



STUDIJŲ DALYKO (MODULIO) APRAŠAS

Dalyko (modulio) pavadinimas	Kodas
SOCIALINIŲ TINKLŲ INFORMACIJOS ANALIZĖ	

Dėstytojas / a (-ai)	Padalinys (-iai)
Koordinuojantis (-i): dėstytoja praktikė Indrė Zabulytė Kitas / a (-i):	Vilniaus universiteto Kauno fakultetas Socialinių mokslų ir taikomosios informatikos institutas Muitinės g. 8, LT-44280 Kaunas

Studijų pakopa	Dalyko (modulio) tipas
Pirmoji	Individualiųjų studijų dalykas

Igyvendinimo forma	Vykdymo laikotarpis	Vykdymo kalba (-os)
Auditorinis ir savarankiškas darbas	Pavasario sem.	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		
Dalyko tikslas – suteikti žinių apie socialinius tinklus, informacijos sklaidą, jos rinkimą ir analizę. Studentai žinos ir gebės kritiškai vertinti analitinių įrankių taikymą socialiniuose tinkluose pateikiamos informacijos paėmimui, transformavimui, perkėlimui ir apdorojimui pagal marketingo srities uždavinių tipus; Studentai gebės gauti vertingus rezultatus ir priimti teisingus situacijos valdymo sprendimus remdamiesi duomenų ir žinių gavyba iš socialinių tinklų bei sprendimų priėmimu, remiantis informacija gauta iš specializuotų internetinės analizės įrankių.		
Dalyko (modulio) studijų rezultatai	Studijų metodai	Vertinimo metodai
Gebės taikyti informacines technologijas analizuojant grafines bei skaitinę informaciją, susijusią su socialinių tinklų aplinka.	Dėstymas, demonstravimas, kūrybinės ir analitinės užduotys	Egzaminas, parengtų praktinių darbų pristatymas, koliokviumas (tarpinis atsiskaitymas)
Gebės įvertinti socialinių tinklų informacijos naudą priimant sprendimus.		
Gebės analizuoti tiek struktūrizuotą, tiek nestruktūrizuotą socialinių tinklų informaciją.		
Gebės taikyti analitines ir sprendimų paramos sistemas analizuojant socialinių tinklų informaciją.		
Gebės naudoti socialinių tinklų analizei „Google Analytics“, „Meta Ads Manager“, „Facebook Insights“.		

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. Įvadinė paskaita. Supažindinimas su kursu, vertinimo kriterijais.	1						1		
2. Pažintis su socialiniais tinklais. Socialinių tinklų istorija ir klasifikavimas.	3		3				6	10	Dalyko mokslinės literatūros sąrašuose nurodytų šaltinių analizė, informacijos paieška, jos sisteminimas ir apibendrinimas. Savarankiško praktinio namų darbo atlikimas: socialinių tinklų tendencijų analizė.
3. Socialinių tinklų auditas. Audito samprata, paskirtis (strategijos kūrimui), audito struktūrinės dalys, informacijos šaltiniai ir rekomendacijų formulavimas.	2		2				4	6	Mokslinės literatūros analizė, informacijos paieška, jos sisteminimas ir apibendrinimas.
4. Socialinių tinklų analizės metodologijos, įrankiai, sąvokos. Socialinių tinklų „piltuvėlio“ sampratos taikymas auditui, strategijai, turinio formato parinkimui (tekstinei, vizualinei informacijai).	3		2				5	6	Mokslinės literatūros analizė, informacijos paieška, jos sisteminimas ir apibendrinimas.
5. Vartotojo kelionės samprata. Vartotojų informacijos identifikavimas, jos atvaizdavimo ypatumai skirtinguose socialiniuose tinkluose.	2		2				4	6	Mokslinės literatūros analizė, informacijos paieška, jos sisteminimas ir apibendrinimas.
6. Tarpinis atsiskaitymas	0			2			2	12	
7. Praktinė pažintis su socialinių tinklų reklamos ir organinės turinio sklaidos administravimo įrankiais. „Meta Business Suite“ ir „Meta Ads Manager“ įrankių valdymo pagrindai.	4			8			12	15	Praktinis darbas – organizacijos socialinių tinklų auditas ir rekomendacijos. Įgyjami „Meta Business Suite“ ir „Meta Ads Manager“ įrankių valdymo pagrindai.
8. Socialinių tinklų efektyvumo vertinimas ir matavimas. Kokybinių ir kiekybinių rodiklių taikymas auditui, strategijos kūrimui ir kampanijų vertinimui. Socialinių tinklų efektyvumo	4			8			12	15	Praktinis darbas – organizacijos socialinių tinklų auditas ir rekomendacijos. Įgyjami socialinių tinklų

vertinimo įrankių „Meta Ads Manager“, „Facebook Insights“, „Google Analytics“ taikymas.									efektyvumo vertinimo įrankių „Meta Ads Manager“, „Facebook Insights“, „Google Analytics“ pagrindai.
9. Konsultacija	0	2					2	0	
11. Egzaminas	0			0			2	10	
Iš viso	19	2	9	18			50	80	

