

## SERTIFIKUOTO MARKETINGO SPECIALISTO (LiMA A) KURSAI

Lietuvos marketingo asociacija tarptautinį marketingo sertifikavimą Lietuvoje organizuoja nuo 2016 metų. LiMA sertifikavimas veikia pagal Nyderlandų modelį, kuris vykdomas 50 metų.

LiMA kartu su ISM Vadybos ir ekonomikos universitetu rengia 4-5 mėn. trukmės kvalifikacinius marketingo kursus specialistams, siekiantiems gilinti savo marketingo žinias, didinti kompetencijas, siekti aukštesnės karjeros. LiMA kursų pabaigoje laikomas tarptautinis egzaminas, sudarytas remiantis Europos marketingo kompetencijų standartu (ang. The European Marketing Confederation Qualification and Certification Framework (EMCQ)) ir suteikiantis tarptautinę kvalifikaciją.

### KURŠŲ TIKSLAS:

Kelti arba palaikyti specialisto marketingo kvalifikaciją, suteikiant sisteminių – teorinių marketingo žinių ir kompetencijų, kaip kurti vertę tiksliniams vartotojams ir didinti naudą organizacijai.

### KURSAI SKIRTI:

Įvairių sričių darbuotojams, laisvai samdomiems specialistams, stokojantiems sisteminių-teorinių marketingo žinių arba siekiantiems turimas žinias įtvirtinti, remiantis marketingo teorijomis bei praturtinti jas praktinėmis įžvalgomis. Rekomenduojama turėti praktinio darbo patirties marketingo ar su juo susijusiose srityse.

### KOKIŲ ŽINIŲ IR ĮGŪDŽIŲ GAUSITE:

Mokymų metu ne tik nagrinėsite marketingo kaitą, 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. I dalis pagrįsta nuosekliu pagrindinių marketingo temų pristatymu, kiekvieną temą siejant su populiariausiais jos analizei būdingais modeliais, teorijomis, įrankiais bei praktiniais pavyzdžiais. II programos dalyje dalyviai supažindinami su pagrindiniais strateginio planavimo marketinge principais ir rodiklių valdymu, verslas verslui marketingo specifika, jiems suteikiama galimybė išspręsti praktinį įmonės atvejį, apjungiant turimas žinias strateginiams sprendimams priimti. III programos dalis skirta marketingui internete.

---

Kursų laikotarpis: 2022 m. vasario 17 d. - 2022 m. birželio 8 d.

Trukmė: 16 savaitių, 64 ak. val. trukmės kvalifikaciniai kursai

Užsiėmimų laikas: 4 ak. val. su pertrauka 1-2 k. per sav. nuo 18.00 iki 21.10 val. + egzaminų konsultacinės sesijos + laikas savarankiškam mokymuisi

Mokymo būdas: gyvai ISM universitete. Jei galimybės dalyvauti paskaitoje gyvai nėra, dalyvis gali stebėti paskaitą realiu laiku transliuojamą į online platformą, tačiau toks dalyvavimo kurse būdas turėtų būti naudojamos tik dėl svarbių priežasčių negalint atvykti į universitetą (paskaitų įrašai peržiūrai bus prieinami tik nustatytą laiką).

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

Kalba: paskaitų kalba - LT, skaitiniai - dauguma EN, egzaminas - LT.

