



STUDIJŲ DALYKO (MODULIO) APRAŠAS

Dalyko (modulio) pavadinimas	Kodas
Šiuolaikinės medijos ir savireklama	

Dėstytojas (-ai)	Padalinys (-iai)
Koordinuojantis: Doc. dr. Evandželina Petukienė	Vilniaus universiteto Šiaulių akademija
Kitas (-i): Doc. dr. Milda Damkuvienė	

Studijų pakopa	Dalyko (modulio) tipas
Pirmoji	Pasirenkamasis

Igyvendinimo forma	Vykdymo laikotarpis	Vykdymo kalba (-os)
Mišraus mokymo(si)	Rudens / pavasario semestras	Lietuvių

Reikalavimai studijuojančiajam	
Išankstiniai reikalavimai: Literatūros paieškos, atrankos ir analizės gebėjimai.	Gretutiniai reikalavimai (jei yra):

Dalyko (modulio) apimtis kreditais	Visas studento darbo krūvis	Kontaktinio darbo valandos	Savarankiško darbo valandos
5	130	48	82

Dalyko (modulio) tikslas		
Dalyko tikslas – suteikti žinių apie informacinių komunikacinių technologijų (IKT) raidą, komunikacijos kultūrą, naujųjų informacinių komunikacinių technologijų taikymą savireklamos procesuose, ugdyti gebėjimus šias technologijas taikyti savireklamos ir viešųjų projektų komunikacijoje remiantis pagarbos žmogui, gamtai bei visuomenei vertybiniais principais.		
Dalyko (modulio) studijų rezultatai	Studijų metodai	Vertinimo metodai
Žinos informacinių komunikacinių technologijų raidos tendencijas, gebės identifikuoti jų bruožus, tipus, komunikacijos tikslus ir principus.	Paskaita (tradicinė, interaktyvi), literatūros analizė, atvejo analizė, darbas grupėse, diskusija, literatūros analizė	Rašto darbas (komunikacijos šiuolaikinėse medijose problemos pasirinkta tema analizė), pasirinkto komunikacijos šiuolaikinėse medijose atvejo pristatymas, egzaminas (testas)
Žinos naujųjų IKT kultūrą ir kalbą; gebės pažinti ir įvertinti IKT kultūrą šiuolaikiniame komunikaciniame pasaulyje.		
Gebės planuoti ir įgyvendinti komunikacijos projektus taikant naujasias IKT savireklamos ir viešųjų projektų tikslais.		
Gebės rengti pristatymus, išmanys vaizdo redagavimo programų pagrindus, gebės rengti nesudėtingus video projektus, atlikti kitus techninius naujųjų technologijų taikymo darbus.		
Gebės efektyviai bendrauti ir bendradarbiauti, dirbdami tarpdisciplininėse komandose rengiant		

komunikacinius projektus bei taikant skirtingas informacijos paieškos, atrinkimo, veiklų planavimo priemonės.		
---	--	--

Temos	Kontaktinio darbo valandos						Savarankiškų studijų laikas ir užduotys	
	Paskaitos / E-mokymas(is)	Konsultacijos / E-mokymas(is)	Seminarai	Pratybos / E-mokymas(is)	Laboratoriniai darbai	Praktika	Visas kontaktinis darbas	Savarankiškas darbas
1. Naujosios informacinės komunikacinės technologijos savireklamos, asmeninių ir visuomeninių projektų viešinimo veiklose: istorija, tendencijos, praktika vartojimo ir visuomenės gerovės kūrimo kontekste.	1			2			3	5
2. Naujųjų informacinių komunikacinių technologijų istorija, raida, bruožai, įtaka visuomenei, galimybės šiuolaikinio pasaulio problemų sprendimo kontekste	1			2			3	5
3. Naujosios technologijos komunikacinės technologijos ir marketingas (marketingo samprata, naujausios marketingo raidos tendencijos, marketingo strategija ir taktika, priemonės, tyrimai ir kt.).	2	1		6			9	15
4. Komunikacija naujosiose technologijose: komunikacijos kultūra, etika, principai, priemonės, kūrybiškumas komunikacijos sprendimuose, komunikacijos suvokimas skirtingose auditorijose.	2			4			6	10
5. Savireklamos ir projektų viešinimo panaudojant naujas technologijas planavimas (komunikacijos tikslų nustatymas, tikslinės auditorijos nustatymas, pozicionavimo koncepcijos sukūrimas, komunikacijos priemonių plano parengimas, kt.).	3	1		4			8	15
6. Savireklama socialiniuose tinkluose: komunikacijos su tikslinėmis auditorijomis turinio kūrimo ir jo sklaidos technologijos.	3	1		4			8	12
7. Darbas su WordPress tinklaraščių sistema. Asmeninio tinklaraščio projektavimas ir	2	1		3			6	10

