

Marketingo ir IKT ateities kompetencijų gairės (FuselT)



IO2 A2: Detali mokymosi programa

Projekto trukmė: 2019 m. spalio – 2021 m. gruodis

Projekto Nr.: 2019-1-LT01-KA203-060730



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Šis projektas finansuojamas remiant Europos Komisijai.

Šis leidinys [pranešimas] atspindi tik autoriaus požiūrį, todėl Komisija negali būti laikoma atsakinga už bet kokį jame pateikiamos informacijos naudojimą.



Dokumento tikrinimas			
Peržiūra #	Peržiūros data	Aprašymas	Vardas ir pavardė
1	2020-06-15	Šablonas	Elinga Žiluvienė
2	2020-06-23	Atnaujinta ataskaitos forma	Renata Daniėlienė, Giedrius Romeika
3	2020-07-23	Lokalizavimas	Darius Karaša
4	2020-12-22	Korekcijos	Giedrius Romeika, Renata Daniėlienė, Indrė Ščiukauskė, Darius Karaša
5	2020-12-23	Galutinės ataskaitos parengimas	Renata Daniėlienė



TURINYS

1. ĮŽANGA	4
2. TIKSLAS	5
3. MIŠRAUS MOKYMOSI KURSO STRUKTŪRA	5
4. VERTINIMO METODAI	5
5. ŠIOS KURSŲ DALIES TIKSLAS: UGDOMOS PROGRAMOJE NUMATYTOS KOMPETENCIJOS.....	6
6. KURSO DALYVIAI	7
7. SĄLYGOS IR REIKALAVIMAI KURSO DALYVIAMS	7
8. SIEKIAMI KURSO REZULTATAI	7
9. MOKYMOSI KURSO TVARKARAŠTIS	7
10. SANTRAUKA.....	26



1. ĮŽANGA

„Europos Sąjunga turi užtikrinti, kad Europos darbo jėgos - ypač jos IKT praktikų - žinios, įgūdžiai, kompetencija ir kūrybiškumas atitiktų aukščiausius pasaulinius profesinius standartus ir būtų nuolat atnaujinami veiksmingo mokymosi visą gyvenimą procese.“ - Michel Catinat, Skyriaus vadovas, IKT konkurencingumui ir pramonės inovacijoms, Įmonių ir pramonės generalinis direktoratas, Europos Komisija, 2015 m.

Atsižvelgiant į tai, kad didelis informacijos ir komunikacijos technologijų (IKT) specialistų trūkumas Europos Sąjungoje (ES) sukuria kliūtis ekonomikos augimui, o ES piliečiai neturi tinkamų pagrindinių skaitmeninių įgūdžių, Europos Komisija (EK) vykdo iniciatyvas skaitmeninio raštingumo ugdymui, tokias kaip *naujų įgūdžių darbotvarkė, skaitmeninių įgūdžių ir užimtumo koalicija, sąmoningumo ugdymo kampanijos* ir kt. Šių iniciatyvų tikslas yra pritraukti ir išlaikyti skaitmeninių veiklų talentus, skatinti modernizuoti švietimą ir mokymą taip kad visiems studentams ir mokytojams būtų suteikta galimybė naudotis skaitmeninėmis priemonėmis ir medžiaga, vystyti ir tobulinti jų skaitmeninius įgūdžius, didinti supratimą apie skaitmeninių įgūdžių svarbą įsidarbinimo galimybėms, konkurencingumui ir kt. Europos įgūdžių darbotvarkėje teigiama jog „formalusis švietimas ir mokymas turėtų suteikti visiems tokį (platų) įgūdžių spektrą, kuris atvertų duris asmeniniam vystymuisi ir tobulėjimui, socialinei įtraukčiai, aktyviam pilietiškumui ir užimtumui. Šis įgūdžių spektras apima raštingumą, skaičiavimą, mokslą ir užsienio kalbas, o taip pat *perkeliamuosius gebėjimus* (angl. *transversal skills*) ir pagrindinius gebėjimus, tokius kaip skaitmeninės kompetencijos, verslumas, kritinis mąstymas, problemų sprendimas ar mokymasis mokytis, finansinis raštingumas.“

Marketingo (rinkodaros) prigimtis yra sunkiai apibrėžiama ir negali būti grindžiama tik vienos bazinės mokslo srities ar krypties žiniomis. Marketingo taikymo pobūdis leidžia studentams įgyti rinkodaros veikloms reikalingų įgūdžių kitų dalykų studijų kontekste, pavyzdžiui, vartotojų elgsenoje, mikroekonomikoje, tekstų kūrime, didžiųjų duomenų analizėje, internetinių svetainių kūrime ir kt. Įgūdžių, įgytų studijuojant marketingą, universalumas lemia platų profesinės karjeros pasirinkimo spektrą: tiek darbą daugelyje skirtingo verslo ir veiklos sričių, tiek įvairiapusį karjeros planavimo pasirinkimų ratą. Įgyti rinkodaros (marketingo) įgūdžiai sudaro tvirtas prielaidas profesiniam ilgaamžiškumui ir tvariam tobulėjimui, o tai suteikia galimybes sukaupti neįkainojamą praktinę patirtį ir palengvina asmeninio mokymosi visą gyvenimą veiklas. Atsižvelgiant į tai, kad marketingo sritis į aukštąsias mokyklas pritraukia daugiausiai užsienio studentų (šis skaičius yra daugiau nei dvigubai didesnis nei inžinerijos ir technologijos, aukščiausia dalykų grupė pagal „Complete University Guide Ltd.“ 2007–17), ji galėtų būti tinkama platforma IKT studijų patrauklumui didinti.

„Fuse IT“ (Marketingo ir IKT ateities kompetencijų gairės) projektas skirtas švietimo ir darbo rinkos profesinių įgūdžių ir žinių reikalavimų studentams ir absolventams (įskaitant mokymosi visą gyvenimą veiklą) suderinimui. Projekto metu bus analizuojama, kuriama, vystoma ir diegiama naujausia mokymo programa, e-mokymosi medžiaga, mišri mokymosi aplinka, IKT žinių ir įgūdžių įsivertinimas bei žinių vertinimo sistemos. Pagrindiniai intelektiniai rezultatai yra susiję su marketingo (rinkodaros) veikla, jos ateities kompetencijomis ir apims:

- aukštojo mokslo gairių ir studijų analizę;
- mokymo programos (angl. *curriculum*) sukūrimą ir lokalizavimą;
- e. mokymosi medžiagos sukūrimą;
- mokymosi-simuliacijos sistemos sukūrimą;
- savęs-įvertinimo ir žinių įvertinimo sistemos sukūrimą;
- metodinių gairių sukūrimą.

Išskiriamos dvi projekto tikslines grupes. Pagrindinę tikslinę grupę sudaro:

- Projekte dalyvaujančių aukštųjų mokyklų studentai;
- Akademinė-pedagoginė bendruomenė (dėstytojai, universitetų darbuotojai, suaugusiųjų mokymo centrai ir kt.)
- Verslo sektorius.

Ši tikslinė grupė dalyvaudama žinių vertinime ir mokymuose, kurie pagerins jų žinias ir kompetencijas darbo rinkoje. Dėstytojai ir universiteto darbuotojai yra atsakingi už įgūdžių tobulinimą ir kvalifikacijos kėlimą.