Vertinimo strategija	Svoris proc.	Atsiskaitymo laikas	Vertinimo kriterijai
Koliokviumas	20 %	Semestro metu	Teorinis žinių patikrinimas. Testą sudaro atvirojo ir uždarojo tipo klausimai, kiekvienas klausimas vertinamas vienu tašku arba nurodomas taškų skaičius prie klausimo. Atsiskaitoma iš studijuotų temų ir atsiskaitomoji apimtis nurodoma įvadinės paskaitos metu. Vertinama 1–10 pažymių vertinimo skalėje: 10–9 balai: puikios žinios ir gebėjimai. Vertinimo lygmuo. 90–100 % teisingų atsakymų. 8–7 balai: geros žinios ir gebėjimai, gali būti neesminių klaidų. Sintezės lygmuo. 70–89 % teisingų atsakymų. 6–5 balai: vidutinės žinios ir gebėjimai, yra klaidų. Analizės lygmuo. 50–69 % teisingų atsakymų. 4–3 balai: žinios ir gebėjimai nesiekia vidutinių, yra (esminių) klaidų. Žinių taikymo lygmuo. 20–49 % teisingų atsakymų. 2–1 balai: netenkinami minimalūs reikalavimai. 0–19 % teisingų atsakymų.
Praktinis darbas – socialinių tinklų tendencijų pristatymas. <i>Atliekamas grupėje po 2-3 studentus.</i>	10 %	Semestro metu	Grupės sudėtis nustatoma įvadinės paskaitos metu. Grupės darbas – parengti vieno pasirinkto soc. tinklo tendencijų pristatymą. Pristatymas parengiamas prezentacijos (PPT) formatu, pristatomas seminarų metu pagal suderintą grafiką. Darbo turinys: 1. Pasirinkto soc. tinklo vartotojai, turinys, galimybės ir trūkumai. 2. Pagrindiniai pasirinkto soc. tinklo rezultatų rodikliai ir jų matavimas. 3. Pasirinktame soc. tinkle publikuojamo turinio, formatų, reklamos strategijų taikymo tendencijų 2024-2025 m. aptarimas ir konkretūs pavyzdžiai. Vertinamas darbo turinys (70 %) ir pristatymas (30 %): 9–10 balai: atlikta praktinė užduotis atitinka visus reikalavimus, analizė išsami ir pagrįsta, pritaikytos teorinės žinios, pasisakymai logiški ir argumentuoti, darbas nuosekliai ir kokybiškai pristatytas, atsakyta į auditorijos klausimus, yra ne esminių klaidų. 7–8 balai: atlikta praktinė užduotis atitinka visus reikalavimus, analizė išsami ir pagrįsta, iš dalies pritaikytos teorinės žinios, pasisakymai logiški ir argumentuoti, darbas nuosekliai ir kokybiškai

