

ISM/LiMA mokymų programa

Sertifikuotas marketingo vadovas (LiMA B)

Programa skirta marketingo 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 racionaliū 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 apskaičiuoti ir įvertinti savo darbo rezultatus tarpiniuose ir galutiniuose projektų etapuose. Programos metu dalyviai ne tik gaus marketingo žinių, bet ir lavins gebėjimą jas taikyti konkrečiose situacijose.

Užsiėmimų ir egzaminų laikotarpis: nuo 2018 11 06 iki 2019 02 12 (detalesnis grafikas pateiktas žemiau).

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

Programos sandara:

- **B1 modulis – paskaitos ir praktiniai užsiėmimai** (36 akademinės valandos), didžiąją dalimi pagrįsti atvejų analize. 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 pasitaikantis intuityvusis, fragmentiškas, „įprasta praktika“ pagrįstas mąstymas. Šiame modulyje įgytos žinios tikrinamos B1 egzamino metu – tai egzaminas raštu, kurio metu remiantis realiu įmonės atveju dalyviai turi pademonstruoti teorines žinias, apskaičiuoti įvairius rodiklius, gebėjimą priimti sprendimus remiantis „kietaisiais“ ir „minkštaisiais“ argumentais.

Skaitinių ir pateikiamos teorinės medžiagos kalba – anglų. Diskusijos vyks lietuvių kalba.

- **B2 modulis – taktinio marketingo plano rašymas** (16 akademinių valandų ir apie 140 valandų savarankiško darbo). Padedant moderatoriui, dalyviai rengia taktinį marketingo planą. Programa sudaryta iš parengiamosios sesijos, išvažiuojamosios sesijos darbo rašymui, ir savarankiško kandidato darbo vystant problemą, renkant duomenis, tobulinant ir finalizuojant planą. Marketingo planas ginamas B2 egzamino metu, dalyvaujant dviem egzaminuotojams.

Užsiėmimai:

	B1 modulis		B2 modulis
--	-------------------	--	-------------------

Datos	Temos ir veikla
2018 11 06 18:00-21:15 val.	Įvadas. Verslo atvejai - kaip mokymosi priemonė. Verslo strategijos ir marketingo sąsajos. Marketingo planavimas. Klausimų, kuriuos aptarsime, pavyzdžiai: - 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>
2018 11 13 18:00-21:15 val.	Įmonės finansinės veiklos (apskritai ir atskirų projektų) vertinimas. <i>Įmonės atvejo situacijos analizė ir aptarimas</i> Klausimų, kuriuos aptarsime, pavyzdžiai: - 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>
2018 11 20 18:00-21:15 val.	Įmonės išorinės ir vidinės aplinkos analizė. I dalis <i>Įmonės atvejo situacijos analizė ir aptarimas</i> Klausimų, kuriuos aptarsime, pavyzdžiai: - Makro ir mezo faktorių identifikavimas ir analizė - Konkurentų verslo modelių palyginimas - Tarpininkų atsiradimo/pasitraukimo poveikis organizacijai <i>Lektorius Benas Adomavičius</i>
2018 11 27 18:00-21:15 val.	Įmonės išorinės ir vidinės aplinkos analizė. II dalis <i>Įmonės atvejo situacijos analizė ir aptarimas</i> Klausimų, kuriuos aptarsime, pavyzdžiai: - 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>
2018 12 04 18:00-21:15 val.	Besikeičiančios klientų elgsenos supratimas <i>Įmonės atvejo situacijos analizė ir aptarimas</i> Klausimų, kuriuos aptarsime, pavyzdžiai: - Klientų gyvavimo vertės identifikavimas - Kellerio prekės ženklo vertės piramidė - Klientų tyrimų rezultatų interpretavimas <i>Lektorius Benas Adomavičius</i>
2018 12 06 18:00-19:30 val.	Taktinio marketingo plano reikalavimų pristatymas, preliminarinių temų aptarimas, pagrindinės gairės pasiruošimui iki išvažiuojamosios sesijos. <i>Lektorė Indrė Pikturnienė</i>

