



STUDIJŲ DALYKO (MODULIO) APRAŠAS

Dalyko (modulio) pavadinimas	Kodas
Asmeninio ir darbdavio įvaizdžio formavimas	

Dėstytojas (-ai)	Padalinys (-iai)
Koordinuojantis: Germanas Kavalskis Kitas (-i):	Verslo mokykla, Saulėtekio al. 22, Vilnius

Studijų pakopa	Dalyko (modulio) tipas
Pirmoji	Individualusis

Igyvendinimo forma	Vykdymo laikotarpis	Vykdymo 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	130	50	80

Dalyko (modulio) tikslas: studijų programos ugdomos kompetencijos		
Asmeninis prekės ženklas yra unikalaus asmens tapatybės kūrimo ir reklamavimo rinkoje procesas. Tai apima savo įgūdžių, vertybių ir asmenybės apibrėžimą ir perteikimą kitiems, siekiant sukurti reputaciją ir išsiskirti iš kitų. Darbdavio prekės ženklo kūrimas – tai unikalaus organizacijos, kaip darbdavio, tapatybės kūrimo ir reklamavimo procesas. Tai apima organizacijos vertybių, kultūros ir užimtumo patirties apibrėžimą ir perteikimą, siekiant pritraukti geriausius talentus ir išlaikyti esamus darbuotojus. Supažindinti studentus su asmeninio įvaizdžio ir darbdavio įvaizdžio koncepcijos esme, pristatyti, kaip formuojamas asmeninis ir korporatyvinis įvaizdis, ugdant esmines mokymosi ir antreprenerystės / verslumo kompetencijas.		
Dalyko (modulio) studijų siekiniai	Studijų metodai	Vertinimo metodai
Gebės suvokti, kaip veikia RsV ir Rinkodara, kokį vaidmenį tame turi įvaizdžio koncepcija	Atvejų analizės, interaktyvi paskaita, Interaktyvi paskaita, darbas grupėse, savęs įsivertinimas.	Darbas ir aktyvumas auditorijoje
Supras, kas yra įvaizdis, kaip jis formuojamas, kaip taikomas. Praktinių pavyzdžių nagrinėjimas	Atvejų analizės, interaktyvi paskaita, Interaktyvi paskaita, darbas grupėse, savęs įsivertinimas.	Grupinis darbas
Gebės atskirti asmeninį įvaizdį nuo korporatyvinio. Praktinių pavyzdžių nagrinėjimas ir aptarimas	Įtraukianti paskaita, diskusijos, idėjų generavimo sesijos	Darbas ir aktyvumas auditorijoje, grupinis darbas

Supras skirtumą tarp įvaizdžio ir reputacijos bei kaip vidiniai ir išoriniai veiksniai daro įtaką abiem.	Interaktyvi paskaita, grupinės diskusijos.	Darbas ir aktyvumas auditorijoje
--	--	----------------------------------

Temos	Kontaktinio darbo valandos							Savarankiškų studijų laikas ir užduotys	
	Paskaitos	Konsultacijos	Seminarai	Pratybos	Laboratoriniai	Praktika	Visas kontaktinis	Savarankiškas darbas	Užduotys
Įvaizdžio apibūdinimas ir problematika. Kas sudaro asmens, organizacijos įvaizdį? Kas yra įvaizdis?	2		1				3	6	Atvejų analizės, žinių įsisavinimo, asmeninių tikslų formavimas Šaltiniai: Ryšiai su visuomene Aiškinamasis Ryšių su visuomene Terminų Žodynas
Ryšiai su visuomene (RsV), rinkodara ir personalo valdymas (HR) kaip įvaizdžio formavimo įrankiai. Kur yra riba tarp RsV, rinkodaros ir HR veiklų, formuojančių įvaizdį?	2		2				4	6	Atvejų analizės, žinių įsisavinimo, asmeninių tikslų formavimas Šaltiniai: Ryšiai su visuomene Aiškinamasis Ryšių su visuomene Terminų Žodynas Organizacija, kuri susikalba
Lietuvos įvaizdis – raida, problematika, kur esame šiandien? (Turizmas vs verslo pritraukimas).	2		2				4	8	Atvejų analizės, žinių įsisavinimo, asmeninių tikslų formavimas Šaltiniai:

									Lietuvos pristatymo užsienyje 2020-2030 m. strategija
Mano miesto įvaizdis. Vilniaus atvejis. Kaip Vilniaus komunikacija skiriasi nuo Lietuvos įvaizdžio koncepcijos ir kokia jos problema?	2		2				4	8	Atvejų analizės, žinių įsisavinimo, asmeninių tikslų formavimas Šaltiniai: Turizmo sektoriaus apžvalga Reakcijos į „Vilnius Tech“ provokaciją tęsiasi: Vilniuje iškabintos „Kaunas 2022“ reklamos Expectations vs. Reality The X-rated marketing campaign increasing tourism to this little visited country Ar Kaunas turės savo G taško reklamą?
Skaitmeninė tapatybė ir socialiniai tinklai: galimybės ir rizikos asmeniniam bei organizacijos įvaizdžiui	2		2				4	6	Atvejų analizės, žinių įsisavinimo, asmeninių tikslų formavimas Digital Personal Branding – Dario Sipos. Vadovas asmeninio įvaizdžio kūrimui

