



STUDIJŲ DALYKO (MODULIO) APRAŠAS

Dalyko (modulio) pavadinimas	Kodas
Socialinės medijos leidyboje	

Dėstytojas / a (-ai)	Padalinys (-iai)
Koordinuojantis (-i): doc. dr. Nijolė Bliūdžiuvienė	Vilniaus universiteto Komunikacijos fakulteto Leidybos ir reklamos bakalauro studijų programos komitetas
Kitas /a (-i): doc. dr. Kšištof Tolkačevski	Saulėtekio al. 9, 503 kab., I rūmai, LT-10222 Vilnius

Studijų pakopa	Dalyko (modulio) tipas
Pirmoji	Individualiųjų studijų dalykas

Igyvendinimo forma	Vykdyto laikotarpis	Vykdyto kalba (-os)
Auditorinė	Trečias kursas, V semestras (rudens)	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	36	94

Dalyko (modulio) tikslas		
Socialinių medijų kūrybinės, strateginės ir analitinės žinios, padės vykdyti socialinių medijų kampanijas leidybos organizacijose		
Dalyko (modulio) studijų rezultatai	Studijų metodai	Vertinimo metodai
gebės kritiškai ir analitiškai vertinti įvairaus pobūdžio leidybos organizacijų komunikaciją interaktyviose medijose	Probleminės dėstymas, aktyvaus mokymosi metodai (grupės diskusija, atvejų analizė), grupinis darbas, praktinės užduotys, kolegų pristatymų vertinimas, savarankiškas nurodytos literatūros studijavimas	Kaupiamasis vertinimas, kurį sudaro seminarų užduočių atlikimas ir egzamino rezultatai, savarankiškas nurodytos literatūros studijavimas.
gebės savarankiškai rengti ir praktiškai įgyvendinti leidybos komunikacijos kampanijas socialinėse medijose	Probleminės dėstymas, aktyvaus mokymosi metodai (grupės diskusija, atvejų analizė), grupinis darbas, kolegų pristatymų vertinimas, praktinės užduotys, savarankiškas nurodytos literatūros studijavimas	Kaupiamasis vertinimas, kurį sudaro seminarų užduočių atlikimas bei egzamino rezultatai, savarankiškas nurodytos literatūros studijavimas.
žinos ir gebės taikyti pagrindinius darbo su auditorijomis socialiniuose tinkluose principus	Probleminės dėstymas, aktyvaus mokymosi metodai (grupės diskusija, atvejų analizė), grupinis darbas, praktinės užduotys, kolegų pristatymų vertinimas, savarankiškas nurodytos literatūros studijavimas	Kaupiamasis vertinimas, kurį sudaro seminarų užduočių atlikimas ir egzamino rezultatai, savarankiškas nurodytos literatūros studijavimas.

Temos	Kontaktinio darbo valandos							Savarankiškų studijų laikas ir užduotys	
	Paskaitos	Konsultacijos	Seminariai	Pratybos	Laboratoriniai darbai	Praktika	Visas kontaktinis darbas	Savarankiškas darbas	Savarankiškai atliekamos užduotys
1. Pažintis su kursu. Kurso sandaros, studijų ir vertinimo metodų, vertinimo strategijos ir kriterijų, seminarų užduočių ir pagrindinės literatūros pristatymas.	2						2		
2. Socialinės medijos ir leidėjų potencialios auditorijos kūrimas	2		2				4	10	Praktinė užduotis, diskusija grupėje Literatūros studijavimas Johnson, M. J., p. 98–114; Johnson, M.J.& Simpson, H.A., p. 133–147
3. Socialinės medijos ir autorius	2		2				4	18	Bidiličā, M. 6 Effective Ways to Build an Author Brand; Johnson, M.J.& Simpson, H.A., p. 7–16; Johnson, M. J., p. 147–156
4. Socialinės medijos ir leidėjas	2		4				6	19	Johnson, M. J., p. 33–60, Johnson, M.J.& Simpson, H.A., p. 17–38
5. Turinio rinkodaros principų taikymas leidybos produktų reklamoje	2		2				4	12	Praktinių užduočių atlikimas seminarų metu, kitų studentų darbų komentavimas
6. Socialinių medijų įvairovė ir knygų rinka. Auditorijos kūrimas pasirinktame socialiniame tinkle	2		2				4	12	Praktinių užduočių atlikimas seminarų metu, kitų studentų darbų komentavimas
7. DI įrankių taikymas vaizdo ir teksto generavimui. Geroji praktika.	2		2				4	12	Praktinių užduočių atlikimas seminarų metu, kitų studentų darbų komentavimas
8. Socialinių medijų psichologija. Socialinė medija kitų medijų revoliucijų kontekste. Vartotojų elgsena. Socialinės medijos ir kognityviniai gebėjimai.	2		2				4	11	Literatūros studijavimas (N. Carr. Seklumos, p. 9–52). pateikčių kūrimas ir pristatymas
Pasiektų rezultatų aptarimas		2					2		
Pasirengimas egzaminui		2					2		
Iš viso	16	4	16				36	94	