---

## LIMA A KURSŲ PROGRAMA

NR.	DATA	TEMA	LEKTORIUS
<b>I dalis. Pagrindinės marketingo funkcijos ir elementai: teorinis pasirengimas</b>			
1	2022 02 17 IV   407 aud. 18:00 - 21:10 val.	<b>Marketingo aplinkos analizė.</b>	Elzė Rudienė
2	2022 02 21 I   407 aud. 18:00 - 21:10 val.	<b>Rinkos segmentavimas.</b>	Indrė Brazauskaitė   Online
3	2022 02 24 IV   408 aud. 18:00 - 21:10 val.	<b>Rinkos tyrimai.</b>	Elzė Rudienė
4	2022 03 03 IV   408 aud. 18:00 - 21:10 val.	<b>Vartotojų elgsena.</b>	Dominyka Venciūtė
5	2022 03 10 IV   407 aud. 18:00 - 21:10 val.	<b>Marketingo kompleksas: Prekė/paslauga. Prekės ženklas.</b>	Elzė Rudienė
6	2022 03 15 II   408 aud. 18:00 - 21:10 val.	<b>Marketingo kompleksas: Kaina.</b>	Indrė Brazauskaitė   Online
7	2022 03 24 IV   408 aud. 18:00 - 21:10 val.	<b>Marketingo kompleksas: Paskirstymas.</b>	Benas Adomavičius
8	2022 03 31 IV   408 aud. 18:00 - 21:10 val.	<b>Marketingo kompleksas: Rėmimas (integruota rinkodaros komunikacija).</b>	Dominyka Venciūtė
<b>II dalis. Marketingo strategija</b>			
9	2022 04 07 IV   408 aud.	<b>Verslas verslui marketingas.</b>	Benas Adomavičius
10	2022 04 13 III   408 aud.	<b>Marketingo rodiklių valdymas: analizė ir sprendimai.</b>	Kristina Maikštėnienė
11	2022 04 21 IV   408 aud.	<b>Strateginiai ir taktiniai rinkodaros lygmenys. Marketingo planavimas. SWOT analizė ir konkurentų analizė. Strategijos įtaka marketingo sprendimams. Žinių apjungimas per atvejo analizę.</b>	Lineta Ramonienė
<b>III dalis. Marketingas internete</b>			
12	2022 04 28 IV   408 aud.	<b>Internetinis marketingas: bendrieji principai, paieškos varikliai, reklama internete, interneto puslapiai, puslapio analitika.</b>	Evelina Trapp
13	2022 05 05 IV   408 aud.	<b>Socialinių medijų marketingas, naujienlaiškių marketingas, apibendrinimas.</b>	Evelina Trapp

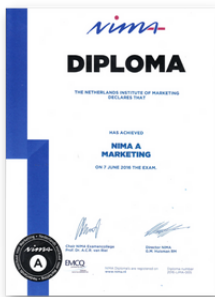
**LiMA A KURSŲ EGZAMINAI**

NR.	DATA	TEMA
<b>Pasirengimas egzaminui</b>		
14	2022 05 09 I   online 18:30-20:00	<b>(I) Bendrojo marketingo dalies apibendrinimas ir pasirengimas egzaminui: bandomieji testai ir atvejo analizės, uždavinių sprendimas, atsakymai į kylančius klausimus.</b>
15	2022 05 18 III   online 18:30-20:00	<b>(II) Visų žinių apibendrinimas, uždavinių sprendimas, programos peržiūrėjimas, atsakymai į kylančius klausimus.</b>
16	2022 05 25 III   online 18:30-20:00	<b>(III) Visų žinių apibendrinimas, uždavinių sprendimas, programos peržiūrėjimas, atsakymai į kylančius klausimus.</b>
17	2022 06 01 III   online 18:30-20:00	<b>(IV) Visų žinių apibendrinimas, uždavinių sprendimas, programos peržiūrėjimas, atsakymai į kylančius klausimus.</b>
18	2022 06 06 I   online 18:30-20:00	<b>(V) Programos punktų kartojimas su lektoriaus pagalba.</b>
<b>Egzaminas raštu elektroniniu būdu</b>		
19	<b>2022 06 08</b> III   102 aud.	<b>A1 egzaminas (testo forma): 10.00 – 11.30 A1 modulis sudarytas iš uždarų (testo tipo) klausimų. A2 egzaminas (atviri klausimai): 13.00 – 15.00 A2 modulis pagrįstas atvirais teoriniais ir praktiniais klausimais, kurie užduodami pagal pateiktus įmonės atvejus.</b>

Tarptautiniai LiMA A egzaminai:

- LiMA A marketingo specialisto kursų egzaminavimo tvarka paremta Nyderlandų egzaminavimo tvarka, kurią nustato NIMA (The Netherlands Institute of Marketing). Egzaminai vyksta lietuvių kalba.

