STUDIJŲ DALYKO (MODULIO) APRAŠAS

Dalyko (modulio) pavadinimas	Kodas
Reklamos semiotika	

Dėstytojas / a (-ai)	Padalinys
Koordinuojantis (-i): asist. dr. A. Urbanavičiūtė-Globienė **Kitas / a (-i**): dėst. prakt**.** Monika Wolyniec	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
I (bakalauro)	Individualiųjų studijų dalykas

Įgyvendinimo forma	Vykdymo laikotarpis	Vykdymo kalba (-os)
Auditorinė	Pavasario (VI) semestras	lietuvių

Reikalavimai studijuojančiajam	
Išankstiniai reikalavimai: tiriamojo darbo įgūdžiai, reikalingas pasirengimas studijuoti mokslinę literatūrą viena iš labiausiai paplitusių užsienio šalių kalbų (anglų, prancūzų, vokiečių).	**Gretutiniai reikalavimai (jei yra):**

Dalyko (modulio) apimtis kreditais	Visas studento darbo krūvis	Kontaktinio darbo valandos	Savarankiško darbo valandos
5	130 val.	52	78 val.

Dalyko (modulio) tikslas		
Ugdomos bendrosios kompetencijos: Analitinis ir kritiškas mąstymas, kūrybiškumas, gebėjimas dirbti savarankiškai ir grupėje. **Ugdomos dalykinės kompetencijos:** Pamatinės leidybos bei reklamos teorinės žinios ir gebėjimai taikyti jas profesinėje veikloje. Esminės leidybos, reklamos ar kitos komunikacinės veiklos tyrimo, planavimo ir vykdymo žinios bei gebėjimai. Gebėjimas atlikti leidybos, reklamos ir kitų komunikacinių produktų bei paslaugų kūrimo bei gamybos užduotis, vadovauti projektinei veiklai. Gebėjimas skleisti leidybos ir reklamos produktus, perteikti informaciją, idėjas, įvardinti problemas ir jų spendimo būdus bendraujant su specialistais bei plačiąja visuomene. Supažindinti su reklamos diskurso semiotinės analizės principais, suteikti praktinius reklamos pranešimų analizės pagrindus.		
Dalyko (modulio) studijų rezultatai	**Studijų metodai**	**Vertinimo metodai**
Susipažins su vaizdažodinės ir audiovizualinės reklamos raiška ir reikšminės logikos ypatumais.	Probleminis dėstymas, aktyvaus mokymosi metodai (grupės diskusija), savarankiškos literatūros studijos.	Kaupiamasis vertinimas, kurį sudaro seminarų, rašto darbo ir kolokviumo rezultatai.

Perpras reklamos diskurso lygmenis siejančius ryšius, skirtingų diskursų derinimą vienoje reklamoje.	Literatūros analizė, atvejo analizė, darbas grupėse, grupės diskusija.	Kaupiamasis vertinimas, kurį sudaro seminarų, rašto darbo ir kolokviumo rezultatai.
Įgis praktinių reklamos analizės įgūdžių.	Tiriamieji metodo (atskiro atvejo analizė), pranešimo parengimas.	Kaupiamasis vertinimas, kurį sudaro seminarų, rašto darbo ir kolokviumo rezultatai.
Susipažins su semiotikos disciplina, semiotinėmis sąvokomis ir išmoks naudotis semiotiniais analizės instrumentais.	Savarankiškos literatūros studijos, diskusija.	Kaupiamasis vertinimas, kurį sudaro seminarų, rašto darbo ir kolokviumo rezultatai.

Temos	**Kontaktinio darbo valandos**							**Savarankiškų studijų laikas ir užduotys**	
	Paskaitos	Konsultacijos	Seminarai	Pratybos	Laboratoriniai	Praktika	**Visas kontaktinis darbas**	**Savarankiškas darbas**	Savarankiškai atliekamos užduotys
Reklamos diskurso specifika šiuolaikinėje visuomenėje. Reklamos kaip kalbos samprata: kalbėjimo būdas ir turinys.	2						2	5	Susipažinti su įvadine literatūra, kurioje aptariama reklamos diskurso specifika., *Semiotika: darbų rinktinė, p.8-39.*
Semiotikos disciplina ir semiotinio tyrimo ypatumai. Skirtingos semiotinės mokyklos ir teorijos. Semiotinė ženklo samprata.	2						2	5	Susipažinti su skirtumais tarp semiotikos mokyklų. *Semiotika: darbų rinktinė, p.43-71.*
Analitinis ir generatyvinis takas. Reklaminio teksto kūrimo ir analizės sampratos.	2			2			4	5	Susipažinti su teorine literatūra. *Semiotika: darbų rinktinė, p. 328-348*
Reikšmės lygmenys, jų specifika ir tarpusavio ryšiai.	2			2			4	5	Susipažinti su literatūra ir analizių pavyzdžiais. *Prasmė anapus teksto, p. 13-14*
Figūratyvinis ir naratyvinis lygmenys; nuo raiškos priklausomos jų savybės. Reklama kaip pasakojimas.	2			2			4	5	Pasirinktos reklamos figūratyvinio ir naratyvinio lygmens semiotinis aprašymas. *Semiotika: darbų rinktinė, p. 237-265, p. 266-284*
Reklamos diskurso sandara; reklamos rūšių (spausdintinės, video-, audio-, lauko reklamos ir kt.) specifika. Įvairių reklamos diskurso komponentų (vaizdinio, žodinio, garsinio) tarpusavio santykiai, prasminių efektų savitumas.	4			2			6	5	Skirtingų reklamos komponentų santykių aprašymas ir analizė.
Prekės ženklas kaip reikšminė visuma, prekės ženklo sudedamosios dalys, semiotinis prekės	2			2			4	5	Prekės ženklo vystymosi atvejo