Papildoma tikslinė grupė yra universitetai, kurie galėtų naudotis projekto rezultatais ir įgyvendinti atnaujintą marketingo srities studijų programą ir / arba IKT studijose įsidedgti atskiras marketingo disciplinai skirtas mokymosi medžiagos dalis. Projekto rezultatų įgyvendinimo bei įdiegimo instrukcijos bei rekomendacijos bus pateiktos (aprašytos), šalia kitos naudingos informacijos, marketingo modulio įgyvendinimo metodinėse gairėse.



2. TIKSLAS

Šis dokumentas galėtų būti naudojamas lektoriams, pvz.: trumpam mišriojo mokymosi kurso vadovui. Tolesniuose puslapiuose pateikiama informacija apie mokymosi internetu kursą ir jo struktūrą. Lektoriai gali sužinoti daugiau mokymosi programos idėją bei ko šioje mokymo programoje tikimasi iš pačio lektoriaus. Kursas grindžiamas idėja, kad lektorius vadovauja dalyvių savarankiško mokymosi procesui ir palaiko grupės darbą. Jei ši metodika neapima kai kurių tematikų ar aktualių sričių, lektoriai kviečiami bet kuriuo metu susisiekti su kurso koordinatoriumi savo šalyje.

3. MIŠRAUS MOKYMOSI KURSO STRUKTŪRA

Šis kursas vyksta pagal mišraus mokymosi koncepciją, apimančią internetinius ir tiesioginius mokymosi metodus. Kurso dalyviai sužinos apie rinkodaros principų įgyvendinimą pasitelkiant IKT, informacijos paieškos sistemų ir socialinės žiniasklaidos platformų techninius aspektus, o taip pat vadybinius skaitmeninės rinkodaros aspektus, tokius kaip žiniasklaidos planavimas, el. pašto rinkodara ir kt.

Tiesioginis (auditorinis arba internetinis) susitikimas kurso pradžioje skatina pasitikėjimą ir dalyvių motyvaciją, sudarant sąlygas pažinti tiek vieniems kitus, tiek lektorių, padeda susipažinti su kurso tema. Po šios įžangos pradedamas vykdyti mokymo kursas.

Mišraus mokymosi kurso metu rekomenduojama naudoti tokius mokymo ir mokymosi metodus:

- Paskaitas
- Praktines užduotis,
- Aktyvaus mokymosi metodus
- Mokymąsi internetu (individualus darbas).

Rekomenduojama kurso trukmė – iki 16 savaičių.

Patartina, kad dalyviai mokymuose praleistų iki 4 valandų per savaitę, kad susipažintų su medžiaga ir išsamiai atliktų įsivertinimo testus.

4. VERTINIMO METODAI

- Įsivertinimo testai
- Scenarijų užduotys
- Finalinis (kurso) testas



Vertinimo strategija	Lyginamasis procentas	Patikrinimo/egzamino data	Vertinimo kriterijai
Įsivertinimo testai (SE)	30 %	Laikas, kurį skiria dėstytojas gyvų užsiėmimų ar mokymosi internetu metu	Ne mažiau kaip 50% teisingų atsakymų
Scenarijų užduotys (ST)	30 %	Laikas, kurį skiria dėstytojas gyvų užsiėmimų ar mokymosi internetu metu	Ne mažiau kaip 50% teisingų atsakymų
Finalinis (kurso) testas (FE)	40%	Egzamino metu	Užduočių atlikimo laiko ir kokybės įvertinimas (kiekvieną jų vertinama balais nuo 0 iki 10).

Galutinis pažymys apskaičiuojamas: $0,30*SE+0,30*ST+0,40*FE$

Egzamino pažymys turi būti ne mažesnis kaip 5 balai.

Visos vertinimo dalys vertinamos pagal 1–10 balų skalę.

10-9: Puiku ir labai gerai. Vertinimo lygis. 90–100 % teisingų atsakymų.

8-7: Geros žinios ir gebėjimai, gali būti keletas klaidų. Sintezės lygis. 70–89 % teisingų atsakymų.

6-5: Vidutinės žinios ir gebėjimai, yra klaidų. Analizės lygis. 50–69 % teisingų atsakymų.

4-3: Žinios ir gebėjimai žemiau vidurkio, yra reikšmingų klaidų. Žinių taikomosios programos lygis. 20–49 % teisingų atsakymų.

2-1: Žemiau minimalių reikalavimų. 0–19 % teisingų atsakymų.

5. ŠIOS KURSŲ DALIES TIKSLAS: UGDOMOS PROGRAMOJE NUMATYTOS KOMPETENCIJOS

Ugdyti gebėjimą suprasti efektyvios šiuolaikinės skaitmeninės rinkodaros strategijos principus, taip užtikrinant studentų konkurencingumą darbo rinkoje ir bendrą susijusių regiono įmonių klestėjimą, kurį gali užtikrinti patyręs personalas – kurso dalyviai.

Šiam tikslui pasiekti studentai turi įgyti žinių: teorinius pagrindus, pavyzdžiui, rinkodaros ir rinkos tyrimų pagrindus, papildytus žiniomis apie svarbiausius sėkmingo valdymo metodus, susijusius su klientų įtraukimu, strateginiu kūrybiškumu, sprendimų priėmimu ir verslo analitika. Studentai taip pat turi būti supažindinti su klientų patirties valdymo metodais, žiniatinklio patirties valdymo metodais, o tam reikalingas ir supratimas apie mąstymo modeliavimą (angl. *design thinking*).

Suteikti supratimą apie reikalingus praktinius įgūdžius ir pakankamą kompetenciją darbui su atitinkamomis skaitmeninės rinkodaros priemonėmis, siekiant užtikrinti šiuolaikinės skaitmeninės rinkodaros kompleksškumą ir strategijų funkcionalumą. Studentai turi įgyti bazines žinias apie segmentavimo ir taikymo (angl. *targeting*) strategijas, taip pat sužinoti kaip taikyti SEO analizę ir interpretuoti rezultatus ilgalaikiam diversifikavimui naudojant CRM programinę įrangą. Studentai taip pat turi įgyti pakankamą kompetenciją taikyti šiuolaikines rinkodaros strategijas, tokias kaip skaitmeninis pozicionavimas, video rinkodara, socialinė žiniasklaida, mobilioji ir el. pašto rinkodara. Apklausoje dalyvavusi auditorija nurodė, kad „Excel“ yra vienas iš pagrindinių reikalingų kompetencijos įgūdžių, todėl „Excel“ įgūdžiai taip pat yra įtraukti į būtinų įgūdžių sąrašą.



6. KURSO DALYVIAI

Šis modulis skirtas verslininkams, savarankiškai dirbantiems, verslo savininkams, skirtingų lygių vadovams, rinkodaros specialistams, įvairių sričių studentams ir kitiems žmonėms, norintiems pereiti į naują profesiją, keisti karjerą ar tiesiog įgyti naujų žinių ir įgūdžių.

7. SĄLYGOS IR REIKALAVIMAI KURSO DALYVIAMS

Kadangi kursas yra skirtas IRT sričiai, reikalinga, kad kurso dalyviai turėtų bazines skaitmeninio raštingumo kompetencijas, tokias kaip kompiuterių ir interneto pagrindai.

Būtinės sąlygos: kursų dalyvis turėtų būti ne žemesnio kaip vidutinio lygio (pagal DigComp 2.1¹ skaitmeninės kompetencijos sandarą piliečiams) bendrosios skaitmeninės kompetencijos, kurias vartotojai, kaip technologijų naudotojai, turės įgyti kaip prielaidą veikti skaitmeninėje aplinkoje, yra aprašytos DigComp² (Vuorikari ir kt., 2016).

