

KINNITATUD

Tallinna Tervishoiu Kõrgkooli
rektori 28.10.2025. a
käskkirjaga nr 3-1/25/40

Tallinna Tervishoiu Kõrgkooli kommunikatsiooni- ja turundusplaan 2025-2028

1. Sissejuhatus ja sisukokkuvõte

Tallinna Tervishoiu Kõrgkooli kommunikatsiooni- ja turundusplaan 2025–2028 on strateegiline dokument, mis toetab kõrgkooli missiooni tagada tervise- ja heaolualdkonna spetsialistide järelkasv, arendada koostööd ning edendada teadus- ja arendustegevust. Plaan loob selge raamistiku süsteemseks, eesmärgipäraseks, sidusrühmapõhiseks ja sihtrühmapõhiseks kommunikatsiooniks ning turundustegevuseks.

Korrapärane hindamine ja kohandamine tagavad, et kommunikatsiooni- ja turundusplaan püsib ajakohane ja toimib vastusena muutuvatele vajadustele.

Plaan koosneb kolmest põhivaldkonnast: väliskommunikatsioon, turundus ja sisekommunikatsioon. Iga valdkonna kohta on määratletud mõõdetavad eesmärgid, konkreetsed tegevused ning vastavad SMART-mõõdikud.

- 1.1 Väliskommunikatsiooni** eesmärk on suurendada Tallinna Tervishoiu Kõrgkooli nähtavust, atraktiivsust ja usaldusväärsust. Selleks keskendutakse õppekavade ja õppimiskogemuse esiletõstmisele, meediasuhtluse tugevdamisele, vilistlaste lugude kasutamisele ning brändi järjepidevale arendamisele. Olulised tegevused hõlmavad veebilehe ja infomaterjalide uuendamist, osalemist haridus- ja karjäärimessidel, ning muudel asjakohastel üritustel.
- 1.2 Turunduse** eesmärk on suurendada kõrgkooli atraktiivsust ning toetada õppijate värbamist ja õppekohtade täituvust läbi sihitud turundustegevuste. Samuti on eesmärgiks tasuliste teenuste, sh täienduskoolituste müük ja nende täituvuse tagamine. Fookuses on õppekavade ja õppimiskogemuse esiletõõtmine, õppurite ja töötajate kaasamine, digiturundus ja sihitud kampaaniad. Oluliste tegevuste hulka kuuluvad sotsiaalmeediakampaaniad, sihtrühmapõhised reklaamid, veebilehe optimeerimine, haridus-ja karjäärimessid, landing page'id konkreetsetele õppekavadele.
- 1.3 Sisekommunikatsiooni** eesmärk on kujundada läbipaistev, kaasav ja motiveeriv organisatsioonikultuur. Fookuses on avatud koostöökultuur, töötajate ja õppurite heaolu ning motiveerituse suurendamine. Tegevuste hulka kuuluvad näiteks infotunni ja uudiskirja kontseptsiooni uuendamine, kultuuri- ja väärtuskommunikatsiooni tugevdamine, töötajate tunnustamine ning heaolukampaaniad. Iga tegevuse juurde on määratud vastutajad ja mõõdikud.

2. Kommunikatsiooni- ja turunduseesmärgid, tegevused ja mõõdikud

Kõrgkooli kommunikatsiooni- ja turunduseesmärgid tulenevad kõrgkooli missioonist tagada tervise- ja heaolualdkonna spetsialistide järjepidevus, arendada siseriiklikku ja rahvusvahelist koostööd ning viia läbi uurimis- ja arendustegevust.

Mõõdetavad eesmärgid on seatud SMART-metoodikast (*Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time-bound* ehk konkreetne, mõõdetav, saavutatav, asjakohane ja ajaliselt ohjatud) lähtuvalt, hõlmates nii kommunikatsiooni- kui ka turundustegevusi.

