

ISM/LiMA mokymų programa

Sertifikuotas marketingo vadovas (LiMA B)

1 dalis. B1 modulis.

Užsiėmimų datos: nuo 2018 04 03 iki 2018 06 19 (detalesnis grafikas pateiktas žemiau).

Trukmė: 36 akademinės valandos;

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

Programa skirta vadovams, ne mažiau nei penkerius metus dirbantiems marketingo srityje ir siekiantiems lavinti savo gebėjimus kūrybingai ir kritiškai mąstyti sprendžiant marketingo situacijas. Marketingo vadovas, derindamas intuiciją su racionaliu mąstymu, turi pasitelkti įvairius analizės modelius ir metodus siekiant nustatyti esmines įmonės ar verslo vieneto marketingo problemas, įžvelgti rinkos galimybes ar grėsmes, deramai atrinkti ir interpretuoti informacijos šaltinius, pateikti naujas veiksmų alternatyvas, argumentuotai prioritetizuoti segmentus, produktus, ir veiklas, derinti įvairius marketingo įrankius ir veiksmus skirstydamas ribotus išteklius, gebėti apskaityti ir įvertinti savo darbo rezultatus tarpiniuose ir galutiniuose projektų etapuose. Programos metu dalyviai ne tik pasisems marketingo žinių, bet ir lavins gebėjimą jas taikyti konkrečiose situacijose.

Siekiant parengti kandidatus egzaminui pagal išsamią, daug teorinių modelių ir sąvokų apimančią programą, pasitelkiamas realių įmonių atvejų (angl. case) analizių metodas. Dalyviai įsigilins į realių įmonių situacijas, spręs jas kaip tų įmonių vadovai ir turės galimybę įsitikinti, kad marketingo problemų sprendimas taikant teorines įžvalgas ir sisteminės analizės principus yra daug efektyvesnis, nei neretai praktikoje pasitaikantis intuityvusis, fragmentiškas, „įprasta praktika“ pagrįstas mąstymas.

Skaitinių kalba – anglų. Diskusijos vyks lietuvių kalba.

Sėkmingai baigta programa padės pasirengti LiMA B lygio egzaminui, B1 moduliui, liudijančiam marketingo vadovo kompetenciją marketingo vadovo funkcijoms atlikti ir sprendimams priimti. Taip pat klausytojai pasisems vertingų žinių, analizės ir planavimo įgūdžių, padėsiančių sklandžiau rengti ir apginti marketingo planą pagal B2 modulį.

Nr.	Data ir laikas	Temos (turinys preliminarus)
1	2018 04 03 18:00-21:15 val.	Įvadas. Verslo atvejai - kaip mokymosi priemonė. Verslo strategijos ir marketingo sąsajos. Marketingo planavimas. Pavyzdžiai klausimų kuriuos aptarsime: - Marketingo proceso schema leidžianti kurti, pagauti ir išlaikyti vertę. - Ashridge modelis sprendžiant apie organizacijos misiją - Abell verslo apibrėžimo matricos panaudojimas <i>Lektorius Benas Adomavičius</i>

