



STUDIJŲ DALYKO (MODULIO) APRAŠAS

Dalyko (modulio) pavadinimas	Kodas
Rinkimų technologijos	

Dėstytojas / a (-ai)	Padalinys (-iai)
Koordinuojantis (-i): Dr. Nerijus Maliukevičius	

Studijų pakopa	Dalyko (modulio) tipas
Pirmoji	Pasirenkamas/Individualių studijų

Igyvendinimo forma	Vykdymo laikotarpis	Vykdymo kalba (-os)
Auditorinis ir savarankiškas darbas	Pavasario semestras	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	150	32	102

Dalyko (modulio) tikslas		
Kurso tikslas suteikti studentams žinių ir išugdyti gebėjimus, reikalingus analizuoti rinkimų kampanijas ir procesus vykstančius rinkimų ciklo metu. Išanalizuoti rinkimų kampanijų strategijas bei teorijas ir praktinius jų organizavimo būdus. Kurso metu studentai susipažins su įvairiais rinkimų kampanijų pavyzdžiais ir įgis žinias, leidžiančias kritiškai analizuoti politinę darbotvarkę, kandidatų įvaizdžius, komunikacijos strategijas rinkimų ciklo metu. Studentai, pasitelkę įvairius strateginius principus bei praktinius pavyzdžius, savarankiškai planuos rinkimų kampanijos procesą. Studentai taip pat susipažins ir įgis žinių apie iššūkius, kuriuos rinkimų organizavimui kelia naujos kartos medijos.		
Dalyko (modulio) studijų rezultatai	Studijų metodai	Vertinimo metodai
- Žinoti rinkimų kampanijų organizavimo principus, būdus ir formas - Žinoti ir gebėti kritiškai vertinti politinę darbotvarkę rinkimų ciklo metu	probleminis dėstymas, aktyvaus mokymosi metodai (dialogai su konkrečiais studentais, grupinė diskusija), kvietiniai ekspertai	Kokybiškas dalyvavimas seminaruose; egzaminas
- Gebėti kritiškai analizuoti rinkimų kampanijų metu naudojamas technikas	Probleminis dėstymas, kvietiniai ekspertai, praktinės užduotys	Kokybiškas dalyvavimas seminaruose; praktinių užduočių atlikimas
- Žinoti ir gebėti analizuoti bei tirti įvairių komunikacijos priemonių ir formų poveikį rinkimams	Aktyvus dalyvavimas seminaruose, probleminis dėstymas, kvietiniai dėstytojai	Kokybiškas dalyvavimas seminaruose; egzaminas
- Gebėti analizuoti ir žinoti rinkimų kampanijų specifiką skirtingose pasaulio regionuose.	Aktyvus dalyvavimas seminaruose, probleminis dėstymas, kvietiniai dėstytojai	Kokybiškas dalyvavimas seminaruose; egzaminas
- Gebėti skirti ir išmanyti skirtingų rinkiminių technikų poveikį viešajai nuomonei.	Praktinės užduotys (rinkimų kampanijų simuliacija)	Praktinių užduočių atlikimas; egzaminas

Temos	Kontaktinio darbo valandos					Savarankiškų studijų laikas ir užduotys
	Paskaitos	Konsultacijos	Seminarai	Visas kontaktinis darbas	Savarankiškas darbas	Savarankiškai atliekamos užduotys
1. Įvadinė paskaita	2			2	2	Kurso ir reikalavimų pristatymas
2. Rinkimų kampanijų tyrimų laukas			2	2	4	M. Burton, D. Shea, Campaign Craft, 2010, 1-33 A. Ramonaitė et al., Kaip renkasi Lietuvos rinkėjai? 216-234
3. Kviestinis lektorius – praktikas.	2			2	2	Savarankiškas pasiruošimas diskusijai.
4. Rinkimų organizavimo procesas. Strateginė – teorinė perspektyva.	2		2	4	6	A. Ramonaitė et al., Kaip renkasi Lietuvos rinkėjai? 45-65; 90-107 Seimo rinkimų įstatymas, Politinių kampanijų finansavimo ir finansavimo kontrolės įstatymas, Politinių partijų įstatymas. Informacija apie politinės reklamos ir partijų finansavimo reguliavimą: http://www.vrk.lt/teisine-informacija http://www.vrk.lt/politiniu-partiju-ir-politiniu-kampaniju-finansavimo-kontrolė http://www.vrk.lt/politine-reklama
5. Diskusija su kviestiniu lektoriumi.	2			2	2	Savarankiškas pasiruošimas diskusijai.
6. Rinkimų organizavimo procesas. Praktinė perspektyva. Įvairių valstybių patirtis.	2		2	4	6	National Democratic Institute for International Affairs, Political Campaign Planning Manual, 24-36 New Organizing Institute, Campaigning to Engage and Win, 75-91
7. Strateginė komunikacija ir įvaizdžio kūrimas.	2		2	4	8	M. Burton, D. Shea, Campaign Craft, 2010, 159-177. Jim Macnamara, “Media Effects: A Review of 50 Years of Research” Macnamara, J. (2005). In Mass media research: The theoretical framework. In Unpublished