2.1 Väliskommunikatsiooni ja turunduse eesmärgid

Eesmärk 1: Tallinna Tervishoiu Kõrgkooli atraktiivsuse ja konkurentsivõime tagamine läbi väliskommunikatsiooni ja turunduse	
Tallinna Tervishoiu Kõrgkooli atraktiivsuse ja konkurentsivõime hoidmiseks ning arendamiseks on oluline tutvustada kõrgkooli õppekavasid, õppimiskogemust ja karjäärivõimalusi selgelt, kaasahaaravalt ja inspireerivalt. Eesmärk on tugevdada kõrgkooli nähtavust ja mainet, pakkudes arenguvõimalusi, luues usaldusväärseid koostöösuhteid ning toetades kestlikku arengut nii Eestis kui rahvusvahelisel tasandil. Erilist tähelepanu pöörame mitmekesise, ligipääsetava ja väärtuspõhise meediasisu loomisele ning strateegilisele turundusele, mis tõstab sihtrühmade teadlikkust ja suurendab huvi kõrgkooli vastu.	
Peamised sidus- ja sihtrühmad: • Potentsiaalsed õppurid (üldhariduskoolide õpilased, kutseõppurid, täiskasvanud). • Potentsiaalsed töötajad. • Koostööpartnerid (haridusasutused, tervishoiu- ja sotsiaalhoolekandetasutused, tööandjad, teadus- ja arendusorganisatsioonid ja teised asjakohased organisatsioonid), sh rahvusvahelised koostööpartnerid.	
Tegevused ja mõõdikud	
1) Kõrgkooli veebilehe ja infomaterjalide regulaarne uuendamine	
Alamtegevused: • Veebilehe sisu asjakohasena hoidmine. • Digitaalsete infomaterjalide loomine ja levitamine.	
Mõõdik	Mõõdiku eesmärk
Kodulehe külastajate arv	Aastane unikaalsete külastajate arv veebilehel on stabiilne (vähemalt 70% kogukülastajate arvust).
Veebilehe kaasavus	Lehelt lahkumise määr (<i>bounce rate</i>) on alla 40% ja keskmine lehel viibimise aeg on vähemalt 3 minutit.
Vastutaja: Kommunikatsioonispetsialist	
2) Aktiivne osalemine haridus- ja karjäärimesseidel, avatud uste päevadel ning muudel asjakohastel üritustel	
Alamtegevused: • Kõrgkooli esindamine haridus- ja karjäärimesseidel ning muudel asjakohastel üritustel. • Osalejate kaasamine töötubadesse, loengutesse ja aruteludesse.	

Mõõdik	Mõõdiku eesmärk
Osalemine koolivälistel sündmustel	Osaletud koolivälistel sündmustel vähemalt 40 korda aastas.
Avalikkusele suunatud tegevuste tagasisidevorm	Iga sündmuse kohta annab korraldaja/läbiviija tagasisidet.
Vastutajad: Turundusspetsialist, avalikkusele suunatud tegevusi korraldav õppejõud	
3) Turundus- ja sotsiaalmeediakampaaniad	
Alamtegevused: - Regulaarne sisu loomine (postitused, videod, blogid, intervjuud) kõrgkooli sotsiaalmeedia kanalites. - Nt õppurite ja vilistlaste karjäärilugudel, praktikakogemustel ja õppejõudude teadustööl, täienduskoolituste ja tasuliste turundamine. - Sihitud reklaamikampaaniad sotsiaalmeedias (nt Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok).	
Mõõdikud	Mõõdiku eesmärk
Nähtavus sotsiaalmeedias	Postituste ja videote vaatamiste arv vähemalt 500 000 kvartalis; jagamiste arv vähemalt 3000 ühikut kvartalis.
Jälgijaskonna kasv	Uute jälgijate kasv Facebooki puhul kuni 5% ja Instagrami puhul kuni 20% aastas.
Postituste keskmine kaasamismäär	Postituste keskmine kaasamismäär (<i>engagement rate</i>) on vähemalt 1,5 % (lähtudes valitud kanalite keskmistest).
Vastutaja: Turundusspetsialist	

