

RTU studiju kurss "Sociālo tīklu mārketinga"

0R000 Rēzeknes akadēmija

Vispārējā informācija

Kods	RA0118
Nosaukums	Sociālo tīklu mārketinga
Studiju kursa statuss programmā	Obligātais/Ierobežotās izvēles
Atbildīgais mācītājs	Inta Kotāne - Doktors, Docents
Apjoms daļās un kredītpunktos	1 daļa, 3.0 kredītpunkti
Studiju kursa īstenošanas valodas	LV
Anotācija	Studiju kursā studējošie iegūst zināšanas, kā arī attīsta prasmes un kompetences par sociālo tīklu mārketinga būtību, likumsakarībām, mārketinga stratēģiju veidošanu, komunikācijas plānošanu un mārketinga aktivitāšu izvērtēšanu sociālajos tīklos. Apgūstot kursa saturu, studējošie apgūst prasmes analizēt un izvērtēt dažādu sociālo tīklu mārketinga īpatnības un to izmantošanas iespējas uzņēmumu darbības rezultātu uzlabošanai.
Mērķis un uzdevumi, izteikti kompetencēs un prasmēs	Studiju kursa mērķis ir veidot izpratni par sociālo tīklu mārketinga iespējām un risinājumiem ekonomikas globalizācijas kontekstā, attīstot studentu prasmes un kompetences plānot, īstenot un novērtēt sociālo tīklu izmantošanas iespējas uzņēmuma mērķu sasniegšanai. Studiju kursa uzdevumi: - veidot izpratni par sociālo tīklu mārketinga nozīmi digitālajā komunikācijā un uzņēmuma attīstībā; - attīstīt spēju analizēt un pielāgot saturu dažādu sociālo tīklu specifikai, atbilstoši auditorijas uzvedībai un zīmola identitātei; - attīstīt spēju izstrādāt sociālo tīklu mārketinga stratēģiju, ietverot mērķauditorijas definēšanu, satura plānošanu un piemērotāko kanālu izvēli; - attīstīt spēju lietot dažādas sociālo tīklu platformas (Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, LinkedIn u.c.) mārketinga kampaņu īstenošanai; - veicināt spēju kritiski izvērtēt sociālo mediju kampaņu rezultātus un pielietot analītikas rīkus to efektivitātes novērtēšanai.
Patstāvīgais darbs, tā organizācija un uzdevumi	Studiju kursa apguves laikā studējošie patstāvīgā analizē studiju kursa literatūru, izstrādā prezentācijas, gatavoja starpposmu pārbaudes testiem, kontroldarbam un eksāmenam.
Literatūra	Obligātā / Obligatory: 1. Ford, J.E. (2018). Social Media Marketing for the Future: Strategies for 2020 & Beyond: Stay Ahead of the Competition. Leverage Changing Online Trends to Grow Your Business (For Facebook, Twitter, Instagram +More). Independently published. 2. McDonald, J. (2019). Social Media Marketing Workbook: How to Use Social Media for Business. CreateSpace. Independent Publishing Platform. 3. Zimmerman, J., Ng, D. (2017). Social Media Marketing All-in-One For Dummies, 4th ed. John Wiley & Sons Papildu / Additional: 1. Chaffey, D., Ellis-Chadwick, F. (2016). Digital marketing. Strategy, implementation and practice (6th ed.). Pearson Education Limited. https://digilib.stiestekom.ac.id/assets/dokumen/ebook/feb_27aff686c21a3ec16bdc9e2e8d785bf6b8d8e4e8_1655821975.pdf 2. Jones, A., Malczyk, A., Beneke, J. (2011). Internet Marketing: a highly practical guide to every aspect of internet marketing. Textbook. University of Cape Town. https://vula.uct.ac.za/access/content/group/95d4ae58-9991-4317-8a1d-e2d58f80b3a3/Published%20OER%20UCT%20Resources/Internet%20Marketing%20textbook.pdf 3. Red and Yellow Creative School of Business. (2022). eMarketing: The essential guide to marketing in a digital age (7th ed.) [PDF]. Red & Yellow. https://www.redandyellow.co.za/wp-content/uploads/2022/11/R_Y_eMarketing_ed7.pdf
Nepieciešamās priekšzināšanas	Pamatzināšanas mārketingā un informācijas un komunikāciju tehnoloģijās (IKT), prasme apkopot un analizēt informāciju.

