



STUDIJŲ DALYKO (MODULIO) APRAŠAS

Dalyko (modulio) pavadinimas	Kodas
Meno ir kultūros rinkodara	

Dėstytojas / a (-ai)	Padalinys (-iai)
Koordinuojantis (-i): Doc. Gediminas Ramanauskas Kitas / a (-i)	Vilniaus universiteto Šiaulių akademija. Edukologijos institutas

Studijų pakopa	Dalyko (modulio) tipas
Pirmoji	Privalomasis / Individualiųjų studijų

Igyvendinimo forma	Vykdyto laikotarpis	Vykdyto kalba (-os)
Auditorinė	Pavasario 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	133	46	87

Dalyko (modulio) tikslas		
Suteikti pamatinių žinių apie meno bei kultūros rinkodaros veikimo principus, rinkos valdymo dėsnius ir galimybes, įgalinti kurti, plėtoti kultūros bei meno produktus, skleisti informaciją, laikantis vertybinių bei teisinių normų.		
Dalyko (modulio) studijų rezultatai	Studijų metodai	Vertinimo metodai
Žinos kas yra rinkodara ir supras kaip rinkos dėsniai veikia meno lauke	Literatūros apžvalgos pristatymas, Tradicinė paskaita	Kolokviumas
Gebės suprasti rinkos dėsnius ir mokės juos pritaikyti kultūros procesams	Tradicinė paskaita	Egzaminas
Mokės kurti kultūros produktą ir pasiūlyti jį vartotojui	Realių gyvenimiškų situacijų (projektų) modeliavimas	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. Rinkodaros apibrėžimai ir sąvokos	2						2	6	Informacijos paieška, literatūros analizė

2. Pelno siekiančių ir ne pelno organizacijų rinkodaros panašumai ir skirtumai	2		4				6	8	Informacijos paieška, literatūros analizė
3. Žymesnės rinkodaros koncepcijos, jų raida, šiandienos tendencijos	4						4	8	Literatūros analizė
4. Svarbesni šiuolaikinės rinkodaros aspektai kultūros įstaigoje	2		2				4	9	Informacijos paieška, literatūros analizė
5. Paslaugų rinkodaros apraiškos kultūros įstaigoje	4						4	8	Informacijos paieška
6. Strateginio planavimo kaip kultūros įstaigos veiklos dalies reikšmė	2		2				4	14	Informacijos paieška, literatūros analizė
7. Kultūros ir meno rėmimas	2						2	6	Informacijos paieška, literatūros analizė
8. Įvairių meno ir kultūros sričių vadyba	6		2				8	12	Informacijos paieška, literatūros analizė, atvejo analizė
9. Kultūros ir medijos struktūros Europoje	4		2				6	10	Informacijos paieška, literatūros analizė
10. Bendrieji autorinių ir gretutinių teisių apsaugos klausimai	4		2				6	6	Informacijos paieška, literatūros analizė, atvejo analizė
Iš viso	32		14				46	87	

Vertinimo strategija	Svoris proc.	Atsiskaitymo laikas	Vertinimo kriterijai
Kolokviumas	50	Kovo mėn. pabaiga	Kolokviume vertinamos studento teorinės žinios, pagal iš anksto pateiktus klausimus (1, 2, 3, 4 temos). Vertinimo kriterijai: 5 balai – demonstruoja puikias žinias, geba argumentuoti ir palyginti; 4 balai – demonstruoja geras žinias, geba argumentuoti; 3 balai – demonstruoja pagrindines žinias, gali palyginti; 2 balai – demonstruoja fragmentines žinias, argumentai paviršutiniški; 1 balas – demonstruoja minimalias žinias, negali pagrįsti teiginių; 0 balų – netenkina minimalių reikalavimų
Egzaminas	50	Sesijos metu	Egzamine vertinamos studento teorinės žinios, pagal iš anksto pateiktus klausimus (5, 6, 8, 9, 10 temos). Vertinimo kriterijai: 5 balai – demonstruoja puikias žinias, geba argumentuoti ir palyginti; 4 balai – demonstruoja geras žinias, geba argumentuoti; 3 balai – demonstruoja pagrindines žinias, gali palyginti; 2 balai – demonstruoja fragmentines žinias, argumentai paviršutiniški; 1 balas – demonstruoja minimalias žinias, negali pagrįsti teiginių; 0 balų – netenkina minimalių reikalavimų

Autorius (-iai)	Leidimo metai	Pavadinimas	Periodinio leidinio Nr. ar leidinio tomas	Leidykla ar internetinė nuoroda
Privaloma literatūra				
Clifton R.	2011	Prekių ženklai ir jų kūrimas: istorija		Vilnius: Alma littera
Pranulis V., Pajuodis A., Urbonavičius S., Virvilaitė R.	2012	Marketingas		Vilnius: Garnelis
Rauhe H., Demmer Ch.	2004	Kultūros vadyba : profesionalaus meno teorija ir praktika		Vilnius: Tyto Alba
Žalpys E.	2004	Meno Aritmetika. Kultūros vadyba Lietuvoje. Pirmoji knyga		Vilnius: Tyto Alba
Papildoma literatūra				
Kutraitė-Giedraitienė D.		Šviežios duonos kvapo galia ir šiuolaikinės rinkodaros spalvos		Vilnius: Tyto Alba
Dudėnas R.		Rinkodara		Šiauliai: Lucilijus