

STUDIJŲ PROGRAMOS DUOMENYS

Eil. Nr.	Parametrai		Duomenys	
1.	Studijų programos pavadinimas		Skaitmeninės rinkodaros komunikacija	
2.	Studijų programos pavadinimas anglų kalba		Digital Marketing Communication	
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.	Būtinės 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)	Priėmimo į programą metai
	180	Nuolatinė	3	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)	2017-08-09, Nr. SV6-33, Akredituota iki 2022-06-30
26.	Programą vykdančios aukštosios mokyklos juridinio asmens kodas, pavadinimas Kitoje teritorijoje esančio (-čių) aukštosios mokyklos padalinio (-ių) kodas (-ai), pavadinimas (-ai) (jei padalinys (-iai) yra)	Juridinių asmenų registro kodas 111968056, Viešojo įstaiga, Klaipėdos valstybinė kolegija -
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):
		Rengti aukštos kvalifikacijos skaitmeninės rinkodaros komunikacijos specialistus, turinčius platų, kūrybinį ir kritinį mąstymą bei teigiamą nuostatą nuolatiniam asmeniniam ir profesiniam tobulėjimui; gebančius panaudoti skaitmenines technologijas, sukuriant integruotą, tikslinę ir išmatuojamą komunikaciją, bei efektyviai valdyti skaitmeninės rinkodaros įrankius.
		Studijų rezultatai:
		Programos absolventas: 1. Suvokia skaitmeninės rinkodaros paskirtį organizacijos veikloje. 2. Žino skaitmeninės rinkodaros komunikacijos teorijas ir veiklą reglamentuojančius teisės aktus. 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 komunikacijos efektyvumą vartotojams bei verslui. 6. Kuria skaitmeninės rinkodaros komunikacijos pridėtinę vertę. 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.
		Mokymo ir mokymosi veiklos:
		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.
	<i>Studijų rezultatų vertinimo būdai:</i> 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.
	Sandara:
	<i>Studijų dalykai (moduliai), praktika:</i> Studijų dalykai (111 kreditų): Bendravimo psichologija, Verslo etika, Ekonomika, Rinkodara, Vartotojų elgsena internete, Kūrybiškumo ugdymas, Verslo komunikacija, Profesinė užsienio kalba 1 (anglų, vokiečių), Grafinis dizainas ir vaizdo technologijos, Kursinis darbas, Skaitmeninės rinkodaros pagrindai, Medijų komunikacija ir valdymas, Taikomųjų tyrimų metodologija, Verslo statistika, Kūrybinis rašymas, Skaitmeninė reklama ir pardavimų skatinimas, Skaitmeninio turinio valdymas, Prekės ženklo valdymas, Skaitmeninės rinkodaros tyrimai, Ryšių su klientais valdymas, Kainodara ir rinkodaros finansai, Verslo teisė, Mobilioji rinkodara. Laisvai pasirenkamieji dalykai (6 kreditai). Praktikos (54 kreditas): Įvadinė specialybės praktika įmonėje, Elektroninės komercijos praktika, Praktika imitacinėje bendrovėje, Specialybės įgūdžių praktika įmonėje, Integruotos rinkodaros komunikacijos planavimo praktika, Baigiamoji praktika. Baigiamasis darbas (9 kreditai).
	<i>Specializacijos:</i> -
	<i>Studento pasirinkimai:</i> Galima rinktis: - laisvai pasirenkamus studijų dalykus.
	<i>Studijų programos skiriamieji bruožai:</i> Nauja, inovatyvi, vienintelė Lietuvoje profesinio bakalauro studijų programa. Skaitmeninės rinkodaros komunikacija viena perspektyviausių rinkodaros sričių, kurios vystymasis rinkoje tik įgauna pagreitį, o specialistai turi plačias profesines perspektyvas vietinėje ir tarptautinėje rinkoje.

		Profesinės veiklos ir tolesnių studijų galimybės:
		<i>Profesinės veiklos galimybės:</i>
		Absolventai galės dirbti rinkodaros (skaitmeninės / tradicinės) komunikacijos specialistais įvairiose verslo aplinkose – nuo smulkaus verslo iki didelių kompanijų, pelno nesiekiančiose organizacijose, valstybinėse viešosiose įstaigose bei laisvai samdomais darbuotojais.
		<i>Tolesnių studijų galimybės:</i>
		Absolventai turės teisę stoti į antrosios pakopos magistrantūros studijas aukštosios mokyklos nustatyta tvarka.
		Programos aprašymo santraukos parengimo ir atnaujinimo datos: 2021-02-23
33.	Programos aprašymo santrauka anglų kalba (Summary of Profile of a Study Programme)	General Description:
		<i>Objective(s) of a study programme:</i>
		To educate highly qualified specialists of digital marketing communication who are able to apply broad creative and critical thinking, and a positive attitude to continuous personal and professional development; who are able to use digital technologies to create integrated purposeful and measurable communication and to effectively manage digital marketing tools.
		<i>Learning outcomes:</i>
		1. Perceives the purpose of digital marketing in the company. 2. Knows digital marketing communication theories and legal regulation of activities. 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 communication in regard to consumers and business. 6. Creates added value of digital marketing communication 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 to organizing one's own work and that of divisions working independently and in a team.
		<i>Activities of teaching and learning:</i>
		(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.
	<i>Methods of student achievement assessment:</i>
	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.
	Framework:
	<i>Study subjects (modules), practical training:</i>
	Study subjects (111 credits): Psychology of Communication, Business Ethics, Economics, Marketing, Consumer Behaviour Online, Creativity Development, Business Communication, Professional Foreign Language 1 (English, German), Graphic Design and video technologies, Course work, Basics of Digital Marketing, Media Communication and Management, Methodology of Applied Research, Business Statistics, Creative Writing, Digital Advertising and Sales Promotion, Digital Content Management, Digital Branding, Digital Marketing Research, Customer Relationship Management, Pricing and Marketing Finances, Business Law, 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).
	<i>Specializations:</i>
	-
	<i>Optional courses:</i>
	It is possible: - to select optional subjects.
	<i>Distinctive features of a study programme:</i>
	This new and innovative programme is the only Professional Bachelor's programme in Lithuania. Digital marketing communication is one of the most promising areas of marketing whose development

		in the market is gaining momentum, and there are good career prospects for the specialists in both local and international markets.
		Access to professional activity or further study:
		Access to professional activity:
		The graduates will be able to work as marketing (digital/traditional) specialists in a variety of business environments – from small businesses to large companies, in nonprofit organizations, and state public institutions, or work freelance.
		Access to further study:
		Access to the second cycle studies upon meeting requirements set by the accepting higher education institution.
34.	Priėmimo studijuoti į atitinkamą programą metai:	Kiekvienais metais planuojamų priimti studijuoti asmenų skaičius aukštojoje mokykloje, aukštosios mokyklos pavadinimas, juridinio asmens kodas:
	2022	30, Klaipėdos valstybinė kolegija, Juridinio asmens kodas 111968056

Institucijos pavadinimas: Klaipėdos valstybinė kolegija

Duomenis rengusio asmens pareigos, vardas ir pavardė:

Verslo administravimo katedros vedėja Jurgita Kasparienė

Duomenų parengimo ar atnaujinimo data: 2022-02-23