

RTU studiju kurss "Mārketingu un digitālā transformācija"

22700 Uzņēmējdarbības inženierijas un vadības institūts

Vispārīgā informācija

Kods	IVZ861
Nosaukums	Mārketingu un digitālā transformācija
Studiju kursa statuss programmā	Obligātais/Obligātais izvēles
Studiju kursa līmenis	Augstākā līmeņa
Studiju kursa tips	Akadēmiskais
Tematiskā joma	Vadība un administrēšana
Atbildīgais mācībspēks	Deniss Šceulovs - Doktors, Asociētais profesors
Apjoms daļās un kredītpunktos	1 daļa, 4.0 kredītpunkti, 6.0 EKPS kredītpunkti
Studiju kursa īstenošanas valodas	LV, EN
Anotācija	Studiju kurss sniedz padziļinātu izpratni par digitālās transformācijas ietekmi uzņēmējdarbības vides, mārketinga un organizācijas komunikācijas efektīvu attīstību.
Mērķis un uzdevumi, izteikti kompetencēs un prasmēs	Studiju kursa mērķis ir sistematizēt un padziļināt studentu zināšanas par mārketinga un digitālās transformācijas ietekmi uz organizācijas darbību, veicināt iegūto zināšanu, prasmju un metodoloģisko spēju pielietošanu organizācijas attīstībā. Uzdevumi: <ul style="list-style-type: none"> • Attīstīt studentu izpratni par uzņēmējdarbības digitalizēšanas procesiem; • Attīstīt studentu prasmi analizēt mūsdienu mārketinga iespējas, komunikācijas ekosistēmas un noteikt to praktisko izmantošanu; • Attīstīt studentu prasmi ģenerēt, grupēt, atlasīt, izvērtēt un izmantot dažādas pieejas mārketinga un digitalizācijas jomā; • Attīstīt teorētiskās un praktiskās zināšanas par mārketinga strukturizētu plānošanu, mērķauditorijas segmentāciju, komunikācijas un mārketinga tehnoloģiju vadīšanas metodēm un to izmantošanas iespējām; • Veicināt lietišķo prasmju attīstību, tajā skaitā prasmi argumentēti prezentēt individuālas idejas, sadarboties komandā.
Patstāvīgais darbs, tā organizācija un uzdevumi	Patstāvīgie darbi ietver individuālu stratēģiskā mārketinga plāna izstrādi un situācijas uzdevumu risināšanu praktiskajās nodarbībās.
Literatūra	
Nepieciešamās priekšzināšanas	Atbilstoši studiju līmenim.

Tematu izklāsts

Tēma	Stundu skaits
Ievads, jēdzieni	4
Digitālā transformācija, tās ietekme uz uzņēmējdarbības modeļiem	8
Digitālais mārketingu. Digitālo mediju veidi, lomas un mārketinga tehnoloģiju iespējas	12
Digitālās biznesa izlūksistēmas un lielo datu analīzes metodes	8
Mērķa tirgus un pozicionēšana. Zīmola vērtība, zīmolu arhetipi un to loma produkta, pakalpojuma attīstībā un komunikācijā	10
Komunikācijas kanālu veidi un lomas. Komunikācijas kanālu efektivitātes kritēriju noteikšana un novērtēšana	10
Mūsdienu stratēģiskais mārketingu; integrētais mārketingu un komunikācija. Mūsdienu tirgus analīzes metodes digitālā vidē	12

Sasniedzamie studiju rezultāti un to vērtēšana

Sasniedzamie studiju rezultāti	Rezultātu vērtēšanas metodes
Spēj novērtēt digitālās transformācijas ietekmi uz uzņēmējdarbības modeļiem.	Situācijas uzdevumu risināšana. Individuālie vai grupas darbi.
Spēj noteikt un analizēt dažādas digitālā mārketinga pieejas un plānot digitālos medijus noteiktos uzņēmējdarbības veidos un modeļos.	Praktiskie darbi nodarbībās. Individuālie vai grupas darbi.
Izprot un prot pielietot digitālās biznesa izlūksistēmas un lielo datu analīzes metodes.	Praktiskie darbi nodarbībās. Individuālie vai grupas darbi.
Spēj noteikt un interpretēt rādītājus digitālā mārketinga efektivitātes mērīšanai. Spēj noteikt pielietojamus instrumentus mērķa tirgu noteikšanai un analīzei, praktiskas un pielietojamas zināšanas par dažādiem komunikācijas rīkiem attiecību veidošanā ar tiem.	Praktiskais darbs nodarbībās. Tests ar teorētiskajiem un praktiskajiem uzdevumiem. Lai veiksmīgi nokārtotu testu, ir jāatbild pareizi uz vismaz 70% jautājumu.
Izprot stratēģiskā mārketinga, integrētā mārketinga un komunikācijas procesus un prot tos praktiski realizēt.	Individuālie vai grupas darbi. Iegūto rezultātu prezentēšana nodarbībās.
Spēj prezentēt izstrādnes, izskaidrot tās.	Individuālie vai grupas uzdevumi. Iegūto rezultātu prezentēšana nodarbībās.

kursa struktūra

Daļa	KP	Stundas nedēļā			Pārbaudījumi		
		Lekcijas	Prakt d.	Laborat	Ieskaite	Eksām.	Darbs
1.	4.0	2.0	2.0	0.0		*	