

LiMA/ISM mokymų programa

Sertifikuotas marketingo specialistas: LiMA A

Trukmė: 64 akademinės valandos

Užsiėmimų laikas: nuo 18.00 iki 21.10 (dvi pusantros valandos paskaitos su 10 min. pertrauka)

Užsiėmimų datos: nuo 2019 10 09 iki 2020 01 15 pagal patvirtintą programą (užsiėmimų grafikas gali keistis).

Vieta: ISM Vadybos ir ekonomikos universitetas, Arklių g. 18, Vilnius.

Kam skirta: marketingo specialistams, turintiems keletą metų marketingo praktikos ir siekiantiems įtvirtinti žinias remiantis marketingo teorijomis bei praturinti jas praktinėmis įžvalgomis.

Kokių žinių ir įgūdžių gausite: Mokymų metu ne tik nagrinėsite marketingo kaitą, tendencijas, pagrindinius principus, informacijos, būtinos sprendimams priimti, aprėptį, bet ir įgysite žinių, kaip atlikti rinkos, konkurentų ar vartotojų analizę ir priimti atitinkamus sprendimus, kaip strategiškai valdyti marketingo kompleksą, planuoti marketingo veiksmus. Sėkmingai įsisavinta programa leidžia pasirengti A lygio LiMA egzaminui, liudijančiam marketingo specialisto kompetenciją taktinėms marketingo funkcijoms atlikti ir sprendimams priimti.

Programa suskirstyta į tris dalis. Pirmoji dalis pagrįsta nuosekliu pagrindinių marketingo temų pristatymu, kiekvieną temą siejant su populiariausiais jos analizei būdingais modeliais, teorijomis, įrankiais bei praktiniais pavyzdžiais. Antrojoje programos dalyje kandidatai supažindinami su pagrindiniais strateginio planavimo marketinge principais ir rodiklių valdymu, jiems suteikiama galimybė išspręsti praktinį įmonės atvejį, apjungiant turimas žinias strateginiams sprendimams priimti. Trečioji programos dalis skirta marketingui internete.

Nr.	Užsiėmimų datos	Temos	Lektorius
<i>Pirma dalis. Pagrindinės marketingo funkcijos ir elementai: teorinis pasirengimas</i>			
1	2019 10 09 Trečiadienis	Rinkodaros vaidmuo organizacijoje. Verslo orientacijos. Pagrindiniai marketingo skirtumai įvairaus tipo organizacijose. Marketingo aplinka; marketingo funkcijos valdymas organizacijoje. Socialinio marketingo principai	Indrė Pikturnienė
2	2019 10 14 Pirmadienis	Vartotojų elgsena	Indrė Pikturnienė
3	2019 10 16 Trečiadienis	Rinkos segmentavimas	Indrė Pikturnienė
4	2019 10 23 Trečiadienis	Rinkos tyrimai	Indrė Pikturnienė
5	2019 10 30 Trečiadienis	Marketingo kompleksas: Prekė/paslauga. Prekės ženklas.	Indrė Pikturnienė
6	2019 11 04 Pirmadienis	Marketingo kompleksas: Kaina	Indrė Pikturnienė
7	2019 11 06 Trečiadienis	Marketingo kompleksas: Paskirstymas	Benas Adomavičius
8	2019 11 11 Pirmadienis	Marketingo kompleksas: Rėmimas (integruota rinkodaros komunikacija)	Dominyka Venciūtė
9	2019 11 13	Verslas verslui marketingas	Benas Adomavičius

	Trečiadienis		
--	--------------	--	--

Antra dalis. Marketingo strategija			Lektorius
10	2019 11 18 Pirmadienis	Marketingo rodiklių valdymas: analizė ir sprendimai.	Kristina Maikštėnienė
11	2019 11 25 Pirmadienis	Strateginiai ir taktiniai rinkodaros lygmenys. Marketingo planavimas. SWOT analizė ir konkurentų analizė. Strategijos įtaka marketingo sprendimams. Žinių apjungimas per atvejo analizę.	Lineta Ramonienė

Trečia dalis. Marketingas internete			Lektorius
12	2019 11 27 Trečiadienis	Internetinis marketingas: bendrieji principai, paieškos varikliai, reklama internete, interneto puslapiai, puslapio analitika.	Evelina Čapkevičiūtė
13	2019 12 02 Pirmadienis	Socialinių medijų marketingas, naujienlaiškių marketingas, apibendrinimas.	Evelina Čapkevičiūtė

Pasirengimas egzaminui			Lektorius
14	2019 12 04 Trečiadienis	(I) Bendrojo marketingo dalies apibendrinimas, ir pasirengimas egzaminui: bandomieji testai ir atvejo analizės, uždavinių sprendimas, atsakymai į kylančius klausimus	Indrė Pikturienė
15	2019 12 11 Trečiadienis	(II) Visų žinių apibendrinimas, uždavinių sprendimas, programos peržiūrėjimas, atsakymai į kylančius klausimus	Indrė Pikturienė
16	2020 01 08 Trečiadienis	(III) Programos punktų kartojimas su lektoriaus pagalba.	Indrė Pikturienė

Egzaminas	
2020 01 15	A1 egzaminas: 10.00 – 11.30 A2 egzaminas: 13.00 – 15.00