Studiju kursa saturs

Saturš	Pilna un nepilna laika klātienē studijas		Nepilna laika neklātienē studijas	
	Kontakt stundas	Patstāv. darbs	Kontakt stundas	Patstāv. darbs
Satura mārketinga un sociālie tīkli un/ vai sociālie mediji.	4	4	1	8
Mārketinga stratēģija un komunikācijas plānošana sociālajos tīklos.	6	6	2	10
Facebook mārketinga.	4	7	2	9
Instagram mārketinga.	4	6	2	9
YouTube mārketinga.	4	6	2	9
TikTok mārketinga.	4	7	1	9
LinkedIn, X, Pinterest u.c. mārketinga.	4	6	1	6
Sociālo tīklu mārketinga snieguma novērtēšana.	2	4	1	6

Kopā:	32	46	12	66
-------	----	----	----	----

Sasniedzamie studiju rezultāti un to vērtēšana

Sasniedzamie studiju rezultāti	Rezultātu vērtēšanas metodes
1. Zināšanas:	1. Zināšanas:
1.1. Spēj parādīt sociālo tīklu mārketinga svarīgāko jēdzienu un likumsakarību izpratni.	Tests, kontroldarbs, eksāmens. Precizitāte un atbilstība, lieto precīzu terminoloģiju.
1.2. Orientējas galvenajās digitālā mārketinga un sociālo tīklu stratēģijās, platformu specifiskā un to piemērotībā konkrētas jomas uzņēmumu vajadzībām.	Tests, prezentācija, individuāli / grupās veicami uzdevumi, kontroldarbs, eksāmens. Precizitāte un atbilstība, loģiska argumentācija un analīze, praktisks pielietojums, prezentācijas un komunikācijas prasmes.
2. Prasmes:	2. Prasmes:
2.1. Prot plānot un izstrādāt sociālo tīklu mārketinga kampaņu, iekļaujot mērķauditorijas izvēli, satura stratēģiju un atbilstošus kanālus.	Prezentācija, individuāli / grupās veicami uzdevumi, kontroldarbs, eksāmens. Precizitāte un atbilstība, loģiska argumentācija un analīze, praktisks pielietojums, prezentācijas un komunikācijas prasmes.
2.2. Spēj patstāvīgi izvērtēt un īstenot sociālo tīklu mārketinga risinājumus uzņēmuma komunikācijas un attīstības mērķu sasniegšanai.	Prezentācija, individuāli / grupās veicami uzdevumi, kontroldarbs, eksāmens. Precizitāte un atbilstība, loģiska argumentācija un analīze, praktisks pielietojums, radošums un oriģinalitāte, prezentācijas un komunikācijas prasmes.
3. Kompetence:	3. Kompetence:
3.1. Prot pielāgot mārketinga saturu dažādu sociālo tīklu prasībām, ievērojot zīmola stilu un auditorijas uzvedību.	Prezentācija, individuāli / grupās veicami uzdevumi, kontroldarbs, eksāmens. Precizitāte un atbilstība, loģiska argumentācija un analīze, praktisks pielietojums, prezentācijas un komunikācijas prasmes.

Studiju rezultātu vērtēšanas kritēriji

Kritērijs	% no kopējā vērtējuma
Aktīva dalība praktiskajās nodarbībās un vērtējums par praktisko darbu izpildi.	15
Patstāvīgais darbs (prezentācijas/ individuāli un grupās veicami uzdevumi/ testi).	30
Kontroldarbs.	15
Eksāmens.	40
Kopā:	100

Studiju kursa plānojums

Daļa	KP	Stundas			Pārbaudījumi		
		Lekcijas	Prakt d.	Laborat	Ieskaite	Eksām.	Darbs
1.	3.0	11.0	21.0	0.0		*	