

STUDIJŲ PROGRAMOS DUOMENYS

Eil. Nr.	Parametrai	Duomenys	
1.	Studijų programos pavadinimas	Skaitmeninė rinkodara	
2.	Studijų programos pavadinimas anglų kalba	Digital Marketing	
3.	Studijų programos valstybinis kodas	6531LX097	
4.	Studijų programos kodas pagal Tarptautinę standartizuotą švietimo klasifikaciją (ISCED)	6550410	
5.	Studijų krypties, krypčių grupės arba studijų srities aprašų pavadinimai ir kodai (jeigu yra), studijų krypčių reglamentai (jeigu yra)	Rinkodara, Verslo ir viešoji vadyba, Studijų krypčių grupės aprašas	
6.	Švietimo sritis	Verslas ir administravimas	
7.	Švietimo posritis	Verslas ir administravimas (plačiosios programos)	
8.	Programos lygmuo	Koleginės studijos	
9.	Studijų tipas	Pakopinės studijos	
10.	Studijų pakopa	Pirmosios pakopos studijos	
11.	Studijų programos vykdymo kalba (-os)	Lietuvių	
12.	Suteikiama kvalifikacija (pavadinimas, kodas)	Verslo vadybos profesinis bakalauro laipsnis, KVALLAIP00813	
13.	Kvalifikacinio laipsnio požymiai	Studijų krypčių grupės profesinio bakalauro laipsnis	
14.	Išduodamo išsilavinimo pažymėjimo blanko pavadinimas ir kodas	Profesinio bakalauro diplomas, kodas 6632	
15.	Būtinios kvalifikacijos, norint pradėti studijuoti pagal programą, pavadinimas, valstybinis kodas (jeigu nustatyta)	-	
16.	Minimalus išsilavinimas	Ne žemesnis kaip vidurinis išsilavinimas, atsižvelgiant į stojančiųjų mokymosi rezultatus, stojamuosius egzaminus ar kitus aukštosios mokyklos nustatytus kriterijus.	
17.	Kiti duomenys	-	
18.	Programos apimtis kreditais	Studijų forma	Studijų trukmė (metais)
	180	Nuolatinė	3
			Priėmimo į programą metai
			2018
19.	Institucijos, pateikusios registruoti programą, juridinio asmens kodas, pavadinimas	Juridinių asmenų registro kodas 111968056, Viešoji įstaiga, Klaipėdos valstybinė kolegija	
20.	Institucijų, su kuriomis suderinta programa, juridinio asmens kodai, pavadinimai ir suderinimo datos	-	
21.	Institucijų patvirtinusių programą, juridinio asmens kodai, pavadinimai ir patvirtinimo datos	Juridinių asmenų registro kodas 188603091, Lietuvos Respublikos Švietimo ir Mokslo ministerija, 2017-08-14	
22.	Institucijų, atlikusių programos ekspertinį vertinimą, juridinio asmens kodai, pavadinimai ir vertinimo datos	Juridinių asmenų registro kodas 111959192, Studijų kokybės vertinimo centras, 2017-05-19	
23.	Institucijos, akreditavusios programą, juridinio asmens kodas, pavadinimas	Juridinių asmenų registro kodas 111959192, Studijų kokybės vertinimo centras	
24.	Programos pateikimo savianalizei data	-	

25.	Sprendimo dėl programos akreditavimo data ir numeris, akreditavimo tipas, akreditavimo terminas (jeigu nustatytas)	2024-05-21, Nr. SV6-11, Akredituota iki 2032-05-21
26.	Programą vykdančios aukštosios mokyklos juridinio asmens kodas, pavadinimas	Juridinių asmenų registro kodas 111968056, Viešoji įstaiga, Klaipėdos valstybinė kolegija
	Kitoje teritorijoje esančio (-čių) aukštosios mokyklos padalinio (-ių) kodas (-ai), pavadinimas (-ai) (jei padalinys (-iai) yra)	-
27.	Programos specializacijų pavadinimai lietuvių ir anglų kalbomis (jeigu yra)	-
28.	Programos specializacijos aprašas (jeigu yra)	-
29.	Galimybė rinktis gretutinės krypties studijas (taip/ne)	Ne
30.	Programos finansinės grupės kodas	2.1
31.	Studijų sistemos sandara	Pakopinės studijos
32.	Programos aprašo santrauka lietuvių kalba	Bendras apibūdinimas:
		Studijų programos tikslas(-ai):
		Parengti aukštos kvalifikacijos skaitmeninės rinkodaros specialistą, gebantį taikyti šiuolaikines rinkodaros žinias, kūrybiškai ir kritiškai mąstyti, sprendžiant teorines ir praktines skaitmeninės rinkodaros problemas, naudoti skaitmenines technologijas, sukuriant integruotą, tikslinę ir išmatuojamą komunikaciją, efektyviai valdyti skaitmeninės rinkodaros įrankius bei nuolat tobulinti profesinę kompetenciją mokantis visą gyvenimą.
		Studijų rezultatai:
		Programos absolventas: 1. Žino skaitmeninės rinkodaros teorijas ir veiklą reglamentuojančius teisės aktus. 2. Suvokia skaitmeninės rinkodaros paskirtį organizacijos veikloje. 3. Identifikuoja skaitmeninės rinkodaros problemas ir jų sprendimui randa optimalius, teisiniu ir etiniu požiūriu pagrįstus sprendimus. 4. Tiria ir analizuoja vartotojų poreikius, potencialių klientų ratą, jų lojalumą bei pardavimų apimtį. 5. Įvertina skaitmeninės rinkodaros efektyvumą vartotojams bei verslui. 6. Kuria skaitmeninės rinkodaros pridėtinę vertę įmonei. 7. Parengia skaitmeninės rinkodaros komunikacijos planus, strategijas įgyvendinant įmonės tikslus. 8. Valdo skaitmeninės rinkodaros komunikacijos įrankius ir sklaidos kanalus. 9. Komunikuoja žodžiu ir raštu gimtąja bei užsienio kalba profesinėje aplinkoje. 10. Taiko profesines žinias dirbant savarankiškai ir kolektyviai, organizuojant savo ir padalinių darbą arba kuriant verslą.
		Mokymo ir mokymosi veiklos:

