



Funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

**Fuse IT Multiplier event**

**ISMA** INFORMĀCIJAS  
SISTĒMU  
MENEDŽMĒNTA  
ANNO 1994 AUGSTSKOLA

# Digitālā mārketinga kompetenču integrācijas pētījumi un vadlīnijas ar IKT saistītos priekšmetos

Jevgenija Dehtjare, 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](http://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.*



# Ievads

- Tehnoloģiju laikmetā, kad pasaule ir pārpildīta ar informāciju, mārketinga vairs nav tikai preču cīņa, bet arī stāstu un attēlu cīņa.
- Studiju programmas mērķis ir izglītēt mārketinga un komunikācijas profesionāļus, kuri spēj radīt lietotājam draudzīgus biznesa stāstus, kā arī spēt pārvaldīt uzņēmumu un produktu tēlu, kā arī ātri un efektīvi risināt komunikācijas krīzes, kā arī izstrādāt mārketinga un komunikācijas stratēģijas.



# Ievads

- Lai nodrošinātu veiksmīgu studiju programmas izstrādi, partneriem bija jāveic vairāki sekojoši soļi:
- Esošo programmu un mācību programmu analīze uz projektu vērstajam digitālajam mārketingam
- Nākotnes digitālā mārketinga kompetenču analīze
- Izstrādāt vadlīnijas digitālā mārketinga kompetenču integrācijai ar IKT saistītos priekšmetos



# Galvenais mērķis

- izstrādāt galvenās prasības Fuse IT programmas izveidei, izmantojot IO1 rezultātus mērķa grupu DMC (Digitālā mārketinga kompetence) vajadzībām, pamatojoties uz ES darba tirgu, esošo partneru labāko praksi mārketingā un IKT.



Future competences pathways for marketing and ICT education  
[www.knf.vu.lt/en/fuseit](http://www.knf.vu.lt/en/fuseit)



Funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

# Plāns partneriem

- Sagatavot ieteikumus par to, kādas kompetences ir nepieciešamas, lai mērķa grupa būtu labi sagatavota, pašpārlicināta un konkurētspējīga digitālajā tirgū. Tas tiks darīts pēc esošo programmu un mācību programmu analīzes projektu mērķgrupas DMC (Digitālā mārketinga kompetences), kas pieejamas ES partnerorganizācijām, un salīdzinot ar digitālo kompetenču ietvariem, piemēram, Digitālo kompetenču ietvaru patērētājiem un Digitālo kompetenču ietvaru iedzīvotājiem 2.1. (1.1.);
- Sagatavot nākotnes digitālā mārketinga kompetenču pētījuma analīzi. Tas tiks darīts, veicot aptaujas un intervijas: vismaz 50 mārketinga un IKT studenti, kas intervē ar katras All starpniecību, mārketinga speciālisti intervē, vismaz 10 ar katras All starpniecību; Dc mācību centru pārstāvju intervēšana, vismaz 5 no katras dalības valsts.
- Sagatavot vadlīnijas, kā digitālā mārketinga kompetences varētu integrēt ar IKT saistītos priekšmetos. Tas tiks darīts, izmantojot mērķa grupas apsekojumus un interviju rezultātus.



# Analīze

- IO1 Viļņas universitātes vadītājs ar milzīgu pieredzi, izstrādājot vadlīnijas, kā sagatavot studijas katrā valstī, kas izstrādāta, lai analizētu esošās programmas un mācību programmas projektu mērķgrupas DMC, kas pieejama ES partnerorganizācijām

Institution	
Programme name	
Programme type	
Group of study fields	
Study field	
Degree	
Duration	
Workload	
Language of instruction	
The objective of programme	
Career opportunities	
Key learning outcomes	
Course information	

