



KAUNO TECHNOLOGIJOS UNIVERSITETAS

STUDIJŲ MODULIO PROGRAMA (SMP)

Modulio kodas	S	191	M	133	Atestuotas iki	2020	09	01	Atnaujinimo data		
	Mokslų šaka	Progr.	Registr. Nr.								

Pavadinimas

Skaitmeninis marketingas

Būtinasis pasirengimas modulio studijoms

Marketingas

Pagrindinis tikslas

Įsisavinti teorines technologijų poveikio marketingo veiklai žinias ir įgyti gebėjimus taikyti technologijomis pagrįstus marketingo sprendimus įmonių veikloje.

Siekiami modulio studijų rezultatai

Eil.nr.	Rezultatai	Studijų metodai	Studento pasiekimų vertinimo metodai
1	Suvokia marketingo koncepciją bei technologijų poveikį jai ir geba identifikuoti skaitmeninio marketingo ypatumus virtualioje erdvėje	Darbas grupėse, Diskusija, Paskaita	Ataskaita, Egzaminas raštu, Žodinis iliustruotas pranešimas
2	Moka apibūdinti skaitmeninio marketingo priemones bei jų panaudojimo galimybes	Atvejo analizė (atvejo studijos), Darbas grupėse, Diskusija, Paskaita	Ataskaita, Egzaminas raštu, Žodinis iliustruotas pranešimas
3	Geba planuoti skaitmeninio marketingo veiklą	Darbas grupėse, Diskusija, Paskaita	Ataskaita, Egzaminas raštu, Žodinis iliustruotas pranešimas
4	Geba įvertinti informacinių ryšio technologijų poveikį marketingo elementams prekei, kainai, paskirstymui, komunikavimui (reklamai, pardavimų skatinimui, ryšiams su visuomene, tiesioginiam marketingui)	Darbas grupėse, Diskusija, Paskaita	Ataskaita, Egzaminas raštu
5	Geba vertinti skaitmeninio marketingo aplinką	Darbas grupėse, Diskusija, Paskaita	Egzaminas raštu, Žodinis iliustruotas pranešimas
6	Demonstruoja komunikacinius įgūdžius pateikiant ir argumentuojant skaitmeninio marketingo sprendimus	Darbas grupėse, Diskusija, Paskaita	Ataskaita, Egzaminas raštu, Žodinis iliustruotas pranešimas
7	Išmano ir geba taikyti programinius sprendimus įmonių marketingo veikloje skaitmeninėje erdvėje	Darbas grupėse, Diskusija, Paskaita	Ataskaita, Žodinis iliustruotas pranešimas

Anotacija

Įsisavinamos žinios apie informacinių ryšio technologijų panaudojimo įmonių marketingo veikloje galimybes, priemones ir metodus. Susipažįstama su socialinės tinklaveikos koncepcija, jos poveikiu vartotojų elgsenai bei vartotojų įtraukimo aspektais. Išmokstama parinkti programinės įrangos taikomos skaitmeninio marketingo veikloje sprendimus. Įgyjami gebėjimai planuoti skaitmeninio marketingo veiklas bei atlikti jų auditą.

Modulio paskirtis

Universitetinių studijų lygmuo		Dalykų grupė	Dalyko lygis
Pakopa	Laipsnis		
Antroji	Magistro	Studijų krypties gilinimosi	

Studijų sritis arba kryptis pagal studijų finansavimo metodiką

1. Humanitarinių mokslų studijų srities studijų kryptys (išskyrus filologiją), socialinių mokslų srities studijų kryptys (išskyrus psichologiją, švietimą ir ugdymą, visuomenės saugumą)

Dalys (skyriai) ir temos

Eil. Nr.	Pavadinimai
1.	Skaitmeninio marketingo samprata ir besikeičianti marketingo aplinka
1.1	Skaitmeninio marketingo koncepcija ir ypatumai
1.2	Skaitmeninio marketingo aplinkos analizė
1.3	Skaitmeninio marketingo strategijos formavimas
2.	Skaitmeninio marketingo taktiniai sprendimai
2.1	Informacinių ryšio technologijų poveikis marketingo kompleksui
2.2	Skaitmeninio marketingo priemonės
2.3	Skaitmeninio marketingo kampanijų planavimas
2.4	Skaitmeninio marketingo veiklos vertinimas

Žinių ir gebėjimų įvertinimo tvarka:

Taikoma dešimtbalė kriterinė skalė ir kaupiamoji vertinimo schema. Semestro savarankiško darbo užduotys vertinamos pažymiu, egzaminų sesijos metu nustatomas galutinis pažymys, atskirus pažymius padauginant iš svertinio koeficiento ir sandaugas susumuojant.

Pagrindinė literatūra

Eil.Nr.	Pavadinimas	Leidinio KTU bibliotekoje		Ar yra KTU knygyne	Egz. sk. fak. metod. kab.
		šifras	egz. sk.		
1.	Understanding digital marketing : marketing strategies for engaging the digital generation / Damian Ryan. 3rd ed. London : Kogan Page, 2014. xx, 409 p. : iliustr. ISBN 9780749471026	D212418		Ne	
2.	Digital Marketing: Strategy, Implementation & Practice / D. Chaffey, Fiona Ellis Chadwick, Kevin Johnston, Richard Mayer. Prentice Hall, 2015	E32482		Ne	
3.	Mobile marketing : how mobile technology is revolutionizing marketing, communications, and advertising / Daniel Rowles. London : Kogan Page, 2014. xii, 266 p. ISBN 9780749469382	D211447		Ne	

Papildoma literatūra

Eil.Nr.	Pavadinimas
1.	E-Marketing (7th Edition). J.Strauss, R. Frost. Pearson, ISBN-13: 978-0132953443. 2013
2.	Internet Marketing: Integrating Online and Offline Strategies. M. L. Roberts, D. Zahay. Cengage Learning, ISBN-13: 978-1133625902, 2012.
3.	How Companies Succeed in Social Business. S.Santos. ISBN 9780134036489. Pearson, 2015.
4.	Digital Marketing. Integrating Strategy and Tactics with Values, A Guidebook for Executives, Managers, and Students. I.Kaufman, C.Horton. Routledge, 2015.
5.	Digital Marketing A Practical Approach. 2nd Edition. A.Charlesworth. Routledge, 2014.
6.	Mobile influence : the new power of the consumer / Chuck Martin. Basingstoke : Palgrave Macmillan, 2013. x, 246 p. ISBN 9781137278500
7.	Passport GMID duomenų bazė [interaktyvus], adresu http://www.portal.euromonitor.com/
8.	Įvairios mokslinių šaltinių duomenų bazės internete (Emerald, Ebsco, ScienceDirect, IGI Global, kt.)

Užsiėmimams reikalingos auditorijos (patalpos), techninė bazė ir programinė įranga

Užsiėmimo tipas	Auditorijos (patalpos) tipas	Nominalus vietų skaičius auditorijoje	Būtina įranga/pastabos
Teorija	(Klasikinė) auditorija	40	Multimedia, kompiuteris, internetas.
Praktika	Kompiuterių klasė	20	Multimedia, kompiuteris, internetas.
Savarankiškas darbas	Kompiuterių klasė	20	

