



STUDIJŲ DALYKO (MODULIO) APRAŠAS

Dalyko (modulio) pavadinimas	Kodas
Žurnalistikos, reklamos ir viešųjų ryšių santykis	

Dėstytojas / -a (-ai)	Padalinys (-iai)
Koordinuojantis: dėstytojas praktikas Maksimas Reznikovas	Vilniaus universiteto Komunikacijos fakulteto Žurnalistikos bakalauro studijų programos komitetas Bernardinų g. 11, LT-01124 Vilnius
Kitas (-i): dėstytojas praktikas Mantas Velykis	

Studijų pakopa	Dalyko (modulio) tipas
Pirmoji	Individualiųjų studijų

Igyvendinimo forma	Vykdymo laikotarpis	Vykdymo kalba (-os)
Auditorinė ir / arba nuotolinė	Rudens (V) semestras	Lietuvių

Reikalavimai studijuojančiajam	
Išankstiniai reikalavimai:	Gretutiniai reikalavimai (jei yra):

Dalyko (modulio) apimtis kreditais	Visas studento darbo krūvis	Kontaktinio darbo valandos	Savarankiško darbo valandos
5	130	38	92

Dalyko (modulio) tikslas		
Tikslas – suformuoti įgūdžius ir kompetencijas, leidžiančias suvokti, analizuoti, kritiškai vertinti reklamos ir ryšių su visuomene veiklą santykyje su žiniasklaida – tiek atpažįstant į žiniasklaidą nukreiptą veikimą, tiek vertinant šias disciplinas kaip žinių šaltinį.		
Dalyko (modulio) studijų rezultatai	Studijų metodai	Vertinimo metodai
Suvoks reklamos ir ryšių su visuomene vaidmenį, teorinius šios veiklos modelius, jų santykį su žiniasklaidos veikimu.	Paskaita, seminaras, probleminis dėstymas (atvejo analizė)	Darbas grupėse, individuali / grupinė užduotis, egzaminas
Žinos ir gebės nustatyti reklamos ir ryšių su visuomene veiklų organizavimo formas ir strategijas.	Paskaita, seminaras, probleminis dėstymas, aktyvaus mokymo(-si) metodai, tiriamieji metodai	Darbas grupėse, individuali / grupinė užduotis, egzaminas
Gebės identifikuoti komunikacijoje išskiriamas tikslines auditorijas ir suinteresuotas grupės, nustatyti naudojamas komunikacines priemones ir kanalus numatytooms tikslinėms auditorijoms pasiekti.	Paskaita, seminaras, probleminis dėstymas, aktyvaus mokymo(-si) metodai, tiriamieji metodai	Darbas grupėse, individuali / grupinė užduotis, egzaminas
Gebės atpažinti ir suprasti reklamos ir ryšių su visuomene veiklas	Paskaita, seminaras, probleminis dėstymas, aktyvaus mokymo(-si) metodai, tiriamieji metodai	Darbas grupėse, individuali / grupinė užduotis, egzaminas

Temos	Kontaktinio darbo valandos							Savarankiškų studijų laikas ir užduotys	
	Paskaitos	Konsultacijos	Seminarai	Pratybos	Laboratoriniai darbai	Praktika	Visas kontaktinis darbas	Savarankiškas darbas	Savarankiškai atliekamos užduotys
1. Ryšių su visuomene vaidmuo, sampratos ir jų kaita santykyje su žiniasklaida. Veiklos uždaviniai ir veikimo pagrindai.	2		4				6	14	Literatūros skaitymas. Praktinė užduotis (atvejo analizė).
2. Atstovo žiniasklaidai darbo turinys. Veiklos turinys ir pagrindai. Profesijos taktika ir turimi įrankiai. Praktiniai aspektai.	2		4				6	14	Literatūros skaitymas. Praktinė užduotis (atvejo analizė). Individuali / grupinė užduotis.
3. Reklama ir kaip ji veikia santykyje su žiniasklaida. Reklamos rinkos veikimo ir sudėtinių dalių apžvalga. Reklamos veikimo pagrindai ir organizavimas.	2		4				6	16	Literatūros skaitymas. Praktinė užduotis (atvejo analizė).
4. Reklamos kampanijos ir jų sandara žiniasklaidos ir kituose kanaluose. Strategija ir taktika. Planavimo procesas ir įrankiai.	2		4				6	16	Literatūros skaitymas. Praktinė užduotis (atvejo analizė). Individuali / grupinė užduotis.
5. Komunikacijos planavimo metodai. Žiniasklaidos kanalų užimama vieta planavimo procese. Strateginis ir taktinis planavimas, naudojami įrankiai. Kūrybiškumo ir planavimo santykis.	2	1	4				7	16	Literatūros skaitymas. Praktinė užduotis (atvejo analizė). Individuali / grupinė užduotis.
6. Krizių komunikacija – pasirengimas ir valdymas, įrankiai, klaidos, praktiniai aspektai.	2	1	4				7	16	Literatūros skaitymas. Praktinė užduotis (atvejo analizė).
Iš viso	12	2	24				38	92	

