



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

ISMA
ANNO 1994
INFORMĀCIJAS
SISTĒMU
MENEDŽMENTA
AUGSTSKOLA

Fuse IT Multiplier event

FuseIT mācību programmas un mācību materiālu ieviešana

Diāna Zmičerevska, ISMA University of Applied Sciences

Future competences pathways for marketing and ICT education

Project No. 2019-1-LT01-KA203-060730

www.knf.vu.lt/en/fuseit

The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Kursa struktūra

- Šis kurss atbilst jaukta tipa mācīšanās koncepcijai, kas apvieno tiešsaistes un klātienes mācību metodes. Kursa dalībnieki uzzinās par mārketinga principiem digitālajā jomā, meklētājprogrammu un sociālo mediju tehniskajiem aspektiem un digitālā mārketinga netehniskajiem aspektiem, piemēram, mediju plānošanu, e-pasta mārketingu u.c.
- Klātienes apmācība vai tiešsaistes tikšanās kursa sākumā rada uzticību un motivāciju, piedāvājot dalībniekiem iepazīt vienu otru, iepazīstinot ar treneri un iepazīstoties ar tēmu. Pēc tam sākas jauktais apmācības kurss.



Kursa struktūra

Jaukta tipa mācību kursa laikā ieteicams izmantot šādas mācību reklāmu apguves metodes:

Lekcijas

Praktiskais darbs,

Aktīvas mācību metodes

Mācības tiešsaistē (individuāls darbs).

Ieteicamais kursa ilgums ir līdz 16 nedēļām.

Dalībniekiem ieteicams pavadīt līdz 4 stundām nedēļā, lai iepazītos ar lasāmmateriāliem un pabeigtu pašnovērtējuma testus.



Future competences pathways for marketing and ICT education
www.knf.vu.lt/en/fuseit



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Novērtēšanas metodes

Assessment strategy	Comparative weight percentage	Date of examination	Assessment criteria
Self evaluation tests (SE)	30 %	Time appointed by lecturer during practice classes or online learning	At least 50% of correct answers
Scenarios tasks (ST)	30 %	Time appointed by lecturer during practice classes or online learning	At least of 50% scenarios created
Final evaluation tests (FE)	40 %	Exam time	Quality and timely assignments (Each is graded from 0 to 10).

Novērtējumu aprēķini

Galīgo pakāpi aprēķina šādi $=0,30*SE+0,30*ST+0,40*FE$

Eksāmena pakāpei jābūt ne mazākai par 5.

Visas novērtējuma daļas tiek vērtētas 1-10 zīmju skalā.

10-9: Perfektas un ļoti labas zināšanas. Novērtējuma līmenis. 90-100 % pareizas atbildes.

8-7: Labas zināšanas un spējas, var būt vairākas kļūdas. Sintēzes līmenis. 70-89 % pareizu atbilžu.

6-5: Vidējās zināšanas un spējas, ir kļūdas. Analīzes līmenis. 50-69 % pareizu atbilžu.

4 - 3: Zināšanas un spējas zem vidējā līmeņa, ir būtiskas kļūdas.

Zināšanu pielietojuma līmenis. 20-49 % pareizu atbilžu.

2-1: zem minimālajām prasībām. 0-19 % pareizās atbildes.



Attīstāmās kompetences

- Attīstīt prasmi izprast efektīvas, mūsdienīgas digitālā mārketinga stratēģijas principus, tādējādi nodrošinot studentu konkurētspēju darba tirgū un reģiona saistīto uzņēmumu kopējo labklājību, ko nodrošina kvalitatīvais personāls – vienību absolventi.
- Lai to panāktu, studentiem nodaļas laikā ir jāiegūst zināšanas: teorētiskie pamati, piemēram, mārketinga un tirgus izpētes pamati, ko papildina zināšanas par veiksmīgas vadības pieejas spilgtākajiem notikumiem klientu iesaistē, stratēģiskajā jaunībā, lēmumu pieņemšanā un biznesa intelīģenā. Studentiem vajadzētu iepazīties ar klientu pieredzes vadības pieeju, ieskaitot tīmekļa pieredzi, tāpēc ir nepieciešama arī izpratne par dizaina domāšanu.



Kompetences

- Nodrošināt izpratni, kas nepieciešama, lai iegūtu praktiskas iemaņas un piesmieta kompetenci darbam ar saistītiem digitālā mārketiņa rīkiem, kas tiek izmantoti mūsdienu digitālā mārketiņa kompleksa un stratēģiju funkcionalitātes nodrošināšanai. Studentiem ir jābūt pietiekami prasmīgiem, lai iegūtu primāros datus no pieejamajiem segmentācijas un mērķauditorijas atlasē stratēģiju avotiem, izmantojot digitālo, SEO analīzi un interpretējot rezultātus turpmākai diversifikācijai, izmantojot CRM programmatūru. Studentiem jābūt arī kompetentiem izmantot modernas mārketiņa stratēģijas, piemēram, digitālo pozicionēšanu, izmantojot video mārketiņu, sociālos medijus, mobilo un e-pasta mārketiņu.
- Excel ir primārā prasme, kas nepieciešama aptaujātajai auditorijai, lai atbalstītu kompetences, un tā ir iekļauta arī nepieciešamo prasmju sarakstā.



Kursa dalībnieki

- Modulis paredzēts uzņēmējiem, pašnodarbinātajiem, uzņēmumu īpašniekiem, dažāda līmeņa vadītājiem, mārketinga speciālistiem, dažāda līmeņa izglītības studentiem un citiem cilvēkiem, kuri ir ieinteresēti pārveidot jaunu profesiju un mainīt karjeru vai vienkārši apgūt jaunas zināšanas un prasmes.