Eesmärk 2: Kõrgkooli ühiskondliku nähtavuse ja mõju kasvatamine
Kõrgkooli maine ja nähtavus sõltuvad otseselt sellest, kuidas avalikkus ja peamised sidusrühmad tajuvad organisatsiooni tegevust, saavutusi ning panust ühiskonda. Selle eesmärgi saavutamiseks on oluline süsteemselt ja proaktiivselt tutvustada kõrgkooli seisukohti, saavutusi, lugusid ja väärtusi.
Peamised sidus- ja sihtrühmad: - Kõrgkooli esindajad ja kõneisikud (sh õppurid ja vilistlased) - Meedia esindajad - Potentsiaalsed õppurid ja nende mõjutajad (pereliikmed ja õpetajad) - Poliitikakujundajad - Ministeeriumid ja muud riigiametid
Tegevused ja mõõdikud
1) Kõrgkooli kõneisikute määramine ning nende ettevalmistamine meediasuhtluseks
Alamtegevused: - Selgete rollide määratlemine kõneisikutele vastavalt teemavaldkondadele - Meediatreeningute ja koolituste korraldamine

Mõõdik	Mõõdiku eesmärk
Kõneisikud	Määratud on kõneisikud ning kirjeldatud hetk, kui kõneisikuks on kommunikatsioonispetsialist.
Kõneisikute meediavalmidus	Kõik määratud kõneisikud läbivad meediatreeningu nelja kuu jooksul kõneisikuks määramisest.

Vastutajad: Rektoraadi büroo, rektoraat

2) Aktiivne ja süsteemne meediasuhtlus

Alamtegevused:

- Regulaarsete pressiteadete jagamine üleriigilisele, kohalikule ja erialameediale
- Koostöö arendamine ajakirjanikega ning meediasuhete hoidmine
- Töötajatega, eelkõige kõneisikutega arvamused ja intervjuude koostamine ning sihitud kanalitesse suunamine
- Kohtla-Järve struktuuriüksuse tegemiste ning regionaalse õppe kajastamine kohalikes väljaannetes

Mõõdik	Mõõdiku eesmärk
Meediakajastuste koguarv aastas	Aastas ilmub vähemalt 300 meediakajastust (sh arvamused, artiklid, intervjuud).
Positiivsete kajastuste osakaal	Positiivsete kajastuste osakaal on vähemalt 70%.
Kõneisikute meediaesinemiste arv	Kõrgkooli kõneisikud esinevad meedias vähemalt 50 korda aastas.

Vastutaja: Kommunikatsioonispetsialist

3) Infopäevade, seminaride ja kogukonnaürituste regulaarne korraldamine

Alamtegevused:

- Valdkonnaspetsiifiliste teabepäevade, debattide, konverentside jt ürituste korraldamine
- Avatud uste päevad koos õppekeskkonna ja praktikabaaside tutvustusega
- Osalemine ja/või võõrustamine tervisekampaniates ja -päevadel koos partneritega (nt Tervisekassa, Terviseamet)
- Partnerorganisatsioonide ja vilistlaste kaasamine üritustel esinejatena või kaasloojatena
- Õppurite poolt interaktiivsete töötubade korraldamine
- Vilistlasi kaasavad üritused
- Digihübriidse osaluse võimaldamine (ürituste salvestused, veebilahendused, järelvaadatavus)

Mõõdik	Mõõdiku eesmärk
Aastas korraldatud sündmuste koguarv	Aastas toimub vähemalt 10 erinevat sündmust (teabepäevad, avatud uste päev jms).
Vilistlasi kaasavate ürituste arv	Aastas toimub vähemalt kolm vilistlaste kaasamisega sündmust

Hübriid- või digiosaluse määr	Vähemalt 25 % kõikidest sündmustest võimaldavad veebi või järelevaatamise kaudu osalemist
Vastutajad: Kommunikatsioonispetsialist, turundusspetsialist	
4) Kõrgkooli brändi visuaalse ja sisulise identiteedi järjepidev rakendamine	
Alamtegevused: • Brändijuhendi loomine • Brändijuhendi rakendamine kõikides kommunikatsioonikanalites • Töötajate ja partnerite teadlikkuse tõstmine (nt koolitused, juhendid) • Brändikoolituse lisamine uue töötaja koolitusprogrammi	
Mõõdik	Mõõdiku eesmärk
Brändijuhendi valmimise tähtaeg	Brändijuhend valmib 2026 III kvartal
Vastutajad: Kommunikatsioonispetsialist, turundusspetsialist, rektoraadi büroo	

