

Nākotnes kompetenču ceļi mārketinga un IKT izglītībai (FuseIT)



A3: Pamatnostādnes digitālā mārketinga kompetenču integrēšanai ar IKT saistītos mācību priekšmetos KOPSAVILKUMS

Projekta ilgums: 2019. gada oktobris - 2021. gada septembris

Projekta Nr.: 2019-1-LT01-KA203-060730



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Šis projekts ir finansēts ar Eiropas Komisijas atbalstu. Šī publikācija [paziņojums] atspoguļo tikai autora uzskatus, un Komisija nav atbildīga par jebkādu tajā ietvertās informācijas izmantošanu.



Dokumentu kontrole			
Pārskatīšana #	Pārskatīšanas datums	Apraksts	Vārds un uzvārds
1	2020. gada 27. aprīlis	Oriģinālais melnraksts	Giedrius Romeika
2	2020. gada 21. maijs	Atjaunināts melnraksts	Viktors Gopejenko
3	2020. gada 28. maijs	Pēdējā versija	Viktors Gopejenko



SATURS

IEVADS	4
1. IO1 PĒTNIECĪBAS MĒRĶI UN DARBĪBA	5
2. REKOMENDATIONS MĀCĪBU PROGRAMMU IZSTRĀDEI UN LOKALIZĀCIJAI	6



IEVADS

“Eiropas Savienībai ir jānodrošina, ka Eiropas darbaspēka zināšanas, prasmes, kompetence un radošums, jo īpaši tā IKT praktiķi, atbilst visaugstākajam profesionālajam standartam pasaulē un tiek pastāvīgi atjaunināti efektīvas mūžizglītības procesā.” – Michel Catinat, Konkurētspējas un rūpniecības jomas IKT nodaļas vadītājs, Uzņēmējdarbības un rūpniecības ģenerāldirektorāts, Eiropas Komisija, 2015. gads.

Paturot prātā, ka ievērojamais informācijas un komunikācijas tehnoloģiju (IKT) speciālistu trūkums Eiropas Savienībā (ES) rada šķēršļus ekonomikas izaugsmei, Eiropas iedzīvotājiem nav pamata digitālo prasmju, Eiropas Komisija (EK) īsteno tādas iniciatīvas kā jaunu prasmju programma, Digitālo prasmju un darbavietu koalīcija, izpratnes veicināšanas kampaņas un citi. Šo iniciatīvu mērķis ir piesaistīt un saglabāt digitālos talantus, veicināt izglītības un apmācības modernizāciju, lai visiem studentiem un skolotājiem sniegtu iespēju izmantot digitālos instrumentus un materiālus, attīstīt un pilnveidot digitālās prasmes, palielināt izpratni par digitālo prasmju nozīmi nodarbināmības, konkurētspējas un u.c. jomā. Eiropas valstu jauno prasmju programmā teikts: “Formātai izglītībai un apmācībai būtu jānodrošina ikvienam plašs prasmju klāsts, kas paver iespējas personīgai piepildei un attīstībai, sociālajai integrācijai, aktīvam pilsoniskumam un nodarbinātībai. Tās ietver rakstpratību, rēķināšanu, zinātni un svešvalodas, kā arī transversālās prasmes un pamatprasmes, piemēram, digitālās prasmes, uzņēmējdarbību, kritisko domāšanu, problēmu risināšanu vai mācīšanos mācīties, un finanšu pratību.” Mārketinga ir beztermiņa disciplīna, kurai nav jābalstās tikai uz vienu jautājumu. Mārketinga būtība ļauj studentiem attīstīt mārketinga prasmes saistībā ar citu tēmu, piemēram, “Consumer Behavior”, “Mikroekonomika”, “Copywriting”, “Big Data Analysis”, “TĪMEKĻA attīstība” u.c. Šo kursu dažādās studiju programmās īsteno iesaistītās augstskolas. Iegūto prasmju dažādība, pētot mārketingu, nosaka plašu profesionālās karjeras ceļu: tā piedāvā darbu daudzās jomās un daudzveidīgu karjeras izvēli. Ja ir tirgvedības prasmes, pastāv potenciāls gadam rūpniecības nozarē, kas ļauj izmantot nenovērtējamu pieredzes periodu attiecībā uz reālajiem mārketinga uzdevumiem un veicina personiskās mūžizglītības pasākumus. Paturot prātā faktu, ka tirdzniecības joma piesaista universitātēs visvairāk ārzemju studentu (šis skaitlis ir vairāk nekā divreiz lielāks nekā inženierzinātnes un tehnoloģijas, kas ir nākamā augstākā mācību priekšmetu grupa saskaņā ar Complete University Guide Ltd. 2007–17) tas varētu kalpot par pienācīgu platformu IKT pētījumu pievilcības palielināšanai.

