



KOMPETENČU CENTRS

Sociālo tīklu pārvaldība ir kļuvusi par būtisku daļu no uzņēmumu komunikācijas, zīmola attīstības un klientu piesaistes stratēģijas. Šī programma sniedz zināšanas un praktiskas prasmes sociālo tīklu kanālu izmantošanā, satura veidošanā un kampaņu plānošanā, koncentrējoties uz tādiem rīkiem kā Meta Ads, Instagram, TikTok, kā arī vizuālo saturu un mākslīgā intelekta (AI) rīku izmantošanu.

Dalībnieki apgūs, kā plānot un īstenot sociālo tīklu komunikāciju, analizēt lietotāju uzvedību, pielāgoties platformu tendencēm, kā arī veidot integrētas digitālās kampaņas ar skaidri definētu mērķauditoriju.

Neformālās izglītības programmas nosaukums: **Sociālo tīklu mārketinga**

Programmas apjoms:
80 akadēmiskās stundas (no tām 20 stundas – patstāvīgais darbs)

Mērķauditorija:

Programma paredzēta pieaugušajiem bez priekšzināšanām digitālajā mārketingā, kuri vēlas apgūt sociālo tīklu pārvaldības (SSM) pamatus un iegūt praktiskas iemaņas mūsdienīgu digitālo rīku izmantošanā.

Tā īpaši piemērota:

- visiem, kas vēlas integrēties darba tirgū ar digitālām prasmēm,
- cilvēkiem, kuri plāno sākt mazo biznesu vai freelancinga darbību un veidot zīmola komunikāciju tiešsaistē,
- ikvienam interesentam, kurš vēlas pārvaldīt satura veidošanu un komunikāciju Facebook, Instagram, TikTok vai citās platformās.

Sasniedzamie mācīšanās rezultāti (iegūstamās prasmes):

Zināšanas: Programmas apguves rezultātā apgūst zināšanas, prasmes un iemaņas par digitālā mārketinga stratēģijām, kanāliem, auditorijas analīzi, datu izmantošanu, reklāmas rīkiem un jaunākajām tehnoloģiju tendencēm, tostarp mākslīgā intelekta un datu aizsardzības jautājumiem.

Prasmes: izstrādāt un īstenot digitālā mārketinga kampaņas, izmantot tādus rīkus kā Google Ads, Meta Ads, AI risinājumus, analizēt auditoriju un datus, kā arī pielāgot saturu dažādiem kanāliem un mērķgrupām.

Kompetences: patstāvīgi izstrādāt, vadīt un analizēt efektīvas digitālā mārketinga stratēģijas, pielāgojoties jaunākajām tehnoloģijām un balstoties uz datu analīzi un ētiskām praksēm.



KOMPETENČU CENTRS

Programmas tematiskais sadalījums:

Nodarbība	Tēma	Apakštemati	Stundas	% no programmas
1	SSM – platformu pārvaldības pamati	Facebook, Instagram, TikTok kontu pārvaldība, satura tipi	4	5%
2	Lietotāju uzvedības analīze	Engagement, reach, klikšķi, satura reakcijas	4	5%
3	Sociālo tīklu tendences	Reels, Shorts, virālais saturs, algoritmi	2	2,5%
3	Influenceru mārketingš	Sadarbības veidi, mikroinfluenceri, uzticamība	2	2,5%
4	Vizuālais saturs un AI rīki sociālajos tīklos	Canva, ChatGPT, CapCut, AI vizuālie generatori	8	10%
5	Mārketinga tehnoloģijas (Martech)	Pārvaldības un automatizācijas rīki (Meta, Buffer, Metricool)	4	5%
6	Integrētā komunikācija un zīmolvedība	Zīmola balss, toni, satura saskaņa starp kanāliem	4	5%
7	Meta Ads reklāmu izveide	Facebook un Instagram kampaņu struktūra	4	5%
8; 9	CapCut video satura mārketingš	Video struktūra, skaņas, trendu izmantošana Tik tok saturs	8	10%
10	Satura kalendāra izstrāde un publikācijas plāns	Nedēļas/mēneša plānošana, satura veidi	4	5%
11	Kampaņu analīze un optimizācija	KPI, datu interpretācija, korekcijas praksē	4	5%
12	Datu aizsardzība un digitālā ētika	GDPR, satura atbildība, dezinformācija	4	5%
13	Sociālo tīklu kampaņu plānošana	Kampaņas mērķi, uzstādījumi, CTA, segmentācija	4	5%
14	Satura formātu simulācija praksē	Grupās darbs ar dažādiem formātiem (reels, post, stories, carousels)	4	5%

Noslēguma darbs – 4 ak.st.

Nodarbība	Tēma	Apakštemati	Stundas	% no programmas
Noslēguma darbs	Noslēguma darbs	Satura un platformu stratēģijas prezentācija	4	5%

Patstāvīgais darbs – 20 ak.st. (25% no programmas):

Aktivitātes:

- Praktiska satura sagatavošana (teksts + vizuālais) dažādām platformām
- Satura kalendāra plānošana izvēlētajam zīmolam
- AI rīku testēšana vizuālās komunikācijas uzlabošanai
- Kampaņas maketa sagatavošana Meta Ads vidē (mērķauditorija, CTA, vizuāli)
- Noslēguma prezentācijas sagatavošana un treniņš