ženklo tyrimas.									analizė.
Plastinis reklamos diskurso matmuo, plastinės artikuliacijos ir giliųjų reikšmės lygmenų ryšys.	4			2			6	5	Pasirinktos reklamos plastinio lygmens aprašymas., *str. Figūratyvinė semiotika ir plastinė semiotika*
Vaizdažodinių reklamų specifika ir tyrimas.	4			2			6	5	Pasirinktos reklamos plastinio lygmens aprašymas.
Audiovizualinių reklamų specifika ir tyrimas.	4			2			6	5	Audiovizualinės reklamos analizės pristatymas.
Reklaminė manipuliacija ir įtikinėjimas.	2						2	5	Literatūros apžvalga. *The Discourse of Advertising, p. 25-64*
Vartotojo įvaizdžio kūrimas reklamoje.	2						2	5	Vartotojo įvaizdžio modelių aprašymas.
Pasirengimas egzaminui, egzaminas		4					4	18	Parengti atsiskaitomąjį rašto darbą.
Iš viso	32	4		16			52	78	

Vertinimo strategija	**Svoris proc.**	**Atsiskaitymo laikas**	**Vertinimo kriterijai**
Darbas per seminarus	20	Per semestrą	**Vertinama balais skalėje nuo 0 iki 10.** **9–10 balų:** aktyviai dalyvauja diskusijose, atsako į klausimus, formuluoja problemas ir klausimus, teikia kritinių pastabų, pateikia pasiūlymų, pastebi privalumus. **7–8 balai:** dalyvauja diskusijose, atsako į užduodamus klausimus**.** **5–6 balai:** pasyviai klausosi diskusijų, retai arba beveik neatsako į užduodamus klausimus. **0–4 balai:** nedalyvauja diskusijose, beveik neatsako arba klaidingai atsako į užduodamus klausimus arba be pateisinamos priežasties nedalyvavo trijuose seminaruose.
Kolokviumas	20		**Kolokviumas vyksta raštu: Vyksta raštu, atsakoma į klausimus apie semiotinę teoriją ir semiotikos sąvokas, jas siejant su praktine reklamų analize.** **Vertinama balais skalėje nuo 0 iki 10.** **9–10 balų:** išsamiai, detaliai atsako į klausimus, pateikia pavyzdžių, diskutuoja. **7–8 balai:** atsako į užduodamus klausimus, tačiau juose yra neesminių klaidų, pateikia pavyzdžių, diskutuoja**.** **5–6 balai:** atsakymuose yra esminių klaidų, nepateikia pavyzdžių, sunkiai sekasi diskutuoti arba nediskutuoja visiškai. **0–4 balai:** beveik neatsako arba visiškai klaidingai atsako į užduodamus klausimus.
Rašto darbas	60		**Darbas vertinamas tik tada, kai atitinka formaliuosius rašto darbui keliamus reikalavimus.** **<u>Darbo struktūra ir apimtis.</u>** Rašto darbo apimtis aiški ir logiška, yra visos reikiamos dalys (įvadas, kur pristatoma tema, tikslas, uždaviniai, metodai, empirinė medžiaga;

			dėstymas, kur pateikiama empirinės medžiagos analizė ir interpretacija; išvados), darbas yra reikiamos apimties (1,5 balo). **Analizė ir išvados.** Analizė išsami, pateikiamos pagrįstos išvados, formuluojamos remiantis empirine medžiaga (3,5 balai); analizė atlikta, bet nėra išsami, išvados ne visada pagrįstos (2 balai). Jei analizė paviršutiniška, balų neskiriama. **Mokslinis stilius ir tyrimo kultūra.** Tinkamai elgiamasi su šaltiniais ir citatomis, formuluotės ir stilius atitinka moksliniam darbui keliamus reikalavimus (1 balas). Jei studentas nepateikia rašto darbo, jam skiriama 0 balų.

Autorius	**Leidimo metai**	**Pavadinimas**	**Periodinio leidinio Nr. ar leidinio tomas**	**Leidykla ar internetinė nuoroda**
Privalomoji literatūra				
Keršytė, N. (sud.)	2007	Kūno raiška socialiniame ir politiniame diskurse		Vilnius: Baltos lankos
Greimas, A.J.	2006	Figūratyvinė semiotika ir plastinė semiotika	Baltos lankos Nr. 23	Vilnius: Baltos lankos
Cook, G.	1992	The Discourse of Advertising		London: Routledge
Girourd, j.-C., Panier, L.	1991	Semiotika	Baltos lankos Nr. 1	Vilnius: Baltos lankos
Landowski, E.	2016	Prasmė anapus teksto. Sociosemiotinės esė		Vilnius: Baltos lankos
Greimas, a.J.	1989	Semiotika: darbų rinktinė		Vilnius: Mintis
Papildoma literatūra				
Nastopka K.	2004	Reikšmių poetika		Vilnius: Baltos lankos
Lotman, J.	2004	Kultūros semiotika		Vilnius: Baltos lankos
Sverdiolas A. (Sud.)	2022	Algirdas Julius Greimas. Pokalbiai		Vilnius: Vilniaus universiteto biblioteka

PASTABA: *Į literatūros sąrašą rekomenduojama įtraukti atviruosius mokymosi išteklius*