

ISM/LiMA mokymų programa

Sertifikuotas marketingo vadovas (LiMA B)

I dalis: Modulis B1

Trukmė: 36 akademinės valandos

Užsiėmimų datos: nuo 2021 10 11 iki 2022 03 17
 (detalesnis užsiėmimų grafikas pateiktas žemiau ir gali keistis)

Užsiėmimų vieta: ISM Vadybos ir ekonomikos universitetas (Arklių g. 18, Vilnius), jei Vyriausybės ir kitų institucijų nurodymai leidžia vykdyti paskaitas gyvai. Esant auditorinių paskaitų vykdymo ribojimams, paskaitos vyks nuotoliniu būdu, naudojant Microsoft Teams.

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 racionaliū mąstymu, turi pasitelkti įvairius analizės modelius ir metodus siekiant nustatyti esmines įmonės ar verslo vieneto marketingo problemas, išvelgti rinkos galimybes ar grėsmes, deramai atrinkti ir interpretuoti informacijos šaltinius, pateikti naujas veiksmų alternatyvas, argumentuotai prioritetizuoti segmentus, produktus, ir veiklas, derinti 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.

Skaitinių kalba – anglų. Diskusijos vyks lietuvių kalba. Taktinis marketingo planas gali būti rašomas lietuvių arba anglų kalba.

Modulis B1

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

Nr.	Data	Temos (turinys preliminarus)
1	2021 10 11 (pirmadienis) 18:00-21:15 val.	Įvadas. Verslo atvejai kaip mokymosi priemonė. Verslo strategijos ir marketingo sąsajos. Marketingo planavimas. Klausimų, kuriuos aptarsime, pavyzdžiai: <ul style="list-style-type: none"> • Marketingo proceso schema, leidžianti kurti, pagauti ir išlaikyti vertę • Ashridge modelis sprendžiant dėl organizacijos misijos • Abell verslo apibrėžimo matricos panaudojimas

Nr.	Data	Temos (turinys preliminarus)
		<i>Lektorius Benas Adomavičius</i>
2	2021 10 19 (antradienis) 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: <ul style="list-style-type: none"> • 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	2021 10 27 (trečiadienis) 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: <ul style="list-style-type: none"> • Makro ir mezo faktorių identifikavimas ir analizė • Konkurentų verslo modelių palyginimas • Tarpininkų atsiradimo/pasitraukimo poveikis organizacijai
		<i>Lektorius Benas Adomavičius</i>
4	2021 11 09 (antradienis) 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: <ul style="list-style-type: none"> • 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	2021 11 16 (antradienis) 18:00-21:15 val.	Besikeičiančios klientų elgsenos supratimas <i>Įmonės atvejo situacijos analizė ir aptarimas</i> Klausimų, kuriuos aptarsime, pavyzdžiai: <ul style="list-style-type: none"> • Klientų gyvavimo vertės identifikavimas • Kellerio prekės ženklo vertės piramidė • Klientų tyrimų rezultatų interpretavimas
		<i>Lektorius Benas Adomavičius</i>
6	2021 11 23 (antradienis) 18:00-21:15 val.	SSGG (angl. SWOT) suvestinė. Esminių problemų identifikavimas. <i>Įmonės atvejo situacijos analizė ir aptarimas</i> Klausimų, kuriuos aptarsime, pavyzdžiai: <ul style="list-style-type: none"> • SSGG analizės privalumai ir trūkumai • Esminių įmonės iššūkių identifikavimas • Centrinės problemos apibrėžimas
		<i>Lektorius Benas Adomavičius</i>
7	2021 11 30 (antradienis) 18:00-21:15 val.	Alternatyvų formulavimas. Alternatyvų vertinimas. Alternatyvos pasirinkimas <i>Įmonės atvejo situacijos analizė ir aptarimas</i> Klausimų, kuriuos aptarsime, pavyzdžiai: <ul style="list-style-type: none"> • 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>

