

LiMA/ISM mokymų programa

Sertifikuotas marketingo specialistas: LiMA A

Trukmė: 60 akademinų valandų

Užsiėmimų laikas: nuo 18.00 iki 21.10 (dvi pusantros valandos paskaitos su 10 min. pertrauka)

Užsiėmimų datos: nuo 2019 02 iki 2019 06

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.	Užsiėmimų datos	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 Pikturienė
2		Vartotojų elgsena	Indrė Pikturienė
3		Rinkos segmentavimas	Indrė Pikturienė
4		Rinkos tyrimai	Indrė Pikturienė
5		Marketingo kompleksas: Prekė/paslauga. Prekės ženklas.	Indrė Pikturienė
6		Marketingo kompleksas: Kaina	Indrė Pikturienė
7		Marketingo kompleksas: Rėmimas (integruota rinkodaros komunikacija)	Indrė Pikturienė
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 Čapkevičiūtė
13		Socialinių medijų marketingas, naujienlaiškių marketingas, apibendrinimas.	Evelina Čapkevičiūtė

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

Savarankiškas pasirengimas egzaminui		
16		Rezervuota auditorija savarankiškam kandidatų mokymuisi.

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