Future competences pathways for marketing and ICT education
www.knf.vu.lt/en/fuseit



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Priekšnosacījumi un pamatprincipi

- *Priekšnoteikumi:* pavadonim Protams, jābūt vismaz Vidējam līmenim (attiecībā uz aprakstu Digitālās kompetences ietvarā iedzīvotājiem 2.11) vispārīgās digitālās kompetences, kas patērētājiem kā tehnoloģiju lietotājiem būs jāiegūst kā priekšnoteikums darbībai digitālajā vidē, ir aprakstīta DigComp2 (Vuorikari et al., 2016)
- *Pamatprincipi:* fundamentālās un lietišķās zināšanas informātikas inženierijā, informācijas sistēmu strukturēšanas un uzturēšanas pieredze sniegtu priekšrocības Kurša dalībniekam, kas veicina kursa mērķu (mācību rezultātu) atbilstošu sasniegšanu.



Mācību rezultāti

Pēc šī kursa dalībnieks:

Saprast, kā veidot, uzturēt un vadīt klientu pieredzes komandas; kas ir sociālo mediju mārketinga un kā to izmantot ar augstu efektivitāti; kā darbojas meklētājprogrammu mārketinga un kā optimizēt meklētājprogrammas; klientu "personības un kā identificēt viņu vajadzības un veidot ar viņiem spēcīgu saziņu; kā attīstīt un izmantot stratēģisko radošumu.

Iegūstiet prasmes digitālās analītikas un digitālās stratēģijas izveidē, e-pastā un mobilajā mārketingā, sociālo mediju mārketingā, darbā ar meklētājprogrammām, dažādās programmas, kas nepieciešamas mārketinga digitalizācijai.

Izmantojiet visas iespējamās Excel funkcijas digitālajam mārketingam, izmantojiet CRM sistēmas, tīmekļa resursus un lietojumprogrammas.

Spēs identificēt klientu vajadzības un rīkus, kas visvairāk apmierinās vajadzības, izmantot klientu iesaisti, nosakot un veidojot viņu lojalitāti, izveidot saglabāšanu un kampaņas, kas apmierinātu klientus.



Future competences pathways for marketing and ICT education
www.knf.vu.lt/en/fuseit



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Laika grafiks

- Apmācības ieteicams organizēt, izmantojot jaukta tipa mācību metodi: apvienojot klātienēs apmācības ar tiešsaistes mācībām ar tiešsaistes pasniedzēju konsultācijām, kā arī pašnovērtējuma testiem, scenāriju uzdevumiem, projektiem un gadījumu izpētes analīzi.



Future competences pathways for marketing and ICT education
www.knf.vu.it/en/fuseit



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Kursu tēmas

Course content: breakdown of the topics	Partners	ECTS	Theory (academic hours)	Slides**	Practical tasks (academic hours)	Total (academic hours)
Basics of marketing	VU	0,4	2	30	0	2
Introduction to market research	VU	0,1	0,5	8	0,5	1
Customer loyalty, satisfaction and engagement	VU	0,1	0,5	8	0,5	1
Strategic creativity	VU	0,1	0,5	8	0,5	1
Customer Experience Management	VU	0,1	1	15	1	2
CRM analytics	VU	0,2	1	15	1	2
Mobile marketing	VU	0,2	0,5	8	1,5	2
Video marketing	VU	0,1	0,5	8	0,5	1
Decision making and business intelligence	VU	0,2	1	15	1	2
Design thinking	VU	0,05	1,5	23	0,5	2
Digital analytics	RO	0,4	1	15	2	3
Additional part (local topics/IO1 A2 report)*	RO	1				10
Optimization of advertisement in Web	PT	0,7	3	45	2	5
Additional part (local topics/IO1 A2 report)*	PT	1				10
Digital marketing	LV	0,8	4	60	2	6
Social media	LV	0,2	0,5	8	1,5	2
WEM (Web experience management)	LV	0,15	0,5	8	1,5	2
Additional part (local topics/IO1 A2 report)*	LV	1				10
Email marketing	ITI	0,15	0,5	8	3,5	4
Excel	ITI	0,05	0	0	2	2
Additional part (local topics/IO1 A2 report)*	ITI	1				10

* Each partner decides what topics to prepare regarding IO1 A2 report; Practical and theoretical hours dividing depends on partners' decision

** Number of slides are dedicated only for content of training material (without introductions, outlines, equipment,...)



Future competences pathways for marketing and ICT education
www.knf.vu.lt/en/fuseit



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Rezultāti

- Partneru izveidotas un programmā Microsoft Teams augšupielādētas tēmas; visi materiāli tika lokalizēti (tulkoti vietējās valodās), un materiāli vietējā valodā ir tikai saskaņā ar pētījuma rezultātiem

Name	Modified
IPT-PT	September 23, 2020
ISMA_LV	November 2, 2020
ITI_LT	November 2, 2020
Translated slides	January 13
UPB_CAMIS_RO	November 2, 2020
VU	November 2, 2020
Instructions4training-material.pptx	September 23, 2020
proposal4course-topics-FIN.pdf	September 23, 2020

Materiālu piemēri

- [IO3 P14 Social Media LV example.pptx](#)
- [PT Content Marketing example.pptx](#)
- [IO3 Email marketing example.pptx](#)



Paldies!



Future competences pathways for marketing and ICT education
www.knf.vu.it/en/fuseit



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union