Nr.	Data ir laikas	Temos (turinys preliminarus)
2	2018 04 10 18:00-21:15 val.	Įmonės finansinės veiklos (apskritai ir atskirų projektų) vertinimas <i>Įmonės atvejo situacijos analizė ir aptarimas</i> Pavyzdžiai klausimų, kuriuos aptarsime: - Kaip vertinti įmonės pelną, pelningumą, kapitalo gražą, mokumą ir likvidumą bei kaip tai gali atsiliiepti strateginio lygmens sprendimams (pvz., ar bus gauta lėšų įmonės projekto finansavimui, ar įmonė pajėgi vystyti projektą savo lėšomis) - Kaip apskaičiuoti konkretaus projekto, pvz., naujo padalinio steigimo atsiperkamumą, kaip įvertinti rodiklius vieno projekto ir visos įmonės kontekste. <i>Lektorė Asta Klimavičienė</i>
3	2018 04 17 18:00-21:15 val.	Įmonės išorinės ir vidinės aplinkos analizė. I dalis <i>Įmonės atvejo situacijos analizė ir aptarimas</i> Pavyzdžiai klausimų kuriuos aptarsime: - Makro ir mezo faktorių identifikavimas ir analizė - Konkurentų verslo modelių palyginimas - Tarpininkų atsiradimo/pasitraukimo poveikis organizacijai <i>Lektorius Benas Adomavičius</i>
4	2018 04 24 18:00-21:15 val.	Įmonės išorinės ir vidinės aplinkos analizė. II dalis <i>Įmonės atvejo situacijos analizė ir aptarimas</i> Pavyzdžiai klausimų kuriuos aptarsime: - Įmonės verslo modelio apibūdinimas - Įmonės klientų piramidės identifikavimas - Klientų kelionės žemėlapių sudarymas, GAPS (spragų) modelis, SERVQUAL modelis - Matriciniai įmonės pozicijos vertinimo įrankiai (BCG, MABA) <i>Lektorius Benas Adomavičius</i>
5	2018 05 08 18:00-21:15 val.	Besikeičiančios klientų elgsenos supratimas <i>Įmonės atvejo situacijos analizė ir aptarimas</i> Pavyzdžiai klausimų kuriuos aptarsime: - Klientų gyvavimo vertės identifikavimas - Kellerio prekės ženklo vertės piramidė - Klientų tyrimų rezultatų interpretavimas <i>Lektorius Benas Adomavičius</i>
6	2018 05 15 18:00-21:15 val.	SSGG (angl. SWOT) suvestinė. Esminių problemų identifikavimas. <i>Įmonės atvejo situacijos analizė ir aptarimas</i> Pavyzdžiai klausimų kuriuos aptarsime: - SSGG analizės privalumai ir trūkumai - Esminių įmonės iššūkių identifikavimas - Centrinės problemos apibrėžimas <i>Lektorius Benas Adomavičius</i>

Nr.	Data ir laikas	Temos (turinys preliminarus)
7	2018 05 22 18:00-21:15 val.	Alternatyvų formulavimas. Alternatyvų vertinimas. Alternatyvos pasirinkimas <i>Įmonės atvejo situacijos analizė ir aptarimas</i> Pavyzdžiai klausimų kuriuos aptarsime: - Strateginių alternatyvų kūrimas pasinaudojant strateginiais modeliais (Kim & Mauborgne vertės inovacijos, Bowman strategijų laikrodis, Treacy & Wiersema vertės kūrimo strategijos) - Pasirinkimas tarp strateginių alternatyvų pasinaudojant SAFe kriterijais. <i>Lektorius Benas Adomavičius</i>
8	2018 05 29 18:00-21:15 val.	Segmentavimas, tikslinio segmento(-ų) pasirinkimas ir pozicionavimas <i>Įmonės atvejo situacijos analizė ir aptarimas</i> Pavyzdžiai klausimų kuriuos aptarsime: - Suvokimo žemėlapių panaudojimas suprantant rinką ir identifikuojant įmonės poziciją. - Naujo produkto pozicionavimas <i>Lektorius Benas Adomavičius</i>
9	2018 06 05 18:00-21:15 val.	Pasirengimas egzaminui. Tai neformali sesija, kurios metu dalyviai kviečiami susirinkit ir drauge, moderuojant dėstančiam lektoriui arba projekto administratoriui, aptarti kylančius klausimus, susipažinti su egzamino formatu ir ankstesnių egzaminų patirtimis.
	Egzaminas 2018 06 19 10.00-13.00	

LEKTORIAI:



BENAS ADOMAVIČIUS

ISM Executive School Strateginio valdymo modulio vadovas, konsultantas. „Creditinfo Lietuva“ valdybos narys ir keleto įmonių akcininkas, MITA verslo planų ir investicinių projektų vertinimo ekspertas, asocijuotas „EKT Grupė“ konsultantas, sertifikuotas verslo procesų valdymo ir veiklos vertinimo ekspertas, Strateginio valdymo asociacijos (SMS) narys. Be aktyvios profesinės veiklos, veda mokymus ir seminarus Vokietijoje, Estijoje, Švedijoje, ir Baltarusijoje.