Projekts “FuseIT” (nākotnes prasmes mārketinga un IKT izglītības jomā) pievēršas izglītības un darba tirgus prasībām attiecībā uz profesionālajām prasmēm un zināšanām studentiem un augstskolu absolventiem (tostarp mūžizglītības pasākumiem). Projekts analizēs, projektēs, izstrādās un ieviesīs aktuālas mācību programmas, e-mācību materiāli, jaukta mācību vide, IKT zināšanu un prasmju pašnovērtējums un zināšanu novērtēšanas sistēmas simulācijas. Galvenie intelektuālie rezultāti ir saistīti ar mārketingu un nākotnes kompetencēm, un tie ietvers:

1. Vadlīnijas un pētījumu analīze augstākajā izglītībā;
2. Izglītības programmas izstrāde un lokalizācija;
3. E-mācību materiāls atsevišķās daļās dažādiem priekšmetiem;
4. Izglītības simulācijas;
5. Pašnovērtējuma un zināšanu novērtēšanas sistēma;
6. Metodiskie norādījumi

Projekta rezultātā tiks ietekmēti 2 saņēmēju līmeņi. Primārā mērķa grupa ietver:

1. Universitātes studenti;
2. Pedagogi, universitātes personāls, pieaugušo izglītības centri utt.
3. Uzņēmējdarbības sektors

Šī mērķa grupa gūs labumu no projekta, piedaloties apmācībā un zināšanu novērtēšanā, kas uzlabos viņu zināšanas un kompetenci darba tirgū. Mācībspēki un augstskolu darbinieki ir atbildīgi par prasmju uzlabošanu un kvalifikācijas paaugstināšanu. Vidējā mērķa grupa ir augstskolas, kas varētu izmantot projektu rezultātus un īstenot aktualizētu mārketinga studiju programmu un/vai īstenot atsevišķas mārketinga daļas IKT studijās. Kā īstenot projekta rezultātus un cita noderīga informācija tiks aprakstīta īstenošanas mārketinga moduļa īstenošanas metodiskajās vadlīnijās.



1. IO1 PĒTNIECĪBAS MĒRĶI UN DARBĪBA

IO1 galvenie mērķi ir izstrādāt galvenās prasības programmas “Fuse IT” izveidei, izmantojot IO1 rezultātus mērķa grupu DMC (Digitālās mārketinga kompetences) vajadzībām uz ES darba tirgus bāzes, esošo pieredzi par partneru labāko praksi mārketinga un IKT jomā. IKT ir būtiskas prasmes nākotnes darba vietās (pēdējo piecu gadu laikā IKT izmantošana ir ievērojami palielinājusies vairāk nekā 90% darba vietu), bet augsti attīstītiem lietotājiem, piemēram, tehniķiem, profesionāļiem (abi 50%) un vadītājiem (30%) ir nepieciešamas specializētas digitālās prasmes, jo īpaši lielākās darba vietās. Šajā pētījumā tiks apzināta arī prasmju plaša Digitālā mārketinga jomā Lietuvā, Latvijā, Portugālē un Rumānijā. Tad apmācības vajadzības kļūs acīmredzamas un kļūs par pamatu mācību un sertifikācijas risinājumu radīšanai šādās projekta aktivitātēs.