# DigCompConsumers Competences

Competence areas	Competences
1. Pre-purchase	1.1 Browsing, searching and filtering information on goods and services
	1.2 Evaluating and comparing information on goods and services
	1.3 Recognising and evaluating commercial communication and advertisement
	1.4 Managing digital identity and profile in the digital marketplace
	1.5 Considering responsible and sustainable consumption in digital markets
2. Purchase	2.1 Interacting in the digital marketplace to buy and sell
	2.2 Participating in collaborative economy platforms
	2.3 Managing payments and finances through digital means
	2.4 Understanding copyrights, licences, and contracts of digital goods and services
	2.5 Managing personal data and privacy
	2.6 Protecting health and safety
3. Post-purchase	3.1 Sharing information with other consumers in the digital marketplace
	3.2 Asserting consumer rights in the digital marketplace
	3.3 Identifying digital consumer competence gaps and limits

# Kompetences DigComp 2.1

Competence area:	Competences:
1: Information and data literacy	1.1 Browsing, searching, filtering data, information and digital content
	1.2 Evaluating data, information and digital content
	1.3 Managing data, information and digital content
2: Communication and collaboration	2.1 Interacting through digital technologies
	2.2 Sharing through digital technologies
	2.3 Engaging in citizenship through digital technologies
	2.4 Collaborating through digital technologies
	2.5 Netiquette
	2.6 Managing digital identity
3: Digital content creation	3.1 Developing digital content
	3.2 Integrating and re-elaborating digital content
	3.3 Copyright and licences
	3.4 Programming
4: Safety	4.1 Protecting devices
	4.2 Protecting personal data and privacy
	4.3 Protecting health and well-being
	4.4 Protecting the environment
5: Problem solving	5.1 Solving technical problems
	5.2 Identifying needs and technological responses
	5.3 Creatively using digital technologies
	5.4 Identifying digital competence gaps





# Analīzes rezultāti

- Ziņojiet ar rūpīgu saistīto programmu analīzi visu partneru EI.
- ISMA demonstrē lielākoties sabalansētus rezultātus gadījumā, ja vienādi attīsta gan studentu vadības, gan tehniskās prasmes, realizējot studiju programmas sociālo un tehnoloģisko zinātņu studiju jomās. Zemākais novērtēšanas līmenis ir saistīts ar papildu pielāgojamām disciplīnām, kas saistītas ar drošību, vidi, autortiesībām (2.5 Netiquette; 3.3 Autortiesības un licences; 4.2 Personas datu un privātuma aizsardzība; 4.3 Veselības un labklājības aizsardzība; 4.4 Vides aizsardzība)



# Nākotnes digitālā mārketinga kompetenču pētījuma analīze

- Vispārīga informācija par respondentu

Occupation:	Gender:	Age group (year):
Student	Female	18-29
HEI representative (academics)	Male	30-40
representative of business (stakeholder)	Other	41-50
DC training center representative		51-60
Public administration representative		60+
Teacher of other educational levels		



# Digitālā mārketinga speciālistam nepieciešamās kompetences

Competences:
Digital Strategy
Web Experience Management
Usability / Design
Growth Hacking (Growth Marketing)
Retargeting
Customer Engagement
Customer Experience UX
User Acquisition
Expert storyteller
Targeting & Optimization
Understanding of customer personas and their needs
Data Science & Big Data
Web Development - Custom
Web Analytics & A/B Testing
Computer science fundamentals and programming
Strategic creativity
Probability and statistics
Data modeling and evaluation
Customer loyalty, retention, and satisfaction campaigns design and execution
Strong communication
Predictive Analysis & Attribution
Software engineering and system design
Sustainable Growth marketing Strategies
Programmatic Advertising
Blockchain marketing use cases
Leadership
Intellectual property positioning and protection
Cyber security
Competitive Intelligence
Business Intelligence
Crisis management in social networks
OTHER (please specify)



Future competences pathways for marketing and ICT education  
[www.knf.vu.lt/en/fuseit](http://www.knf.vu.lt/en/fuseit)



Funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

# Digitālā mārketinga speciālistam nepieciešamās profesionālās prasmes

Professional skills:
Content Marketing ( <i>WordPress, Yoast SEO plug-in</i> )
Digital Analytics ( <i>Google Analytics, Adobe Analytics, Optimizel</i> )
Search Engine Optimization (SEO) ( <i>Moz, Ahrefs, SEM Rush, Google Search Console</i> )
Search Engine Marketing (SEM) ( <i>Google AdWords, Bing Ads</i> )
Conversion Rate Optimization (CRO) ( <i>Optimizely, Google Tag Manager, Craft</i> )
Social Media Marketing ( <i>Facebook Ads, Twitter Ads, LinkedIn Ads, Hootsuite, Instagram, Youtube</i> )
Affiliate Marketing ( <i>CJ by Conversant, Impact Radius</i> )
Python, PHP, .NET, Java or other backend programming technologies
SQL, Database administration
Excel
Marketing and Sales Automation ( <i>Marketo, Pardot, Bronto</i> )
Video Marketing
Video editing
Tableau
Email Marketing ( <i>Mailchimp, Constant Contact, AWeber</i> )
Geo-Targeting PPC
Web Development ( <i>WordPress, Magento, Joomla, Drupal</i> )
Webdevelopment - Content Management Systems
Project Management ( <i>JIRA, Basecamp, Timeforce, Trello</i> )
Paid Search Marketing
Building and managing customer experience teams
CRM
Mobile Marketing
Applying machine learning algorithms and libraries
Applying Cyber security solutions software
OTHER (please specify)



Future competences pathways for marketing and ICT education  
[www.knf.vu.lt/en/fuseit](http://www.knf.vu.lt/en/fuseit)



Funded by the  
 Erasmus+ Programme  
 of the European Union

# Profesionālie amati, kuriem nepieciešamas digitālā mārketinga kompetences un profesionālās prasmes

Positions:
Internet marketing content manager
<i>E.marketing</i> web designer
PPC manager
Social media specialist
<i>Martech</i> specialist
<i>E.marketing</i> information specialist
Social media development administrator
Internet research specialist
System analytic
IS designer
Market analytic
Product manager
IS quality assurance specialist
<i>E. marketing</i> project manager
Expert in Web Analytics/Data Analytics
Expert in Business Intelligence
Marketing Metrics Manager
Brand manager
OTHER (please specify)



Future competences pathways for marketing and ICT education  
[www.knf.vu.it/en/fuseit](http://www.knf.vu.it/en/fuseit)



Funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

# Struktūrvienības/organizācijas veidi, kuriem nepieciešamas digitālā mārketinga kompetences un profesionālās prasmes

Business entities/types of organization:
<i>Start-Ups</i>
(Traditional) Business companies
Public and government bodies
Science and study sector
<i>E.marketing</i> and internet communication companies
<i>E.sales</i> and marketing department
Advertising agencies
Media and technology companies
International internet content organizations
Market analytic service companies
OTHER (please specify)