			pristatytas bei parengtas, atsakyta į dalį auditorijos klausimų, pasitaiko esminių klaidų. 5–6 balai: atlikta praktinė užduotis atitinka ne visus reikalavimus, analizė neišsami ir pagrįsta paviršutiniškai, teorinės žinios taikomos iš dalies, atsakyta ne į visus klausimus. 1–4 balai: atlikta praktinė užduotis neatitinka reikalavimų. 0 balų: neatlikta praktinė užduotis.
Praktinis darbas – organizacijos socialinių tinklų auditas ir rekomendacijos. <i>Ginamas semestro metu, gali būti atliekamas grupėje po 2-3 studentus.</i>	50 %	Semestro metu	Atsiskaitymas už savarankiškai arba grupėje (po 2-3 studentus) atliktą praktinį darbą, prezentacijos (PPT) formatu – organizacijos socialinių tinklų auditą ir pateikti tobulinimo rekomendacijas. Užduotis pateikiama pirmo seminaro metu. Darbas pateikiamas ir pristatomas seminarų metu pagal suderintą grafiką. Darbo turinys: 1. Konkrečios „X“ organizacijos veiklos ir industrijos aprašas. 2. Konkrečios „X“ organizacijos naudojamų soc. tinklų ir jų tikslų identifikavimas, profilių analizė. 3. Konkrečios „X“ organizacijos soc. tinkluose publikuojamų įrašų apžvalga, komunikacijos su vartotojais vertinimas. 4. Konkrečios „X“ organizacijos naudojamų soc. tinklų duomenų sekimo vertinimas: praktika, trūkumai ir galimybės. 5. Konkrečios „X“ organizacijos naudojamų soc. tinklų organinių ir reklamos rezultatų analizė. 6. Konkrečios „X“ organizacijos naudojamų soc. tinklų sekėjai, auditorijos, sekėjų skaičiaus kaitos analizė. Vartotojų veiksmų analizė. 7. Konkrečios „X“ organizacijos konkurentų apžvalga ir pozicijos konkurencinėje aplinkoje vertinimas 8. Konkrečios „X“ organizacijos naudojamų soc. tinklų tendencijų pritaikymo perspektyvos. 9. Išvados ir rekomendacijos konkrečios „X“ organizacijos soc. tinklų tikslingo panaudojimo organizacijos tikslams tobulinimui. Vertinamas darbo turinys (70 %) ir pristatymas (30 %): 9–10 balai: atlikta praktinė užduotis atitinka visus reikalavimus, analizė išsami ir pagrįsta, pritaikytos teorinės žinios, pasisakymai logiški ir argumentuoti, darbas nuosekliai ir kokybiškai pristatytas, atsakyta į auditorijos klausimus, yra ne esminių klaidų. 7–8 balai: atlikta praktinė užduotis atitinka visus reikalavimus, analizė išsami ir pagrįsta, iš dalies pritaikytos teorinės žinios, pasisakymai logiški ir argumentuoti, darbas nuosekliai ir kokybiškai pristatytas bei parengtas, atsakyta į dalį auditorijos klausimų, pasitaiko esminių klaidų. 5–6 balai: atlikta praktinė užduotis atitinka ne visus reikalavimus, analizė neišsami ir pagrįsta paviršutiniškai, teorinės žinios taikomos iš dalies, atsakyta ne į visus klausimus. 1-4 balai: atlikta praktinė užduotis neatitinka reikalavimų. 0: neatlikta praktinė užduotis.

Egzaminas	20 %	Egzaminų sesijos metu	Egzaminas susideda iš teorinės ir praktinės dalies. Teorinės dalies egzamine yra pateikiamas 1 atviro tipo klausimas iš paskaitų metu išdėstytų temų. Atliekant praktinę užduotį studentas turi pademonstruoti savo įgytus gebėjimus bei praktinius įgūdžius sprendžiant konkretų soc. tinklų analizės uždavinį. Vertinama 1–10 pažymių vertinimo skalėje: 10–9 balai: puikios žinios ir gebėjimai. Vertinimo lygmuo. 90–100 % teisingų atsakymų. 8–7 balai: geros žinios ir gebėjimai, gali būti neesminių klaidų. Sintezės lygmuo. 70–89 % teisingų atsakymų. 6–5 balai: vidutinės žinios ir gebėjimai, yra klaidų. Analizės lygmuo. 50–69 % teisingų atsakymų. 4–3 balai: žinios ir gebėjimai nesiekia vidutinių, yra (esminių) klaidų. Žinių taikymo lygmuo. 20–49 % teisingų atsakymų. 2–1 balai: netenkinami minimalūs reikalavimai. 0–19 % teisingų atsakymų.
-----------	------	-----------------------	---

Autorius (-iai)	Leidimo metai	Pavadinimas	Periodinio leidinio Nr. ar leidinio tomas	Leidykla ar internetinė nuoroda
Privaloma literatūra				
Vibrant Publishers	2024	Digital Marketing Essentials You Always Wanted To Know		Vibrant Publishers LLC, Broomfield
Brognara, R.	2023	How and What Marketing Algorithms Think		Cambridge Scholars Publishing, Newcastle-upon-Tyne, England
Van Looy, A.	2022	Social Media Management: Using Social Media as a Business Instrument (Second edition)	ISBN : 9783030990947	Springer, Cham, Switzerland
Kreutzer, R. T.	2022	Online Marketing (1st Edition 2022)		Springer, Wiesbaden
Fox, A. U.	2022	Social Media Analytics Strategy: Using Data to Optimize Business Performance (Second edition)	ISBN : 9781484283066	Apress, Berkeley, California
Hanlon, A., Tuten, T. L.	2022	The SAGE Handbook of Social Media Marketing	ISBN : 9781529786453	SAGE Inc., Thousand Oaks, California
Papildoma literatūra				
Google LLC		Google Skillshop		https://skillshop.withgoogle.com
Meta Platforms, Inc.		Meta Blueprint		https://www.meta.com/blueprint
Scott, J.	2024	Social Network Analysis: Research Methods		Bloomsbury Academic

Grayson, R.	2023	Foundations in Digital Marketing		<u>BCcampus</u>

Aprašas atnaujintas 2025 11 15