Nr.	Data	Temos (turinys preliminarus)
8	2021 12 07 (antradienis) 18:00-21:15 val.	Segmentavimas, tikslinio segmento(-ų) pasirinkimas ir pozicionavimas <i>Įmonės atvejo situacijos analizė ir aptarimas</i> Klausimų, kuriuos aptarsime, pavyzdžiai: <ul style="list-style-type: none"> Suvokimo žemėlapių panaudojimas suprantant rinką ir identifikuojant įmonės poziciją. Naujo produkto pozicionavimas <i>Lektorė Kristina Maikštėnienė</i>
9	2021 12 14 (antradienis) 18:00-21:15 val	Strateginiai skaitmeninio marketingo aspektai Klausimų, kuriuos aptarsime, pavyzdžiai: <ul style="list-style-type: none"> Skaitmeninio vertės pasiūlymo išgryninimas Situacijos analizė ir SWOT skaitmeniniame kontekste Skaitmeninės komunikacijos tikslai (KPI) ir strategija <i>Lektorius Radvilas Šeputis</i>
10	2022 01 06 18:00-21:15 val.	Pasirengimas egzaminui Sesijos metu susipažinama su ankstesnių egzaminų užduotimis, pakartojamos visos temos, aptariami kylantys klausimai. B2 taktinio marketingo plano reikalavimų ir rašymo proceso pristatymas.

B1 egzaminas

2022 01 18 10.00-13.00	B1 modulio egzaminas pagrįstas atvejo analize. Dalyviai, susipažinę su išsamiai aprašyta įmonės problema, turi įvertinti įmonės situaciją pagal konkrečius modelius ir apskaičiuojamus rodiklius, pateikti pasiūlymų, kaip įmonė galėtų pritaikyti įrankius ar teorijas veiklai vystyti. Klausimai pateikiami atvira forma.
---------------------------	---

II dalis: Modulis B2

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

Nr.	Data	Veikla
1	2022 02 4-5 d.	Dviejų dienų išvažiuojamoji rašymo sesija. 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 parengiami esminiai marketingo plano apmatai pagal reikalaujamą struktūrą. Likusį iki darbo pridavimo laiką dalyviai dirba savarankiškai: renka papildomus duomenis, tobulina darbo struktūrą, problemas ir sprendimų pagrindimą, tinkamai apiformina darbą. Jei pagal vyriausybės nurodymus ugdymo veikla grupėse nebus galima, išvažiuojamoji sesija bus keičiama į kelias nuotoline konsultacijas grupei, tam tikruose etapuose kylantiems klausimams aptarti bei į individualias konsultacijas, kurias suteiks ISM paskirti konsultantai.
2.	2022 03 01, iki 17:00	Taktinio marketingo plano įteikimas ISM (e-sistemoje).

B2 egzaminas (Marketingo plano gynimas)

<p>2022 03 17 10.00-13.00</p>	<p>Kandidatas pristato parengtą planą dviejų egzaminuotojų komisijai ir yra įvertinamas laikantis B2 moduliuose nurodytų reikalavimų.</p> <p>Gynimas trunka vieną valandą. Tikslus gynimų grafikas sudaromas likus savaitei iki gynimų.</p>
-----------------------------------	---

LEKTORIAI:



BENAS ADOMAVIČIUS

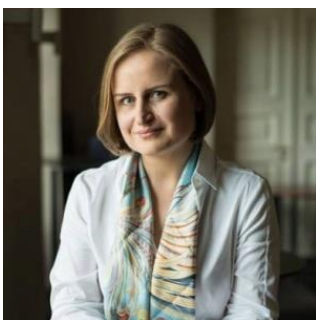
ISM Executive School Strateginio valdymo modulio vadovas, konsultantas. „Creditinfo Lietuva“ valdybos narys ir keletą įmonių akcininkas, MITA verslo planų ir investicinių projektų vertinimo ekspertas, asocijuotas „EKT Grupė“ konsultantas, sertifikuotas verslo procesų valdymo ir veiklos vertinimo ekspertas, 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.



KRISTINA MAIKŠTĖNIENĖ

ISM Executive School Strateginės rinkodaros ir vertės inovacijų modulio Vadovų magistrantūroje, ekspertė-konsultantė. Studijavo Northwestern University Kellogg School of Management, Central European University & University of the State of New York, stažavosi Wharton Business School, Harvard Business School, Stanford University, MIT, University of Chicago (JAV), Fudan University (Kinija), Singapore Management University, Copenhagen Business School ir kitose pasaulio verslo mokyklose. Strategic Management Society (SMS), American Marketing Association (AMA), Professional Pricing Society (PPS) ir Academy of International Business (AIB) narė.



RADVILAS ŠEPUTIS

Evolvery (evolvery.io) agentūros skaitmeninio marketingo strategas, pranešėjas, konsultantas.