

## STUDIJŲ PROGRAMOS DUOMENYS

Eil. Nr.	Parametrai	Duomenys		
1.	Studijų programos pavadinimas	<b>Skaitmeninės rinkodaros komunikacija</b>		
2.	Studijų programos pavadinimas anglų kalba	<b>Digital Marketing Communication</b>		
3.	Studijų programos valstybinis kodas	6531LX097		
4.	Studijų programos kodas pagal Tarptautinę standartizuotą švietimo klasifikaciją (ISCED)	6550414		
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	Rinkodara		
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.	Būtinoms 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	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	<b>Bendras apibūdinimas:</b>
		<b>Studijų programos tikslas(-ai):</b> Rengti aukštos kvalifikacijos skaitmeninės rinkodaros komunikacijos specialistus, gebančius panaudoti skaitmenines technologijas, sukuriant integruotą, tikslinę ir išmatuojamą komunikaciją, valdyti skaitmeninės rinkodaros įrankius, turinčius platų, kūrybinį ir kritinį mąstymą bei teigiamą nuostatą nuolatiniam asmenybės bei profesiniam tobulėjimui.
		<b>Studijų rezultatai:</b> Programos absolventas: 1. Žino skaitmeninės rinkodaros komunikacijos teorijas ir veiklą reglamentuojančius teisės aktus. 2. Tiria ir analizuoja vartotojų poreikius, potencialių klientų ratą jų lojalumą bei pardavimų apimtį. 3. Įvertina skaitmeninės rinkodaros komunikacijos efektyvumą vartotojams bei verslui. 4. Kuria skaitmeninės rinkodaros komunikacijos pridėtinę vertę įmonei. 5. Parengia skaitmeninės rinkodaros komunikacijos planus, strategijas įgyvendinant įmonės tikslus. 6. Valdo skaitmeninės rinkodaros komunikacijos įrankius ir sklaidos kanalus. 7. Komunikuoja žodžiu ir raštu gimtąja ir užsienio kalba. 8. Taiko profesines žinias dirbant savarankiškai ir kolektyviai, organizuojant savo ir padalinių darbą.
<b>Mokymo ir mokymosi veiklos:</b> 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		

		<p>straipsnių rengimas, informacijos paieška ir sisteminimas ir kt.</p> <p><b><i>Studijų rezultatų vertinimo būdai:</i></b></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><b>Sandara:</b></p> <p><b><i>Studijų dalykai (moduliai), praktika:</i></b></p> <p>Studijų dalykai (108 kreditų): Bendravimo psichologija, Verslo etika, Ekonomikos pagrindai, Rinkodaros pagrindai, Vartotojų elgsena internete, Kūrybiškumo ugdymas, Verslo komunikacija, Profesinė užsienio kalba 1 (anglų, vokiečių), Verslo statistika, E-rinkodara ir socialinių medijų valdymas, Medijų komunikacija, Kūrybinis rašymas, Skaitmeninė reklama ir pardavimų skatinimas, Skaitmeninis įženklėjimas, Skaitmeninio turinio valdymas, Internetiniai tyrimai, Taikomųjų tyrimų metodologija, Ryšių su klientais valdymas, Kainodara ir rinkodaros finansai, Verslo teisė, Mobilioji rinkodara.</p> <p>Laisvai pasirenkamieji dalykai (9 kreditai).</p> <p>Praktikos (54 kreditas): Įvadinė specialybės praktika įmonėje, Praktika imitacinėje bendrovėje, Elektroninės komercijos praktika, Specialybės įgūdžių praktika įmonėje, Integruotos rinkodaros komunikacijos planavimo praktika, Baigiamoji praktika.</p> <p>Baigiamasis darbas (9 kreditai).</p> <p><b><i>Specializacijos:</i></b></p> <p>-</p> <p><b><i>Studento pasirinkimai:</i></b></p> <p>Galima rinktis: - laisvai pasirenkamus studijų dalykus.</p> <p><b><i>Studijų programos skiriamieji bruožai:</i></b></p> <p>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.</p> <p><b>Profesinės veiklos ir tolesnių studijų galimybės:</b></p> <p><b><i>Profesinės veiklos galimybės:</i></b></p> <p>Absolventai galės dirbti rinkodaros (skaitmeninės / tradicinės) komunikacijos specialistais įvairiose</p>
--	--	--

		<p>verslo aplinkose – nuo smulkaus verslo iki didelių kompanijų, pelno nesiekiančiose organizacijose, valstybinėse viešosiose įstaigose bei laisvai samdomais darbuotojais.</p> <p><b><i>Tolesnių studijų galimybės:</i></b></p> <p>Absolventai turės teisę stoti į antrosios pakopos magistrantūros studijas aukštosios mokyklos nustatyta tvarka.</p>
		<p>Programos aprašymo santraukos parengimo ir atnaujinimo datos: 2020-02-14</p>
33.	Programos aprašymo santrauka anglų kalba (Summary of Profile of a Study Programme)	<p><b>General Description:</b></p> <p><b><i>Objective(s) of a study programme:</i></b></p> <p>To educate highly qualified specialists of digital marketing communication who are able to use digital technologies to create integrated purposeful and measurable communication, to manage digital marketing tools, and to apply creative and critical thinking, and have a positive attitude to continuous personal and professional development.</p> <p><b><i>Learning outcomes:</i></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Knows digital marketing communication theories and legal regulation of activities.</li> <li>2. Carries out research and analyzes consumer needs, prospective customer groups, customer loyalty and sales volume.</li> <li>3. Evaluates the effectiveness of digital marketing communication in regard to consumers and business.</li> <li>4. Creates added value of digital marketing communication in the Company.</li> <li>5. Prepares digital marketing communication plans and strategies to meet the objectives of a company.</li> <li>6. Manages digital marketing communication tools and dissemination channels.</li> <li>7. Communicates in the mother tongue and a foreign language in the spoken and written modes.</li> <li>8. Applies professional knowledge to organizing one's own work and that of divisions working independently and in a team.</li> </ol> <p><b><i>Activities of teaching and learning:</i></b></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><b><i>Methods of student achievement assessment:</i></b></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</p>

		<p>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><b>Framework:</b></p> <p><b><i>Study subjects (modules), practical training:</i></b></p> <p>Study subjects (108 credits): Psychology of Communication, Business Ethics, Basics of Economics, Basics of Marketing, Consumer Behavior Online, Creativity Development, Business Communication, Professional Foreign Language 1 (English, German), Business Statistics, E-marketing and Social Media, Media Communication, Creative Writing, Digital Advertising and Sales Promotion, Digital Branding, Digital Content Management, Online Research, Methodology of Applied Research, Customer Relationship Management, Pricing and Marketing Finance, Business Law, Mobile Marketing.</p> <p>Optional subjects (9 credits).</p> <p>Practices (54 credits): Introductory Specialist Practice in a Company, Internship in Simulation Enterprise, Internship of Electronic Commerce, Specialised Skills Training Practice, Internship of Planning of Integrated Marketing Communication, Final Practice.</p> <p>Graduation Paper (9 credits).</p> <p><b><i>Specializations:</i></b></p> <p>-</p> <p><b><i>Optional courses:</i></b></p> <p>It is possible: - to select optional subjects.</p> <p><b><i>Distinctive features of a study programme:</i></b></p> <p>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.</p> <p><b>Access to professional activity or further study:</b></p> <p><b><i>Access to professional activity:</i></b></p> <p>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.</p> <p><b><i>Access to further study:</i></b></p> <p>Access to the second cycle studies upon meeting</p>
--	--	--

		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:
	2019	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: 2020-02-14