Pagrindinės sąlygos: pagrindinės ir taikomosios informatikos inžinerijos žinios, informacinių sistemų struktūrizavimo ir priežiūros žinios, kurios kursų dalyviams palengvintų tinkamą dalyko įsisavinimą siekiant kurso tikslų (mokymosi rezultatų).

8. SIEKIAMI KURSO REZULTATAI

Dalyvaudami mišriame mokymo kurse, dalyviai įgis žinių apie skaitmeninę rinkodarą ir taps marketingo technologijų specialistais. Po šio kurso dalyvis:

- Supras, kaip sukurti, palaikyti ir valdyti vartotojų patirties komandas (angl. *Customer experience teams*); kas yra socialinės žiniasklaidos rinkodara ir kaip ją efektyviai naudoti; kaip veikia paieškos sistemų rinkodara ir kaip optimizuoti paieškos sistemas; kaip pažinti klientų tipus ir kaip nustatyti jų poreikius bei užmegzti tvirtą bendravimą su jais; kaip ugdyti ir panaudoti strateginį kūrybiškumą.
- Įgis įgūdžių skaitmeninės analizės ir skaitmeninės strategijos kūrimo, elektroninio pašto ir mobiliosios rinkodaros, socialinės žiniasklaidos rinkodaros, darbo su paieškos sistemomis, įvairių programų, reikalingų rinkodaros skaitmeninimui, srityse.
- Mokės naudoti visas įmanomas „Excel“ funkcijas skaitmeninei rinkodarai, CRM (ryšių su vartotojais) sistemas, interneto išteklius ir programas.
- Gebės nustatyti klientų poreikius ir priemones, kurie labiausiai tenkins poreikius, naudoti klientų įsitraukimą nustatant ir stiprinant jų lojalumą, sukurti palaikymą ir kampanijas, kurios patenkintų klientus.

9. MOKYMO SI KURSO TVARKARAŠTIS

Mokymus rekomenduojama organizuoti taikant mišraus mokymosi metodą: asmeninį mokymą derinant su mokymu internetu su nuotolinėmis lektorių konsultacijomis, taip pat savęs vertinimo testais, scenarijų užduotimis, projektais ir atvejų analizėmis.

¹ [https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/bitstream/JRC106281/web-digcomp2.1pdf_\(online\).pdf](https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/bitstream/JRC106281/web-digcomp2.1pdf_(online).pdf)

² Vuorikari, R., Punie, Y., Carretero, S., & Brande, L. V. den. (2016). DigComp 2.0: The Digital Competence Framework for Citizens. Update Phase 1. Luxembourg: Publications Office, European Commission. Retrieved from <http://dx.publications.europa.eu/10.2791/11517>



Kurso turinys: temų suskirstymas	Kontaktinės valandos						Individualaus darbo valandos ir užduotys	Rezultatas	Papildoma medžiaga Pagrindinio (bazinio) kurso medžiaga pateikiama anglų kalba (EN) Lokaluoto (pritaikyto vietiniams poreikiams) kurso medžiaga pateikiama lokalizacijos kalba (LT; LV; PT; RO)
	Paskaitos	Praktika	Visas kontaktinis darbas	Nuotolinis mokymasis internetu	Iš viso	ECTS	Užduotys: [(si)vertinimo testai Scenarijų užduotys Finalinis (kurso) testas		
Marketingo pagrindai: Marketingo apibrėžimas, sąvokos Marketingo aplinka Vartotojų rinkos ir vartotojų elgesys, rinkos analizė Segmentavimas ir pozicionavimas rinkoje Produktai, paslaugos, prekės ženklas Kainodaros politika Rėmimas ir paskirstymas Integruotas internetinio marketingo komunikacijų kompleksas	12		12		12	0,1	[(si)vertinimo testai Scenarijų užduotys	Ugdomos kompetencijos: Vartotojų pažinimas ir jų poreikių išsiaiškinimas Komunikacijos įgūdžių stiprinimas Taikymo veiklos sritys: Organizacijos rinkodara	Skaitiniai: 25 Basic Marketing Strategies for Beginners: https://smallbiztrends.com/2017/07/basic-marketing-strategies.html Video: Ph. Kotler: examples of exemplary marketing: https://youtu.be/sR-qL7QdVZQ
Įvadas į marketingo (rinkos) tyrimus: Marketingo tyrimų vieta ir vaidmuo įmonių veikloje, jų valdyme. Marketingo tyrimų sritys. Marketingo tyrimų sistema	2	1	3		3	0,1	[(si)vertinimo testai Scenarijų užduotys	Ugdomos kompetencijos: Vartotojų pažinimas ir jų poreikių išsiaiškinimas	Skaitiniai: MRA Code of Marketing Research Standards: https://www.insightsassociation.org/issues-policies/mra-code-marketing-research-standards



<p>Vartotojų ir verslo segmentų tyrimai</p> <p>Paslaugų tyrimai</p> <p>Globalūs ir tarptautiniai marketingo tyrimai</p> <p>Marketingo tyrimų etika</p>								<p>Komunikacijos įgūdžių stiprinimas</p> <p>Klientų lojalumo, išlaikymo ir pasitenkinimo kampanijų kūrimas ir taikymas</p> <p>Klientų įtraukimas</p> <p>Taikymo veiklos sritys:</p> <p>Organizacijos rinkodara</p>	<p>Marketing Information System: Introduction, Importance, Components and Advantages: https://www.economicdiscussion.net/marketing-2/marketing-information-system-introduction-importance-components-and-advantages/31600</p> <p>Video:</p> <p>marketing research for beginners, understanding marketing research fundamentals: https://youtu.be/apm0wH9HU0Y</p>
<p>Vartotojų lojalumas, pasitenkinimas ir įtraukimas:</p> <p>Vartotojų pasitenkinimo tyrimas - planavimas, vykdymas, analizė</p> <p>Vartotojų profiliavimas ir segmentavimas</p> <p>Vartotojų lojalumo ir pasitenkinimo vertinimas bei gerinimas</p> <p>Vartotojo vertės pasiūlymai</p> <p>Ryšių su vartotojais kūrimas</p> <p>Taikomosios programos (aplikacijos), skirtos santykių su vartotojais palaikymui</p>	2	1	3		3	0,1	<p>[(si)vertinimo testai</p> <p>Scenarijų užduotys</p>	<p>Ugdomos kompetencijos:</p> <p>Vartotojų pažinimas ir jų poreikių išsiaiškinimas</p> <p>Komunikacijos įgūdžių stiprinimas</p> <p>Klientų lojalumo, išlaikymo ir pasitenkinimo kampanijų kūrimas ir taikymas</p> <p>Klientų įtraukimas</p> <p>Taikymo veiklos sritys:</p> <p>Organizacijos rinkodara</p>	<p>Skaitiniai:</p> <p>4 steps to customer survey design – everything you need to know: https://getthematic.com/insights/customer-survey-design/</p> <p>Video:</p> <p>market segmentation definition, basics and and best practices: https://youtu.be/Hk7BmnlVgvM</p>
<p>Strateginis kūrybiškumas:</p> <p>Kūrybiškumo praktikoje</p> <p>Verslo vizualizavimas</p> <p>(angl. <i>Business Visualization</i>)</p>	2	1	3		3	0,1	<p>[(si)vertinimo testai</p> <p>Scenarijų užduotys</p>	<p>Ugdomos kompetencijos:</p> <p>Strateginis kūrybiškumas</p> <p>Taikymo veiklos sritys:</p>	<p>Video:</p> <p>Action-Driven Business Plan: https://www.youtube.com/watch?v=yuwyH2ra-no</p> <p>It's all About the Ecosystem:</p>