Eesmärk 3: Vilistlaste aktiivne kaasamine	
Vilistlased on Tallinna Tervishoiu Kõrgkooli kogukonna oluline, ent seni alakasutatud ressurss. Nende erialased kogemused, kontaktivõrgustik ja potentsiaalne panus kõrgkooli arengusse on äärmiselt väärtuslik. Käesoleva plaani fookuses on usaldusväärsete ja vastastikku kasulike suhete järkjärguline ülesehitamine. Esimene samm on kontakti loomine ja vilistlaskonna taaselustamine.	
Peamised sidus- ja sihtrühmad: Vilistlased	
Tegevused ja mõõdikud	
1) Vilistlasandmebaasi loomine	
Alamtegevused: • Õiguslik ja tehniline eeltöö vilistlaste andmebaasi loomiseks (sh andmekaitse hinnang) • Kontaktivormi loomine ja haldusmudeli kokkuleppimine • Kontaktikampaania: sotsiaalmeedias, kodulehel, partnerite kaudu • Esimese sisulise andmebaasi kujundamine (nimi, kontakt, lõpetamise aasta, eriala)	
Mõõdik	Mõõdiku eesmärk
Andmebaasi registreeritud vilistlaste arv	Vilistlasandmebaasis registreeritud vilistlasi vähemalt 500 isikut aastaks 2028.
Vastutajad: Kommunikatsioonispetsialist, turundusspetsialist, esindus	
2) Vilistlaskogu loomine	
Alamtegevused: • Huviküsitluse läbiviimine vilistlaste seas, et kaardistada nende soov ja võimalused panustada kõrgkooli tegevusse. • Esmaste aktiivsete vilistlaste leidmine, kes oleksid valmis kaasa mõtlema ja tegutsema vilistlaskogu käivitamisel. • Vilistlaskogu tegutsemisvormi kokkuleppimine. • Esmase eesmärkide ja rollide kirjeldamine ning kommunikatsioon kõrgkooli liikmeskonnale	

Vilistlaskogu ametlik käivitamine	
Mõõdik	Mõõdiku eesmärk
Vilistlaskogu tegutsemisvormi ja eesmärkide sõnastamine	Vilistlaskogu eesmärgid ja roll on sõnastatud vilistlaste poolt ning kooskõlastatud kõrgkooliga 2028. aasta lõpuks.
Vilistlaskogu ellu kutsumine	2028 aasta lõpuks on toimunud üks vilistlaskogu koosolek.
Vastutajad: Esindus, rektoraadi büroo	
3) Vilistlaste esmane kaasamine kõrgkooli tegevustesse	
Tegevused: - Vilistlaste kogemuslugude kogumine ja avaldamine kõrgkooli kanalites - Vilistlaste kaasamine külalisõppejõudude, esinejate või mentoritena kõrgkooli korraldatud sündmustel või õppetegevuses. - Vilistlaste kaasamine arvamused ja intervjuude avaldamisel - Tagasiside kogumine vilistlastelt nende ootuste ja soovitud osalusviiside kohta.	
Mõõdik	Eesmärk
Avaldatud kogemuslugude arv	Aastas avaldatakse vähemalt 10 vilistlaste lugu, tsitaati või kogemust kõrgkooli kanalites.
Vilistlaste osalus üritustel	Vilistlased osalevad kõrgkooli sündmustel esineja, mentori või muu rollis.
Vastutajad: Esindus, rektoraadi büroo	

