

RTU studiju kurss "Mārketinga komunikācijas"

0R000 Rēzeknes akadēmija

Vispārējā informācija

Kods	RA0075
Nosaukums	Mārketinga komunikācijas
Studiju kursa statuss programmā	Obligātais/Ierobežotās izvēles
Atbildīgais mācītspēks	Daina Znotiņa - Lektors
Apjoms daļās un kredītpunktos	1 daļa, 3.0 kredītpunkti
Studiju kursa īstenošanas valodas	LV
Anotācija	Kursā tiek attīstītas prasmes veidot kampaņas, apvienojot tradicionālos, digitālos un interaktīvos kanālus, ņemot vērā auditorijas uzvedību, psiholoģiju un aktuālās tendences (influenceru mārketing, e-pasta mārketing, video u.c.).
Mērķis un uzdevumi, izteikti kompetencēs un prasmēs	Sniedz zināšanas par mūsdienu integrētajām mārketinga komunikācijām (IMC), uzsverot stratēģisko komunikāciju veidošanu, multikanālu vidi, digitālo mediju plānošanu, satura veidošanu un komunikācijas efektivitātes vērtēšanu.
Patstāvīgais darbs, tā organizācija un uzdevumi	Studējošā patstāvīgais darbs tiek organizēts, lai padziļinātu teorētiskās zināšanas un attīstītu praktiskas prasmes integrētas mārketinga komunikācijas plānošanā. Darba ietvaros studējošais analizē literatūru un tirgus tendences, veic konkrētus uzdevumus, gatavojoties nodarbībām, un izstrādā patstāvīgo darbu – integrēto mārketinga komunikāciju plānu izvēlētam zīmolam vai uzņēmumam. Darba noslēgumā plāns tiek prezentēts, izvērtējot kampaņas stratēģisko pamatotību, kanālu izvēli un efektivitāti.
Literatūra	Obligāta/Obligatory: 1. Praude V., Šalkovska J. (2015) Integrēta mārketinga komunikācija. 1. sēj. Rīga: Burtene. 2. Praude V., Šalkovska J. (2015) Integrēta mārketinga komunikācija. 2. sēj. Rīga: Burtene. 3. Pelsmacker, P. et al. (2021). Marketing Communications: A European Perspective. 7th ed., Pearson. 4. Kotler, Ph., Keller, K. L. (2022). Marketing Management. 16th ed., Pearson. 5. Solomon, M. R. (2022). Consumer Behavior: Buying, Having and Being. Pearson. Papildu/Additional: 1. Clow, K. E., Baack, D. (2021). Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications. Pearson. 2. Chaffey, D., Ellis-Chadwick, F. (2022). Digital Marketing. Pearson. 3. Jutkowitz, A. (2020). The Strategic Storyteller: Content Marketing in the Age of the Educated Consumer. Interneta resursi/Internet resources: 1. https://www.thinkwithgoogle.com 2. https://blog.hootsuite.com 3. https://www.statista.com 4. https://www.marketingweek.com 5. https://www.kantar.com
Nepieciešamās priekšzināšanas	Mārketing

Studiju kursa saturs

Saturs	Pilna un nepilna laika klātienes studijas		Nepilna laika neklātienes studijas	
	Kontakt stundas	Patstāv. darbs	Kontakt stundas	Patstāv. darbs
1. Ievads integrētajās mārketinga komunikācijās	2	4	1	8
2. Mārketinga komunikāciju stratēģiskā plānošana	4	6	2	8
3. Digitālās komunikācijas kanāli un mediju plānošana	4	6	2	8
4. Satura mārketing un stāstniecība (storytelling)	4	6	2	8
5. Sabiedriskās attiecības un reputācijas vadība	4	6	1	8
6. Influenceru mārketing un viedokļa līderi	4	6	1	8
7. Reklāmas psiholoģija un patērētāju uzvedība	4	6	1	8
8. Komunikāciju efektivitātes mērīšana un A/B testēšana	4	6	1	8
9. Ētikas un ilgtspējas jautājumi komunikācijā	2	6	1	8
Kopā:	32	52	12	72

Sasniedzamie studiju rezultāti un to vērtēšana

Sasniedzamie studiju rezultāti	Rezultātu vērtēšanas metodes
Izprot integrēto mārketinga komunikāciju būtību, sastāvdaļas un nozīmi uzņēmuma stratēģijā	Praktiskās nodarbības, patstāvīgais darbs, eksāmens

Spēj izstrādāt mārketinga komunikāciju plānu, veidot komunikācijas ziņojumus un izvēlēties piemērotākos kanālus	Praktiskās nodarbības, patstāvīgais darbs, eksāmens
Pārzina digitālos rīkus (e-pastu mārketingu, sociālie tīkli, automatizācija, Google Ads, influenceru sadarbība)	Praktiskās nodarbības, patstāvīgais darbs, eksāmens
Spēj analizēt mārketinga komunikāciju efektivitāti, vērtēt rezultātus, pielietot A/B testēšanu un KPI	Praktiskās nodarbības, patstāvīgais darbs, eksāmens
Spēj prezentēt idejas, sadarboties komandā, pielietot vizuālus un digitālus rīkus saziņā	Praktiskās nodarbības, patstāvīgais darbs, eksāmens
Spēj veidot radošas, ētiskas un uz auditoriju orientētas komunikācijas kampaņas	Praktiskās nodarbības, patstāvīgais darbs, eksāmens
Izprot komunikācijas lomu sabiedrībā, tās ietekmi uz viedokļu veidošanu un patēriņu	Praktiskās nodarbības, patstāvīgais darbs, eksāmens

Studiju rezultātu vērtēšanas kritēriji

Kritērijs	% no kopējā vērtējuma
1. Aktīva dalības praktiskajās nodarbībās un vērtējums par praktisko darbu izpildi	30
2. Kursa apguves laikā izstrādātai un prezentētais patstāvīgais darbs (integrēto mārketinga komunikāciju plāns)	40
3. Eksāmena rezultāti	30
Kopā:	100

Studiju kursa plānojums

Daļa	KP	Stundas			Pārbaudījumi		
		Lekcijas	Prakt d.	Laborat	Ieskaite	Eksām.	Darbs
1.	3.0	16.0	16.0	0.0		*	