

RTU studiju kurss "Integrētā mārketinga komunikācija"**22000 Inženierekonomikas un vadības fakultāte****Vispārējā informācija**

Kods	IV0699
Nosaukums	Integrētā mārketinga komunikācija
Studiju kursa statuss programmā	Obligātais/Ierobežotās izvēles
Atbildīgais mācītspēks	Ieva Andersone - Doktors, Docents
Mācītspēks	Linda Saulīte-Subatniece - Doktors, Docents
Apjoms daļās un kredītpunktos	1 daļa, 10.0 kredītpunkti
Studiju kursa īstenošanas valodas	LV
Anotācija	Studiju kurss ietver tēmas par integrētās mārketinga komunikācijas (IMK) principiem, stratēģijām un praktisko pielietojumu. Studiju kursa laikā iespējams apgūt kā izstrādāt un īstenot efektīvas mārketinga komunikācijas kampaņas, kas nodrošina konsekventu un saskaņotu ziņojumu visos komunikācijas kanālos. Studiju kursā studenti tiek iepazīstināti ar dažādiem komunikācijas veidiem un rīkiem, piemēram, reklāma, sabiedriskās attiecības, pārdošanas veicināšana, tiešais mārketing, digitālais mārketing un sociālie tīkli. Studiju kursa laikā tiek attīstītas argumentēšanas un prezentēšanas prasmes, prasmes strādāt individuāli un grupās, papildinātas profesionālās terminoloģijas zināšanas, kā arī veicināta analītiskās un kritiskās domāšanas attīstība.
Mērķis un uzdevumi, izteikti kompetencēs un prasmēs	Studiju kursa mērķis ir veidot studentiem padziļinātu izpratni par mārketinga komunikāciju stratēģiju un taktiku integrēšanu, lai attīstītu kompetenci veidot saskaņotu zīmola komunikāciju ar mērķauditoriju. Studiju kursa uzdevumi: - veidot izpratni par mārketinga komunikācijas procesu; - veidot praktiskas iemaņas darbam mārketinga komunikācijas elementiem - attīstīt praktiskas iemaņas integrētu mārketinga komunikācijas kampaņu plānošanā, īstenošanā un vērtēšanā; - attīstīt prasmes veidot un īstenot integrētās mārketinga komunikāciju stratēģijas; - veidot izpratni par dažādu komunikācijas kanālu lomu un sinerģiju mārketinga kampaņās; - analizēt un interpretēt mārketinga komunikāciju kampaņu rezultātus, izmantojot dažādas analītiskos rīkus un metodes; - attīstīt analītiskās un kritiskās domāšanas un argumentēšanas prasmes, kā arī attīstīt grupu un individuālā darba prasmi, komunikācijas prasmi un profesionālo terminoloģiju.
Patstāvīgais darbs, tā organizācija un uzdevumi	Katrs individuālais darbs sastāv no uzdevuma par tēmu, kas saistīta ar attiecīgajā studiju kursa laikā apskatītajiem jautājumiem. Grupu darbi tiek izstrādāti 3–4 cilvēku grupā, veicot mācītspēka sagatavotās situācijas analīzi, to padziļināti novērtējot un izstrādājot komunikācijas risinājumus. Grupu darbi tiek aizstāvēti publiski, piedaloties visiem studentiem. Katra grupa, pēc veiktās analīzes un izstrādātajām rekomendācijām, iepazīstina ar secinājumiem kā arī atbild uz auditorijas jautājumiem.
Literatūra	Obligātā/ Obligatory: 1. Blakeman, Robyn., Integrated marketing communication : creative strategy from idea to implementation /Robyn Blakeman, University of Tennessee, Knoxville., viii, 359 lpp. :ilustrācijas ;26 cm 2. Pelsmacker, Patrick de., Marketing communications : a european perspective /Patrick De Pelsmacker, Maggie Geuens, Joeri Van den Bergh., xix, 625 lpp. :diagrammas, ilustrācijas, tabulas ;27 cm. 3. Kotler, Philip., Principles of marketing / Philip Kotler, Gary Armstrong, Sridhar Balasubramanian., 768 lpp. :ilustrācijas ;28 cm Papildu/ Additional: 1. Kingsnorth, Simon. Digital marketing strategy : an integrated approach to online marketing/Simon Kingsnorth., xvii, 364 lpp. :ilustrācijas ;24 cm 2. Chaffey, Dave., Digital marketing excellence : planning and optimizing your online marketing /Dave Chaffey and P.R. Smith. Abingdon, Oxon ;New York :Routledge,2017., xxvii, 660 lpp. :ilustrācijas. 3. Visser, Marjolein. Digital marketing fundamentals : from strategy to ROI /Marjolein Visser, Berend Sikkenga, Mike Berry., 640 lpp. :ilustrācijas ;25 cm
Nepieciešamās priekšzināšanas	Nav nepieciešamas.