Vertinimo strategija	Svoris proc.	Atsiskaitymo laikas	Vertinimo kriterijai
	60 %	Semestro metu	Tinkamas seminarų darbų atlikimas, aktyvus

Darbas auditorijoje seminarų metu, praktinių užduočių atlikimas			<p>dalyvavimas diskusijose, probleminių, diskusinių klausimų formulavimas, kritiškas kolegų pristatymų vertinimas, išsamių ir pagrįstų išvadų formulavimas. Semestro pabaigoje suminiu balu vertinamos seminarų metu atliktos savarankiškos užduotys ir dalyvavimas seminaruose.</p> <p>6 balai – dalyvavimas visuose seminaruose, visos užduotys atliktos puikiai, aktyvus dalyvavimas diskusijose, probleminių klausimų formulavimas, kritinis kolegų pristatymų vertinimas.</p> <p>5 balai – dalyvavimas 7 seminaruose, užduočių atlikimas, aktyvus dalyvavimas diskusijose, probleminių klausimų formulavimas, kritinis kolegų pristatymų vertinimas.</p> <p>4 balai – dalyvavimas 6 seminaruose, užduočių atlikimas, aktyvus dalyvavimas diskusijose, probleminių klausimų formulavimas, kritinis kolegų pristatymų vertinimas.</p> <p>3 balai - dalyvavimas 5 seminaruose, užduočių atlikimas, aktyvus dalyvavimas diskusijose, probleminių klausimų formulavimas, kritinis kolegų pristatymų vertinimas.</p> <p>2 balai – dalyvavimas 4 seminaruose, užduočių atlikimas, aktyvus dalyvavimas, probleminių klausimų formulavimas, kritinis kolegų pristatymų vertinimas.</p> <p>1 balas – dalyvavimas 3 seminaruose, užduočių atlikimas, aktyvus dalyvavimas, probleminių klausimų formulavimas, kritinis kolegų pristatymų vertinimas.</p> <p>0 balų – dalyvavimas mažiau nei 3 seminaruose. Atsiskaitymai kitu laiku, nei numatyta, nevykdomi. Surinkus 0 balų egzamino laikyti neleidžiama.</p>
Egzaminas	40 %	Sesijos metu	Egzamino testą sudaro 20 uždaro ir atviro tipo klausimų. Egzaminas išlaikytas surinkus nemažiau 5 balus.

Autorius (-iai)	Leidimo metai	Pavadinimas	Periodinio leidinio Nr. ar leidinio tomas	Leidykla ar internetinė nuoroda
Privaloma literatūra				
MAE KIM, Carolyn; PRINCE, Matthew	2026	Social Media Campaigns Strategies for Public Relations and Marketing		Routledge
ALEKSIC, Adam	2025	Algospeak: How Social Media is Transforming the Future of Language		Ebury Press
MCILROY, Thad	2024	The AI Revolution in Book Publishing: A Concise Guide to Navigating Artificial Intelligence for Writers and Publishers		The Future of Publishing
JOHNSON, Miriam J.	2021	Books and Social Media: How the Digital Age Is Shaping the Printed Word		Taylor & Francis Group
JOHNSON, Miriam J.& SIMPSON, Helen A.	2022	Social Media Marketing for Book Publishers		Routledge
Papildoma literatūra				

CARR, Nicholas	2013	Seklumos: kaip internetas veikia žmogaus smegenis		Vilnius: Eugrimas
BIDILICĂ, Mihaela	January 18, 2024	6 Effective Ways to Build an Author Brand		https://publishdrive.com/how-to-build-an-author-brand.html 