



## DALYKO (MODULIO) APRAŠAS

Dalyko (modulio) pavadinimas	Kodas
Organizacijos įvaizdžio valdymas	

Dėstytojas (-ai)	Padalinys (-iai)
<b>Koordinuojantis:</b> Prof. Dr. Greta Drūteikienė <b>Kitas (-i):</b>	Ekonomikos fakultetas

Studijų pakopa	Dalyko (modulio) tipas
Antroji	Pasirenkamasis

Įgyvendinimo forma	Vykdyimo laikotarpis	Vykdyimo kalba (-os)
Auditorinė	Rudens semestras	Lietuvių kalba

Reikalavimai studijuojančiajam
<b>Išankstiniai reikalavimai:</b> studijų dalykai: „Vadyba“.

Dalyko (modulio) apimtis kreditais	Visas studento darbo krūvis	Kontaktinio darbo valandos	Savarankiško darbo valandos
5	136	48	88

Dalyko (modulio) tikslas: studijų programos ugdomos kompetencijos		
Šiuo dalyku siekiama ugdyti: <ol style="list-style-type: none"> <li>1) <i>dalykines kompetencijas:</i> <ol style="list-style-type: none"> <li>a) gebėjimą analizuoti, apibendrinti ir naudoti rinkodaros ir integruotos komunikacijos srities teorinę informaciją;</li> <li>b) gebėjimą valdyti įmonės sąveiką su rinka, naudojant rinkodaros bei integruotos komunikacijos priemones;</li> </ol> </li> <li>2) <i>bendrają kompetenciją:</i> <ol style="list-style-type: none"> <li>c) gebėjimą žinias pritaikyti praktikoje ir spręsti problemas dirbant grupėje arba individualiai.</li> </ol> </li> </ol>		
Dalyko (modulio) studijų siekiniai	Studijų metodai	Vertinimo metodai
- studentai žinos atskirų rinkodaros ir integruotos komunikacijos priemonių savybes ir suvoks jų integravimo galimybes bei būdus;	Paskaitos (probleminis dėstymas), diskusijos, studentų parengti grupiniai ir individualūs pristatymai.	Atviri klausimai testuose, dalyvavimas diskusijose.
- bus įsisavinę žinias apie rinkodaros ir integruotos komunikacijos strateginį planavimą ir valdymą;		Atviri klausimai testuose, dalyvavimas diskusijose.
- dirbdamas individualiai bei grupėse gebės rinkti pirminius duomenis, nagrinėti verslo situacijas, identifikuoti problemas ir ieškoti novatoriškų jų sprendimo būdų.		Atviri klausimai testuose, dalyvavimas diskusijose, dalyvavimas rengiant grupinį darbą ir jo pristatyme, individualios užduoties atlikimas ir pristatymas.

Temos	Kontaktinio darbo valandos							Savarankiškų studijų laikas ir užduotys	
	Paskaitos	Konsultacijos	Seminarai	Pratybos	Laboratoriniai darbai	Praktika	Visas kontaktinis darbas	Savarankiškas darbas	Užduotys
Įvaizdžio samprata šiuolaikinėse teorijose	2		4				6	6	nurodytos mokslinės literatūros skaitymas, dalyvavimas diskusijose;
Organizacijos įvaizdžio reikšmė	2		4				6	6	nurodytos mokslinės literatūros skaitymas, dalyvavimas diskusijose;
Organizacijos įvaizdžio kūrimo teoriniai modeliai ir įvaizdžio genezė	2		4				6	6	nurodytos mokslinės literatūros skaitymas;
Esminės organizacijos įvaizdžio kūrimo technologijos	4		8				12	24	nurodytos mokslinės literatūros skaitymas, dalyvavimas diskusijose, grupinis darbas;
Organizacijos įvaizdžio kūrimo algoritmas	2		4				6	10	nurodytos mokslinės literatūros skaitymas, pristatymų rengimas;
Organizacijos identiteto, reputacijos ir įvaizdžio tyrimai: pagrindinės metodikos	4		8				12	36	nurodytos mokslinės, literatūros skaitymas, dalyvavimas diskusijose, individualios užduoties atlikimas.
<b>Iš viso</b>	<b>16</b>		<b>32</b>				<b>48</b>	<b>88</b>	

Vertinimo strategija	Svoris proc.	Atsiskaitymo laikas	Vertinimo kriterijai
Dalyvavimas diskusijoje – 1 balas	10	semestro metu	Iš anksto pasiruošia ir aktyviai dalyvauja bent 3 iš 4 diskusijų (diskusijų temos nurodomos pirmo seminaro metu).
Dalyvavimas grupiniame projekte – 1 balas;	10	semestro metu	Dalyvauja grupinio projekto rengime bei jo pristatyme.
Individualus darbas – 2 balai	20	semestro metu	Parengia ir seminarų metu pristato individualią užduotį.
Galutinis testas (egzaminas)	60	sausis	6 atviro tipo klausimo klausimai (kiekvieno vertė po 1 balą).

Autorius	Leidimo metai	Pavadinimas	Periodinio leidinio Nr. ar leidinio tomas	Leidimo vieta ir leidykla ar internetinė nuoroda
<b>Privalomoji literatūra</b>				
Drūteikienė G.	2007	Organizacijos įvaizdžio valdymas.		Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla
Drūteikienė G., Marčinskas A.	2010	Universiteto įvaizdžio kaita.		Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla
Van Riel C. B. M., Fombrun C. J.	2009	Essentials of corporate communication:		New York: Routledge

		implementing practices for effective reputation management.		
<b>Papildoma literatūra</b>				
Daymon C., Holloway I.	2011	Qualitative research methods in public relations and marketing communications.		New York: Routledge
Goodman M. B., Hirsch P. B.	2010	Corporate communication: strategic adaptation for global practice.		New York: P. Lang
Shimp T. A.	2007	Integrated marketing communications in advertising and promotion.		Mason: Thomson South-Western
Su kursu susiję straipsniai				Elektroniniai šaltiniai: <a href="http://www.emeraldinsight.com/search.htm">http://www.emeraldinsight.com/search.htm</a>