



STUDIJŲ DALYKO (MODULIO) APRAŠAS

Dalyko (modulio) pavadinimas	Kodas
SKAITMENINĖS TECHNOLOGIJOS IR REKLAMA	

Dėstytojas / a (-ai)	Padalinys (-iai)
Koordinuojantis (-i): doc. dr. Ilona Veitaitė	Kauno fakultetas Socialinių mokslų ir taikomosios informatikos institutas
Kitas / a (-i):	

Studijų pakopa	Dalyko (modulio) tipas
Pirmoji	ISD

Igyvendinimo forma	Vykdymo laikotarpis	Vykdymo kalba (-os)
Auditorinė	pavasario semestras	Lietuvių, anglų

Reikalavimai studijuojančiajam	
Išankstiniai reikalavimai:	Gretutiniai reikalavimai (jei yra):

Dalyko (modulio) apimtis kreditais	Visas studento darbo krūvis	Kontaktinio darbo valandos	Savarankiško darbo valandos
5	135	36	99

Dalyko (modulio) tikslas		
Dalyko tikslas – įsisavinti skaitmeninių technologijų veikimo principus bei jų taikymo galimybes reklamoje. Gebėti atlikti tekstų rengimą, kompiuterizuotą tvarkymą, darbą su skaitine informacija, multimedijos: paveikslėlių, audio/video informacijos tvarkymą. Išsiaiškinti Interneto technologijų, Internetinės reklamos įrankių bei debesų kompiuterijos taikymo sritis bei metodus.		
Dalyko (modulio) studijų rezultatai	Studijų metodai	Vertinimo metodai
Gebėti surinkti, modifikuoti, analizuoti ir informatyviai pateikti tekstinę, grafinę bei skaitinę informaciją.	Paskaitos; pratybos, atvejų analizė, diskusijos, savarankiškas darbas.	Egzaminas, savarankiško darbo ir tarpinių praktinių atsiskaitymų vertinimas.
Mokėti naudotis internetinėmis technologijomis reklamoje. Suprasti esminius darbo su audio ir video informacija aspektus. Mokėti naudotis pagrindiniais kompiuterių ir informacijos saugumą užtikrinančiais įrankiais.	Paskaitos; pratybos, atvejų analizė, diskusijos, savarankiškas darbas.	Egzaminas, savarankiško darbo ir tarpinių praktinių atsiskaitymų vertinimas.

Temos	Kontaktinio darbo valandos							Savarankiškų studijų laikas ir užduotys	
	Paskaitos	Konsultacijos	Seminarai	Pratybos	Laboratoriniai darbai	Praktika	Visas kontaktinis darbas	Savarankiškas darbas	Savarankiškai atliekamos užduotys
Įvadinė paskaita. Dalyko apžvalga, vertinimo kriterijai ir kt.	1			1			2	3	Praktinių darbų atlikimas.
Vizualinio prekinio ženklo kūrimas, spalvų psichologija, šrifto reikšmė, logotipo dizaino principai, grafinių redaktorių naudojimas.	1			2			3	9	Literatūros bei paskaitų medžiagos analizė, informacijos paieška, jos sisteminimas ir apibendrinimas. Praktinių darbų atlikimas.
Sėkmingos skaitmeninės reklamos kampanijos, inovacijų taikymas, kūrybiniai metodai, interaktyvi reklama.	1			3			4	9	Literatūros bei paskaitų medžiagos analizė, informacijos paieška, jos sisteminimas ir apibendrinimas. Praktinių darbų atlikimas.
Microsoft Word: teksto tvarkymas, formatavimas, stiliai, maketavimas, dokumentų ruošiniai.	1			3			4	12	Literatūros bei paskaitų medžiagos analizė, informacijos paieška, jos sisteminimas ir apibendrinimas. Praktinių darbų atlikimas.
IT tendencijos reklamoje. Interneto reklamos įrankiai, vartotojo patirties vertinimas, UX/UI dizaino principai, duomenų analizė rinkodaroje,	1			2			3	9	Literatūros bei paskaitų medžiagos analizė, informacijos paieška, jos sisteminimas ir apibendrinimas. Praktinių darbų atlikimas.
Interneto technologijos. WEB1.0, WEB2.0, WEB3.0. HTML ir CSS pagrindai.	1			2			3	9	Literatūros bei paskaitų medžiagos analizė, informacijos paieška, jos sisteminimas ir apibendrinimas. Praktinių darbų atlikimas.
Debesų kompiuterija reklamoje. Nemokami debesų įrankiai, online redaktoriai, projektų valdymo įrankiai.	1			2			3	9	Literatūros bei paskaitų medžiagos analizė, informacijos paieška, jos sisteminimas ir apibendrinimas. Praktinių darbų atlikimas.
Microsoft Excel: formatai, formulės, diagramos, duomenų analizė, duomenų vizualizacija, automatiniai laiškai.	1			4			5	12	Literatūros bei paskaitų medžiagos analizė, informacijos paieška, jos sisteminimas ir apibendrinimas. Praktinių darbų atlikimas.

