

LiMA/ISM mokymų programa

Sertifikuotas marketingo specialistas: LiMA A

LiMA A MARKETINGO SPECIALISTO KURSO TIKSLAS:

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

Trukmė: 16 savaitių, 64 akademinės valandos

Užsiėmimų datos: nuo 2022 02 17 iki 2022 06 08 pagal patvirtintą programą (užsiėmimų grafikas gali keistis).

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

Pasiruošimo egzaminams sesijų laikas: nuo 18:30 iki 20:00

Užsiėmimų vieta ir paskaitų būdas: Paskaitos vyksta **gyvai** ISM Vadybos ir ekonomikos universitete (Arklių g. 18, Vilnius), jei Vyriausybės ar kitų institucijų nurodymai leidžia vykdyti paskaitas gyvai. Paskaitos yra transliuojamos tiesiogiai per Microsoft Teams, tačiau toks dalyvavimo kurse būdas turėtų būti naudojamos tik dėl svarbių priežasčių negalint atvykti į universitetą. Paskaitų įrašai peržiūrai prieinami tik nustatytą laiką (7 dienas). Esant gyvų paskaitų vykdymo apribojimams – paskaitos vykdomos nuotoliniu būdu, per Microsoft Teams.

Kam skirtas kursas: Įvairių sričių darbuotojams, laisvai samdomiems specialistams, stokojančioms 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, 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, verslas verslui marketingo specifika, 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	2022 02 17 Ketvirtadienis	Vartotojų elgsena	Dominyka Venciūtė
2	2022 02 21 Pirmadienis	Marketingo aplinkos analizė	Dominyka Venciūtė
3	2022 02 24 Ketvirtadienis	Rinkos segmentavimas	Indrė Brazauskaitė
4	2022 03 03 Ketvirtadienis	Rinkos tyrimai	Elzė Rudienė
5	2022 03 10 Ketvirtadienis	Marketingo kompleksas: Prekė/paslauga. Prekės ženklas.	Elzė Rudienė
6	2022 03 17 Ketvirtadienis	Marketingo kompleksas: Kaina	Indrė Brazauskaitė
7	2022 03 24 Ketvirtadienis	Marketingo kompleksas: Paskirstymas	Benas Adomavičius
8	2022 03 31 Ketvirtadienis	Marketingo kompleksas: Rėmimas (integruota rinkodaros komunikacija)	Dominyka Venciūtė

Antra dalis. Marketingo strategija			Lektorius
09	2022 04 07 Ketvirtadienis	Verslas verslui marketingas	Benas Adomavičius
10	2022 04 14 Ketvirtadienis	Marketingo rodiklių valdymas: analizė ir sprendimai.	Kristina Maikštėnienė
11	2022 04 21 Ketvirtadienis	Strateginiai ir taktiniai rinkodaros lygmenys. Marketingo planavimas. SWOT analizė ir konkurentų analizė. Strategijos įtaka marketingo sprendimams. Žinių apjungimas per atvejo analizę.	Lineta Ramonienė

Trečia dalis. Marketingas internete			Lektorius
12	2022 04 28 Ketvirtadienis	Internetinis marketingas: bendrieji principai, paieškos varikliai, reklama internete, interneto puslapiai, puslapio analitika.	Evelina Trapp
13	2022 05 05 Ketvirtadienis	Socialinių medijų marketingas, naujienlaiškių marketingas, apibendrinimas.	Evelina Trapp

Pasirengimas egzaminui			
14	2022 05 09 Pirmadienis 18:30-20:00	(I) Bendrojo marketingo dalies apibendrinimas, ir pasirengimas egzaminui: bandomieji testai ir atvejo analizės, uždavinių sprendimas, atsakymai į kylančius klausimus	
15	2022 05 18 Trečiadienis 18:30-20:00	(II) Visų žinių apibendrinimas, uždavinių sprendimas, programos peržiūrėjimas, atsakymai į kylančius klausimus	
16	2022 05 25 Trečiadienis	(III) Visų žinių apibendrinimas, uždavinių sprendimas, programos peržiūrėjimas, atsakymai į kylančius klausimus	

	18:30-20:00	
17	2022 06 01 Trečiadienis 18:30-20:00	(IV) Visų žinių apibendrinimas, uždavinių sprendimas, programos peržiūrėjimas, atsakymai į kylančius klausimus
18	2022 06 06 Pirmadienis 18:30-20:00	(V) Programos punktų kartojimas su lektoriaus pagalba

Egzaminas		
2022 06 08 Trečiadienis	A1 egzaminas: 10.00 – 11.30 A2 egzaminas: 13.00 – 15.00	