3. Sisekommunikatsiooni eesmärgid

Eesmärk 1: Sisemise infovahetuse tõhustamine	
Sisekommunikatsiooni eesmärk on luua toimiv, kaasav ja mitmesuunaline suhtlus, mis tugevdab töötajate ja õppurite kuuluvustunnet ning organisatsiooni sisemist sidusust. Hästi toimiv sisekommunikatsioon ei piirdu pelgalt info edastamisega, vaid pakub ka võimalusi mõtestatud dialoogiks, ühiste väärtuste kinnistamiseks ning koostööle suunatud sisekultuuri arendamiseks.	
Peamised sidus- ja sihtrühmad: - töötajad - õppurid	
Tegevused ja mõõdikud	
1) Infotundide formaat	
Tegevused: Võttes arvesse töötajate ettepanekuid, osalusmäära ja muutunud infovajadusi vaadatakse üle olemasolev infotundide formaat, võimaldamaks suuremat kaasatust ning struktureeritud sisu.	
Mõõdik	Eesmärk
Infotundide osalusmäär	Infotundides osaleb vähemalt 51 % töötajatest.
Vastutajad: Rektoraadi büroo, rektoraat	

2) Uudiskirja kontseptsiooni uuendamine	
Tegevused: Värske uudiskirja kontseptsiooni väljatöötamine, mis aitaks muuta uudiskirjad kaasavaks, sisukaks ja kasutajast lähtuvaks infokanaliks, mis tugevdab kogukonnatunnet, loob dialoogi ja aitab mõista, kuidas igaüks on osa kõrgkooli tervikust. Kõrgkooli vajaduste rahuldamiseks kaaluda tulevikus uudiskirja väljaandmist lisaks töötajatele ning õppuritele ka vilistlastele. • Arendatakse uus töötajate uudiskirja kontseptsioon, mis ilmub regulaarselt kord kuus. • Töötajatele pakutakse võimalust sisuloomeks töötajate uudiskirjas ning õppuritele õppurite omas.	
Mõõdikud	Tegevus
Töötajate uudiskirja avamismäär	Töötajate uudiskirja avamismäär on vähemalt 50 %.
Lugejate sisupanuse sagedus	Iga uudiskiri sisaldab vähemalt üht lugejate (töötajate, õppurite) sisendit.
Vastutajad: Kommunikatsioonispetsialist, turundusspetsialist	
3) Kõrgkooli kodulehe korrastamine	
Tegevused: • Uue struktuuri ja sisuloogika väljatöötamine • Uue kujunduse loomine (UX + SEO + mobiilivaade) • Mobiilivaate ja ligipääsetavuse (WCAG) prioriseerimine • Sisu korrastamine ja esmatahtsate lehtede ümberkirjutamine • Lansseerimine ja kommunikatsioonikampaania läbiviimine • Tagasiside kogumine ja paranduste esmane voor (30 päeva jooksul)	
Mõõdik	Eesmärk
Uue struktuuri ja visuaali valmimine	Kodulehe uus struktuur (sitemap) ja visuaal valmivad 31. oktoober 2025.
Ligipääsetavuse ja mobiilivalmidus	Uus koduleht vastab WCAG 2.1 AA standardile ning Google PageSpeed mobiilitulemus 31.12.2025. aastaks on vähemalt 80-85 punkti.
Sisuhaldajate koolitus	Koolitatakse sisuhaldajad enne lehe lansseerimist.
Lansseerimise tähtaeg	Uus koduleht avalikustatakse hiljemalt 13.11.2025 koos eraldi kommunikatsioonikampaaniaga.
Tagasisidevoor ja esmane parendus	Esimese 30 päeva jooksul kogutakse tagasisidet , mille põhjal tehakse parandusi või täiendusi.
Vastutajad: Digiarengujuht, kommunikatsioonispetsialist, kõrgkooli töötajad	

4. Kommunikatsioonikorra ülevaatamine

Tõhus kommunikatsioon eeldab kommunikatsiooniplaani regulaarset ülevaatamist vastavalt kõrgkooli vajaduste ning ühiskondlike ootuste muutumisele. Kommunikatsioonikorra efektiivsuse hindamine võimaldab tuvastada selle tugevused ja nõrkused, ning annab võimaluse kõrvaldada õigeaegselt kitsaskohad.