Datos	Temos ir veikla
2018 12 11 18:00-21:15 val.	SSGG (angl. SWOT) suvestinė. Esminių problemų identifikavimas. <i>Įmonės atvejo situacijos analizė ir aptarimas</i> Klausimų, kuriuos aptarsime, pavyzdžiai: - SSGG analizės privalumai ir trūkumai - Esminių įmonės iššūkių identifikavimas - Centrinės problemos apibrėžimas <i>Lektorius Benas Adomavičius</i>
2018 12 18 18:00-21:15 val.	Alternatyvų formulavimas. Alternatyvų vertinimas. Alternatyvos pasirinkimas <i>Įmonės atvejo situacijos analizė ir aptarimas</i> Klausimų, kuriuos aptarsime, pavyzdžiai: - 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>
2019 01 04 10:00-18:00 val. 2019 01 05 10:00-16:00 val.	Dviejų dienų išvažiuojamoji rašymo sesija su nakvyne. Sesijos metu dalyviams pristatomi bendri reikalavimai, pagrindinės gairės kiekvienai darbo daliai, skiriama laiko konkrečios dalies rašymui. Dalyviai gauna grįžtamąjį ryšį sesijos metu ir po sesijos. Per dvi darbo dienas parengiama didžioji marketingo plano dalis pagal reikalaujamą struktūrą. Likusį iki darbo pridavimo laiką dalyviai dirba savarankiškai: renka papildomus duomenis, tobulina darbo struktūrą, problemos ir sprendimų pagrindimą, tinkamai apiformina darbą. <i>Lektorė Indrė Pikturnienė</i>
2019 01 08 18:00-21:15 val.	Segmentavimas, tikslinio segmento(-ų) pasirinkimas ir pozicionavimas <i>Įmonės atvejo situacijos analizė ir aptarimas</i> Klausimų, kuriuos aptarsime, pavyzdžiai: - Suvokimo žemėlapių panaudojimas suprantant rinką ir identifikuojant įmonės poziciją. - Naujo produkto pozicionavimas <i>Lektorius Benas Adomavičius</i>
2019 01 15 18:00-21:15 val.	Pasirengimas egzaminui. Tai neformali sesija, kurios metu dalyviai kviečiami susirinkti ir drauge, pasikartoti kursą, išspręsti bandomąjį egzaminą, pasidalinti ankstesnių egzaminų patirtimis, aptarti kylančius klausimus. <i>Lektorė Indrė Pikturnienė</i>

Egzaminai:

2019 01 29 10:00-13:00 val.	B1 modulis. Egzaminas raštu. Įmonės atvejo aprašymas, pagal kurį pateikti teoriniai ir praktiniai klausimai.
2019 02 05 Iki 17:00 val.	B2 modulis. Taktinio marketingo plano įteikimas ISM (e-sistemoje arba administracijai; spausdintą darbą galima įteikti per tris darbo dienas po įteikimo e-sistemoje).
2019 02 12 9:00-17:00 val.	B2 modulis. Taktinio marketingo plano gynimas komisijoje. Kandidatas dalyvauja jam paskirtu laiku pagal patikslintą grafiką.

LEKTORIAI:



BENAS ADOMAVIČIUS

ISM Executive School Strateginio valdymo modulio vadovas, konsultantas. „Creditinfo Lietuva“ valdybos narys ir keletą 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.



DOC. DR. INDRĖ PIKTURIENĖ

ISM Vadybos ir ekonomikos universiteto docentė. Dėstytoja stažavosi Tarptautinėje vadybos dėstytojų asociacijoje (IMTA, Bled School of Management), turi daug universitetinės tarptautinės dėstytojos patirties. Nuo 2016 m. sausio vadovauja ISM ir LiMA marketingo specialistų sertifikavimo programai.