

## LiMA/ISM mokymų programa

Sertifikuotas marketingo specialistas: LiMA A

**Trukmė:** 60 akademinų valandos

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

**Užsiėmimų datos:** nuo 2019 02 06 iki 2019 06 04 pagal patvirtintą programą. Planuojamas vienas užsiėmimas per savaitę (atskirais atvejais užsiėmimai gali būti perkelti dėl valstybinių švenčių).

**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. Antroji programos dalis skirta marketingui internete. Trečiojoje 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.

**Užsiėmimų datos bus tikslinamos.**

Nr.	Temos	Lektorius
<b>Pirma dalis. Pagrindinės marketingo funkcijos ir elementai: teorinis pasirengimas</b>		
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: Paskirstymas	Benas Adomavičius
8	Marketingo kompleksas: Rėmimas (integruota rinkodaros komunikacija)	Indrė Pikturienė
9	Verslas verslui marketingas	Benas Adomavičius

<b>Antra dalis. Marketingo strategija</b>	<b>Lektorius</b>
---	------------------

10	Marketingo rodiklių valdymas: analizė ir sprendimai.	Kristina Maikštėnienė
11	Strateginiai ir taktiniai rinkodaros lygmenys. Marketingo planavimas. SWOT analizė ir konkurentų analizė. Strategijos įtaka marketingo sprendimams. Žinių apjungimas per atvejo analizę.	Lineta Ramonienė

<b>Trečia dalis. Marketingas internete</b>		<b>Lektorius</b>
12	Internetinis marketingas: bendrieji principai, paieškos varikliai, reklama internete, interneto puslapiai, puslapio analitika.	Evelina Čapkevičiūtė
13	Socialinių medijų marketingas, naujienlaiškių marketingas, apibendrinimas.	Evelina Čapkevičiūtė

<b>Pasirengimas egzaminui (I)</b>		<b>Lektorius</b>
14	Bendrojo marketingo dalies apibendrinimas, ir pasirengimas egzaminui: bandomieji testai ir atvejo analizės, uždavinių sprendimas, atsakymai į kylančius klausimus	Indrė Pikturienė
<b>Pasirengimas egzaminui (II)</b>		<b>Lektorius</b>
15	Visų žinių apibendrinimas, uždavinių sprendimas, programos peržiūrėjimas, atsakymai į kylančius klausimus	Indrė Pikturienė

<b>Savarankiškas pasirengimas egzaminui</b>		
16	Šeštadienis	Rezervuota auditorija savarankiškam kandidatų mokymuisi.

<b>Egzaminas</b>		
2018 06 04	A1 egzaminas: 10.00 – 11.30 A2 egzaminas: 13.00 – 15.00	