

LIETUVOS RESPUBLIKOS  
ŠVIETIMO IR MOKSLO MINISTERIJA  
SOCIALINĖS APSAUGOS IR DARBO MINISTERIJA

## **VIEŠŪJŲ RYŠIŲ VADYBININKO RENGIMO STANDARTAS**

Profesinio išsilavinimo lygis – penktasis

Vilnius, 2008



Parengta Europos Sąjungos ir Lietuvos Respublikos lėšomis,  
įgyvendinant projektą Nr. BPD2004-ESF-2.4.0-01-04/0156  
„Nacionalinės profesinio rengimo standartų sistemos plėtra“

## PATVIRTINTA

Lietuvos Respublikos švietimo ir mokslo  
ministro ir Lietuvos Respublikos socialinės  
apsaugos ir darbo ministro 2007 m. spalio 8 d.  
įsakymu Nr. ISAK-1970/A1-279

# VIEŠŪJŲ RYŠIŲ VADYBININKO RENGIMO STANDARTAS

## I. PROFESINIO RENGIMO STANDARTO REKVIZITAI

1. Profesinio išsilavinimo lygis – penktasis.
2. Valstybinis kodas – S534201.
3. Suteikiama kvalifikacija – vadybininkas.
4. Bazinis išsilavinimas – vidurinis.

## II. PROFESINIO RENGIMO STANDARTO TURINYS

5. Trumpas profesinės veiklos aprašymas:

5.1. Viešųjų ryšių vadybininko rengimo standartas (toliau – Standartas) parengtas atsižvelgiant į darbo rinkos pokyčius, Standarto rengimo darbo grupės atliktus kvalifikacijų tyrimo rezultatus ir remiantis kitų šalių patirtimi. Šis Standartas – pagrindas penktojo profesinio išsilavinimo lygio studijų programai rengti.

5.2. Standartas apibrėžia minimalius viešųjų ryšių vadybininko rengimo reikalavimus darbui šiose pagrindinėse veiklos srityse: viešosios informacijos rengimas ir platinimas; viešųjų ryšių kūrimas ir palaikymas; komunikacijos valdymas.

5.3. Aukštojo neuniversitetinio išsilavinimo viešųjų ryšių vadybininko kvalifikaciją įgiję specialistai galės dirbti įmonėse, įstaigose, organizacijose, spaudoje, radijo ir televizijos studijose, reklamos ir viešųjų ryšių agentūrose vadybininkais.

5.4. Viešųjų ryšių vadybininkas kurs ir palaikys ryšius su visuomene, vertins esamą verslo aplinką, organizuos viešųjų ryšių akcijas, puoselės ir palaikys bendruomenės tradicijas, organizuos informacijos produktų (pranešimų) gamybą bei pateikimą įvairiais būdais ir priemonėmis.

5.5. Viešųjų ryšių vadybininkas naudosis pažangiausiomis informacinėmis technologijomis, reikš mintis taisyklinga lietuvių kalba, bendraus bent viena iš užsienio kalbų, turės teisės, vadybos, psichologijos, rinkodaros žinių ir gebėjimų.

5.6. Viešųjų ryšių vadybininko darbo sėkmę lems šios asmeninės savybės: kūrybingumas, iniciatyvumas, atsakingumas.

6. Viešųjų ryšių vadybininko tikslas – naudojant informacijos šaltų valdymo technologijas planuoti ir įgyvendinti komunikacijos priemones užsibrėžtiems tikslams įgyvendinti.

7. Viešųjų ryšių vadybininko veiklos sritys, kompetencijos pateikiamos Standarto 1 priede.

8. Viešųjų ryšių vadybininko kompetencijų ribos, studijų tikslai, kompetencijų vertinimas pateikiami Standarto 2 priede.

9. Viešųjų ryšių vadybininkui reikalingi šie bendrieji gebėjimai:

- 9.1. analitinis mąstymas;
- 9.2. veiklos organizavimas;
- 9.3. bendravimas ir bendradarbiavimas;
- 9.4. komandinis darbas – partneriškumas;
- 9.5. siekimas tobulėti;
- 9.6. integralumas;
- 9.7. informacinis raštingumas;

- 9.8. savikontrolė ir siekis tobulėti;
- 9.9. lankstumas;
- 9.10. racionalus ir sisteminis mąstymas;
- 9.11. moralės normų ir socialinių vertybių suvokimas ir laikymasis.