Vertinimo strategija	Svoris proc.	Atsiskaitymo laikas	Vertinimo kriterijai
Individualių ir grupinių užduočių atlikimas ir pristatymas	50 proc.	Semestro metu	Semestro metu atliekamos 3 individualios / grupinės užduotys, kurių kiekviena vertinama nuo 0 iki 5 balų. (0 balų – užduotis neatlikta; 1 balas – užduotis atlikta nepatenkinamai; 2 balai – atliekant užduotį panaudoti kurso metu pristatomi įrankiai ir teorija; 3 balai – atliekant užduotį suvokta nagrinėjama problematika ir panaudoti planavimo įrankiai; 4 balai – atliekant užduotį ir naudojant planavimo įrankius analitiškai remiamasi praktiniais pavyzdžiais; 5 balai – pristatant atliktą užduotį ir planavimo įrankių panaudojimą dalyvaujama diskusijose.) Galutinį įvertinimą už šią dalį sudarys trijų užduočių įvertinimų vidurkis.
Projekto rengimas ir pristatymas	50 proc.	Semestro metu	Individualus reklamos / viešųjų ryšių projekto rengimas ir vertinimas. Kiekvienas projektas vertinamas nuo 0 iki 5

			balų. (0 balų – užduotis neatlikta; 1 balas – užduotis atlikta nepatenkinamai; 2 balai – planas tinka išskeltai užduočiai; 3 balai – siūlomų kampanijos rezultatų vertinimo kriterijai yra pagrįsti; 4 balai – siūlomos priemonės yra kūrybiškos; 5 balai – įžvalgos yra pagrįstos, priemonės – įgyvendinamos.) Projektą sudarys: pasirinktos probleminės komunikacinės situacijos identifikavimas, jos pagrindimas; ryšių su visuomenės strategijos pasirinkimas, komunikacinio tikslo išskėlimas ir pristatymas; tikslinės auditorijos(-jų) ir jai pasiekti informacijos kanalų pasirinkimas; veiksmų plano ir naratyvo / komunikacinio pranešimo parengimas. Neatlikus projekto, galutinis kaupiamasis balas neskaičiuojamas. N. B. Kurso seminarų lankymas yra privalomas. Praleidus daugiau nei vieną seminarą be pateisinamos priežasties ir už jį neatsiskaičius, kaupiamasis balas neskaičiuojamas).
--	--	--	---

Autorius (-iai)	Leidimo metai	Pavadinimas	Periodinio leidinio Nr. ar leidinio tomas	Leidykla ar interneto nuoroda
Privaloma literatūra				
Renata Matkevičienė, Andris Petersons, Kristina Jakutyte-Ancienė, Liga Mirlina, Erika Nabažaitė, Daiva Siudikienė	2017	New Media and New Public Governance. The Strategic Communication Approach.	psl. 15–38, 75–105	Vilnius: Akademine leidyba
Doorley John, Garcia Helio Fred	2020	<i>Reputation management: the key to successful public relations and corporate communication, 4th edition</i>	Chapter 1, psl. 9–10	New York: London
Renata Matkevičienė	2015	<i>Ryšiai su visuomene: mokomoji knyga</i>	-	Vilnius: Akademine leidyba
Papildoma literatūra				
Bernays, E.	2011	<i>Crystallizing public opinion</i>		New York: IG Publishing
Lauras Bielinis	2020	<i>Hibridinė komunikacija politikoje</i>		Vytauto Didžiojo universiteto leidykla
Patrikarakos, D.	2017	<i>War in 140 Characters: How Social Media is Reshaping conflict in the Twenty-First Century</i>		Basic Books
Vuima, A.	2009	<i>Juodieji viešieji ryšiai</i>		Vilnius: RDI grupė