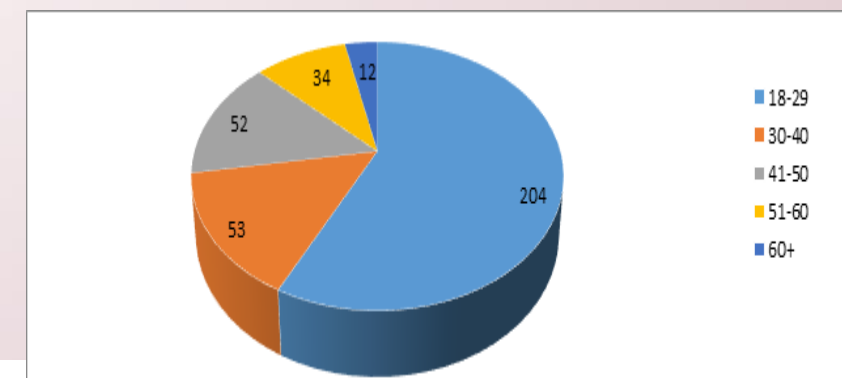
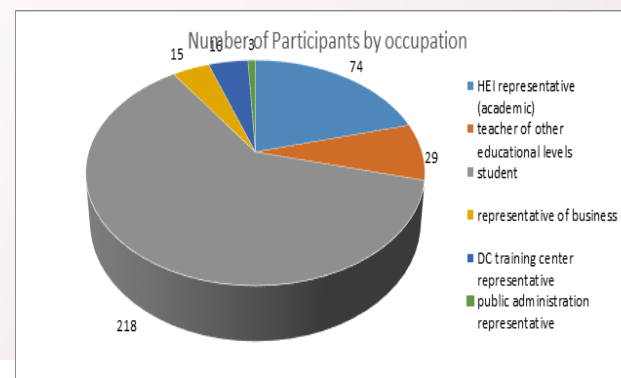
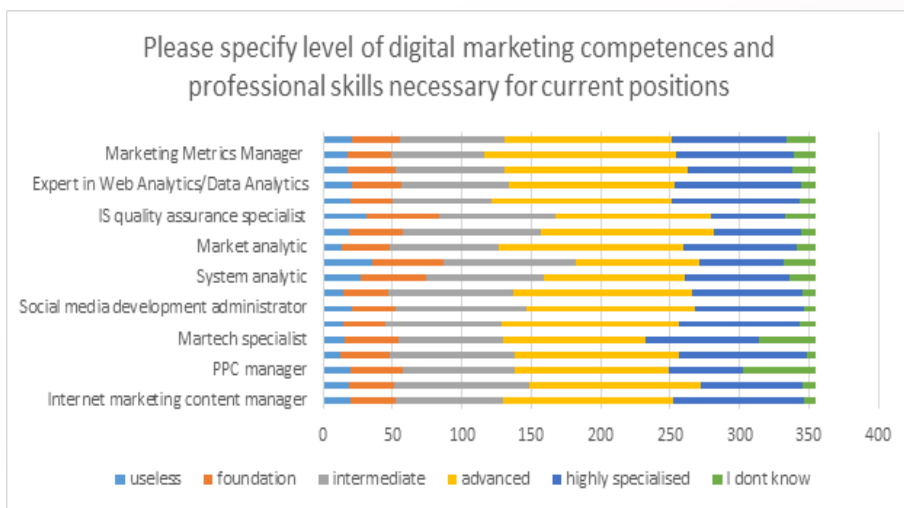
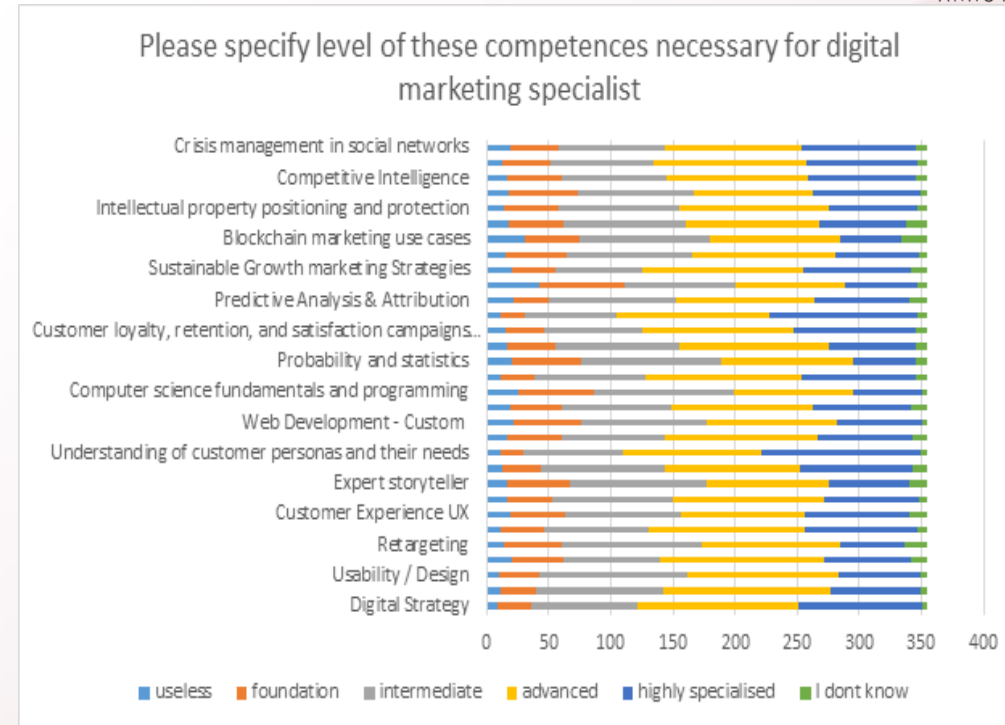