10. Baigiamasis kvalifikacijos vertinimas:

10.1. Viešųjų ryšių vadybininko kvalifikacija suteikiama studentui, baigusiam visą studijų programą, įgijusiam Standarte apibrėžtas kompetencijas ir gavusiam teigiamą baigiamąjį kvalifikacijos įvertinimą.

10.2. Vadovaujantis Standarte įvardytais kompetencijų vertinimo kriterijais, tikrinamos ir įvertinamos:

10.2.1. studijų procese – visos Standarte apibrėžtos kompetencijos;

10.2.2. baigiamojo kvalifikacijos vertinimo metu – pasirinktos kompetencijos.

10.3. Baigiamojo kvalifikacijos vertinimo organizavimą ir vykdymą, dokumentų išdavimą reglamentuoja Lietuvos Respublikos švietimo ir mokslo ministerija.

---

## VIEŠŪJŲ RYŠIŲ VADYBININKO VEIKLOS SRITYS IR KOMPETENCIJOS

<b>Veiklos sritys</b>	<b>Kompetencijos</b>
1. Viešosios informacijos rengimas ir platinimas	1.1. Įvertinti viešųjų ryšių rinką 1.2. Nustatyti viešosios informacijos adresatą 1.3. Rengti ir įgyvendinti viešųjų ryšių akcijas 1.4. Parduoti informacijos produktą
2. Viešųjų ryšių kūrimas ir palaikymas	2.1. Nustatyti viešųjų ryšių dalyvius 2.2. Atrinkti ir įvertinti informaciją 2.3. Kurti viešuosius ryšius 2.4. Formuoti grįžtamąjį ryšį
3. Komunikacijos valdymas	3.1. Atpažinti komunikaciją 3.2. Valdyti vidinės ir išorinės komunikacijos veiklą 3.2. Kurti verslui palankią aplinką 3.4. Valdyti patikimumą 3.5. Valdyti krizes ir konfliktus

---

Viešųjų ryšių vadybininko rengimo standarto  
2 priedas

**VIEŠŪJŲ RYŠIŲ VADYBININKO KOMPETENCIJŲ RIBOS, STUDIJŲ TIKSLAI IR KOMPETENCIJŲ VERTINIMAS**

Veiklos sritys	Kompetencijų apibūdinimas		Studijų tikslai	Kompetencijų vertinimas
	kompetencijos	kompetencijų ribos		
1. Viešosios informacijos rengimas ir platinimas	1.1. Įvertinti viešųjų ryšių rinką	Organizacijos tikslai/užsakymas, adresatai, ištekliai, stebėseną	1.1.1. Išmanyti rinką ir rinkodaros principus	Atliktas viešųjų ryšių rinkos tyrimas ir įvertinimas. Parinkti viešųjų ryšių rinkos vertinimo metodai.
			1.1.2. Pažinti viešųjų ryšių rinką	
			1.1.3. Taikyti rinkos tyrimo ir vertinimo metodus	
	1.2. Nustatyti viešosios informacijos adresatą	Užsakymas, planas, įstatymai, etikos kodeksas, ištekliai	1.2.1. Atpažinti viešosios informacijos adresatą	Parinktas viešosios informacijos adresatas. Atrinkta reikiama informacija. Atlikta informacijos stebėseną. Surinktas informacijos paketas.
			1.2.2. Apibūdinti viešosios informacijos adresatą	
			1.2.3. Atrinkti viešąją informaciją	
			1.2.4. Įvertinti viešosios informacijos svarbą įmonei	
			1.2.5. Taikyti viešosios informacijos rinkimo metodus	
			1.2.6. Sisteminti viešąją informaciją	
	1.3. Rengti ir įgyvendinti viešųjų ryšių akcijas	Užsakymas, planas, įstatymai, etikos kodeksas, adresatai, ištekliai, stebėseną, ataskaitos	1.3.1. Nustatyti viešųjų ryšių akcijos poreikį	Parengtas viešųjų ryšių akcijos planas. Parinkti viešųjų ryšių akcijos ištekliai. Įgyvendinta viešųjų ryšių akcija. Įvertintas viešųjų ryšių akcijos veiksmingumas.
			1.3.3. Žinoti viešųjų ryšių akcijas ir jų formavimo principus	
			1.3.4. Parinkti išteklius viešųjų ryšių akcijai įgyvendinti	
			1.3.5. Parengti viešųjų ryšių akcijos planą	
			1.3.6. Rengti ir įvertinti viešųjų ryšių akcijas	

