

## 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 2020 10 06 iki 2020 02 11 pagal patvirtintą programą (užsiėmimų grafikas gali keistis).

**Kam skirta:** marketingo specialistams, turintiems keletą metų marketingo praktikos ir siekiantiems įtvirtinti visapusiškas žinias remiantis marketingo teorijomis, metodais, 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.	Užsiėmimų datos	Temos	Lektorius
<b><i>Pirma dalis. Pagrindinės marketingo funkcijos ir elementai: teorinis pasirengimas</i></b>			
1	2020 10 07 Trečiadienis	Rinkodaros vaidmuo organizacijoje. Verslo orientacijos. Marketingo aplinka, pagrindiniai rinkos rodikliai.	Indrė Pikturienė
2	2020 10 12 Pirmadienis	Vartotojų elgsena	Indrė Pikturienė
3	2020 10 14 Trečiadienis	Rinkos segmentavimas	Indrė Pikturienė
4	Trečiadienis 2020 10 21 Pirmadienis	Rinkos tyrimai	Indrė Pikturienė
5	2020 10 28 Trečiadienis	Marketingo kompleksas: Prekė/paslauga. Prekės ženklas.	Indrė Pikturienė
6	2020 11 04 Trečiadienis	Marketingo kompleksas: Kaina	Indrė Pikturienė
7	2020 11 09 Pirmadienis	Marketingo kompleksas: Paskirstymas	Benas Adomavičius
8	2020 11 11 Trečiadienis	Marketingo kompleksas: Rėmimas (integruota rinkodaros komunikacija)	Indrė Pikturienė
9	2020 11 16 Pirmadienis	Verslas verslui marketingas	Benas Adomavičius

<b>Antra dalis. Marketingo strategija</b>			<b>Lektorius</b>
10	2020 11 25 Trečiadienis	Marketingo rodiklių valdymas: analizė ir sprendimai.	Kristina Maikštėnienė
11	2020 11 30 Pirmadienis	Strateginiai ir taktiniai rinkodaros lygmenys. Marketingo planavimas. SWOT analizė ir konkurentų analizė. Strategijos įtaka marketingo sprendimams. Žinių apjungimas per atvejo analizę.	Lineta Ramonienė

<b>Trečia dalis. Marketingas internete</b>			<b>Lektorius</b>
12	2020 12 02 Trečiadienis	Internetinis marketingas: bendrieji principai, reklama internete, interneto puslapiai, puslapio analitika. Naujienlaiškių marketingas.	Evelina Trapp
13	2020 12 09 Trečiadienis	Paieškos sistemos, SEO ir socialinės medijos marketingas. Apibendrinimas ir diskusijos užduotys.	Evelina Trapp

<b>Pasirengimas egzaminui</b>			<b>Lektorius</b>
14	2021 01 06 Trečiadienis	(I) Bendrojo marketingo dalies apibendrinimas, ir pasirengimas egzaminui: bandomieji testai ir atvejo analizės, uždavinių sprendimas, atsakymai į kylančius klausimus	Indrė Pikturienė
15	2021 01 13 Trečiadienis	(II) Visų žinių apibendrinimas, uždavinių sprendimas, programos peržiūrėjimas, atsakymai į kylančius klausimus	Indrė Pikturienė
16	2021 01 20 Trečiadienis	(III) Programos punktų kartojimas su lektoriaus pagalba	Indrė Pikturienė

<b>Egzaminas.</b>	
2020 02 11	A1 egzaminas: 10.00 – 11.30 A2 egzaminas: 13.00 – 15.00