koledžas, Studētgrībētāji Latvijā un ārvalstīs, Latvijā studējošie, Latvijas augstākās izglītības eksperti, Ārvalstu augstākās izglītības eksperti, Latvijas valsts pārvaldes iestādes un sabiedrība. Tāpat arī sadarbības partneri.
<b>Sasniedzamie rezultāti</b>	Mērķauditorija ir nodrošināta ar informāciju par AIKA, tās funkcijām, darbībām un sasniegtajiem rezultātiem, kā arī par augstskolu un koledžu akreditācijas un programmu licencēšanas kārtību.
<b>Aktivitātes nosaukums</b>	<b>Komunikācija LinkedIn</b>
<b>Komunikācijas kanāls</b>	Sociālais tīkls.
<b>Aktivitātes apraksts</b>	<p>Šis ir tīkls, kurā lietotāji meklē jaunas darba iespējas, tāpēc LinkedIn ir liela iespējamība piesaistīt jaunus gan vietējos, gan starptautiskos ekspertus.</p> <p>Ir ieteicams šajā tīklā ievietot informāciju par AIKA, tās funkcijām un darbību, kā arī jaunumiem un ekspertu nepieciešamību.</p> <p>Komunikācija notiek gan latviešu, gan angļu valodās.</p>
<b>Biežums/termiņš</b>	Sākot ar 2019. gada jūniju. Vismaz 1 ziņa pusgadā
<b>Sasniegtā mērķauditorija</b>	Ārvalstu augstskolas un koledžas, Latvijas augstākās izglītības eksperti, Ārvalstu augstākās izglītības eksperti.
<b>Sasniedzamie rezultāti</b>	Mērķauditorijai ir veicināta izpratne par AIKA, tās funkcijām un darbību, kā arī nepieciešamajiem ekspertiem augstākās izglītības novērtēšanas procesos.

Ja šīs aktivitātes tiks ieviestas, profesionāli īstenotas un notiks aktīva divpusējā komunikācija ar mērķauditoriju, tiks sasniegts Komunikācijas stratēģijas mērķis, apakšmērķi, kā arī pamatuzdevums un uzdevumi. Komunikācijas aktivitāšu plāns tiek pārskatīts vismaz reizi gadā vai vajadzības gadījumā veikt uzlabojumus tās īstenošanas laikā.

### 7.3. Komunikācijas satura prasības

Lai Komunikācijas stratēģijas īstenotās aktivitātes sniegtu plānoto rezultātu un precīzi sasniegtu mērķauditoriju, ir nepieciešams definēt komunikācijas satura prasības. Šīs satura prasības ļaus AIKA speciālistiem precīzi izprast nepieciešamo satura apjomu, formulējumu un satura pārbaudes mehānismu.

#### Komunikācijas saturs katrai aktivitātei:

Aktivitāte	Satura prasība	Vizuālā noformējuma prasība	Citas prasības
Preses relīze, raksts	Ir jānorāda virsraksts, izsūtīšanas datums, kontaktpersona, ar kuru sazināties pēc plašākas informācijas. Informācijai jābūt izklāstītai: 1. Pēc iespējas saprotamāk: ar īsiem teikumiem, vēlams piemēriem un statistikas datiem. 2. Gramatiski un stilistiski precīzai. 3. Ar vismaz vienu AIKA pārstāvju citātu. Ieteicamais apjoms preses relīzei - 1 A4 lapa, rakstam – 2 A4 lapas.	Tai ir jābūt uz AIKA veidlapas, ar logotipu, adresi un mājaslapas adresi. Ja ir iespējams, ieteicams pievienot atsevišķus pielikumus ar infografiku un citiem vizuālajiem materiāliem.	Ja tiek tulkota uz angļu valodu, jāizmanto profesionāla tulka pakalpojumi.
Preses konference	Preses konferencē ieteicams piedalīties vismaz vienam AIKA pārstāvim, kurš var brīvi atbildēt uz žurnālistu jautājumiem. Izklāstītam saturam ir jābūt kodolīgam, un plašsaziņas līdzekļiem viegli saprotamam. Preses konferencē piedalās 3-4 informācijas sniedzēji.	Preses konferences telpā ir jābūt viegli ieraugāmam AIKA logotipam un mājaslapas adresei, kā arī uz galda katram runātājam ir jābūt vārda, uzvārda un amata norādei ar AIKA logotipu (ja AIKA organizē šo preses konferenci).	Ja preses konferencē piedalās ārvalstu viesis, AIKA ir jānodrošina tulks, kas viņa sacīto tulko uz latviešu un/vai angļu valodu.
Infografika	Informācijai jābūt izklāstītai: 1. Ar pēc iespējas mazāk tekstu (nav teikumi, tikai atsevišķu rādītāju nosaukumi). 2. Ar vizuāli glītiem, viegli saprotamiem	Tai ir jābūt uz AIKA veidlapas, ar logotipu, adresi un mājaslapas adresi. Izmantotās krāsas atbilst AIKA Informatīvo un metodisko materiālu	Ja tā tiek tulkota uz angļu valodu, jāizmanto profesionāla tulka pakalpojumi.