<p>Strategija, vykdymas, pasipriešinimas (angl. <i>Strategy, Action & Resistance</i>)</p> <p>Ekosistema, komandinė veikla, lakoniškumas (paprastumas) (angl. <i>Ecosystem, Team & Simplicity</i>)</p> <p>Veiksmais grindžiamas veiklos planavimas (angl. <i>Action-Driven Business Plan</i>)</p> <p>Startuolio principai (angl. <i>Startup Mechanics</i>)</p> <p>Naujų rinkų identifikavimas ir plėtra</p>								<p>Organizacijos rinkodara</p>	<p>https://www.coursera.org/lecture/startup-entrepreneurship-innovation-career-lessons/its-all-about-the-ecosystem-video-1-Zk7k3</p>
<p>Vartotojų patirties valdymas:</p> <p>Įvadas:</p> <ul style="list-style-type: none"> -vartotojų patirties valdymo kompleksas (4C) -sąlyčio taškai (angl. <i>Touch points</i>) -klientų atsekamumo (angl. <i>Customer journey</i>) proceso kūrimas <p>Veiklos įvertinimas (matavimas):</p> <ul style="list-style-type: none"> -klientų lojalumo lygis (NPS) (angl. <i>Net Promoter Score</i>) -svarbiausių faktorių analizė (KDS) (angl. <i>Key Driver Analysis</i>) -Apostle klientų lojalumo modelis (angl. <i>Apostle Model of Customer Loyalty</i>) -personalo pasitenkinimas 	2	1	3		3	0,1	<p>[(si)vertinimo testai Scenarijų užduotys</p>	<p>Ugdomos kompetencijos:</p> <p>Vartotojų pažinimas ir jų poreikių išsiaiškinimas</p> <p>Komunikacijos įgūdžių stiprinimas</p> <p>Klientų lojalumo, išlaikymo ir pasitenkinimo kampanijų kūrimas ir taikymas</p> <p>Klientų įtraukimas</p> <p>Skaitmeninės strategijos kūrimas, pozicionavimas ir optimizavimas</p> <p>Įgūdžiai:</p> <p>Vartotojų patirties (angl. <i>Customer experience</i>)</p>	<p>Skaitiniai:</p> <p>8 Ways to Optimize For Customer Experience: https://customerthink.com/8-ways-to-optimize-for-customer-experience/</p> <p>A Practical Guide to Customer Experience Measurement: https://www.ameyo.com/blog/customer-experience-measurement-a-practical-guide-to-measuring-cx</p> <p>Net Promoter Score: https://www.medallia.com/net-promoter-score/</p> <p>A Guide to Implementing Effective Education-Based Marketing: https://uhurunetwork.com/education-based-marketing/</p>



<p>Tobulinimas:</p> <ul style="list-style-type: none"> -vartotojo atitikimo modelis (angl. <i>Customer relevancy model</i>) -kulminacinė patirtis (angl. <i>Peak-end rule</i>) -paskatinimo už vartojimą stiprinimas (angl. <i>Variable reinforcement</i>) -informacinis rautas (angl. <i>Flow</i>) -Internetinis puslapis, el. paštas, socialinė žiniasklaida Tiesioginiai pardavimai (angl. <i>Internal sales</i>): tiesioginiai pardavimai ir vartotojų švietimas 									<p><i>teams</i>) komandų kūrimas ir valdymas</p> <p>Socialinių medijų rinkodara</p> <p>Skaitmeninė analitika</p> <p>El. pašto rinkodara</p> <p>Taikymo veiklos sritys:</p> <p>Organizacijos rinkodara</p> <p>Skaitmeninė rinkodara</p>	
<p>Skaitmenis marketingas:</p> <p>Įvadas į skaitmeninį marketingą ir jo raida.</p> <p>Prekės ženklo vertinimas ir reklamos tikslų nustatymas. Skaitmeninio marketingo strategija.</p> <p>Internetinės svetainės rėmimo kanalai (organinė paieška, kontekstinė reklama, rinkodara el. paštu, socialiniai tinklai, partnerystės marketingas (angl. <i>Affiliate marketing</i>)).</p> <p>Konvertuojamų pasiūlymų organizavimo ir struktūrizavimo</p>	16	8	24		24	0.8	<p>[(si)vertinimo testai</p> <p>Scenarijų užduotys</p>	<p>Ugdomos kompetencijos:</p> <p>Vartotojų pažinimas ir jų poreikių išsiaiškinimas</p> <p>Komunikacijos įgūdžių stiprinimas</p> <p>Klientų lojalumo, išlaikymo ir pasitenkinimo kampanijų kūrimas ir taikymas</p> <p>Klientų įtraukimas</p> <p>Skaitmeninės strategijos kūrimas, pozicionavimas ir optimizavimas</p>	<p>Skaitiniai:</p> <p>What is Digital Marketing? https://en.wikipedia.org/wiki/Digital_marking</p> <p>Video:</p> <p>Digital Marketing for Beginners: 7 Strategies That Work: https://youtu.be/wZZnxXyES80</p> <p>The 5 Best Website Builders In 2021: https://www.youtube.com/watch?v=M-QxIUVINHs https://skillshop.withgoogle.com/</p>	



<p>principiai ir praktika. Svetainės turinio plano kūrimas.</p> <p>Įtikinamų konvertavimo tekstų rašymo principai. Įrankiai, skirti analizuoti ir pasirinkti tikslinius raktažodžius (angl. <i>Keywords/Adwords</i>) rengiant tekstą, siekiant užimti lyderio pozicijas paieškos sistemose.</p> <p><i>Keyword Planner Tool</i> taikymas.</p> <p>Apmokėjimo modeliai ir veiksmingų kontekstinių reklamos kampanijų kūrimo principai.</p> <p>Veiksmingos reklamos kampanijos planavimo ir organizavimo principai ir teorija. Partnerystės marketingas (angl. <i>Affiliate marketing</i>).</p> <p>Kokybiškų paieškos sistemų optimizavimo SEO svetainių kriterijai. Paieškos sistemų marketingas SEM.</p> <p>Komercinių platformų greitam svetainių kūrimui (WIX, SHOPIFY ir kt.) naudojimo praktika ir galimybės</p> <p>Prisijungimas, konfigūravimas ir darbas su statistika ("Google Analytics" ir kt.)</p> <p>Tinklalapio SEO audito įrankiai (SERANKING, DMOZ, ir t. t). Prisijungimas ir naudojimas <i>Google Search Console</i>.</p>							<p>Patogumas naudotis (angl. <i>usability</i>), principinė schema (angl. <i>design</i>)</p> <p>Igūdžiai:</p> <p>Skaitmeninė analitika</p> <p>Paieškos sistemų marketingas (SEM)</p> <p>Paieškos sistemų optimizavimas (SEO)</p> <p>Taikymo sritys:</p> <p>Skaitmeninis marketingas</p>	
--	--	--	--	--	--	--	--	--