								skaitmeninėje erdvėje Knygos.lt Digital You: Real Personal Branding in the Virtual Age – William Arruda. Autentiško brandingo ir skaitmeninės vertės kūrimo metodai
Kas yra Korporatyvinė organizacija ir kaip formuojamas korporatyvinis įvaizdis. Korporatyvinės komunikacijos iššūkiai: legendos vs. mitai.	2		1				3	6 Atvejų analizės, žinių įsisavinimo, asmeninių tikslų formavimas Šaltiniai: Organizacija, kuri susikalba Komunikacijos vadovas
Vidinės komunikacijos iššūkiai, kanalai ir priemonės - Yukon atvejis	2		2				4	6 Atvejų analizės, žinių įsisavinimo, asmeninių tikslų formavimas Šaltiniai: Organizacija, kurioje nori dirbti
Įmonių socialinė atsakomybė (CSR) ir įvaizdis: kaip CSR tapo korporatyvinio įvaizdžio dalimi	2		1				3	6 Atvejų analizės, žinių įsisavinimo, asmeninių tikslų formavimas Šaltiniai: Organizacija, kurioje nori dirbti
Asmeninis įvaizdis - kas tai? Asmeninis įvaizdis vs. mitai. Atvejų analizės.	2		1				3	6 Atvejų analizės, žinių įsisavinimo, asmeninių tikslų formavimas Šaltiniai:

[illegible]

Vertinimo strategija	Svoris proc.	Atsiskaitymo laikas	Vertinimo kriterijai
Darbas ir aktyvumas auditorijoje	25	Semestro metu	2,5 balo: Aktyvus dalyvavimas diskusijoje, reagavimas į klausimus, nuomonės išsakymas, pastebėjimų teikimas, dalyvavimas grupės veikloje. 1,5 balo: dalyvavimas diskusijoje, reagavimas į klausimus, nuomonės išsakymas. 0 balų: pasyvus dalyvavimas diskusijoje, praleista 1/3 paskaitų
Praktinių užduočių paruošimas vykstant grupinį darbą	25	Semestro metu	Įsitraukimas, tikslumas, originalumas vykdant grupines užduotis, kurios apims atvejų, atskirų įmonių ar asmenybių analizę. 2,5 balai: Aktyvus dalyvavimas grupėse, nuomonės išsakymas, pastebėjimų teikimas, pristatymo vykdymas. 1,5 balo: dalyvavimas grupės diskusijoje, reagavimas į klausimus, nuomonės išsakymas. 0 balų: pasyvus dalyvavimas grupės diskusijoje, praleista 1/3 paskaitų
Egzaminas: Atvejo analizės rašto darbas	50	Egzaminų sesijos metu	Temos supratimas, problemos išgryninimas, idėjų kokybė (gausumas, detalumas, lankstumas ir originalumas).

Autorius	Leidimo metai	Pavadinimas	Periodinio leidinio Nr. ar leidinio tomas	Leidimo vieta ir leidykla ar internetinė nuoroda
Privaloma literatūra				
Renata Matkevičienė	2015	Ryšiai su visuomene		Ryšiai su visuomene
Dominyka Venciute, Vilte Auruskeviciene, James Reardon	2023	<u>The impact of social media marketing on new venture performance</u>		The impact of social media marketing on new venture performance Emerald Insight
Dominyka Venciute, Cen April Yue, Patrick D Thelen	2023	Leaders' personal branding and communication on professional social media platforms: motivations, processes, and outcomes		Leaders' personal branding and communication on professional social media platforms: motivations, processes, and outcomes Request PDF (researchgate.net)
Lietuvos Respublikos Vyriausybė	2020	Lietuvos pristatymo užsienyje 2020-2030 m. strategija		Lietuvos pristatymo užsienyje 2020-2030 m. strategija
Giedrė Simanauskaitė, Vija Valentukonytė Urbanavičienė	2021	Organizacija, kuri susikalba		Organizacija, kuri susikalba
Giedrė Simanauskaitė, Vija Valentukonytė	2024	Organizacija, kurioje nori dirbti		Organizacija, kurioje nori dirbti

Papildoma literatūra

Lietuvos komunikacijos asociacija	2018	Aiškinamasis Ryšių su visuomene Terminų Žodynas		<u>Aiškinamasis Ryšių su visuomene Terminų Žodynas</u>
Aušra Žemienė, Vida Navickienė, Živilė Sederevičiūtė-Pačiauskienė, Angelė Tamulevičiūtė-Šekštelienė	2023	Įtaigi viešoji komunikacija		<u>Įtaigi viešoji komunikacija</u>
Simon Anholt	2020	The Good Country Equation: How We Can Repair the World in One Generation		<u>Simon Anholt, The good country equation: how we can repair the world in one generation SpringerLink</u>
Abc Lukaszewski	2013	Lukaszewski on Crisis Communication		<u>Lukaszewski on Crisis Communication</u>
Keld Jensen	2008	Komunikacijos vadovas		<u>Komunikacijos vadovas</u>
Arūnas Kumpis	2023	Ukrainos karo audrose. Savanorio iš Lietuvos dienoraštis		<u>Ukrainos karo audrose. Savanorio iš Lietuvos dienoraštis</u>
Dario Sipos	2021	Digital Personal Branding		<u>Digital Personal Branding</u>
William Arruda	2019	Digital You: Real Personal Branding in the Virtual Age		<u>Digital You: Real Personal Branding in the Virtual Age</u>