



Digitālais mārketing ir viena no visstraujāk augošajām jomām, kur zināšanas par Google Ads un Google Analytics kļūst par konkurētspējīgu priekšrocību darba tirgū.

Šī programma sniedz praktiskas zināšanas par reklāmas kampaņu plānošanu, izveidi un optimizāciju, mērķauditorijas analīzi, kā arī rezultātu novērtēšanu un datu interpretāciju.

Kursa gaitā dalībnieki apgūs, kā uzstādīt kontus Google Ads un Google Analytics 4, izveidot kampaņas, izmantot atslēgvārdus, analizēt rezultātus ar datu rīkiem, kā arī kā ar Google Tag Manager efektīvi pārvaldīt notikumu izsekošanu. Programmas noslēgumā dalībnieki spēs patstāvīgi izstrādāt, optimizēt un novērtēt digitālā mārketinga kampaņu, izmantojot datu analīzi.

Neformālās izglītības programmas nosaukums:

Digitālais mārketing un datu analīze izmantojot Google Ads un Google Analytics

Programmas apjoms:

80 akadēmiskās stundas (no tām 20 stundas – patstāvīgais darbs)

Mērķauditorija:

Mērķauditorija:

Mācību programma paredzēta pieaugušajiem bez priekšzināšanām digitālā mārketinga jomā, kuri vēlas apgūt prasmes darbam ar mūsdienu populārākajiem rīkiem — Google Ads un Google Analytics (GA4).

Tā piemērota:

- visiem interesentiem, kuri vēlas kļūt par digitālā mārketinga speciālistiem,
- dažāda līmeņa mārketinga vadītājiem, kas vēlas paši vadīt reklāmas kampaņas,
- satura veidotājiem un e-komercijas pārstāvjiem, kuri vēlas izprast datu analīzi un mārketinga stratēģiju.

Sasniedzamie mācīšanās rezultāti (iegūstamās prasmes):

Zināšanas: Izprot digitālā mārketinga pamatprincipus, Google Ads un Google Analytics platformu darbību, mērķauditorijas analīzi, atslēgas vārdu izpēti, datu analīzi un remarketinga iespējas.

Prasmes: Veidot un optimizēt Google Ads kampaņas, veikt atslēgas vārdu izpēti, radīt mērķtiecīgu reklāmas saturu, analizēt datus Google Analytics un Tag Manager platformās, kā arī īstenot remarketinga kampaņas.

Kompetences: Plānot un vadīt integrētas digitālā mārketinga kampaņas, izmantot analītiku lēmumu pieņemšanā, pārvaldīt digitālos datus, un efektīvi komunicēt mārketinga rezultātus profesionālā vidē.



Programmas tematiskais sadalījums:

Nodarbība	Tēma	Apakštemati	Stundas	% no programmas
1	Digitālā mārketinga stratēģijas un kanāli	Digitālā mārketinga stratēģijas un kanāli	4	5%
2	Mērķauditorijas analīze un segmentācija	Mērķauditorijas analīze un segmentācija	4	5%
3	Digitālā mārketinga automatizācija un rīki	Digitālā mārketinga automatizācija un rīki	4	5%
4	Integrētas Digitālā mārketinga kampaņas	Integrētas Digitālā mārketinga kampaņas	4	5%
5	Iepazīšanās ar Google Ads vidi, konta uzstādījumi	Iepazīšanās ar Google Ads vidi, konta uzstādījumi	4	5%
6	Google Ads kampaņu izveide un optimizācija	Google Ads kampaņu izveide un optimizācija	4	5%
7	Atslēgas vārdu izpēte un analīze ar Keywordplanner	Atslēgas vārdu izpēte un analīze ar Keywordplanner	4	5%
8	Reklāmas satura veidošana un optimizācija	Reklāmas satura veidošana un optimizācija	4	5%
9	Datu analīze- Google ADS	Datu analīze- Google ADS	4	5%
10	Google Analytics(G4) - konta izveide/Informācijas paneli	Google Analytics(G4) - konta izveide/Informācijas paneli	4	5%
11	Datu analīze- Google Analytics(G4)	Datu analīze- Google Analytics(G4)	4	5%
12	Google Tag Manager - konta izveide	Google Tag Manager - konta izveide	4	5%
13	Datu analīze-Google Tag Manager	Datu analīze-Google Tag Manager	4	5%
14	Papildu tagu izmantošana mārketingam un atkārtotam mārketingam(Remarketing)	Papildu tagu izmantošana mārketingam un atkārtotam mārketingam(Remarketing)	4	5%

Noslēguma darbs – 4 ak.st.

Nodarbība	Tēma	Apakštemati	Stundas	% no programmas
Noslēguma darbs	Noslēguma darbs	Patstāvīgais darbs un gala kampaņas prezentācija	4	5%

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

Aktivitātes:

- Google Ads kampaņas plānošana un struktūras izveide
- Atslēgvārdu izpēte ar Keyword Planner
- Kampaņu rezultātu analīze no Google Ads konta
- GA4 konta konfigurācija un datu nolasīšana
- Tag Manager izmantošana konversiju izsekošanai
- Noslēguma kampaņas prezentācijas sagatavošana