	1.4. Parduoti informacijos produktą	Užsakymas, įstatymai, etikos kodeksas, adresatai, ištekliai, stebėseną, ataskaitos	1.4.1. Apibūdinti viešųjų ryšių produktą	Sukurtas viešųjų ryšių produktas. Nustatyta viešųjų ryšių produkto kaina. Parinktos viešųjų ryšių produkto rėmimo priemonės. Parduotas viešųjų ryšių produktas.	
			1.4.2. Išmanyti kainodarą ir rėmimą		
			1.4.3. Išmanyti viešųjų ryšių produkto pardavimo organizavimo principus ir priemones		
2. Viešųjų ryšių kūrimas ir palaikymas	2.1. Nustatyti viešųjų ryšių dalyvius	Nustatyti viešųjų ryšių dalyvius	2.1.1. Išmanyti viešuosius ryšius	Apibūdinti viešųjų ryšių dalyviai. Parinkti ištekliai bendrauti su viešųjų ryšių dalyviais.	
			2.1.2. Atpažinti viešųjų ryšių dalyvius		
			2.1.3. Įvertinti išteklius, reikalingus bendrauti su viešųjų ryšių dalyviais		
	2.2. Atrinkti ir įvertinti informaciją	Užsakymas, planas, įstatymai, etikos kodeksas, adresatai, ištekliai, stebėseną		2.2.1. Įvertinti informacijos svarbą įmonei	Įrodyta parinktos informacijos svarba įmonei. Paskleista informacija. Atlikta informacijos analizė. Atlikta informacijos šaltinių ir srautų stebėseną.
				2.2.2. Taikyti informacijos rinkimo ir sklaidos dėsnius	
				2.2.3. Analizuoti ir sisteminti informaciją	
				2.2.4. Valdyti informacijos srautus	
	2.3. Kurti viešuosius ryšius	Organizacijos tikslai/užsakymas, planas, įstatymai, etikos kodeksas, adresatai, ištekliai, stebėseną		2.3.1. Suderinti organizacijos tikslus su užsakymu viešiesiems ryšiams	Pagal organizacijos tikslus parengtas viešųjų ryšių planas. Pagal teisės aktų ir kalbos kultūros reikalavimus parengtas pranešimas (rašytinis, žodinis). Parengtas pranešimas žiniasklaidai. Parengtas virtualus
				2.3.2. Parengti viešojo ryšio parnešimą įvairiais komunikacijos būdais ir priemonėmis	
				2.3.3. Taikyti kalbos kultūros reikalavimus viešiesiems ryšiams	
				2.3.4. Žinoti svarbiausius viešuosius ryšius reglamentuojančius teisės aktus	
				2.3.5. Bendrauti su žiniasklaidos priemonėmis	
2.3.6. Valdyti virtualią komunikaciją					

