



BA SCHOOL OF
BUSINESS AND FINANCE

Prof. Bakalaura studiju programma ``Biznesa procesu vadība``

STUDIJU KURSA APRAKSTS

Studiju kursa nosaukums	Digitalais mārketingis			
Programma	Biznesa procesu vadība			
Studiju gads	3			
Akadēmiskais gads	2022./2023.			
Studiju līmenis	Bakalaura			
Studiju kursa kods	BP047			
Studiju kursa docētājs/i	Kaspars Driķis			
Kursa apjoms, KP	2			
ECTS kredītpunktu apjoms (1 Latvijas KP atbilst 1,5 ECTS)	3			
Studiju īstenošanas valoda	Latviešu			
Studiju kursa veids	Obligāts			
Semestris, kad kurss tiek īstenots	5			
Studiju kursa īstenošanas veids	Klātie			
Kursa īstenošanas mērķis	Veidot izpratni, kā neatkarīgi no darbības veida un uzņēmuma lieluma sasniegt mērķa auditoriju mūsdienu ekonomikas digitālajā vidē, vienlaikus sasniedzot efektīvu finansiālu rezultātu un kvalitatīvu saturs vadību. Kursa ietvaros studenti tiek iepazīstināti ar praktiskām mārketinga zināšanām, tehnoloģijām un rīkiem, kas strādā globālā pasaules			
Prasības studiju kursa apguves uzsākšanai	Mārketinga pamati	Biznesa un organizāciju vadība I - Uzņēmējdarbība	Biznesa angļu valoda	

Studiju kursa saturs	Nr.p.k.	Nosaukums	
	1	Digitālā mārketinga definīcijas un nepieciešamība mūsdienās, kā arī tā pareiza vadība.	
	2	Satura mārketingu.	
	3	Reklāma un pārdošanas rīki digitālajā vidē.	
	4	Digitālajā vidē ievāktu datu analīze.	
	5	Komunikācija ar klientu: sociālie mediji, platformas un masu auditorijas sasniegšanas rīki.	
	6	Mārketinga kampaņu un plānu izveide.	
Studiju kursa kalendārs	Nr.p.k.	Tēma	Pārbaudes veids
	1	Pamata definīcijas digitālajā mārketingā.	Kontroldarbs
	2	Digitālā mārketinga pārvaldīšana organizācijā.	Diskusija par izlasīto literatūru
	3	Satura mārketingu un tā efektīva pārvaldīšana: meklēšanas rezultātu optimizācija, pareiza izvietošana, vadīšana, pielāgošana un automatizācija.	Patstāvīgs individuālais darbs un prezentācija
	4	Digitālā mārketinga reklāmas rīki tiešsaistē.	Patstāvīgs individuālais darbs un prezentācija
	5	Digitālā mārketinga plāna mērķi un efektivitāte.	Patstāvīgs grupas darbs un prezentācija
	6	Mārketinga kampaņu izveide.	Patstāvīgs grupas darbs un prezentācija
	7	Komunikācija ar klientu sociālajos tīklos.	Patstāvīgs grupas darbs un prezentācija

Studējošo patstāvīgā darba organizācija un uzdevumi / Plānotās studiju formas un mācīšanas metodes	Studiju vērtēšanas metode		Sadalījums (%)			
	Patstāvīgs individuālais darbs un prezentācija		25%			
	Patstāvīgs grupas darbs un prezentācija		30%			
	Aktīva dalība nodarbībā		15%			
	Patstāvīgs grupas darbs un prezentācija		30%			
	Kopā (%):		100%			
	Studiju metodes		Studenta darba apjoms stundās (h)			
	Lekcija auditorijā		26			
	Grupu patstāvīgie uzdevumi, ko vada lektors		20			
	Individuāli patstāvīgie uzdevumi, ko vada lektors		18			
	Darbs bibliotēkā		16			
	Kopā (h):		80			
Plānotie studiju rezultāti (zināšanas, prasmes, kompetences)	Nr.p.k.	Nosaukums			SP rez. nr.	
	1	Spēj definēt produkta mērķa auditoriju un tās sasniegšanas veidus digitālajā vidē.			1, 2	
	2	Prot kā vadītājs izdarīt analītiskus secinājumus pēc iegūtajiem datiem un tendencēm digitālā mārketinga ietvaros, kā arī prot nodrošināt to uzraudzību uzņēmumā.			3, 9	
	3	Spēj patstāvīgi izmantot aktuālākos digitālā mārketinga rīkus, lai niegtu pienesumu organizācijas mērķu sasniegšanā.			5	
	4	Spēj izstrādāt digitālā mārketinga realizācijas plānu, kā arī to pamatoti un pārliecinoši prezentēt.			4, 9, 11	
Studiju rezultātu vērtēšanas metodes un kritēriji	Studiju rezultāti		1	2	3	4
	Vērtēšanas metode					
	Patstāvīgs individuālais darbs un prezentācija		•	•		
	Patstāvīgs grupas darbs un prezentācija			•	•	•
	Aktīva dalība nodarbībā		•	•		
Patstāvīgs grupas darbs un prezentācija		•	•	•	•	
Obligātā literatūra	Obligātā literatūra:					
	1. Chaffey, D., Smith, PR. (2017), Emarketing Excellence. Planning and optimizing your digital marketing, 5th Edition, Oxon: Routledge. 2. Black Mirror (Netflix TV Series) 3. Materiāli, kas izvietoti studies.ba.lv Ieteicamā literatūra: 1. A Chaffey, D., Ellis-Chadwick, F., Mayer, R., Johnston, K. (2009), Internet Marketing: Strategy, Implementation and Practice, 4th Edition, Harlow: Pearson Education Limited. 2. Brown, Bruce C. (2011) How to use the Internet to advertise, promote, and market your business or website-- with little or no money. Atlantic Pub. Group.					

