



STUDIJŲ DALYKO (MODULIO) APRAŠAS

Dalyko (modulio) pavadinimas	Kodas
Integruota rinkodaros komunikacija	
Anotacija	
<p>Dalykas „Integruota rinkodaros komunikacija“ skirtas nagrinėti nuoseklų ir suplanuotą komunikacijos procesą, apimančią analizės, planavimo, įgyvendinimo ir kontrolės vadybą bei organizavimą.</p> <p>Studijų metu dėstoma medžiaga ir seminarai suteiks žinių ir praktinių įgūdžių, kaip įgyvendinant organizacijos tikslus bei siekiant kurti vertę suinteresuotoms šalims, integruojamos ir pasitelkiamos visos komunikacijos formos – reklama, pardavimo skatinimas, ryšiai su visuomene, tiesioginė rinkodara.</p>	

Dėstytojas (-ai)	Padalinys (-iai)
Koordinuojantis: Lina Jakučionienė Kitas (-i):	Vilniaus universiteto Komunikacijos fakulteto Leidybos ir reklamos bakalauro studijų programos komitetas Saulėtekio al. 9, 503 kab., I rūmai, LT-10222 Vilnius

Studijų pakopa	Dalyko (modulio) tipas
Pirmoji	Privalomasis

Įgyvendinimo forma	Vykdyto laikotarpis	Vykdyto kalba (-os)
Mišri, auditorinė, nuotolinė	Pavasario (4) semestras	Lietuvių

Reikalavimai studijuojančiajam	
Išankstiniai reikalavimai: studentai turi turėti rinkodaros, komunikacijos istorijos ir teorijos, ryšių su visuomene pagrindus	Gretutiniai reikalavimai (jei yra): nėra

Dalyko (modulio) apimtis kreditais	Visas studento darbo krūvis	Kontaktinio darbo valandos	Savarankiško darbo valandos
5	130	48	82

Dalyko (modulio) tikslas: studijų programos ugdomos kompetencijos		
<p>Suteikti teorinių žinių ir formuoti praktinius integruotos rinkodaros komunikacijos planavimo ir organizavimo įgūdžius. Atlikdami praktinę integruotos rinkodaros komunikacijos užduotį, studentai pademonstruos įgytas integruotos komunikacijos teorines žinias, suformuos ir įtvirtins komunikacijos planavimo, organizavimo ir pristatymo klientui žinias ir įgūdžius.</p>		
Dalyko (modulio) studijų siekiniai	Studijų metodai	Vertinimo metodai

Žinos integruotos rinkodaros komunikacijos atskiras priemonės ir jų derinimo ypatumus	Paskaita ir seminaras, mokslinės literatūros analizė, atvejo analizė ir probleminė diskusija	Žinių patikrinimas (testas), atvejo analizė
Išmanys integruotos rinkodaros komunikacijos planavimo etapus, žinos ir gebės planuoti integruotos komunikacijos priemones siekiant atitinkamų tikslų	Paskaita ir seminaras, probleminė diskusija, mokslinės literatūros analizė	Žinių patikrinimas (testas), atvejo analizė
Žinos ir gebės parengti integruotos komunikacijos planą ir jį pristatyti klientui pagal pateiktą kliento užsakymą	Paskaita ir seminaras, probleminė diskusija, scenarijų planavimo metodo taikymas seminaruose, projektinė veikla	Projektas: planas ir pristatymas
Gebės dirbti virtualiose komandose, planuojant ir įgyvendinant atitinkamas užduotis	Scenarijų planavimo metodo taikymas seminaruose, projektinė veikla	Projektas: planas ir pristatymas
Gebės dirbti individualiai ir komandoje; darbas skirtingose grupėse ir tarpkultūrinėje aplinkoje	Scenarijų planavimo metodo taikymas seminaruose, projektinė veikla	Projektas: planas ir pristatymas

Temos	Kontaktinio darbo valandos						Savarankiškų studijų laikas ir užduotys		
	Paskaitos	Konsultacijos	Seminariai	Pratybos	Laboratoriniai darbai	Praktika	Visas kontaktinis darbas	Savarankiškas darbas	Užduotys
1. Integruotos rinkodaros komunikacijos samprata. Rinkodaros komunikacijos, ryšių su visuomene, kitų komunikacijos veiklų terminų, raidos ir šiuolaikinių tendencijų apžvalga. Organizacinės struktūros įgyvendinant integruotos rinkodaros komunikaciją.	4		4				8	10	Literatūros analizė: <i>Strategic and organisational challenges in the integrated marketing communication paradigm shift: A holistic vision / Vernuccio, Maria; Ceccotti, Federica. European Management Journal, December 2015, Vol.33(6), pp. 438-449</i> Probleminė diskusija paskaitų metu, praktinė užduotis seminarų metu: projekto kūrimas