				pranešimas.
	2.4. Formuoti grįžtamąjį ryšį	Santykių rinkodara, etikos kodeksas, ataskaitos, stebėseną	2.4.1. Išmanyti santykių rinkodarą 2.4.2. Valdyti grįžtamąjį ryšį 2.4.3. Įvertinti grįžtamąjį ryšį viešiesiems ryšiams palaikyti	Apibūdinti santykių rinkodaros principai. Įvertinti santykiai su auditorijomis. Parengta ataskaita. Atliktas grįžtamasis ryšys.
3. Komunikacijos valdymas	3.1. Atpažinti komunikaciją	Užsakymas, etikos kodeksas, adresatai, stebėseną	3.1.1. Atpažinti komunikacijos rūšis ir elementus	Pagal adresatą pasirinkta komunikacijos rūšis. Suprojektuotas komunikacijos procesas. Atlikta stebėseną.
			3.1.2. Valdyti komunikacijos procesą	
3.1.3. Taikyti komunikacijos stebėsenos priemones				
3.2. Valdyti vidinės ir išorinės komunikacijos veiklą	Užsakymas, etikos kodeksas, adresatai, stebėseną	Užsakymas, etikos kodeksas, adresatai, stebėseną	3.2.1. Valdyti vidinę komunikaciją ir jos elementus	Parinkti vidinės ir išorinės komunikacijos elementai. Parengtas vidinės komunikacijos planas. Parengtas išorinės komunikacijos planas. Parengtas virtualios komunikacijos planas. Parengtas produkto, korporacijos ir integruotos komunikacijos strategiją.
			3.2.2. Valdyti išorinę komunikaciją ir jos elementus	
			3.2.3. Taikyti vadybos principus	
			3.2.4. Organizuoti vidinę ir išorinę komunikaciją įvairiomis priemonėmis	
			3.2.5. Parengti produkto, korporacijos ir integruotos komunikacijos strategiją	



	3.3. Kurti verslui palankią aplinką	Užsakymas, įstatymai ir norminiai aktai, adresatas (publikos), ištekliai, etikos kodeksas	3.3.1. Taikyti lobistinę veiklą ir viešųjų ryšių objektą (užsakovo veiklos sritį) reglamentuojančius Lietuvos Respublikos teisės aktus	Išvardyti lobistinę veiklą reglamentuojantys Lietuvos Respublikos teisės aktai. Pateikti lobistinės veiklos pavyzdžiai. Išvardyti lobistinės veiklos dalyviai. Pravestos derybos laikantis etikos ir etiketo reikalavimų. Apibrėžtos elgesio lobistinės veiklos ir derybų metu ribos. Atlikta visuomenės nuomonės stebėseną.
			3.3.2. Profesionaliai atstovauti užsakovui per lobistinę veiklą ir plačiosios visuomenės nuomonės kūrimą	
	3.4. Valdyti patikimumą	Užsakymas, įstatymai ir norminiai aktai, adresatas (publikos), duomenys, ištekliai, planas, etikos kodeksas	3.4.1. Įvertinti įvaizdžio struktūros komponentus	Išvardytos įvaizdžio charakteristikos ir priemonės joms įgyvendinti. Nustatyti įmonės/užsakovo įvaizdžio komponentai. Parengta ataskaita apie esamą užsakovo įvaizdį ir reputaciją. Parengta įvaizdžio ir reputacijos kūrimo strategija. Atlikta įvaizdžio stebėseną. Parengta užsakovo aplinkos analizės ataskaita.
			3.4.2. Psichologiškai pagrįsti ir projektuoti užsakovo reputaciją ir įvaizdį	
			3.4.3. Atlikti įvaizdžio stebėseną	
			3.4.4. Parengti įvaizdžio ir reputacijos kūrimo strategiją	
			3.4.5. Žinoti rėmimo priemones	
			3.4.6. Išmanyti reklamos verslą	

				Apibūdintos rēmimo priemonės. Apibūdintas reklamos verslas.
3.5. Valdyti krizes ir konfliktus	Įmonės antikrizinė programa. Tarpininkavimo funkcija. Korporacinės socialinės atsakomybės programa.	3.5.1. Praktikoje taikyti krizių valdymo teorijas ir technologijas	Parengta antikrizinė programa. Nustatytos krizės priežastys. Išspręsta konfliktinė situacija.	
		3.5.2. Atlikti tarpininkavimo funkcijas konfliktinėse situacijose		
		3.5.3. Taikyti taikinimo technikas panaudojant ryšius su visuomene		

---