

RTU studiju kurss "Digitālais mārketingš"

02C60 Rīgas Biznesa skola

Vispārējā informācija

Kods	BS0075
Nosaukums	Digitālais mārketingš
Studiju kursa statuss programmā	Obligātais/Ierobežotās izvēles
Atbildīgais mācītbspēks	Inese Eglīte - Vecākais pasniedzējs
Mācītbspēks	Linda Saulīte-Subatniece - Doktors, Docents Rihards Zeiļa - Vecākais pasniedzējs
Apjoms daļās un kredītpunktos	1 daļa, 6.0 kredītpunkti
Studiju kursa īstenošanas valodas	EN
Anotācija	Studiju kursā tiek apskatīta digitālā mārketinga būtība - kopsavilkums par galvenajiem digitālā mārketinga principiem, digitālo mediju kanāli - galvenie mārketinga kanāli un to izmantošana dažādās situācijās, kā arī uzraudzība un novērtēšana - digitālā mārketinga aktivitāšu novērtēšana.
Mērķis un uzdevumi, izteikti kompetencēs un prasmēs	Studiju kursa mērķis ir sniegt studentiem pamatzināšanas organizāciju digitālo kampaņu plānošanā. Studenti izpētīs pašreizējo labāko digitālā mārketinga praksi visā pasaulē, ar nolūku to pielāgot Latvijas biznesa videi. Studiju kursa uzdevumi: - attīstīt spēcīgu digitālā mārketinga pamatprincipu izpratni, lai izveidotu un īstenotu veiksmīgas mārketinga kampaņas; - attīstīt spēju pielietot mērķauditorijas un tirgus analīzi, lai formulētu efektīvas digitālā mārketinga stratēģijas; - veicināt prasmes tādu būtisku digitālā mārketinga rīku izmantošanā kā galvenās lapas, Facebook reklāmas, Google reklāmas un e-pasta mārketingš, lai uzlabotu mārketinga kampaņas; - attīstīt prasmes ielietot iegūtās digitālā mārketinga zināšanas reālās situācijās, īstenojot stratēģijas studentu vadītā biznesa pasākumā vai teorētiskā projektā.
Patstāvīgais darbs, tā organizācija un uzdevumi	Situāciju analīze, literatūras pārskati, mājasdarbi, grupu prezentācijas, eksāmens.
Literatūra	Obligātā/Obligatory: 1. Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital marketing. Pearson UK. Papildu/Additional: 1. Berry, M., Sinisalu, H., Kruuk, A.-K., & Laasu, M. (2015). The Best of Global Digital Marketing: The Storybook 2, Best Marketing International, 234 pp.
Nepieciešamās priekšzināšanas	Bakalaura izglītība un priekšzināšanas informācijas sistēmu vadībā.

Studiju kursa saturs

Saturs	Pilna un nepilna laika klātienē studijas		Nepilna laika neklātienē studijas	
	Kontakt stundas	Patstāv. darbs	Kontakt stundas	Patstāv. darbs
Ievads digitālajā mārketingā.	4	8	0	0
Tiešsaistes tirgus mikro/makro vide.	6	8	0	0
Mārketinga mikslis digitālajā mārketingā.	4	8	0	0
Digitālo informācijas nesēju kanālu un metožu pārskats.	8	8	0	0
Reklāmu tipi.	4	8	0	0
Tiešsaistē pieejamās SA darbības.	6	8	0	0
E-pasta mārketingš.	4	8	0	0
Tiešsaistes partnerību veidi.	4	8	0	0
Sociālie mediji un vīrusu mārketinga aktivitātes.	4	8	0	0
Klienta digitālā pieredze.	4	8	0	0
Digitālā mārketinga kampaņas plānošana.	8	8	0	0
Prezentācijas.	8	8	0	0
Kopā:	64	96	0	0

Sasniedzamie studiju rezultāti un to vērtēšana

Sasniedzamie studiju rezultāti	Rezultātu vērtēšanas metodes
Spēj aprakstīt digitālā mārketinga principus, kas orientēti uz e-komerciju un mārketinga reklāmas lapu attīstību.	Eksāmens un individuāls gadījuma analīzes.
Prot izmantot populārākos digitālā mārketinga instrumentus, piemēram, meklētājprogrammu optimizācija, maksu par klikšķi, e-pastus utt.	Individuālas gadījuma analīzes un grupas prezentācijas.
Spēj veikt digitālā mārketinga kampaņu rezultātu analīzi.	Grupas projekts.
Prot pielietot plašu mērķauditorijas un tirgus ieskatu, lai analizētu un izstrādātu efektīvas digitālā mārketinga stratēģijas.	Grupas projekts, eksāmens.

Studiju rezultātu vērtēšanas kritēriji

Kritērijs	% no kopējā vērtējuma
Grupas projekts	35
Individuālas gadījumu analīzes	20
Grupas prezentācija	20
Eksāmens	25
Kopā:	100

Studiju kursa plānojums

Daļa	KP	Stundas			Pārbaudījumi		
		Lekcijas	Prakt d.	Laborat	Ieskaite	Eksām.	Darbs
1.	6.0	48.0	16.0	0.0		*	