<p>Reklamos optimizavimas internete:</p> <p>Kontekstinės reklamos apibrėžimas. <i>Google Ads</i> pristatymas. <i>Google Ads</i> ir vaizdinio reklamavimo principai.</p> <p>Pirmosios <i>Google Ads</i> reklamavimo paskyros sukūrimas. Interaktyvusis <i>Google Ads</i>. <i>Google Ads</i> reklamavimo paskyros struktūra (kampanijos – grupės – reklaminiai skelbimai ir pagrindinės paieškos).</p> <p>Veiksmingų teksto reklaminių skelbimų kūrimo funkcijos ir charakteristikos.</p> <p>Pirmųjų reklamavimo kampanijų kūrimas ir konfigūravimas (įskaitant vaizdinės reklamos tinklą, vietovę, kalbas, dienos biudžetą, rodymo laiką ir laikotarpį, kainų siūlymo tipą).</p> <p>Reklamos grupių struktūros planavimas ir kūrimas. Skelbimų grupės ir skelbimų plėtinių nustatymas.</p> <p>Raktažodžių tyrimų pagrindai. <i>Keyword Planner Tool</i> įrankio naudojimas analizuoti ir išvardyti pagrindines būsimų skelbimų kampanijų užklausas.</p> <p>Pagrindiniai užklausų tipai ir paskirtis (plati, frazė, tiksli (angl. <i>broad, phrase, exact</i>). Kokybės balas ir skelbimo reitingas (angl. <i>Quality Score and Ad Rank</i>) kaip siūlomos</p>	14	7	21		21	0.7	<p>Į(si)vertinimo testai</p> <p>Scenarijų užduotys</p>	<p>Ugdomos kompetencijos:</p> <p>Vartotojų pažinimas ir jų poreikių išsiaiškinimas</p> <p>Komunikacijos įgūdžių stiprinimas</p> <p>Klientų lojalumo, išlaikymo ir pasitenkinimo kampanijų kūrimas ir taikymas</p> <p>Klientų įtraukimas</p> <p>Skaitmeninės strategijos kūrimas, pozicionavimas ir optimizavimas</p> <p>Patogumas naudotis (angl. <i>usability</i>), principinė schema (angl. <i>design</i>)</p> <p>Įgūdžiai:</p> <p>Skaitmeninė analitika</p> <p>Paieškos sistemų marketingas (SEM)</p> <p>Paieškos sistemų optimizavimas (SEO)</p> <p>Taikymo sritys:</p> <p>Skaitmeninis marketingas</p>	<p>Skaitiniai:</p> <p>Larger advertising platforms: https://www.forbes.com/sites/jeanbaptiste/2018/09/20/amazon-is-now-the-3-digital-ad-platform-in-the-u-s-behind-google-and-facebook-says-emarketer/</p> <p>Google Ads – Create Account: https://ads.google.com</p> <p>Google Ads Help: https://support.google.com/google-ads/answer/14086?hl=en</p> <p>Optimize your ads and landing pages: https://support.google.com/google-ads/answer/6238826?hl=en</p> <p>Dynamic Search Ads: https://support.google.com/google-ads/answer/7166527?hl=en</p> <p>Target Dynamic Search Ads: https://support.google.com/google-ads/answer/7166527?hl=en</p> <p>Choose your bid and budget: https://support.google.com/google-ads/answer/2375454?hl=en</p> <p>Finding success with Smart Bidding: https://support.google.com/google-ads/answer/6167148?hl=en</p> <p>Ads Policies: https://support.google.com/adspolicy/answer/6008942?hl=en</p>
---	----	---	----	--	----	-----	--	--	--



<p>kainos („statymo“ (angl. <i>Bid</i>)) vertės matavimo rodiklis.</p> <p>Neigiami raktiniai žodžiai sistemoje <i>Google Ads</i>. Paruoštų neigiamų raktinių žodžių sąrašų naudojimas ir jų priskyrimas tam tikram <i>Google Ads</i> reklamavimo paskyros lygiui. Pagrindinių užklausų konversijų statistikos analizė, efektyvumo analizė ir neigiamų raktinių žodžių sąrašo papildymas.</p> <p>Pakartotinės rinkodaros (angl. <i>Remarketing campaigns</i>), reklaminių skydelių (angl. <i>Banner</i>) talpinimo <i>Display Network</i>, el. pašto aplikacijos <i>Gmail Ads</i> kūrimas ir konfigūravimas.</p> <p><i>Google</i> platformos reklamavimo kampanijų struktūros kūrimas naudojant internetinės svetainės navigaciją</p> <p>Konversijų stebėjimo/sekimo pagrindai (angl. <i>Conversion Tracking</i>)</p> <p>Reklamos kampanijų veiksmingumo vertinimo principai: ROI, ROAS.</p> <p>Didžiausio leistino mokesčio už paspaudimą apskaičiavimo principas, pagrįstas koeficientu (%) ir konversijos verte.</p>								<p>Keyword Planner:</p> <p>https://support.google.com/google-ads/answer/7337243?hl=en</p> <p>How to be successful with google ads: https://support.google.com/google-ads/answer/6080949?hl=en</p>
--	--	--	--	--	--	--	--	--



<p>Santykių su klientais valdymas (CRM)</p> <p>CRM projektų valdymui</p> <p>CRM užduočių nustatymui</p> <p>CRM kaip komunikavimo priemonė</p> <p>CRM, skirtas kontaktų centro tvarkymui</p> <p>CRM marketingui (įskaitant paštą, SMS žinutes, socialinius tinklus, momentines žinutes (angl. <i>Instant messages</i>))</p> <p>Kompleksinė analizė ir verslo analitika (angl. <i>Business intelligence</i>)</p> <p>Pardavimų ir internetinės prekybos centras</p>	4	2	6		6	<p>0.2</p> <p>Į(si)vertinimo testai</p> <p>Scenarijų užduotys</p>	<p>Ugdomos kompetencijos:</p> <p>Vartotojų pažinimas ir jų poreikių išsiaiškinimas</p> <p>Komunikacijos įgūdžių stiprinimas</p> <p>Klientų lojalumo, išlaikymo ir pasitenkinimo kampanijų kūrimas ir taikymas</p> <p>Klientų įtraukimas</p> <p>Verslo analitikos pagrindai (angl. <i>Business intelligence</i>)</p> <p>Įgūdžiai:</p> <p>Darbas su CRM</p> <p>Vartotojų patirties (angl. <i>Customer experience teams</i>) komandų kūrimas ir valdymas</p> <p>Socialinės žiniasklaidos marketingas</p> <p>Skaitmeninė analitika</p> <p>Mobilusis marketingas</p> <p>El. pašto marketingas</p> <p>Taikymo sritys:</p> <p>Organizacijos rinkodara</p>	<p>Skaitiniai:</p> <p>What Is a CRM System and How Can It Improve Contact Centre Performance? https://www.callcentrehelper.com/what-is-crm-contact-centre-performance-88296.htm</p> <p>What is business intelligence? Transforming data into business insights: https://www.cio.com/article/2439504/business-intelligence-definition-and-solutions.html</p> <p>Video:</p> <p>Introduction to CRM - Customer Relationship Management Systems Class: https://youtu.be/SElp-Gfgf1g</p> <p>Top 10 CRM Systems Best CRM Software Independent CRM Software Ranking: https://youtu.be/KQ5tLX87KmA</p>
---	---	---	---	--	---	--	---	--