	<p>grafiskiem elementiem – ikonām.</p> <p>3. Gramatiski un stilistiski precīzai.</p> <p>Tās apjoms ir 1 A4 lapa.</p>	<p>izstrādes rokasgrāmatai.</p>	
Fotosesija		<p>Visiem fotografēties uz viena fona. leteicams izmantot vizāžista pakalpojumu.</p>	
Video	<p>Informācijai jābūt izklāstītai:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Maksimums 2 min. garā materiālā.</li> <li>2. Ar pēc iespējas vienkāršāku tekstu, bet tam ir jābūt ierunātam labā intonācijā, lai noturētu skatītāja uzmanību.</li> <li>3. Ar vizuāli glītiem, viegli saprotamiem grafiskiem elementiem – ikonām.</li> <li>4. Gramatiski un stilistiski precīzu valodu.</li> </ol> <p>Izveidojot video, ir jāizstrādā tā scenārijs, jāpiemeklē labi runājoši nozares pārstāvji un vismaz viens AIKA pārstāvis, kā arī vizuālie skati, kurus iekļaut video materiālā.</p>	<p>Video ir ievads un noslēgums ar AIKA logotipu un mājaslapas adresi.</p> <p>Video saturs sastāv no profesionāli filmētiem un apstrādātiem video kadriem.</p> <p>Izmantotās krāsas atbilst AIKA Informatīvo un metodisko materiālu izstrādes rokasgrāmatai.</p>	<p>Ja tas tiek tulkots uz angļu valodu, jāizmanto profesionāla tulka pakalpojumi.</p>
Buklets	<p>Informācijai jābūt izklāstītai:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pēc iespējas saprotamāk - ar īsiem teikumiem, vēlams piemēriem un statistikas datiem.</li> <li>2. Gramatiski un stilistiski precīzai.</li> <li>3. Ar kādu fotogrāfiju, vizuālu informāciju.</li> </ol>	<p>Tajā ir izvietots AIKA logotips, adrese un mājaslapas adrese.</p> <p>Izmantotās krāsas atbilst AIKA Informatīvo un metodisko materiālu izstrādes rokasgrāmatai.</p>	<p>Tulkojot uz angļu valodu, ir jāizmanto profesionāla tulka pakalpojumi.</p>
Drukāti lielformāta materiāli	<p>Informācijai jābūt izklāstītai:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. Ar pēc iespējas mazāk teksta (nav teikumi,</li> </ol>	<p>Tajos ir izvietots AIKA logotips un mājaslapas adrese.</p>	<p>Tulkojot saturu uz angļu valodu, ir jāizmanto</p>



	<p>tikai atsevišķi nosaukumi).</p> <p>5. Ar vizuāli glītiem, viegli saprotamiem grafiskiem elementiem – ikonām.</p> <p>6. Gramatiski un stilistiski precīzai.</p>	<p>Izmantotās krāsas atbilst AIKA Informatīvo un metodisko materiālu izstrādes rokasgrāmatai.</p>	<p>profesionāla tulka pakalpojumi.</p>
<p>Konferences un semināri, Dalība izstādēs</p>	<p>AIKA pārstāvji var brīvi runāt latviešu un angļu valodā.</p>	<p>Šeit lielu lomu ieņem vizuālais noformējums – logotips, krāsas, grafiskie elementi. Noteikti jābūt logotipam un mājaslapas adresei, kas ir redzami no visām stenda pusēm. Tāpat ir svarīgi, lai izdales materiālu noformējums atbilstu AIKA Informatīvo un metodisko materiālu izstrādes rokasgrāmatai.</p>	
<p>AIKA mājaslapa</p>	<p>Informācijai jābūt:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Plaši un viegli pieejamai.</li> <li>2. Informācija ir izklāstīta kodolīgi ar galvenajiem atslēgvārdiem.</li> <li>3. Ar vizuāli glītiem, viegli saprotamiem grafiskiem elementiem – ikonām.</li> <li>4. Gramatiski un stilistiski precīzai.</li> </ol> <p>Ir jābūt gandrīz visam saturam, kas ir iekļauts citās aktivitātēs.</p>	<p>Dizains ir tīrs, moderns un glīts, ar AIKA logotipu un krāsām, grafiskajiem elementiem, kas ir atrunāti AIKA Informatīvo un metodisko materiālu izstrādes rokasgrāmatai.</p>	<p>Tulkojot saturu angļu valodā, ir jāizmanto profesionāla tulka pakalpojumi.</p>
<p>Ziņu vēstkopa</p>	<p>Tā ietver šādu informāciju:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. AIKA vadības īsa uzruna par aktualitātēm.</li> <li>2. AIKA jaunumu apskats ar īsu, bet kodolīgu izklāstu.</li> </ol>	<p>Pie katra informācijas bloka ir vizuāla informācija. Dizains atbilst AIKA Informatīvo un metodisko materiālu izstrādes rokasgrāmatai.</p>	<p>Tulkojot saturu angļu valodā, ir jāizmanto profesionāla tulka pakalpojumi.</p>