4.1 Kommunikatsioonitegevuste tulemuslikkuse iga-aastane hindamine

- Hindamise alus: Kommunikatsiooniplaanis sätestatud eesmärkide ja mõõdikute täitmine
- Hindamise periood: kord aastas IV kvartalis
- Meetod: sisemine ülevaatus ja aruandlus
- Vastutavad isikud: vastavalt tegevusele

4.2 Sidus- ja sihtrühmade rahulolu ning ootuste kaardistamine

- Hindamise alus: Rahulolu, tagasiside ja ootused kommunikatsioonitegevustele
- Hindamise sagedus: kord aastas
- Meetodid: küsitlused, fookusgrupid
- Vastutavad isikud: vastavalt tegevusele

4.3 Andmepõhine seire ja analüüs

- Hindamise alus: Veebilehe statistika, sotsiaalmeedia kaasatuse näitajad, uudiskirjade avamismäärad ja muu asjakohane kommunikatsioonistatistika
- Hindamise sagedus: kvartaalne
- Meetod: analüütiliste tööriistade kasutamine ja tulemuste aruandlus
- Vastutavad isikud: vastavalt tegevusele

4.4 Kommunikatsioonipõhimõtete ja -kanalite ülevaatus ning vajaduspõhine kohandamine

- Ülevaatus alus: Kommunikatsioonistrateegia asjakohasus, kanalite tõhusus ning uute vajaduste tuvastamine
- Ülevaatus sagedus: iga kahe aasta järel või oluliste muutuste ilmnemisel
- Meetod: sisemised töökoosolekud, vajadusel kaasatakse väliseksperte
- Vastutavad isikud: kommunikatsioonispetsialist, turundusspetsialist, rektoraat.

LISA 1. Tegevusplaan

Tegevus	Mõõdiku nimi	SMART eesmärk	Vastutaja(d)
Kõrgkooli veebilehe ja infomaterjalide regulaarne uuendamine	Kodulehe külastajate arv	Aastane unikaalsete külastajate arv veebilehel on stabiilne (vähemalt 70% kogukülastajate arvust).	Kommunikatsioonispetsialist
	Veebilehe kaasavus	Lehelt lahkumise määr (<i>bounce rate</i>) on alla 40% ja keskmine lehel viibimise aeg on vähemalt 3 minutit.	
Aktiivne osalemine haridus- ja karjäärimesseidel, avatud uste päevadel ning muudel asjakohastel üritustel	Osalemine koolivälistel sündmustel	Osaletud koolivälistel sündmustel vähemalt 40 korda aastas.	Turundusspetsialist, avalikkusele suunatud tegevusi korraldav õppejõud.
	Avalikkusele suunatud tegevuste ankeet	Iga sündmuse kohta annab korraldaja/läbiviija tagasisidet (tagasisidevorm)	
Sotsiaalmeedia-kampaaniad	Nähtavus sotsiaalmeedias	Postituste ja videote vaatamiste arv vähemalt 500 000 kvartalis; jagamiste arv vähemalt 3000 ühikut kvartalis.	Turundusspetsialist
	Jälgijaskonna kasv	Uute jälgijate kasv Facebooki puhul kuni 5% ja Instagrami puhul kuni 20% aastas.	
	Postituste keskmine kaasamismäär	Postituste keskmine kaasamismäär (<i>engagement rate</i>) on vähemalt 1,5 % (lähtudes valitud kanalite keskmistest).	
Kõrgkooli kõneisikute määramine ning nende ettevalmistamine meediasuhtluseks	Kõneisikud	Määratud on kõneisikud ning kirjeldatud hetk, kui kõneisikuks on kommunikatsioonispetsialist.	Rektoraadi büroo, rektoraat
	Kõneisikute meediavalmidus	Kõik määratud kõneisikud läbivad meediatreeningu nelja kuu jooksul kõneisikuks määramisest.	
Aktiivne ja süsteemne meediasuhtlus	Meediakajastuste koguarv aastas	Aastas ilmub vähemalt 300 meediakajastust (sh arvamused, artiklid, intervjuud).	Kommunikatsioonispetsialist
	Positiivsete kajastuste osakaal	Positiivsete kajastuste osakaal on vähemalt 70%.	
	Kõneisikute meediaesinemiste arv	Kõrgkooli kõneisikud esinevad meedias vähemalt 50 korda aastas.	
Infopäevade, seminaride ja kogukonnaürituste regulaarne korraldamine	Aastas korraldatud sündmuste koguarv	Aastas toimub vähemalt 10 erinevat sündmust (teabepäevad, avatud uste päevad jms).	Kommunikatsioonispetsialist, turundusspetsialist
	Vilistlasi kaasavate ürituste arv	Aastas toimub vähemalt kolm vilistlaste kaasamisega sündmust.	
	Hübriid- või digiosaluse määr	Vähemalt 25 % kõikidest sündmustest võimaldavad veebi või järelevaatamise kaudu osalemist.	