<p>Skaitmeninė analitika:</p> <p>Įvadas į skaitmeninę analitiką:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kokia yra skaitmeninės analizės vertė? • Kaip veikia skaitmeninė analitika? • Skaitmeninės analitikos sistemų derinimas • Kaip tinkinti rodinis naudojant filtrus? <p>Pagrindinės ataskaitos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Darbas su apžvalgos ataskaitomis • Darbas su išsamiomis ataskaitomis • Auditorijos ataskaitos • Srautų šaltinių ataskaitos • Elgsenos ataskaitos <p>Reklaminės kampanijos ir jos konversijų (rodiklių) stebėjimo pagrindai (angl. <i>Campaign and Conversion Tracking Basics</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kaip analizuoti specialią kampanijos statistiką • Stebėkite kampanijas naudodami URL kūrimo priemonę • Stebėkite savo verslo tikslus • Kaip analizuoti reklamos kampanijų efektyvumą? <p>Duomenų rinkimas ir apdorojimas</p>	4	8	12		12	<p>0.4</p> <p>Į(si)vertinimo testai</p> <p>Scenarijų užduotys</p>	<p>Ugdomos kompetencijos:</p> <p>Vartotojų pažinimas ir jų poreikių išsiaiškinimas</p> <p>Komunikacijos įgūdžių stiprinimas</p> <p>Klientų lojalumo, išlaikymo ir pasitenkinimo kampanijų kūrimas ir taikymas</p> <p>Klientų įtraukimas</p> <p>Skaitmeninės strategijos kūrimas, pozicionavimas ir optimizavimas</p> <p>Patogumas naudotis (angl. <i>usability</i>), principinė schema (angl. <i>design</i>)</p> <p>Įgūdžiai:</p> <p>Skaitmeninė analitika</p> <p>Paieškos sistemų marketingas (SEM)</p> <p>Paieškos sistemų optimizavimas (SEO)</p> <p>Taikymo sritys:</p> <p>Skaitmeninis marketingas</p>	<p>Skaitiniai:</p> <p>Digital Marketing Analytics in Practice: https://www.coursera.org/learn/digital-analytics</p> <p>Marketing Analytics Foundation: https://www.coursera.org/learn/marketing-analytics-foundation</p> <p>Digital acceleration for business resilience: https://www.hcltech.com/digital-analytics-services</p> <p>Learning Python for Data Analysis and Visualization: https://www.udemy.com/course/learning-python-for-data-analysis-and-visualization/?ranMID=39197&ranEAID=vedj0cWlu2Y&ranSiteID=vedj0cWlu2Y-wH4m4ET2gK3BMuSx3ats.w&LSNPUBID=vedj0cWlu2Y&utm_source=aff-campaign&utm_medium=udemyads</p> <p>An introduction to Conversion Tracking and UTM parameters: https://eupox.com/index-927.html</p> <p>Video:</p> <p>What are digital analytics? https://www.youtube.com/watch?v=HWS_yo2Ldz0&t=10s</p>
---	---	---	----	--	----	--	--	---

<p>Duomenų rinkimo nustatymas</p> <p>Išplėstiniai analizės metodai ir įrankiai</p> <p>Marketingo įrankiai patyrusiems vartotojams</p>									
<p>Socialinė žiniasklaida:</p> <p>Socialinės žiniasklaidos apibrėžimas.</p> <p>Socialinės žiniasklaidos strategija: vizija, tikslai, kanalai.</p> <p>Darbo su socialine žiniasklaida pradžia: „Facebook“, „YouTube“, „Twitter“, „Instagram“. Bendras socialinės žiniasklaidos auditas.</p> <p>Turinio marketingas: tipai, planavimas, moderavimas, skelbimų rašymas, privatumas ir saugumas analizė.</p> <p>Socialinės žiniasklaidos automatizavimas</p>	2	4	6		6	0.2	<p>[(si)vertinimo testai</p> <p>Scenarijų užduotys</p>	<p>Ugdomos kompetencijos:</p> <p>Vartotojų pažinimas ir jų poreikių išsiaiškinimas</p> <p>Komunikacijos įgūdžių stiprinimas</p> <p>Klientų lojalumo, išlaikymo ir pasitenkinimo kampanijų kūrimas ir taikymas</p> <p>Klientų įtraukimas</p> <p>Skaitmeninės strategijos kūrimas, pozicionavimas ir optimizavimas</p> <p>Įgūdžiai:</p> <p>Vartotojų patirties (angl. <i>Customer experience teams</i>) komandų kūrimas ir valdymas</p> <p>Socialinės žiniasklaidos marketingas</p> <p>Skaitmeninė analitika</p> <p>Taikymo sritys:</p> <p>Skaitmeninis marketingas</p>	<p>Skaitiniai:</p> <p>Facebook Business Suite: https://business.facebook.com</p> <p>Instagram Business Profile: https://business.instagram.com/advertising/</p> <p>Advertising on Twitter: https://ads.twitter.com/login?ref=BTC</p> <p>History of Social Media, definition: https://en.wikipedia.org/wiki/Social_media</p> <p>Social Media strategies: https://buffer.com/social-media-marketing</p> <p>Social Media statistics, surveys etc. https://www.socialmediatoday.com/</p> <p>Social media marketing books surveys: https://blog.hootsuite.com/books-social-media-manager-read https://www.brafton.com/blog/social-media/10-social-media-marketing-books-to-add-to-your-reading-list</p>



<p>Mobilusis (mobiliųjų aplikacijų) marketingas:</p> <p>Kaip mobiliosios aplikacijos (angl. <i>App</i>) padeda plėsti verslą</p> <p>Kaip nustatyti mobiliųjų aplikacijų kampanijos tikslą</p> <p>Kaip stebėti mobiliųjų aplikacijų kampanijos konversijas</p> <p>Kaip nustatyti mobiliųjų aplikacijų kampaniją</p> <p>Skelbimų grupių ir objektų pridėjimas mobiliųjų aplikacijų kampanijose</p> <p>Marketingo specialisto (angl. <i>Marketer</i>) vaidmuo mobiliųjų aplikacijų kampanijose</p> <p>Kaip nustatyti teisingą automatizavimo kryptį</p> <p>Kaip dirbti su objektais mobiliųjų aplikacijų kampanijose</p> <p>Kaip analizuoti rezultatus</p> <p>Kaip optimizuoti mobiliąsias aplikacijas siekiant padidinti naudojimą ir prieinamumą</p> <p>Kaip išlaikyti vartotojų susidomėjimą bei skatinti naudotis aplikacija</p> <p>Kaip įvesti aplikaciją į naujas rinkas</p>	2	4	6		6	0.2	<p>[(si)vertinimo testai Scenarijų užduotys</p>	<p>Ugdomos kompetencijos:</p> <p>Vartotojų pažinimas ir jų poreikių išsiaiškinimas</p> <p>Komunikacijos įgūdžių stiprinimas</p> <p>Strateginis kūrybiškumas</p> <p>Klientų lojalumo, išlaikymo ir pasitenkinimo kampanijų kūrimas ir taikymas</p> <p>Klientų įtraukimas</p> <p>Skaitmeninės strategijos kūrimas, pozicionavimas ir optimizavimas</p> <p>Patogumas naudotis (angl. <i>usability</i>), principinė schema (angl. <i>design</i>)</p> <p>Įgūdžiai:</p> <p>Skaitmeninė analitika</p> <p>Taikymo sritys:</p> <p>Skaitmeninis marketingas</p> <p>Mobilusis marketingas</p>	<p>Skaitiniai:</p> <p>14 Mobile Marketing Tips That Drive Leads and Sales: https://neilpatel.com/blog/14-mobile-marketing-tips-to-drive-leads-and-sales/</p>
<p>El. pašto marketingas:</p>	2	2.5	4.5		4.5	0.15	<p>[(si)vertinimo testai Scenarijų užduotys</p>	<p>Ugdomos kompetencijos:</p>	<p>Skaitiniai:</p> <p>Email Marketing:</p>