Šajā nolūkā ir plāns::

Sagatavot ieteikumus par to, kādas kompetences ir nepieciešamas, lai mērķa grupa būtu labi sagatavota, pašpārliecināta un konkurētspējīga digitālajā tirgū. To veiks pēc tam, kad būs izanalizētas esošās programmas un mācību programmas projektam, kura mērķauditorija ir DMC (Digitālā mārketinga kompetence), kas pieejama ES partnerorganizācijās, un salīdzināti ar digitālajiem kompetenču satvariem, piemēram, “Digitālo kompetenču sistēma patērētājiem” un “Digitālā kompetenču sistēma pilsoņiem” 2.1 (1.1);

Sagatavot turpmāko digitālā mārketinga prasmju pētījumu analīzi. Tas tiks veikts, veicot aptaujas un intervijas: vismaz 50 mārketinga un IKT studenti intervē katru HEI, mārketinga speciālisti intervē, vismaz 10 caur katru HEI; DC mācību centru pārstāvji intervē, minimums 5 katrā dalības valstī.

Sagatavot vadlīnijas, kā Digitālā mārketinga prasmes varētu integrēt ar IKT saistītos tematos. Tas tiks veikts, izmantojot mērķa grupas aptaujas un interviju rezultātus.

IO1 rezultātus izmantos, lai izveidotu efektīvu DMC apmācības moduli, kura pamatā ir DMC vajadzību vadīšana. Visi projekta partneri aktīvi piedalās šo rezultātu sasniegšanā. Kā vadošais partneris transportlīdzekļa bloks ir atbildīgs par netraucētu un efektīvu IO1 pārvaldību un partneru iestāžu atlasīšanu par vadošo lomu IO1 īpašajos uzdevumos.

IO1 A3 mērķis — sagatavot ieteikumus par to, kādas kompetences ir nepieciešamas, lai patērētāji varētu aktīvi, droši un pārliecinoši darboties digitālajā tirgū.

IO1 rezultāti būs brīvi pieejami un viegli integrējami citu valstu universitātēs vai mācību organizācijās.



2. REKOMENDATIONS MĀCĪBU PROGRAMMU IZSTRĀDEI UN LOKALIZĀCIJAI

Mārketingu ir beztermiņa disciplīna, kurai nav jābalstās tikai uz vienu jautājumu. Mārketinga būtība ļauj studentiem attīstīt mārketinga prasmes saistībā ar citu tēmu, piemēram, "Patērētāju uzvedība", "Mikroekonomika", "Copywriting", "Big Data Analysis", "Tīmekļa attīstība" u.c. Iesaistītajām augstskolām ir jāīsteno izstrādāts kurss dažādās studiju programmās. Iegūto prasmju dažādība, pētot mārketingu, nosaka plašu profesionālās karjeras ceļu: tā piedāvā darbu daudzās jomās un daudzveidīgu karjeras izvēli. Ja ir tirgvedības prasmes, pastāv potenciāls gadam rūpniecības nozarē, kas ļauj izmantot nenovērtējamu pieredzes periodu attiecībā uz reālajiem mārketinga uzdevumiem un veicina personiskās mūžizglītības pasākumus.

Pēc nepieciešamās informācijas un datu vākšanas Projekta komanda mācību programmu izstrādei un lokalizēšanai, e-mācību materiālu izstrādei un iesaka:

- Izveidotā moduļa darba slodzi 4-5 ECTS;
- Moduļa valoda angļu (valsts valoda - kā pievienota opcija);
- Attīstītās kompetences līmenis: īpaši specializēts (5. –8. līmenis attiecībā uz Digitālo kompetenču sistēmu pilsoņiem 2.1)
- **Koncentrēšanās uz pašreizējām kompetencēm**, kas nepieciešamas digitālajam mārketinga speciālistam, kuru tehniski iespējams iedalīt 2 galvenajās grupās (pamata tirgvedības prasmes; digitālās mārketinga prasmes):