Kõrgkooli brändi visuaalse ja sisulise identiteedi järjepidev rakendamine	Brändijuhendi valmimise tähtaeg	Brändijuhend valmib 2026 III kvartal.	Kommunikatsioonispetsialist, turundusspetsialist, rektoraadi büroo
	Brändijuhendi rakendamise alguskuupäev	Kõik ametlikud materjalid vastavad brändijuhendile selle valmimisest.	
Vilistlas-andmebaasi loomine	Andmebaasi registreeritud vilistlaste arv	Vilistlasandmebaasis registreeritud vilistlasi vähemalt 500 isikut aastaks 2028.	Kommunikatsioonispetsialist, turundusspetsialist, esindus
Vilistlaskogu loomine	Vilistlaskogu tegutsemisvormi ja eesmärkide sõnastamine	Vilistlaskogu eesmärgid ja roll on sõnastatud vilistlaste poolt ning kooskõlastatud kõrgkooliga 2028. aasta lõpuks.	Esindus, rektoraadi büroo
	Vilistlaskogu ellu kutsumine	2028 aasta lõpuks on toimunud üks vilistlaskogu koosolek.	Esindus, rektoraadi büroo
Vilistlaste esmane kaasamine kõrgkooli tegevustesse	Avaldatud kogemuslugude arv	Aastas avaldatakse vähemalt 10 vilistlaste lugu, tsitaati või kogemust kõrgkooli kanalites.	Esindus, rektoraadi büroo
	Vilistlaste osalus üritustel	Vilistlased osalevad kõrgkooli sündmustel esineja, mentori või muu rollis.	Esindus, rektoraadi büroo
Infotundide formaadi arendamine	Infotundide osalusmäär	Infotundides osaleb vähemalt 51 % töötajatest.	Rektoraadi büroo, rektoraat
Uudiskirja kontseptsiooni uuendamine	Uudiskirja avamismäär	Uudiskirja avamismäär on vähemalt 50 %.	Kommunikatsioonispetsialist, turundusspetsialist
	Lugejate sisupanuse sagedus	Iga uudiskiri sisaldab vähemalt üht lugejate (töötajate, õppurite) sisendit.	
Kõrgkooli kodulehe korrastamine	Uue struktuuri ja visuaali valmimine	Kodulehe uus struktuur (sitemap) ja visuaal valmivad 31. oktoober 2025.	Digiaengujuht, kommunikatsioonispetsialist, kõrgkooli töötajad
	Ligipääsetavuse ja mobiilivalmidus	Uus koduleht vastab WCAG 2.1 AA standardile ning Google PageSpeed mobiilitulemus 31.12.2025. aastaks on vähemalt 80-85 punkti.	
	Sisuhaldajate koolitus	Sisuhaldajad koolitatakse enne lehe lansseerimist.	
	Lansseerimise tähtaeg	Uus koduleht avalikustatakse hiljemalt 13.11.2025 koos eraldi kommunikatsioonikampaaniaga.	
	Tagasisidevoor ja esmane parendus	Esimese 30 päeva jooksul kogutakse tagasisidet, mille põhjal tehakse parendusi või täiendusi.	