Detalesnis aprašymas: <https://lt.linkedin.com/in/badomavicius>



DOC. DR. ASTA KLIMAVIČIENĖ

Asta dėsto įmonių finansų kursus bakalauro bei magistrantūros studijose, yra el. vadovėlio „Finansų valdymas“ autorė. Ji dalyvauja tarptautiniuose tyrimų ir mokymų projektuose, veda vidinius mokymus apie finansų valdymą verslo ir valstybinėms organizacijoms.

2 dalis. B2 modulis.

Vadovaujantis B2 modulių reikalavimais, kandidatai rengia marketingo planą pagal pasirinktą specializaciją („Marketingas vartotojams“ arba „Marketingas verslui“) irgina jį komisijoje.

Kandidatas rengia planą ir ruošiasi jo gynimui savarankiškai, padedamas priskirto ISM konsultanto ir laikydamasis nustatyto proceso. Konsultantais dirba ISM dėstytojai.

Plano rengimo ir gynimo procesas

Nr.	Preliminarus laikotarpis arba data	Užsiėmimas
1	2018 m. birželis	Marketingo plano reikalavimų ir gynimo procedūros pristatymas (grupei)
2	2018 rugsėjo 6 d.	<i>Įvadinė sesija (grupei):</i> - Reikalavimų marketingo planui paaiškinimas, - Proceso pristatymas - Preliminarus temų ir/arba marketingo problemų aptarimas
3	2018 rugsėjo 10 d.	Konsultantų paskyrimas.
4	2018 rugsėjo 18 d.	<i>1-as tarpinis rezultatų aptarimas ir konsultacija (individualiai):</i> Kandidatas susitinka su konsultantu nustatytu laiku, pristato įdirbį ir konsultuojasi dėl tolesnių sprendimų šiais klausimais: - Plano objektas, tikslai, uždaviniai - Įmonės vidinė ir išorinė analizė, - Duomenų šaltiniai, analizės metodai - Preliminarios įžvalgos ir tolesnės darbo kryptys
5	2018 rugsėjo 28 d.	<i>2-as tarpinis rezultatų aptarimas ir konsultacija (individualiai):</i> Kandidatas susitinka su konsultantu nustatytu laiku, pristato įdirbį ir konsultuojasi dėl tolesnių veiksmų šiais klausimais: - Operacinio marketingo plano elementai, sprendimai, kaštų įvertinimas. - Nuoseklumo transformuojant įmonės strateginį tikslą (viziją, planą) į operacinį marketingo planą, atsižvelgiant į situacijos analizės rezultatus, užtikrinimas - Preliminarus plano įgyvendinamumo ir laukiamų rezultatų įvertinimas, galimi scenarijai ir atsarginis planas.
6	2018 spalio 10 d.	<i>Preliminaraus marketingo plano pateikimas konsultanto peržiūrai ir komentarams:</i> - Kandidatas siunčia preliminarų marketingo planą savo konsultantui elektroniniu paštu. - Konsultantas pateikia komentarus ir galimas darbo tobulinimo gaires per keturias darbo dienas.
7	2018 spalio 22 d. iki 17 val.	<i>Parengto plano pristatymas ISM:</i> Iki nurodyto laiko kandidatas pristato elektroninę darbo versiją nurodytu paštu. Popierinė darbo versija (2 kopijos, įrištos spirale, skaidriu viršeliu) gali būti pristatyta per tris darbo dienas po nurodyto termino (atnešta į ISM arba atsiųsta paštu). Darbas po elektroninės versijos įteikimo netaisomas.
8	2018 spalio 30 d.	<i>Egzaminas (plano gynimas žodžiu):</i> Kandidatas pristato parengtą planą dviejų egzaminuotojų komisijai ir yra įvertinamas laikantis B2 moduliuose nurodytų reikalavimų.