Socialiniai tinklai reklamoje. Socialinių tinklų reklamos tipai, gerosios praktikos, reklamos kampanijų kūrimas, tikslinės auditorijos nustatymas, nuomonės formuotojų marketingas.	1			2			3	9	Literatūros bei paskaitų medžiagos analizė, informacijos paieška, jos sisteminimas ir apibendrinimas. Praktinių darbų atlikimas.
Multimedijos informacijos apdorojimas. Grafikos, audio, video, AI generuoti vaizdai, animacijos kūrimas.	1			2			3	9	Literatūros bei paskaitų medžiagos analizė, informacijos paieška, jos sisteminimas ir apibendrinimas. Praktinių darbų atlikimas.
Internetinio marketingo analizė. Web analizė, email marketingas, SEO pagrindai, reklamos efektyvumo matavimas.	1			2			3	9	Literatūros bei paskaitų medžiagos analizė, informacijos paieška, jos sisteminimas ir apibendrinimas. Praktinių darbų atlikimas.
Iš viso	11			25			36	99	

Vertinimo strategija	Svoris proc.	Atsiskaitymo laikas	Vertinimo kriterijai
Atsiskaitymas (word) (WA)	10%	4-6 sav.	Praktinės užduotys atliekamos prie kompiuterio. Vertinama atliktų užduočių kokybė, atitikimas pateiktiems reikalavimams. Vertinama 1–10 pažymių vertinimo skalėje pagal VU vertinimo kriterijus: 10–9: puikios žinios ir gebėjimai. Vertinimo lygmuo. 90–100 % teisingų atsakymų. 8–7: geros žinios ir gebėjimai, gali būti neesminių klaidų. Sintezės lygmuo. 70–89 % teisingų atsakymų. 6–5: vidutinės žinios ir gebėjimai, yra klaidų. Analizės lygmuo. 50–69 % teisingų atsakymų. 4–3: žinios ir gebėjimai nesiekia vidutinių, yra (esminių) klaidų. Žinių taikymo lygmuo. 20–49 % teisingų atsakymų. 2–1: netenkinami minimalūs reikalavimai. 0–19 % teisingų atsakymų.
Atvejų analizė (AA)	20%	7-9 sav.	Parengiamą atvejų analizės aprašas ir prezentacija. Darbo aprašas turi atitikti metodinius reikalavimus. Vertinama atvejo analizės aprašo išsamumas, aprašo ir prezentacijos kokybė, atitikimas pateiktiems reikalavimams. Vertinama 1–10 pažymių vertinimo skalėje pagal VU vertinimo kriterijus: 10–9: puikios žinios ir gebėjimai. Vertinimo lygmuo. 90–100 % teisingų atsakymų. 8–7: geros žinios ir gebėjimai, gali būti neesminių klaidų. Sintezės lygmuo. 70–89 % teisingų atsakymų. 6–5: vidutinės žinios ir gebėjimai, yra klaidų. Analizės lygmuo. 50–69 % teisingų atsakymų. 4–3: žinios ir gebėjimai nesiekia vidutinių, yra (esminių) klaidų. Žinių taikymo lygmuo. 20–49 % teisingų atsakymų. 2–1: netenkinami minimalūs reikalavimai. 0–19 % teisingų atsakymų.
Atsiskaitymas (excel) (EA)	10%	10-12 sav.	Praktinės užduotys atliekamos prie kompiuterio. Vertinama atliktų užduočių kokybė, atitikimas pateiktiems reikalavimams.