Future competences pathways for marketing and ICT education  
[www.knf.vu.lt/en/fuseit](http://www.knf.vu.lt/en/fuseit)



Funded by the  
 Erasmus+ Programme  
 of the European Union

# Daži analīzes rezultāti



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



Funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

# Digitālā mārketinga kompetenču integrācijas vadlīnijas ar IKT saistītos mācību priekšmetos

- Digitālā mārketinga speciālistam nepieciešamo kompetenču sarindojums
- Digitālā mārketinga speciālistam nepieciešamo profesionālo prasmju ranžēšana
- Digitālā mārketinga kompetencēm un profesionālajām prasmēm nepieciešamo amatu ranžēšana
- Uzņēmumu/organizāciju veidu ranžēšana, kas nepieciešama digitālā mārketinga kompetencēm un profesionālajām prasmēm





# Ieteikumi mācību satura izstrādei un lokalizācijai

- Izveidotā 4-5. moduļa ECTS noslodze;
- Moduļa angļu valoda (valsts valoda- kā papildu iespēja);
- Attīstīto kompetenču līmenis: augsti specializēts (5.–8. līmenis attiecībā uz digitālo kompetenču satvaru iedzīvotājiem 2.1.)



Future competences pathways for marketing and ICT education  
[www.knf.vu.it/en/fuseit](http://www.knf.vu.it/en/fuseit)



Funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

# Koncentrējieties uz digitālajā mārketinga speciālistam nepieciešamajām pašreizējām kompetencēm, kuras tehniski iespējams iedalīt 2 galvenajās grupās (mārketinga pamatkompetences; digitālā mārketinga kompetences):

Competences to develop necessary for digital marketing specialist	Group of competences
Understanding of customer personas and their needs	Basics marketing competences
Strong communication	
Strategic creativity	
Customer loyalty, retention, and satisfaction campaigns design and execution	
Customer Engagement	
Digital Strategy	Digital marketing competences
Web Experience Management	
Bussiness Intelligence	
Targeting & Optimization	
Usability / Design	



# Koncentrējieties uz pašreizējām profesionālajām prasmēm, kas nepieciešamas digitālā mārketinga speciālistam un ko nosacīti iespējams sadalīt divās grupās: digitālā mārketinga vajadzībām pielāgotas profesionālās prasmes un digitālā mārketinga vajadzībām radītās profesionālās prasmes

Professional skills to develop necessary for digital marketing specialist	Group of professional skills
Excel	Professional skills adapted to digital marketing needs
CRM	
Building and managing customer experience teams	
Social Media Marketing	Professional skills created to digital marketing needs
Digital Analytics	
Mobile Marketing	
Search Engine Marketing (SEM)	
Search Engine Optimization (SEO)	
Video Marketing	
Email Marketing	



## Ieteicamā mācību materiālu ieviešanas mērķa grupa, kuru nosacīti iespējams sadalīt trīs grupās par profesionālās darbības veidiem: speciālisti, vadītāji, analītika

Professional positions	Type of activity (functions)
Social media specialist	Field specialist
E.marketing information specialist	
Internet research specialist	
E.marketing web designer	
Social media development administrator	Management
Internet marketing content manager	
E. marketing project manager	
Marketing Metrics Manager	
Expert in Web Analytics/Data Analytics	Analytics
Expert in Business Intelligence	
Market analytic	

Ieteicamie ieinteresēto personu veidi mācību materiālu izstrādei un ieviešanai nosacīti iespējams sadalīt divās grupās: tradicionālās uzņēmējdarbības aktivitātes, kas pielāgo digitālā mārketinga risinājumus; uzņēmumiem, kuru pamatā ir digitālais mārketings

Stakeholders	Types of stakeholder
E.sales and marketing department (in business companies)	Traditional business activities which adapts digital marketing solutions
Advertising agencies	
Market analytic service companies	
E.marketing and internet communication companies	Businesses based on digital marketing
Media and technology companies	
International internet content organizations	



# Paldies!



Future competences pathways for marketing and ICT education  
[www.knf.vu.it/en/fuseit](http://www.knf.vu.it/en/fuseit)



Funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union