vystymas, SEO, Google Ads, Google My Business, Google Analytics ir kt.									šiuolaikinėse medijose atvejo pristatymo rengimas, rengimasis egzaminui)
8. Turinio monetizacija ir naujosios technologijos: reklamų talpinimas medijos kanaluose, peržiūrų ir paspaudimų rinkimas.	2			3			5	10	Savarankiškos užduoties rengimas (rašto darbo, pasirinkto komunikacijos šiuolaikinėse medijose atvejo pristatymo rengimas, rengimasis egzaminui)
Iš viso	16	4		28			48	82	

Vertinimo strategija	Svoris proc.	Atsiskaitymo laikas	Vertinimo kriterijai
Rašto darbas (komunikacijos šiuolaikinėse medijose problemos pasirinkta tema analizė)	40	8 savaitė	Vertinimo balais reikšmės: 10-9 Išsamiai, logiškai, nuosekliai pristatyta komunikacijos šiuolaikinėse medijose problemos sprendimo eiga, nurodyti 4-5 problemos sprendimo rezultatai, puikiai aprašyta kiek, kokių žingsnių yra atlikta, kad būtų pasiektas užduoties tikslas. Aiškiai argumentuotos problemos sprendimo strategijos, identifikuoti esminiai konceptai ir sąvokos. Pateikta logiška ir išsami refleksija: kas išmokta, ką galima panaudoti ateityje, profesinėje veikloje; ką reikėtų padaryti, kad nesikartotų tos pačios klaidos rengiant kitą panašaus pobūdžio užduotį, kad būtų tobulėjama; nurodoma, kas dar liko nežinoma. Darbas struktūruotas, parašytas taisyklinga lietuvių kalba, apiformintas pagal reikalavimus. 8-7 Iš dalies išsamiai, logiškai, nuosekliai pristatyta komunikacijos šiuolaikinėse medijose problemos sprendimo eiga, nurodyti 2-3 problemos sprendimo rezultatai, gana gerai aprašyta kiek, kokių žingsnių yra atlikta, kad būtų pasiektas užduoties tikslas. Iš dalies argumentuotos problemos sprendimo strategijos, identifikuota dauguma esminių konceptų ir sąvokų, susijusių su analizuota problema. Pateikta iš dalies išsami ir logiška refleksija: kas išmokta, ką galima panaudoti ateityje, profesinėje veikloje; ką reikėtų padaryti, kad nesikartotų tos pačios klaidos rengiant kitą panašaus pobūdžio užduotį, kad būtų tobulėjama; nurodoma, kas dar liko nežinoma. Darbas gana gerai struktūruotas, parašytas iš dalies taisyklinga lietuvių kalba, apiformintas iš esmės pagal reikalavimus. 6-5 Gana skurdžiai, nenuosekliai pristatyta komunikacijos šiuolaikinėse medijose problemos sprendimo eiga, nurodyti 1-2 problemos sprendimo rezultatai, menkai aprašyta kiek, kokių žingsnių yra atlikta, kad būtų pasiektas užduoties tikslas. Silpnai argumentuotos problemos sprendimo strategijos, menkai identifikuoti esminiai konceptai ir sąvokos. Pateikta menkai išsami ir logiška refleksija: kas išmokta, ką galima panaudoti ateityje, profesinėje veikloje; ką reikėtų padaryti, kad nesikartotų tos pačios klaidos rengiant kitą panašaus pobūdžio užduotį, kad būtų tobulėjama; nurodoma, kas dar liko nežinoma. Darbas menkai struktūruotas, yra gramatinių ir stiliaus klaidų, apiformintas iš esmės pagal reikalavimus.
Pasirinkto komunikacijos šiuolaikinėse medijose atvejo pristatymas	30	15 savaitė	Vertinimo balais reikšmės: 10-9 Pristatymo logika aiški, nuosekli ir struktūruota. Naudojami dalykiniai terminai. Minčių dėstymas yra logiškai nuoseklus, teiginiai argumentuoti. Samprotaujama, pagrindžiama, paaiškinama supratimo eiga. Atsakymai į klausimus yra aiškūs, dalykiški ir logiški. Aiškiai ir pakankamai garsiai kalbama. Pristatymas atskleidžia temos esmę, analizuojamos problemos sprendimo argumentus. Pristatymas yra vizualiai efektyvus (neperkrautas tekstu, naudojamos vaizdinės priemonės).