						doctoral thesis (Chapter 4, pp. 119-128). University of Western Sydney. McCombs, M., & Shaw, D.L. (1972). The agenda-setting function of mass media. <i>Public Opinion Quarterly</i>, 36, pp. 176-187 Dietram A. Scheufele and David Tewksbury. 2007. "Framing, Agenda-Setting, and Priming: The Evolution of Three Media-Effects Models," <i>Journal of Communication</i> 57 (1), 9-20.
8. Rinkimų kampanijos simuliacijos pristatymas ir studentų grupių darbo principų aptarimas.	2		2	4	6	SWOT analizės principai.
9. Grupių pasirinktų rinkimų kandidatų pri(si)statymas (SWOT analizė).			2	2	4	Savarankiškas darbas grupėse. Rezultatų pristatymas. Diskusija.
10. Grupių pasirinktų rinkimų kandidatų pri(si)statymas (SWOT analizė).			2	2	4	Savarankiškas darbas grupėse. Rezultatų pristatymas. Diskusija.
11. Rinkimų kampanijų simuliacija			4	4	8	Paruoštos kampanijos pristatymas. Diskusija.
12. Rinkimų kampanijų simuliacija			4	4	8	Paruoštos kampanijos pristatymas. Diskusija.
13. Rinkimų kampanijų simuliacija			4	4	8	Paruoštos kampanijos pristatymas. Diskusija.
Pasirengimas egzaminui		4		4	16	Egzaminas
Iš viso	14	4	26	44	84	

Vertinimo strategija	Svoris proc.	Atsiskaitymo laikas	Vertinimo kriterijai
Darbas auditorijoje	30%	Semestro metu	Vertinami šie aspektai: dalyvavimas diskusijoje, kritiškai vertina savo ir kitų pasisakymus, kūrybiškai randa konstruktyvius sprendimus iškeltais klausimais, kokybiškas praktinių užduočių atlikimas
Grupinė užduotis – rinkimų kampanijos simuliacija.	30%	Semestro metu	Vertinami šie aspektai: darbas grupėje, problemos formulavimas, užduočių atlikimas, pristatymas seminare, diskusija, gebėjimas naudotis šaltiniais ir antrine literatūra.
Egzaminas raštu	40%	Sesijos metu	Vertinami šie darbo aspektai: Išmano rinkimų kampanijų teorines ir praktines prielaidas; išmano rinkimų strategijų specifiką skirtinguose regionuose; žino ir išmano Lietuvos rinkimų kampanijų iššūkius.

Autorius (-iai)	Leidimo metai	Pavadinimas	Periodinio leidinio Nr. ar leidinio tomas	Leidykla ar internetinė nuoroda
Privaloma literatūra				
1. Michael John Burton, Daniel M. Shea, Campaign craft : the strategies, tactics, and art of political campaign management. Praeger, 2010. 2. Kaip renkasi Lietuvos rinkėjai?: idėjos, interesai ir įvaizdžiai politikoje. moksl. red.: Ainė Ramonaitė; Vilniaus universitetas, 2014. 3. Pečiulis Ž., Efektyvi komunikacija Vilnius: Versus aureus, 2004. 4. National Democratic Institute for International Affairs, Political Campaign Planning Manual. 5. New Organizing Institute, Campaigning to Engage and Win. 6. McCombs, M., & Shaw, D.L. (1972). The agenda-setting function of mass media. Public Opinion Quarterly, 36, pp. 176-187. 7. Dietram A. Scheufele and David Tewksbury. 2007. "Framing, Agenda-Setting, and Priming: The Evolution of Three Media-Effects Models," Journal of Communication 57 (1), 9-20. 8. Jim Macnamara, "Media Effects: A Review of 50 Years of Research" Macnamara, J. (2005). In Mass media research: The theoretical framework. In Unpublished doctoral thesis (Chapter 4, pp. 119-128). University of Western Sydney.				
Papildoma literatūra				
1. Seimo rinkimų įstatymas, Politinių kampanijų finansavimo ir finansavimo kontrolės įstatymas, Politinių partijų įstatymas. 2. VRK internete: http://www.vrk.lt/teisine-informacija http://www.vrk.lt/politiniu-partiju-ir-politiniu-kampaniju-finansavimo-kontrolė http://www.vrk.lt/politine-reklama				

PASTABA: Į literatūros sąrašą rekomenduojama įtraukti atvirusius mokymosi išteklius