	<p>Orientuotos į bendrųjų ir dalykinių kompetencijų plėtojimą bei kūrybiškumo ugdymą: paskaitos, seminarai, diskusijos, individualūs ir grupiniai projektiniai darbai, praktiniai seminarai, atvejų analizė, darbų viešas pristatymas ir gynimas, sąvokų žemėlapis, probleminis skaitymas, mokslinių straipsnių rengimas, informacijos paieška ir sisteminimas ir kt.</p> <p><i>Studijų rezultatų vertinimo būdai:</i></p> <p>Programos studijų rezultatų vertinimas atliekamas visą semestrą ir egzaminų sesijos metu taikant kaupiamąjį vertinimą. Studijų rezultatai semestro metu vertinami per tarpinius atsiskaitymus: kontrolinis darbas, individualūs ir grupiniai projektiniai darbai, testavimas, atvejo analizė, informacijos paieška ir sisteminimas, diskusijos, esė, savarankiškos kūrybinės užduotys, seminarai, kursiniai darbai, praktikų ataskaitos, egzaminai, baigiamasis darbas ir/ar kvalifikacinis egzaminas.</p> <p>Sandara:</p> <p><i>Studijų dalykai (moduliai), praktika:</i></p> <p>Studijų dalykai (111 kreditų): Bendravimo psichologija, Verslo etika, Ekonomika, Rinkodara, Vartotojų elgsena internete, Kūrybiškumo ugdymas, Verslo komunikacija, Profesinė užsienio kalba 1 (anglų, vokiečių), Skaitmeninio turinio valdymas, Skaitmeninės rinkodaros pagrindai, Medijų komunikacija ir valdymas, Taikomųjų tyrimų metodologija, Kūrybinis rašymas, Skaitmeninė reklama ir pardavimų skatinimas, Grafinis dizainas, Verslo teisė, Prekės ženklo valdymas, Skaitmeninės rinkodaros tyrimai, Vaizdo technologijos, Kursinis darbas, Verslo statistika, Ryšių su klientais valdymas, Kainodara ir rinkodaros finansai, Mobilioji rinkodara.</p> <p>Laisvai pasirenkamieji dalykai (6 kreditai).</p> <p>Praktikos (54 kreditas): Įvadinė specialybės praktika įmonėje, Elektroninės komercijos praktika, Praktika imitacinėje bendrovėje, Specialybės įgūdžių praktika įmonėje, Integruotos rinkodaros komunikacijos planavimo praktika, Baigiamoji praktika.</p> <p>Baigiamasis darbas (9 kreditai).</p> <p><i>Specializacijos:</i></p> <p>-</p> <p><i>Studento pasirinkimai:</i></p> <p>Galima rinktis: - laisvai pasirenkamus studijų dalykus.</p> <p><i>Studijų programos skiriamieji bruožai:</i></p> <p>Skaitmeninė rinkodara yra inovatyvi ir šiuolaikiška profesinio bakalauro studijų programa, atliepianti vienos perspektyviausių rinkodaros sričių tendencijas. Skaitmeninės rinkodaros vystymasis</p>
--	--