			Naudojamos kūrybiškos auditorijos aktyvinimo ir įtraukimo priemonės, puikiai palaikomas kontaktas su auditorija, valdomas pristatymo laikas. 8-7 Pristatymo logika iš esmės aiški, daugiausia naudojami dalykiniai terminai. Minčių dėstymas yra gana nuoseklus. Atsakymai į daugumą klausimų yra aiškūs, dalykiški ir logiški. Pristatymas atskleidžia temos esmę, menkai argumentuojamas problemos sprendimas. Pristatymas iš dalies yra vizualiai efektyvus (neperkrautas tekstu, naudojamos vaizdinės priemonės, auditorijos aktyvinimo ir įtraukimo priemonės). Gerai palaikomas kontaktas su auditorija bei valdomas pristatymo laikas. 6-5 Pristatymo logika nėra visiškai aiški, tik iš dalies nuosekli. Dominuoja buitiniai terminai, vengiama argumentuoti. Samprotaujama, tačiau menkai pagrindžiama, sunkiai paaiškinama supratimo eiga. Atsakymai į klausimus nėra visiškai aiškūs, dalykiški ir logiški. Pristatymas iš dalies atskleidžia problemos sprendimo esmę ir argumentus. Pristatymas yra menkai vizualiai efektyvus (perkrautas tekstu, menkai naudojamos vaizdinės priemonės, auditorijos aktyvinimo ir įtraukimo priemonės). Vangiai palaikomas kontaktas su auditorija, nevaldomas pristatymo laikas.
Egzaminas (testas)	30	Egzaminų laikymo laikotarpiu	Testą sudaro 20 uždaro tipo klausimų. Kiekvieno klausimo vertė 0,5 balo. Užskaitomas tik teisingas atsakymas. Galutinis egzamino įvertinimas yra apskaičiuojamas dešimtbalėje skalėje ir priklauso nuo teisingų atsakymų skaičiaus. Egzaminas laikomas išlaikytu, kai surenkama ne mažiau kaip 5 balai.

Autorius (-iai)	Leidimo metai	Pavadinimas	Periodinio leidinio Nr. ar leidinio tomas	Leidykla ar internetinė nuoroda
Privaloma literatūra				
Dhaval Patel	2019	Social Media Marketing Fundamentals - For Certifications.		Mumbai
Carmine Gallo	2019	Storytelling: pasakojimo meistrystė		Tyto Alba
Vincas Grigas ir kt.	2019	Šiuolaikinės medijos ir informacija : požeminiai garažai Google karalystėje		Vilnius : Akademinė leidyba
Joyce Walsh Macario	2015	Graphic Design Essentials: Skills, Software and Creative Solutions		Laurence King Publishing
Papildoma literatūra				
Jennifer Niederst Robbins	2007	Learning Web Design: A Beginner's Guide to (X)HTML, StyleSheets, and Web Graphics		O'Reilly Media, Inc.
Lev Manovich	2009	Naujųjų medijų kalba		Vilnius: Mene
Catherine Mattiske	2018	Persuasive Presentation Skills		AudioInk
Kehbuma Langmia, Tia C. M. Tyree.	2016	Social Media: Culture and Identity		Lexington Books
Suzan St. Maur	2017	How to Write Brilliant Business Blogs		Business Expert Press