Tabula 1. Digitālā mārketinga speciālistam nepieciešamās attīstības kompetences

Digitālā mārketinga speciālistam nepieciešamās kompetences attīstībai	Kompetenču grupa
Izpratne par klientu personas un viņu vajadzībām	Mārketinga pamatprasmes
Spēcīga saziņa	
Stratēģiskā jaunrade	
Klientu lojalitātes, saglabāšanas un apmierinātības kampaņu izstrāde un izpilde	
Klientu iesaiste	
Digitālā stratēģija	Digitālā mārketinga prasmes
Tīmekļa pieredzes pārvaldība	
Biznesa intelekts	
Mērķauditorijas atlase un optimizēšana	
Lietojamība/dizains	

- **Koncentrēšanās uz pašreizējām profesionālajām prasmēm** kas nepieciešamas digitālā mārketinga speciālistam, kuru nosacīti iespējams iedalīt divās grupās: profesionālās prasmes, kas pielāgotas digitālā mārketinga vajadzībām, un profesionālās prasmes, kas radītas digitālā mārketinga vajadzībām (sk. Tabulu 2)

Tabula 2. Ieteicamas digitālā mārketinga speciālistam nepieciešamās attīstības iemaņas

Digitālā mārketinga speciālistam nepieciešamās profesionālās prasmes attīstībai	Profesionālo prasmju grupa
Excel	Profesionālās prasmes, kas pielāgotas digitālā mārketinga vajadzībām
CRM	
Klientu darba grupu izveide un pārvaldība	
Sociālo mediju mārketingu	Profesionālās prasmes, kas izveidotas digitālā mārketinga vajadzībām
Digitālā analīze	
Mobilais mārketingu	
Meklētājprogrammas mārketingu (SEM)	
Meklētājprogrammas optimizācija (SEO)	
Video mārketingu	
Email mārketingu	



- **leteicamā mērķa grupa mācību materiālu ieviešanai**, kuru nosacīti iespējams sadalīt trīs grupās par profesionālās darbības veidiem: speciālisti, vadītāji, analītiķi (Tabula 3).

Tabula 3. Ieteicamās mērķgrupas mācību materiālu ieviešanai

Profesionālie amati	Darbības veids (funkcijas)
Sociālo mediju speciālists	Speciālists
E. mārketinga informācijas speciālists	
Interneta pētījumu speciālists	
E. Interneta pētījumu speciālists	
Sociālo mediju attīstības administrators	Pārvaldība
Interneta mārketinga satura projektu vadītājs	
E. mārketinga projektu vadītājs	
Mārketinga metrikas projektu vadītājs	
Web Analytics/Data Analytics eksperts	Analītika
Biznesa inteliģences eksperts	
Tirgus analītiķis	

- **leteicamie ieinteresēto personu veidi mācību materiālu izstrādei un īstenošanai**, ko nosacīti iespējams sadalīt divās grupās: tradicionālie uzņēmējdarbības pasākumi, kas pielāgo digitālā mārketinga risinājumus; uzņēmumi, kuru pamatā ir digitālais mārketingas (Tabula 4)

Tabula 4. Ieteicamās mērķa grupas mācību materiālu ieviešanai

Ieinteresētās personas	Ieinteresēto personu veidi
E.pārdošana un mārketinga nodaļa (biznesa uzņēmumos)	Tradicionālā uzņēmējdarbība, kas pielāgo digitālā mārketinga risinājumus
Reklāmas aģentūras	
Tirgus analīzes pakalpojumu uzņēmumi	
E. mārketinga un interneta komunikāciju uzņēmumi	Uzņēmumi, kuru pamatā ir digitālais mārketingas
Plašsaziņas līdzekļu un tehnoloģiju uzņēmumi	
Starptautiskas interneta satura organizācijas	

Nodrošinātie ieteikumi tiks izmantoti mācību materiālu projektēšanai (būvēja DMC mācību moduli), ar IO2 saistīto projektu aktivitātēm.