Studiju kursa saturs

Saturs	Pilna un nepilna laika klātienēs studijas		Nepilna laika neklātienēs studijas	
	Kontakt stundas	Patstāv. darbs	Kontakt stundas	Patstāv. darbs
Ievads integrētajā mārketinga komunikācijā.	4	4	2	10
Mārketinga komunikācijas procesa izpratne.	8	8	4	20
Reklāmas stratēģija un vadība.	10	10	5	20
Pārdošanas veicināšana.	10	10	5	20
Tiešais mārketinga un personīgā pārdošana.	10	10	5	20

Digitālā mārketinga komunikācija.	8	8	4	10
Sabiedriskās attiecības (PR).	8	8	4	10
IMK plānošana un koordinēšana.	10	10	4	15
IMK kampaņu izstrāde, īstenošana un efektivitātes novērtēšana.	40	40	20	43
Globālā un starpkultūru IMK, Ētika un sociālā atbildība IMK.	16	18	8	22
Korporatīvais tēls un reputācijas veidošanas principi.	8	7	4	10
Eksāmens.	2	0	2	0
Kopā:	134	133	67	200

Sasniedzamie studiju rezultāti un to vērtēšana

Sasniedzamie studiju rezultāti	Rezultātu vērtēšanas metodes
Izprot mārketinga komunikācijas procesu. Spēj lietot profesionālo terminoloģiju, pamatot savu viedokli, strādāt grupā un individuāli.	Grupu darbs Nr.1 par mārketinga komunikācijas procesu. Eseja. Eksāmens.
Spēj noteikt organizācijas mārketinga komunikācijas mērķus un izvēlēties piemērotākās aktivitātes mērķa sasniegšanai atbilstoši tirgus situācijai, izvēlētajai mērķauditorijai un organizācijas iespējām.	Grupu darbs Nr.2 - situācijas analīze, rezultātu prezentācija. Individuālais darbs Nr.1 – komunikācijas mērķu un stratēģijas izstrāde. Eksāmens.
Spēj izstrādāt mārketinga komunikācijas saturu atbilstoši mērķauditorijas īpatnībām.	Grupu darbs Nr.3 - situācijas analīze, rezultātu prezentācija. Individuālais darbs Nr.2 – komunikācijas satura izstrāde. Eksāmens.
Spēj integrēt mārketinga komunikācijas rīkus, mārketinga stratēģijas īstenošanai.	Grupu darbs Nr.4 par mārketinga komunikācijas rīkiem. Eksāmens.
Spēj novērtēt mārketinga komunikācijas plāna efektivitāti.	Grupu darbs Nr.5 par komunikāciju efektivitāti. Individuālais darbs Nr.3 – komunikācijas plāna efektivitāte. Eksāmens.
Spēj integrēt korporatīvā tēla un reputācijas veidošanas principus organizācijas mārketinga komunikācijā.	Praktisks seminārs ar diskusiju un uzdevumu analīzi par korporatīvo tēlu un reputācijas veidošanu. Eksāmens.

Studiju rezultātu vērtēšanas kritēriji

Kritērijs	% no kopējā vērtējuma
Grupu darbi (5 darbi): Grupu darbs Nr.1 par mārketinga komunikācijas procesu. Grupu darbs Nr.2 - situācijas analīze, rezultātu prezentācija. Grupu darbs Nr.3 - situācijas analīze, rezultātu prezentācija. Grupu darbs Nr.4 par mārketinga komunikācijas rīkiem. Grupu darbs Nr.5 par komunikāciju efektivitāti.	40
Eseja	10
Individuālie darbi (3 darbi): Individuālais darbs Nr.1 – komunikācijas mērķu un stratēģijas izstrāde. Individuālais darbs Nr.2 – komunikācijas satura izstrāde. Individuālais darbs Nr.3 – komunikācijas plāna efektivitāte.	30
Praktisks seminārs ar diskusiju un uzdevumu analīzi par korporatīvo tēlu un reputācijas veidošanu	10
Eksāmens	10
Kopā:	100

Studiju kursa plānojums

Daļa	KP	Stundas			Pārbaudījumi		
		Lekcijas	Prakt d.	Laborat	Ieskaite	Eksām.	Darbs
1.	10.0	38.0	96.0	0.0		*	