



STUDIJŲ DALYKO (MODULIO) APRAŠAS

Dalyko (modulio) pavadinimas	Kodas
Skaitmeninė rinkodara	

Dėstytojas (-ai)	Padalinys (-iai)
Koordinuojantis:	Verslo mokykla, Saulėtekio al. 22, Vilnius
Kitas (-i):	

Studijų pakopa	Dalyko (modulio) tipas
Pirmoji	Individualusis

Įgyvendinimo forma	Vykdymo laikotarpis	Vykdymo kalba (-os)
Auditorinė, nuotolinė	Rudens semestras	Lietuvių

Reikalavimai studijuojančiajam	
Išankstiniai reikalavimai: Rinkodaros pagrindai Verslo vadyba	Gretutiniai reikalavimai (jei yra):

Dalyko (modulio) apimtis kreditais	Visas studento darbo krūvis	Kontaktinio darbo valandos	Savarankiško darbo valandos
5	130	26	104

Dalyko (modulio) tikslas: studijų programos ugdomos kompetencijos
Siekiami suteikti skaitmeninės rinkodaros žinių ir gebėjimų, kad studentai gebėtų savarankiškai planuoti ir kurti skaitmeninės rinkodaros strategijas, tinkamai planuoti ir pagrįsti pasirinktus internetinės komunikacijos būdus, materialinius resursus, media priemonių kanalus, ar vykdyti kitus rinkodaros veiksmus interneto erdvėje, atsižvelgiant į konkretaus verslo situaciją, galimybes bei įvairių kontekstą.

Dalyko (modulio) studijų siekiniai	Studijų metodai	Vertinimo metodai
Suvokti skaitmeninę rinkodarą kaip integralią verslo dalį, atskleisti skaitmeninės rinkodaros principus, savybes, metodus bei gebėti pritaikyti novatoriškas komunikacijos priemones.	Paskaitos, atvejų analizės ir diskusijos grupėse	Egzaminas, dalyvavimo seminaruose aktyvumo vertinimas
Gebėti planuoti, sukurti ir įgyvendinti skaitmeninės rinkodaros veiksmus, atsižvelgiant į bendrus verslo tikslus, ekonominį, socialinį, teisinį ir kultūrinį kontekstą.	Paskaitos, atvejo analizė, diskusijos grupėse	Grupinė užduotis, egzaminas
Gebėti pritaikyti teorines žinias, įgytas kurso metu, įgyvendinant socialinės žiniasklaidos strategiją.	Paskaitos, diskusijos, atvejo analizė	Grupinė užduotis

Temos	Kontaktinio darbo valandos	Savarankiškų studijų laikas ir užduotys
-------	----------------------------	---

	Paskaitos	Konsultacijos	Seminarai	Pratybos	Laboratoriniai darbai	Praktika	Visas kontaktinis darbas	Savarankiškas darbas	Užduotys
1. Skaitmeninės rinkodaros samprata ir priemonės.	2		2				4	14	Paskaitos, papildomos medžiagos studijavimas
2. El. verslo modeliai ir strateginiai skaitmeninės rinkodaros sprendimai	2		2				4	14	Paskaitos, papildomos medžiagos studijavimas
3. Skaitmeninės rinkodaros įrankiai	2		2				4	14	Paskaitos, grupinio darbo idėjos pristatymas
4. Strateginis planavimas ir rinkos tyrimai	2		2				4	14	Diskusijos ir atvejo analizė
5. Vartotojų elgsena ir segmentavimas skaitmeninėje erdvėje	1		1				2	12	Diskusijos, atvejo analizė, grupinė užduotis
6. Vartotojų pritraukimas, konversija ir išlaikymas	1		1				2	12	Paskaitos ir papildomos medžiagos studijavimas
7. Pagrindiniai skaitmeninės rinkodaros veiksmingumo rodikliai (KPI)	1		1				2	12	Diskusijos ir atvejo analizė
8. Skaitmeninės rinkodaros planavimas ir vykdymas	1		1				2	12	Grupinės užduoties pristatymas auditorijoje
Pasiruošimas galutiniam egzaminui		2					2		
Iš viso	12	2	12				26	104	

Vertinimo strategija	Svoris proc.	Atsiskaitymo laikas	Vertinimo kriterijai
Aktyvumo seminaruose vertinimas	20	Seminarų metu	Vertinimo kriterijai: 10 (puikiai) – dalyvavimas >90% seminarų, puikios žinios ir gebėjimai, atskleisti seminarų metu 9 (labia gerai) – 80-89% dalyvavimas seminaruose, stiprios žinios, gebėjimai 8 (gerai) – 70-79% seminarų dalyvavimas, geros žinios ir gebėjimai 7 (pakankamai gerai) – 60-69% dalyvavimas seminaruose, vidutiniškos žinios ir gebėjimai 6 (vidutiniškai patenkinamai) 50-59% dalyvavimas seminaruose, žemesnės nei vidutinės žinios bei gebėjimai 5 (patenkinamai) – 40-49% dalyvavimas, minimalios žinios ir gebėjimai 4, 3, 2, 1 (nepatenkinamai) – <40% seminarų lankomumas, gebėjimai ir žinios nesiekia minimalių reikalavimų
Grupinis darbas (skaitmeninės rinkodaros planas)	30	Semestro pabaigoje	Grupėse po 3-5 studentus rengiama skaitmeninės rinkodaros strategija pasirinktam novatoriškam produktui: Vertinimo kriterijai: 10 (puikiai) – puikios žinios ir gebėjimai, atskleisti seminarų metu 9 (labia gerai) – stiprios žinios, gebėjimai 8 (gerai) – geros žinios ir gebėjimai 7 (pakankamai gerai) – vidutiniškos žinios ir gebėjimai 6 (vidutiniškai patenkinamai) – žemesnės nei vidutinės žinios bei gebėjimai 5 (patenkinamai) – minimalios žinios ir gebėjimai 4, 3, 2, 1 (nepatenkinamai) – gebėjimai ir žinios nesiekia minimalių reikalavimų
Egzamino užduotis	50	Semestro pabaigoje	5 Atviro tipo klausimai (kiekvieno jų vertė – 6 balai) ir 10 uždaro tipo klausimai (kiekvieno jų vertė – 2 balai)

			Galutinis vertinimas sudaromas sudedant dalyvavimo seminaruose aktyvumo, grupinės užduoties, egzamino vertinimus 95-100 balų – 10 85-94 balų – 9 75-84 balų – 8 65-74 balų – 7 55-64 balų – 6 45-54 balų – 5 Mažiau nei 45 balai – 4, 3, 2, 1
--	--	--	--

Autorius	Leidimo metai	Pavadinimas	Periodinio leidinio Nr. ar leidinio tomas	Leidimo vieta ir leidykla ar internetinė nuoroda
Privaloma literatūra				
Chafey, D., Ellis-Chadwick, F.	2019	Digital marketing		Pearson
Kaufman, I., Horton, C.	2015	Digital marketing: integrating strategy and tactics with values: guidebook		Routledge: Taylor & Francis Group
Papildoma literatūra				
Visser, M., Sikkenga, B., Berry, M.	2018	Digital marketing fundamentals		Routledge: Taylor & Francis Group