2. Integruotos rinkodaros komunikacijos procesas: etapai, jų ypatumai, skirtingų priemonių taikymo ir derinimo specifika.	4	4				8	15	<p>Literatūros analizė: <i>Integrated marketing communication: making it work at a strategic level / Kitchen, Philip; Burgmann, Inga. Journal of Business Strategy, 20 July 2015, Vol.36(4), pp.34-39</i></p> <p>Probleminė diskusija paskaitų metu, praktinė užduotis seminarų metu: projekto kūrimas</p>
3. Klientas ir darbas su klientu įgyvendinant integruotos rinkodaros komunikacijos projektus.		8				8	15	<p>Mokslinės literatūros analizė: <i>Gerardus Blokdyk, 2019, Integrated Marketing Communications A Complete Guide – 2020;</i></p> <p><i>Philip J. Kitchen & Marwa E. Tourky, 2022, Integrated Marketing Communications– A Global Brand-Driven Approach</i></p> <p>Paskaitų medžiagos analizė, praktinė užduotis seminarų metu: projekto kūrimas</p>
4. Integruotos rinkodaros komunikacijos projekto idėja, jos pristatymas ir atitinkamų priemonių pasirinkimo argumentavimas (<i>angl. k. - brief, pitching</i>).	2	8				10	13	<p>Mokslinės literatūros analizė: <i>Gerardus Blokdyk, 2019, Integrated Marketing Communications A Complete Guide – 2020;</i></p> <p><i>Philip J. Kitchen & Marwa E. Tourky, 2022, Integrated Marketing Communications– A Global Brand-Driven Approach</i></p> <p>Paskaitų medžiagos analizė, praktinė užduotis seminarų metu: projekto kūrimas</p>

5. Integruotos rinkodaros komunikacijos projektas: rengimo etapai, projekto sudedamosios dalys.		2	8					10	13	Mokslinės literatūros analizė: <i>Gerardus Blokdyk, 2019, Integrated Marketing Communications A Complete Guide – 2020; Philip J. Kitchen & Marwa E. Tourky, 2022, Integrated Marketing Communications– A Global Brand-Driven Approach</i> Paskaitų medžiagos analizė, praktinė užduotis seminarų metu: projekto kūrimas
Pasiruošimas projekto idėjos pristatymui		4						4	16	
	Iš viso	8	8	32				48	82	

Vertinimo strategija	Svoris proc.	Atsiskaitymo laikas	Vertinimo kriterijai
Egzaminas. Žinių patikrinimas (testas)	30	Semestro pabaiga	Atsakymai į klausimus (10 atvirų ir 10 uždarų klausimų). Klausimų tikslas - patikrinti integruotos rinkodaros komunikacijos žinias: integruotos komunikacijos samprata, atskirų integruotos komunikacijos priemonių ir jų derinimo specifikos žinojimas, integruotos rinkodaros komunikacijos plano dalių, jų rengimo ypatumų išmanymas. Atsakymai į klausimus vertinami 5 balų sistemoje, kur 5 yra maksimalus įvertinimas (teisingas atsakymas į uždarą testo klausimą, arba išsamus, nurodantis esmines charakteristikas atsakymas į atvirą klausimą), o mažiausias įvertinimas 1 (neišsamus, su klaidomis atsakymas) arba 0 (neteisingas arba nepateiktas atsakymas).
Projektas: planavimas ir įgyvendinimas	50	Semestro eigoje	Vertinamos atskiros veiklos, kurios atliekamos seminarų metu . Kiekvieno seminaro užduotis vertinama 10 balų sistemoje. Užduotys turi būti atsiskaitomos numatytu metu, nustatytu metu jų neatsiskaičius vėliau užduočių atsiskaityti neleidžiama, jos nėra vertinamos. Neatsiskaičius seminarų užduočių dalykas nevertinamas.
Projekto idėjos pristatymas	20	Semestro pabaiga	Vertinamas projekto idėjos pristatymo medžiaga (10 balų); projekto idėjos pristatymas žodžiu ir diskusija (10 balų).

Autorius	Leidimo metai	Pavadinimas	Periodinio leidinio Nr. ar leidinio tomas	Leidimo vieta ir leidykla ar internetinė nuoroda
Privaloma literatūra				
Vernuccio, Maria; Ceccotti, Federica	2015	Strategic and organisational challenges in the integrated marketing communication paradigm shift: A holistic vision		European Management Journal, December 2015, Vol. 33(6), pp.438-449 DOI: 0.1016/j.emj.2015.09.001
Kitchen, Philip & Burgmann, Inga	2015	Integrated marketing communication: making it work at a strategic level		Journal of Business Strategy, 20 July 2015, Vol.36(4), pp. 34-39 DOI: 10.1108/JBS-05-2014-0052
Arvydas Bakanauskas	2012	Integruotosios marketingo komunikacijos : mokomoji knyga		Kaunas: Vytauto Didžiojo universiteto leidykla, 2012.
Gerardus Blokdyk	2019	Integrated Marketing Communications A Complete Guide - 2020		5STARCOOKS (September 19, 2019)
Philip J. Kitchen & Marwa E. Tourky	2022	Integrated Marketing Communications– A Global Brand-Driven Approach		Springer
Papildoma literatūra				
Hans Ouwersloot & Tom Duncan	2008	Integrated marketing communications		London [etc.] : McGraw-Hill, 2008.
Steven Pike.	2008	Destination marketing: an integrated marketing communication approach		Amsterdam : Elsevier
George E. Belch & Michael A. Belch	2004	Advertising and promotion: an integrated marketing communications perspective		Boston [Mass.] : McGraw- Hill/Irwin, 2004.
Jerome M. Juska	2021	Integrated Marketing Communication: Advertising and Promotion in a Digital World		Routledge
David Meerman Scott	2022	The New Rules of Marketing and PR: How to Use Content Marketing, Podcasting, Social Media, AI, Live Video, and Newsjacking to Reach Buyers Directly		Wiley; 8 edition
Larry Percy	2023	Strategic Integrated Marketing Communications		Taylor & Francis

