

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 02 05 iki 2020 06 04 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	2020 02 05 Trečiadienis	Rinkodaros vaidmuo organizacijoje. Verslo orientacijos. Pagrindiniai marketingo skirtumai įvairaus tipo organizacijose. Marketingo aplinka; marketingo funkcijos valdymas organizacijoje. Socialinio marketingo principai	Indrė Pikturienė
2	2020 02 12 Trečiadienis	Vartotojų elgsena	Indrė Pikturienė
3	2020 02 19 Trečiadienis	Rinkos segmentavimas	Indrė Pikturienė
4	2020 02 24 Pirmadienis	Rinkos tyrimai	Indrė Pikturienė
5	2020 03 04 Trečiadienis	Marketingo kompleksas: Prekė/paslauga. Prekės ženklas.	Indrė Pikturienė
7	2020 03 09 Trečiadienis	Marketingo kompleksas: Rėmimas (integruota rinkodaros komunikacija)	Dominyka Venciūtė
6	2020 03 18 Pirmadienis	Marketingo kompleksas: Kaina	Indrė Pikturienė
8	2020 03 25 Trečiadienis	Marketingo kompleksas: Paskirstymas	Benas Adomavičius
9	2020 04 01 Trečiadienis	Verslas verslui marketingas	Benas Adomavičius

Antra dalis. Marketingo strategija			Lektorius
10	2020 04 08 Trečiadienis	Strateginiai ir taktiniai rinkodaros lygmenys. Marketingo planavimas. SWOT analizė ir konkurentų analizė. Strategijos įtaka marketingo sprendimams. Žinių apjungimas per atvejo analizę.	Lineta Ramonienė
11	2020 04 22 Trečiadienis	Marketingo rodiklių valdymas: analizė ir sprendimai.	Kristina Maikštėnienė

Trečia dalis. Marketingas internete			Lektorius
12	2020 04 29 Antradienis	Internetinis marketingas: bendrieji principai, paieškos varikliai, reklama internete, interneto puslapiai, puslapio analitika.	Evelina Trapp
13	2020 05 06 Trečiadienis	Socialinių medijų marketingas, naujienlaiškių marketingas, apibendrinimas.	Evelina Trapp

Pasirengimas egzaminui			Lektorius
14	2020 05 13 Trečiadienis	(I) Bendrojo marketingo dalies apibendrinimas, ir pasirengimas egzaminui: bandomieji testai ir atvejo analizės, uždavinių sprendimas, atsakymai į kylančius klausimus	Indrė Pikturnienė
15	2020 05 20 Trečiadienis	(II) Visų žinių apibendrinimas, uždavinių sprendimas, programos peržiūrėjimas, atsakymai į kylančius klausimus	Indrė Pikturnienė
16	2020 05 27 Trečiadienis	(III) Programos kartojimas, atsakymai į kylančius klausimus	Indrė Pikturnienė

Egzaminas	
2020 06 04	A1 egzaminas: 10.00 – 11.30 A2 egzaminas: 13.00 – 15.00