

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).

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 praturtinti 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.	Temos	Lektorius
Pirma dalis. Pagrindinės marketingo funkcijos ir elementai: teorinis pasirengimas		
1	Rinkodaros vaidmuo organizacijoje. Verslo orientacijos. Pagrindiniai marketingo skirtumai įvairaus tipo organizacijose. Marketingo aplinka; marketingo funkcijos valdymas organizacijoje. Socialinio marketingo principai	Indrė Pikturnienė
2	Vartotojų elgsena	Indrė Pikturnienė
3	Rinkos segmentavimas	Indrė Pikturnienė
4	Rinkos tyrimai	Indrė Pikturnienė
5	Marketingo kompleksas: Prekė/paslauga. Prekės ženklas.	Indrė Pikturnienė
7	Marketingo kompleksas: Rėmimas (integruota rinkodaros komunikacija)	Dominyka Venciūtė
6	Marketingo kompleksas: Kaina	Indrė Pikturnienė
8	Marketingo kompleksas: Paskirstymas	Benas Adomavičius
9	Verslas verslui marketingas	Benas Adomavičius

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

Trečia dalis. Marketingas internete		Lektorius
12	Internetinis marketingas: bendrieji principai, paieškos varikliai, reklama internete, interneto puslapiai, puslapio analitika.	Evelina Trapp
13	Socialinių medijų marketingas, naujienlaiškių marketingas, apibendrinimas.	Evelina Trapp

Pasirengimas egzaminui		Lektorius
14	(I) Bendrojo marketingo dalies apibendrinimas, ir pasirengimas egzaminui: bandomieji testai ir atvejo analizės, uždavinių sprendimas, atsakymai į kylančius klausimus	Indrė Pikturienė
15	(II) Visų žinių apibendrinimas, uždavinių sprendimas, programos peržiūrėjimas, atsakymai į kylančius klausimus	Indrė Pikturienė
16	(III) Programos kartojimas, atsakymai į kylančius klausimus	Indrė Pikturienė

Egzaminas	
	A1 egzaminas: 10.00 – 11.30 A2 egzaminas: 13.00 – 15.00