STUDIJŲ DALYKO (MODULIO) APRAŠAS

Dalyko (modulio) pavadinimas	Kodas
Strateginė komunikacija	

Dėstytojas / a (-ai)	Padalinys (-iai)
Koordinuojantis (-i): dėst. prakt. dr. A. Vernickaitė **Kitas / a (-i):**	Vilniaus universiteto Komunikacijos fakulteto Kūrybos komunikacijos studijų programos komitetas, Saulėtekio al. 9, I rūmai, LT-10222 Vilnius

Studijų pakopa	Dalyko (modulio) tipas
Pirmoji	Individualiųjų studijų dalykas

Įgyvendinimo forma	Vykdymo laikotarpis	Vykdymo kalba (-os)
Auditorinė	III kursas, VI semestras (pavasario)	lietuvių

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

Dalyko (modulio) apimtis kreditais	Visas studento darbo krūvis	Kontaktinio darbo valandos	Savarankiško darbo valandos
5	130	36 (16 val. paskaitų, 4 val. konsultacijų, 16 val. seminarų)	94

Dalyko (modulio) tikslas
Modulio tikslas – suteikti studentams žinių ir ugdyti jų gebėjimus analizuoti organizacijos strateginę komunikaciją ir jos vaidmenį organizacijos ekosistemoje. Suteikus teorinių ir praktinių žinių bus ugdomas studentų gebėjimas kritiškiau vertinti komunikacijos procesus, suvokti ją lemiančius veiksnius. Pasitelkę teorines prieigas ir modelius studentai gebės planuoti organizacijos strateginę komunikaciją, pateikti strateginę komunikaciją gerinančius sprendimus.

Dalyko (modulio) studijų rezultatai	Studijų metodai	Vertinimo metodai
Gebės suprasti ir kritiškai vertinti strateginės komunikacijos vaidmenį organizacijoje, pažins skirtingas strateginės komunikacijos teorines prieigas ir modelius	Probleminis dėstymas, diskusijos seminaruose, praktinės užduotys	Aktyvus ir kokybiškas dalyvavimas seminaruose, egzaminas
Gebės analizuoti strateginės komunikacijos procesus, atpažinti ir vertinti strateginės komunikacijos problemas, gebės taikyti teorijas praktiniuose kontekstuose	Probleminis dėstymas, diskusijos seminaruose, praktinės užduotys	Aktyvus ir kokybiškas dalyvavimas seminaruose, praktinis darbas, egzaminas
Išmanys ir supras krizių komunikaciją kaip vieną iš kertinių strateginės komunikacijos komponentų	Probleminis dėstymas, diskusijos seminaruose, praktinės užduotys	Aktyvus ir kokybiškas dalyvavimas seminaruose, praktinis darbas, egzaminas
Gebės identifikuoti veiksnius, darančius įtaką organizacijos strateginei komunikacijai ir gebės	Probleminis dėstymas, diskusijos seminaruose, praktinės užduotys	Aktyvus ir kokybiškas dalyvavimas seminaruose, praktinis darbas, egzaminas

rasti sprendimus, teikti rekomendacijas jai tobulinti		
Gebės atlikti organizacijos informacinės aplinkos analizę ir suprasti lyderio vaidmenį strateginėje komunikacijoje.	Probleminis dėstymas, diskusijos seminaruose, praktinės užduotys	Aktyvus ir kokybiškas dalyvavimas seminaruose, praktinis darbas, 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.Strateginė komunikacija organizacijoje: prigimtis, apibrėžtys, vaidmuo. Korporatyvinė komunikacija	2		2				**4**	**8**	Susipažinimas su kurso programa, tikslais, vertinimu. Privalomos literatūros skaitymas, pasirengimas seminarams pagal užduotis.
2. Komunikacijos strategija ir organizacijos veikla: strateginės kryptys, komunikaciniai poreikiai ir tikslai	2	1	4				**7**	**8**	Privalomos literatūros skaitymas, pasirengimas seminarams pagal užduotis.
3. Tikslinės auditorijos: vidinės ir išorinės	2		2				**4**	**6**	Privalomos literatūros skaitymas, pasirengimas seminarams pagal užduotis.
4. Komunikacinės žinutės, naujienos ir jų konstravimas. Įtikinėjimo strategijos	2		2				**4**	**6**	Privalomos literatūros skaitymas, pasirengimas seminarams pagal užduotis.
5. Kaip pasiekti auditorijas: komunikacijos kanalai ir jų reikšmė. Nuo tradicinės žiniasklaidos prie socialinių tinklų	2		4				**6**	**8**	Privalomos literatūros skaitymas, pasirengimas seminarams pagal užduotis.
6. Komunikacijos strategija: pagrindiniai elementai			2				**2**	**8**	Privalomos literatūros skaitymas, pasirengimas seminarams pagal užduotis.
8. Krizės ir strateginė komunikacija	2	1	4				**7**	**8**	Privalomos literatūros skaitymas, pasirengimas seminarams pagal užduotis.
9. Strateginė komunikacija skirtingose organizacijose: verslas, vyriausybinis sektorius, kariuomenė	2		4				**6**	**8**	Privalomos literatūros skaitymas, pasirengimas seminarams pagal užduotis.
10. Strateginė politinė komunikacija	2		4				**6**	**10**	Privalomos literatūros skaitymas, pasirengimas seminarams pagal užduotis.
11. Lyderystė strateginėje komunikacijoje			4				**4**	**10**	Privalomos literatūros skaitymas, pasirengimas seminarams pagal užduotis.
Iš viso	16	4	16				**36**	**94**	

Vertinimo strategija	Svoris proc.	Atsiskaitymo laikas	Vertinimo kriterijai
Darbas auditorijoje seminarų metu	40 proc.	Semestro metu	Aktyvus dalyvavimas diskusijoje, argumentacija, siūlo kūrybiškus/originalius sprendimus, kokybiškai atlieka praktines užduotis
Grupinis darbas	30 proc.	Semestro metu	Analitiškumas, originalumas, rezultatų ir siūlymų pagrįstumas.
Egzaminas raštu	30 proc.	Sesijos metu	Vertinama kaip išsamiai, pagrįstai, argumentuotai, pasitelkiant teorines prielaidas atsakoma į pateiktus klausimus.

Autorius (-iai)	Leidimo metai	Pavadinimas	Periodinio leidinio Nr. ar leidinio tomas	Leidykla ar internetinė nuoroda
Privaloma literatūra				
Vilma Luoma-aho, María José Canel	2020	The Handbook of Public Sector Communication		Wiley-Blackwell
Sara LaBelle, Jennifer H. Waldeck	2020	Strategic Communication for Organizations		Berkeley CA: University of California Press
Carl H. Botan	2021	The Handbook of Strategic Communication		Wiley-Blackwell
Finn Frandsen, Winni Johansen	2020	Crisis communication		Boston: De Gruyter Mouton
Karen Sutherland, Saira Ali, Umi Khattab	2020	Public relations and strategic communication		Docklands: Oxford University Press
Papildoma literatūra				
Peter A. Andersen, Laura K. Guerrero	2016	Handbook of communication and emotion: research, theory, applications, and contexts		
Renata Matkevičienė, Andris Petersons	2017	New media and new public governance: the strategic communication approach		Vilnius university, Turiba University
Mari K. Eder	2017	Leading the narrative: the case for strategic communication		

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