<p>Kas yra elektroninio pašto marketingas?</p> <p>El. pašto marketingo privalumai ir trūkumai</p> <p>El. pašto marketingo auditorija</p> <p>El. pašto marketingo geriausia praktika</p> <p>El. pašto marketingo automatizavimas</p> <p>Praktinės užduotys naudojant „Mailchimp“</p>							<p>Vartotojų pažinimas ir jų poreikių išsiaiškinimas</p> <p>Komunikacijos įgūdžių stiprinimas</p> <p>Klientų lojalumo, išlaikymo ir pasitenkinimo kampanijų kūrimas ir taikymas</p> <p>Klientų įtraukimas</p> <p>Skaitmeninės strategijos kūrimas, pozicionavimas ir optimizavimas</p> <p>Įgūdžiai:</p> <p>Vartotojų patirties (angl. <i>Customer experience teams</i>) komandų kūrimas ir valdymas</p> <p>Skaitmeninė analitika</p> <p>Taikymo sritys:</p> <p>Skaitmeninis marketingas</p>	<p>https://mailchimp.com/marketing-glossary/email-marketing/</p> <p>What is Email Marketing & Why Does My Business Need It?</p> <p>https://www.lyfemarketing.com/blog/what-is-email-marketing/</p> <p>A Beginner’s Guide to Successful Email Marketing:</p> <p>https://neilpatel.com/blog/beginners-guide-email-marketing/</p> <p>21 Best Email Marketing Software, Services & Platforms (2021):</p> <p>https://www.adamenfroy.com/best-email-marketing-services</p>
<p>Video (vaizdo filmuotos medžiagos) marketingas:</p> <p>Vaizdo įrašų marketingo formatai</p> <p>Vaizdo įrašų marketingo gamybos įrankiai</p> <p>Išankstinė gamyba</p> <p>Vaizdo įrašo kūrimas</p>	1	2	3	3	0.1	<p>Įsivertinimo testai</p> <p>Scenarijų užduotys</p>	<p>Ugdomos kompetencijos:</p> <p>Vartotojų pažinimas ir jų poreikių išsiaiškinimas</p> <p>Komunikacijos įgūdžių stiprinimas</p> <p>Strateginis kūrybiškumas</p>	<p>Skaitiniai:</p> <p>21 Video Marketing Tools Every Marketer Should Know in 2020 (Updated May 2020):</p> <p>https://shanebarker.com/blog/video-marketing-tools/</p> <p>How to Make a Video: a Step-by-Step Guide, HubSpot:</p>

<p>Vaizdo įrašo redagavimas</p> <p>Vaizdo įrašo talpinimas</p> <p>Vaizdo įrašų reklamavimas (ryšiai su visuomene (PR), dienoraščiai (<i>Blog'ai</i>), socialiniai tinklai, <i>Google</i> paieška) ir sklaida</p> <p><i>YouTube</i> vaizdo įrašų valdymas ir optimizavimas</p>								<p>Klientų lojalumo, išlaikymo ir pasitenkinimo kampanijų kūrimas ir taikymas</p> <p>Klientų įtraukimas</p> <p>Skaitmeninės strategijos kūrimas, pozicionavimas ir optimizavimas</p> <p>Patogumas naudotis (angl. <i>usability</i>), principinė schema (angl. <i>design</i>)</p> <p>Įgūdžiai:</p> <p>Socialinės žiniasklaidos marketingas</p> <p>Skaitmeninė analitika</p> <p>Mobilusis (mobiliųjų ryšio tinklų) marketingas</p> <p>Paieškos sistemų marketingas (SEM)</p> <p>Paieškos sistemų optimizavimas (SEO)</p> <p>Video (vaizdo filmuotos medžiagos) marketingas</p> <p>Taikymo sritys:</p> <p>Skaitmeninis marketingas</p>	<p>https://blog.hubspot.com/marketing/make-a-marketing-video</p> <p>Create A YouTube Traffic Jam With These 4 Simple Optimization Tips:</p> <p>https://neilpatel.com/blog/youtube-channel-optimization</p>
<p>Internetinės svetainės (tinklapio) patirties valdymas (WEM) (angl. <i>Web experience management</i>):</p>	1	3.5	4.5		4.5	0.15	Įsivertinimo testai Scenarijų užduotys	Ugdomos kompetencijos:	Skaitiniai:



<p>Svetainės turinys: kaip kurti, modifikuoti, valdyti</p> <p>Svetainės maketas</p> <p>Svetainės turinys</p> <p>Darbas su multimedija</p> <p>Turinio vertinimas</p> <p>Darbo srauto (angl. <i>Workflow</i>) principo naudojimas</p> <p>Turinio publikavimas</p> <p>Svetainės peržiūra</p> <p>Taisyklėmis pagrįsto suasmeninimo naudojimas turinio svarbai didinti</p>							<p>Komunikacijos įgūdžių stiprinimas</p> <p>Strateginis kūrybiškumas</p> <p>Internetinio tinklo naudojimo / internetinės svetainės projektavimo patirties valdymas</p> <p>Įgūdžiai:</p> <p>Paieškos sistemų marketingas (SEM)</p> <p>Paieškos sistemų optimizavimas (SEO)</p> <p>Video (vaizdo filmuotos medžiagos) marketingas</p> <p>Taikymo sritys:</p> <p>Skaitmeninis marketingas</p>	<p>19+ Website Layouts Users Won't Forget : https://colibriwp.com/blog/website-layout-design-ideas/</p> <p>The ultimate guide to creating a web design workflow: https://www.teamwork.com/blog/web-design-workflow/</p> <p>The 11 Golden Rules of Writing Content for Your Website: https://www.jimdo.com/blog/11-golden-rules-of-writing-website-content/</p> <p>Easy Social Media Graphic Design Tips + Tools: https://youtu.be/UGqHqwdy1io</p> <p>Your 16-Point Content Publishing Checklist: https://www.convinceandconvert.com/content-marketing/publishing-checklist/</p>
<p>Sprendimų priėmimas ir verslo analitika (angl. <i>Business Intelligence</i>):</p> <p>Kompiuterizuota pagalba priimant sprendimus</p> <p>Sprendimų priėmimo stiliai, <i>Simonso</i> sprendimų priėmimo proceso etapai ir bendros sprendimų priėmėjų strategijos bei būdai.</p> <p>Sprendimų palaikymo sistemos (angl. <i>decision support systems - DSS</i>)</p> <p>Verslo analitikos (BI) architektūra, ryšys su DSS</p> <p>BI platformos</p>	4	2	6		6	0.2	<p>Įsivertinimo testai</p> <p>Scenarijų užduotys</p> <p>Ugdomos kompetencijos:</p> <p>Vartotojų pažinimas ir jų poreikių išsiaiškinimas</p> <p>Komunikacijos įgūdžių stiprinimas</p> <p>Strateginis kūrybiškumas</p> <p>Klientų lojalumo, išlaikymo ir pasitenkinimo kampanijų kūrimas ir taikymas</p> <p>Klientų įtraukimas</p>	<p>Skaitiniai:</p> <p>What is business intelligence? Transforming data into business insights: https://www.cio.com/article/2439504/business-intelligence-definition-and-solutions.html</p> <p>Components of a Business Intelligence software solution: https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.972.8785&rep=rep1&type=pdf</p> <p>Dashboard Design Best Practices – 4 Key Principles: https://www.sisense.com/blog/4-design-principles-creating-better-dashboards</p>