		rinkoje įgauna pagreitį, tad aktualių praktinių gebėjimų įgiję šios srities specialistai turi plačias profesines perspektyvas vietinėje ir tarptautinėje rinkoje.
		Profesinės veiklos ir tolesnių studijų galimybės:
		Profesinės veiklos galimybės:
		Absolventai galės dirbti rinkodaros (skaitmeninės/tradicinės) specialistais įvairiose šalies ir tarptautinio verslo aplinkose – nuo smulkaus verslo iki didelių įmonių, pelno nesiekiančiose organizacijose, valstybinėse viešosiose įstaigose bei patys kurti savo verslą.
		Tolesnių studijų galimybės:
		Absolventai turės teisę stoti į antrosios pakopos magistrantūros studijas aukštosios mokyklos nustatyta tvarka.
		Programos aprašymo santraukos parengimo ir atnaujinimo datos: 2026-03-13
33.	Programos aprašymo santrauka anglų kalba (Summary of Profile of a Study Programme)	General Description:
		Objective(s) of a study programme:
		To educate a highly qualified specialist, of digital marketing who is able to apply contemporary marketing knowledge, to think creatively and critically, in solving theoretical and practical problems in digital marketing, to use digital technologies, to create integrated purposeful and measurable communication and to effectively manage digital marketing tools and to continuously improve their professional competences through lifelong learning.
		Learning outcomes:
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Knows digital marketing theories and legal regulation of activities. 2. Perceives the purpose of digital marketing in the company. 3. Identifies digital marketing problems and finds optimal, legally and ethically reasoned solutions. 4. Carries out research and analyzes consumer needs, prospective customer groups, customer loyalty and sales volume. 5. Evaluates the effectiveness of digital marketing in regard to consumers and business. 6. Creates added value of digital marketing in the company. 7. Prepares digital marketing communication plans and strategies to meet the objectives of a company. 8. Manages digital marketing communication tools and dissemination channels. 9. Communicates in mother and foreign language tongues in spoken and written modes in professional environment. 10. Applies professional knowledge working

		<p>independently and collectively when organizing one's own work and that of divisions or setting up a business.</p>
		<p><i>Activities of teaching and learning:</i></p>
		<p>(The study programme) is oriented to the development of generic and specialist competences and creativity: lectures, seminars, discussions, individual and group projects, practice, case studies, public presentation and defense of projects, mind-maps, problem - solving reading, writing articles, information search and systematizing, etc.</p>
		<p><i>Methods of student achievement assessment:</i></p>
		<p>The assessment of the learning outcomes of the study programme is carried out during the semester and the examination session applying a cumulative assessment system. During the semester, the learning outcomes are assessed by means of interim assignments: tests, individual and group projects, case studies, information search and systematizing, discussions, essays, independent creative tasks, seminars, term papers, practice reports, examinations, final projects and / or qualifying exams.</p>
		<p><i>Framework:</i></p>
		<p><i>Study subjects (modules), practical training:</i></p>
		<p>Study subjects (111 credits): Psychology of Communication, Business Ethics, Economics, Marketing, Consumer Behavior Online, Creativity Development, Business Communication, Professional Foreign Language 1 (English, German), Digital Content Management, Basics of Digital Marketing, Media Communication and Management, Methodology of Applied Research, Creative Writing, Digital Advertising and Sales Promotion, Graphic Design, Business Law, Digital Branding, Digital Marketing Research, Video Technology, Term Paper, Business Statistics, Customer Relationship Management, Pricing and Marketing Finances, Mobile Marketing. Optional Subjects (6 credits). Practices (54 credits): Introductory Specialist Practice in a Company, Internship of Electronic Commerce, Internship in Simulation Enterprise, Specialised Skills Training Practice, Internship of Planning of Integrated Marketing Communication, Final Practice. Graduation Paper (9 credits).</p>
		<p><i>Specializations:</i></p>
		<p>-</p>
		<p><i>Optional courses:</i></p>
		<p>It is possible: - to select optional subjects.</p>

		<p><i>Distinctive features of a study programme:</i></p> <p>Digital Marketing is an innovative and modern professional bachelor's degree programme that reflects the trends of one of the most promising areas of marketing. The development of digital marketing is gaining speed on the market, so that specialists with relevant practical skills in this field have broad professional prospects in the local and international market.</p> <p>Access to professional activity or further study:</p> <p><i>Access to professional activity:</i></p> <p>The graduates will be able to work as marketing (digital/traditional) specialists in a variety of national and international business environments – from small businesses to large companies, in nonprofit organizations, state public institutions and to start their own businesses.</p> <p><i>Access to further study:</i></p> <p>Access to the second cycle studies upon meeting requirements set by the accepting higher education institution.</p>
34.	Priėmimo studijuoti į atitinkamą programą metai:	Kiekvienais metais planuojamų priimti studijuoti asmenų skaičius aukštojoje mokykloje, aukštosios mokyklos pavadinimas, juridinio asmens kodas:
	2026	35, Klaipėdos valstybinė kolegija, Juridinio asmens kodas 111968056

Institucijos pavadinimas: Klaipėdos valstybinė kolegija

Duomenis rengusio asmens pareigos, vardas ir pavardė: Verslo administravimo katedros vedėjas

Mantas Saltykovas

Duomenų parengimo ar atnaujinimo data: 2026-03-13