			Vertinama 1–10 pažymių vertinimo skalėje pagal VU vertinimo kriterijus: 10–9: puikios žinios ir gebėjimai. Vertinimo lygmuo. 90–100 % teisingų atsakymų. 8–7: geros žinios ir gebėjimai, gali būti neesminių klaidų. Sintezės lygmuo. 70–89 % teisingų atsakymų. 6–5: vidutinės žinios ir gebėjimai, yra klaidų. Analizės lygmuo. 50–69 % teisingų atsakymų. 4–3: žinios ir gebėjimai nesiekia vidutinių, yra (esminių) klaidų. Žinių taikymo lygmuo. 20–49 % teisingų atsakymų. 2–1: netenkinami minimalūs reikalavimai. 0–19 % teisingų atsakymų.
Savarankiškas darbas (blogas) (B)	40%	16 sav.	Parengiamas savarankiškas darbas pasirinkta tema. Vertinama savarankiško darbo kokybė, atitikimas pateiktiems reikalavimams. Vertinama 1–10 pažymių vertinimo skalėje pagal VU vertinimo kriterijus: 10–9: puikios žinios ir gebėjimai. Vertinimo lygmuo. 90–100 % teisingų atsakymų. 8–7: geros žinios ir gebėjimai, gali būti neesminių klaidų. Sintezės lygmuo. 70–89 % teisingų atsakymų. 6–5: vidutinės žinios ir gebėjimai, yra klaidų. Analizės lygmuo. 50–69 % teisingų atsakymų. 4–3: žinios ir gebėjimai nesiekia vidutinių, yra (esminių) klaidų. Žinių taikymo lygmuo. 20–49 % teisingų atsakymų. 2–1: netenkinami minimalūs reikalavimai. 0–19 % teisingų atsakymų.
Egzaminas (E)	20%	Sesijos metu	Egzaminas apima visą dalyko teorinę ir praktinę medžiagą. Vertinama 1–10 pažymių vertinimo skalėje pagal VU vertinimo kriterijus: 10–9: puikios žinios ir gebėjimai. Vertinimo lygmuo. 90–100 % teisingų atsakymų. 8–7: geros žinios ir gebėjimai, gali būti neesminių klaidų. Sintezės lygmuo. 70–89 % teisingų atsakymų. 6–5: vidutinės žinios ir gebėjimai, yra klaidų. Analizės lygmuo. 50–69 % teisingų atsakymų. 4–3: žinios ir gebėjimai nesiekia vidutinių, yra (esminių) klaidų. Žinių taikymo lygmuo. 20–49 % teisingų atsakymų. 2–1: netenkinami minimalūs reikalavimai. 0–19 % teisingų atsakymų.
<i>Dirbtinio intelekto (DI) generatyvinio modelio panaudojimas privalo būti atskleistas, todėl jei tekste, referate, pranešime ar kitame kūrinyje buvo naudotas DI generatyvinis modelis, tai būtina aiškiai nurodyti (atitinkamai cituojant ir (ar) pateikiant DI generatyvinio modelio naudojimo deklaraciją). DI generatyvinio modelio panaudojimo akademiniam darbe neatskleidimas laikytinas akademinio nesąžingumu. Dėstytojas, siekdamas įsitikinti, kad rengiant rašto darbą, jei nėra atskleista, nesinaudota generatyviniais DI įrankiais („ChatGPT“ ar kt.) (t. y. rašto darbo turinys nėra sugeneruotas DI įrankių), turi teisę užduoti pasitikslinamųjų klausimų, naudotis DI aptikimo įrankiais ir, esant reikalui, keisti ar anuliuoti rašto darbo įvertį.</i>			
Galutinis pažymys apskaičiuojamas pagal formulę: Galutinis įvertinimas=WA*0,1+AA*0,2+EA*0,1+B*0,4+E*0,2 Egzamino įvertinimas privalo būti ≥5 <i>Semestro pabaigoje gali būti taikomas skatinimas (pridedamas balas), atsižvelgiant į aktyvumą paskaitų metu.</i>			

Autorius (-iai)	Leidimo metai	Pavadinimas	Periodinio leidinio Nr. ar leidinio tomas	Leidykla ar internetinė nuoroda
Privaloma literatūra				
Bundeskartellamt	2018	Online advertising		https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Publikation/EN/Schriftenreihe_D

				igitales_III.pdf?__blob=publicationFile&v=5
Microsoft	2022	Microsoft Support		https://support.microsoft.com/
Widmer Bill	2018	Definitive guide to facebook advertising		https://www.datocms-assets.com/22581/1592213306-definitive-guide-to-facebook-advertising.pdf
Perry Marshall; Thomas Meloche	2011	Ultimate Guide to Facebook Advertising: How to Access 600 Million Customers in 10 Minutes		https://media.oaipdf.com/pdf/2b9247b4-0f8f-4809-8a0f-292eeb800011.pdf
Perry Marshall; Mike Rhodes; Bryan Todd	2014	Ultimate Guide to Google AdWords: How to Access 1 Billion People in 10 Minutes		https://oiipdf.com/download/ultimate-guide-to-google-adwords-how-to-access-100-million-people-in-10-minutes
Papildoma literatūra				
Damian Ryan	2020	Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation	5th edition	Kogan Page
Gregory Cristal	2014	Ad Serving Technology: Understand the marketing revelation that commercialized the Internet		CreateSpace Independent Publishing Platform
Simmons J., Ahmaad S., Clifton R.	2011	Prekių ženklai ir jų kūrimas		Alma littera

PASTABA: Į literatūros sąrašą rekomenduojama įtraukti atvirusius mokymosi išteklius