Sėkmingai išlaikius tarptutinį LiMA A egzaminą, suteikiama visoje Europoje pripažįstamas 4 lygio kvalifikacinis laipsnis ir 3 diplomai:



Tarptautiniu mastu pripažįstamas NIMA A (The Netherlands Institute of Marketing) diplomas



LiMA A sertifikuoto marketingo specialisto diplomas



Tarptautiniu mastu pripažįstamas EMC (European Marketing Confederation) sertifikatas

**LIMA A KURSŲ DĚSTYTOJAI****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.

**KRISTINA MAIŠTĖNIENĖ**

Strateginės rinkodaros (Kellogg, Northwestern University), finansų ekonomikos (CEU/State U. of New York), taikomosios matematikos (KTU) magistrė. Nuo 2000 m. ISM Executive School dėstytoja, programų vadovė, ekspertė-konsultantė. Nuo 1999 m. vykdo verslo strateginės plėtros konsultacijas tarptautinėse rinkose, kasmet atnaušina žinias pasaulinėse vadovų tobulinimosi programose. Skaitė paskaitas ir konferencijų pranešimus 16-oje šalių (Harvard B. School, Chicago Booth, MIT, Stanford, Singapore ir kt. universitetuose). Strategic Management Society, Academy of Management, Academy of International Business narė, Kellogg School of Management MBA priėmimo komisijos narė Rytų Europai.

**Dr. LINETA RAMONIENĖ**

Vadybos mokslų daktarė (ISM Vadybos ir ekonomikos universitetas) ir magistrė (Eastern University, JAV). Ji stažavosi Ispanijoje, JAV, Belgijos, Nyderlandų ir kitose pasaulio verslo mokyklose, skaitė paskaitas ir konferencijų pranešimus devyniose pasaulio šalyse. Lineta yra JAV marketingo asociacijos (AMA) narė, keleto įmonių bendraturtė ir valdybos narė. Lineta Ramonienė jau 15 metų veda mokymus ir konsultuoja įvairių šalių organizacijas marketingo ir verslo strategijos klausimais.

**Dr. DOMINYKA VENCIŪTĖ**

ISM Vadybos ir ekonomikos universiteto Verslo vadybos ir rinkodaros programos direktorė ir dėstytoja, sertifikuota marketingo vadovė bei asmeninių prekių ženklų vystymo, rinkodaros konsultacijų ir mokymų įmonės „Persona Cognita“ įkūrėja ir strategė. Šiuo metu podoktorantūros studijose tiria asmeninių prekių ženklų ir komunikacijos įtaką organizacijų rezultatams. Dominyka yra profesionalų tinklo „Benelux Business in Baltics“ bendra-įkūrėja, JAV marketingo asociacijos (AMA) narė.

**LiMA A KURSŲ DĖSTYTOJAI****Dr. INDRĖ BRAZAUSKAITĖ**

ISM Vadybos ir ekonomikos universiteto lektorė, socialinių mokslų daktarė, UAB Tamro/BENU vaistinė Lietuva komercijos direktorė. 2019-aisiais metais Indrė apgynė daktaro disertaciją. Indrė aktyviai dalyvauja tarptautinėse mokslinėse konferencijose, vykdo post-doc tyrimus ISM universitete finansuojamus LMT temomis: Inovacijų vadybos iššūkių vertinimas, skatinant mokslo institucijų verslo įmonių bendradarbiavimą ir abipusį konkurencingumą.

**EVELINA TRAPP**

Sertifikuota AdWords bei Google Analytics specialistė, vedusi mokymus Digital Academy bei kitur ir dirbanti reklamos agentūroje bei marketingo klausimais konsultuojanti įvairius verslus. Evelina turi virš 5 metų patirtį darbe su skaitmenine reklama įvairiose platformose (Adwords, Facebook, Adform, Twitter, Yandex ir kt.) bei internetinio marketingo strategijų kūrimu, reklamos internete auditu bei efektyvumo įvertinimais.

**ELZĖ RUDIENĖ**

Jau 20 metų dirbu verslo sektoriuje, praktiškai visą laiką marketingo srityje, tarptautinėse įmonėse: Pernod Ricard, L'Oreal Baltics, Nestle Baltic. Šiuo metu dirbu prekybos ir pramogų centro Ozas rinkodaros vadove (Nepirockcastle fondas). „Tikiu, kad apjungti mokslą su praktika ne tik kad įmanoma, bet, tiesiog, būtina - į tai ir dedu visas pastangas. Geriausias dalykas studijų procese? Klausinėjantys, besidomintys studentai.“