<p>Verslo ataskaitos, komponentai, struktūra, tipai</p> <p>Internetinis analitinis apdorojimas (angl. <i>online analytical processing - OLAP</i>)</p> <p>Duomenų vizualizavimas ir skydelio (angl. <i>dashboard</i>) dizainas</p> <p>Verslo veiklos valdymo sistemos</p> <p>Verslo efektyvumo valdymo sistemos</p>								<p>Skaitmeninės strategijos kūrimas, pozicionavimas ir optimizavimas</p> <p>Patogumas naudotis (angl. <i>usability</i>), principinė schema (angl. <i>design</i>)</p> <p>Igūdžiai:</p> <p>Skaitmeninė analitika</p> <p>Taikymo sritys:</p> <p>Skaitmeninis marketingas</p>	
<p>Mąstymo modeliavimas (angl. <i>Design thinking</i>):</p> <p>Tinkamumo naudoti (angl. <i>Usability testing</i>) testavimo svarba</p> <p>Tinkamumo naudoti testavimo proceso planavimo struktūra</p> <p>Užduočių generavimas verslui ir dalyviams</p> <p>Bandytojų (testuotojų) įveiklinimas</p> <p>Tinkamumo naudoti bandymo planas</p> <p>Idėjos pristatymas (angl. <i>Pitching</i>), jo tikslas ir nauda</p> <p>Sprendimo priėmimo pagrindimas (angl. <i>Design rationale</i>)</p> <p>Tinkamumo naudoti testavimo rezultatų analizė</p>	0.5	1	1.5		1.5	0.05	<p>Įsivertinimo testai</p> <p>Scenarijų užduotys</p>	<p>Ugdomos kompetencijos:</p> <p>Vartotojų pažinimas ir jų poreikių išsiaiškinimas</p> <p>Komunikacijos įgūdžių stiprinimas</p> <p>Strateginis kūrybiškumas</p> <p>Klientų lojalumo, išlaikymo ir pasitenkinimo kampanijų kūrimas ir taikymas</p> <p>Klientų įtraukimas</p> <p>Skaitmeninės strategijos kūrimas, pozicionavimas ir optimizavimas</p> <p>Patogumas naudotis (angl. <i>usability</i>),</p>	<p>Skaitiniai:</p> <p>What Is Design Thinking? A Comprehensive Beginner's Guide: https://careerfoundry.com/en/blog/ux-design/what-is-design-thinking-everything-you-need-to-know-to-get-started/</p> <p>Usability test plan dashboard: https://www.userfocus.co.uk/images/usability-dashboard-1.png</p> <p>How to Conduct Usability Testing: A Step-By-Step Guide: https://careerfoundry.com/en/blog/ux-design/how-to-conduct-usability-testing-a-step-by-step-guide/</p> <p>A beginner's guide to user & usability testing: https://www.hotjar.com/usability-testing/</p> <p>Report Template: Usability Test:</p>



								<p>principinė schema (angl. <i>design</i>)</p> <p>Igūdžiai:</p> <p>Vartotojų patirties (angl. <i>Customer experience teams</i>) komandų kūrimas ir valdymas</p> <p>Socialinės žiniasklaidos marketingas</p> <p>Paieškos sistemų marketingas (SEM)</p> <p>Paieškos sistemų optimizavimas (SEO)</p> <p>Taikymo sritys:</p> <p>Skaitmeninis marketingas</p>	<p>https://www.usability.gov/sites/default/files/report-template-usability-test_0.docx</p>
<p>Excel:</p> <p>"Excel" pagrindai</p> <p>"Excel" formulės</p> <p>Duomenų analizė</p> <p>Diagramos</p> <p>Pivot</p>	0	1.5	1.5		1.5	0.05	Užduotys	<p>Igūdžiai:</p> <p>Excel</p> <p>Taikymo sritys:</p> <p>Organizacijos rinkodara</p>	<p>Skaitiniai:</p> <p>Insert subtotals in a list of data in a worksheet: https://support.microsoft.com/en-us/office/insert-subtotals-in-a-list-of-data-in-a-worksheet-7881d256-b4fa-4f81-b71e-b0a3d4a52b3a</p> <p>SUBTOTAL function: https://support.microsoft.com/en-us/office/subtotal-function-7b027003-f060-4ade-9040-e478765b9939</p> <p>Comprehensive Tutorial for Excel Conditional Formatting: https://www.smartsheet.com/how-to-apply-conditional-formatting-excel</p>



											<p>SUMIFS function: https://support.microsoft.com/en-us/office/sumifs-function-c9e748f5-7ea7-455d-9406-611cebce642b</p> <p>Create a PivotTable to analyze worksheet data: https://support.microsoft.com/en-us/office/create-a-pivottable-to-analyze-worksheet-data-a9a84538-bfe9-40a9-a8e9-f99134456576</p> <p>Video:</p> <p>MS Excel – Subtotal: https://youtu.be/F21Z_aBFTs</p> <p>Get the Sum of Filtered Data in Excel (Using SUBTOTAL Formula): https://youtu.be/_Jxm6WINKfQ</p> <p>Excel: Conditional Formatting: https://youtu.be/zfQ8uOBolj8</p> <p>Excel SUMIFS (better version of SUMIF), COUNTIFS & AVERAGEIFS (Multiple Criteria): https://youtu.be/AZuBNWMh7VM</p> <p>Excel's Find and Replace (surprising features): https://youtu.be/3naynygx_dU</p>
Tarpinė suma	18,5	21,5	40	83	123	4					
<p>Partnerystės marketingas (angl. <i>Affiliate marketing</i>):</p> <p>Partnerystės marketingas</p> <p>Partnerystės marketingo dalyviai?</p>	4	6	10	17	27	1	Įsivertinimo testai Scenarijų užduotys	<p>Ugdomos kompetencijos:</p> <p>Vartotojų pažinimas ir jų poreikių išsiaiškinimas</p>	<p>Skaitiniai:</p> <p>Kaip veikia partnerystės marketingas? https://thirstyaffiliates.com/blog/how-affiliate-marketing-works</p>		



<p>Kaip veikia partnerystės marketingas? Partnerystės marketingo privalumai Partnerystės marketingo tipai Partnerių tinklas Influencerių marketingas</p>								<p>Komunikacijos įgūdžių stiprinimas</p> <p>Klientų lojalumo, išlaikymo ir pasitenkinimo kampanijų kūrimas ir taikymas</p> <p>Klientų įtraukimas</p> <p>Skaitmeninės strategijos kūrimas, pozicionavimas ir optimizavimas</p> <p>Įgūdžiai:</p> <p>Socialinės žiniasklaidos marketingas</p> <p>El. pašto marketingas</p> <p>Paieškos sistemų marketingas (SEM)</p> <p>Paieškos sistemų optimizavimas (SEO)</p> <p>Taikymo sritys:</p> <p>Skaitmeninis marketingas</p>	<p>Kas yra partnerystės marketingas?</p> <p>https://www.bigcommerce.com/blog/affiliate-marketing/#what-is-affiliate-marketing</p> <p>5 partnerystės marketingo privalumai: https://www.volusion.com/blog/top-5-benefits-of-affiliate-marketing</p> <p>Video:</p> <p>Partnerystės marketingas pradedantiesiems: https://www.youtube.com/watch?v=W-nbsnXtSZI</p>
Suma	22,5	27,5	50	100	150	5	Finalinis (kurso) testas		



10. SANTRAUKA

Baigę šią dalį studentai turi suprasti pagrindinius rinkodaros principus skaitmeninėje srityje, techninius paieškos sistemų ir socialinės žiniasklaidos aspektus bei netechninius skaitmeninės rinkodaros aspektus, tokius kaip žiniasklaidos planavimas, elektroninio pašto rinkodara ir kt.

Dalyviams rekomenduojama praleisti iki 4 valandų per savaitę, kad jie galėtų susipažinti su medžiaga ir atlikti įsivertinimo testus.