	<p>3. Vizuāli glīti, viegli saprotami grafiski elementi – ikonas.</p> <p>Informācija ir gramatiski un stilistiski precīza ar saiti uz AIKA mājaslapu, kurā lasītājs konkrēto ziņu var izlasīt plašāk.</p> <p>Lai būtu ērta gan izsūtīšana, gan statistikas pieejamība analītikai ieteicams izmantot Mailchimp vai Mailigen.</p>	izstrādes rokasgrāmatai.	
Digitālā prezentācija – PPT	<p>Tā ietver šādu informāciju:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Īss AIKA funkciju un darbības apraksts.</li> <li>2. Viegli pārskatāma informācija katrā PPT lapā.</li> <li>3. Vizuāli glīti, viegli saprotami grafiskie elementi– ikonas.</li> </ol> <p>Informācijai jābūt gramatiski un stilistiski precīzai.</p>	<p>Gandrīz pie katra informācijas bloka ir vizuāla informācija – ikona, fotogrāfija, grafiks u.c.</p> <p>Dizains atbilst AIKA Informatīvo un metodisko materiālu izstrādes rokasgrāmatai.</p>	<p>Tulkojot saturu angļu valodā, ir jāizmanto profesionāla tulka pakalpojumi.</p>
Komunikācija LinkedIn	<p>Informācijai jābūt izklāstītai:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ar ne vairāk kā 2 paplašinātiem teikumiem.</li> <li>• Ar vizuāli glītiem, viegli saprotamiem grafiskiem elementiem – ikonām.</li> <li>• Gandrīz vienmēr izmantojot tēmturi #AIKA.</li> <li>• Bieži norādot AIKA mājaslapas adresi.</li> <li>• Gramatiski un stilistiski precīzai.</li> </ul>	<p>Katrai AIKA ziņai ir jābūt ar vizuālu informāciju – fotogrāfiju, video, grafiku u.c.</p> <p>Dizains atbilst AIKA Informatīvo un metodisko materiālu izstrādes rokasgrāmatai.</p>	<p>Tulkojot saturu angļu valodā, ir jāizmanto profesionāla tulka pakalpojumi.</p>

Ņemot vērā esošo juridisko AIKA statusu, ir ieteicams informatīvajos materiālos atsaukties uz AIC ar vienu teikumu: "AIKA ir atzīta kā valsts augstākās izglītības kvalitātes nodrošināšanas aģentūra, kas ir Akadēmiskās informācijas centra struktūrvienība".

## 8. AIKA vizuālā identitāte

Lai nodrošinātu Komunikācijas stratēģijas aktivitāšu īstenošanu mūsdienīgā dizainā, ir ieteicams pilnveidot AIKA vizuālo identitāti. Mērķauditorijai, kura saņem informāciju no AIKA, bieži vien pirmo iespaidu par iestādi veido vizuālais noformējums – cik tas ir moderns, kādas asociācijas tas rada.

Ieteicams pilnveidot AIKA logotipu, atbilstoši mūsdienu dizaina tendencēm. Līdz ar to ir nepieciešams izstrādāt šādus vizuālos materiālus:

1. Logotipu, tā lietošanu ar/bez nosaukuma, latviešu/angļu valodās.
2. Fontu saimi, ko drīkst izmantot digitālajā un drukas vidē.
3. Identitātes krāsas - primārās un sekundārās, to pielietojumu.
4. Vizītkartes dizainu.
5. Veidlapu dizainu.
6. E-pasta paraksta dizainu.
7. PowerPoint prezentācijas veidnes dizainu.
8. Sertifikāta dizainu.
9. Aplokšnes dizainu.
10. Apsveikumu kartiņas dizainu.
11. Plakātu dizainu.
12. Piezīmju bloknotu dizainu.
13. Plāksnes pie durvīm.
14. Krūzes, pildspalvas, zīmuļu dizainu.
15. Roll-up stenda dizainu.

Visus dizainus nepieciešams sagatavot izmantošanai gan latviešu, gan angļu valodā. Pēc Vizuālās identitātes izstrādes ir ieteicama pakāpeniska tās ieviešana, bet publiski tā ir jāprezentē (ar preses relīzes starpniecību) brīdī, kad viss ir ieviests gan digitālajā, gan AIKA biroja vidē.

AIKA darbinieki ir atbildīgi, lai ieviešanas brīdī netiek izmantots iepriekšējais (t.i. vecais) logotips vai citi materiāli ar iepriekšējo vizuālo noformējumu.