



Rinkodara ir integruota komunikacija

Ekonomikos fakultetas

Socialiniai mokslai

Rinkodaros magistras



1,5 metų



Nuolatinės studijos



Lietuvių kalba



90 kreditų



Valstybės finansuojama
arba 2120 € / metai

Studijų programos tikslas

Rengti aukščiausios kvalifikacijos rinkodaros ir integruotos komunikacijos specialistus, gebančius išsamių tyrimų pagrindu įvertinti rinkos ir įmonės situaciją, pagal verslo specifiką ir įmonės padėtį rinkoje parengti ir įgyvendinti tinkamiausias rinkodaros ir integruotos komunikacijos strategijas.

Studijų programos turinys: dalykų (modulių) grupės

Programoje dėstomi trijų pagrindinių sričių dalykai: a) tyrimų ir analizės (Tyrimų metodai Rinkos tyrimų taikymas versle Statistinė tyrimo duomenų analizė SPSS pagrindu Kokybinių tyrimų metodai b) rinkodaros valdymo (šalies ir tarptautinėse rinkose bei specifiniuose sektoriuose) (Strateginė rinkodara, Globalios rinkodaros valdymas, Rinkodaros valdymas verslas-verslui atveju, Pardavimo valdymas, Tarptautinė elektroninė komercija ir elektroninė rinkodara, Tarptautinės įmonės valdymas, Rinkodaros specifika skirtinguose sektoriuose). c) integruotos komunikacijos ir su ja susijusių sričių valdymo (Korporatyviosios komunikacijos valdymas, Integruota rinkodaros komunikacija, Tarpkultūrinė vadyba, Strateginis prekės ženklo valdymas). Visu trijų sričių žinios integruojamos magistro darbo rengimo procese, kuris vyksta per visus tris studijų semestrus.

Numatomi studijų rezultatai

Absolventas geba savarankiškai analizuoti rinkos ir vartotojų elgsenos parametrus bei tendencijas, pasitelkdamas tinkamus teorinio bei praktinio pobūdžio šaltinius ir naudodamas adekvačius metodus. Sukauptos žinios bei įgyti gebėjimai leidžia aktyviai dalyvauti kuriant bei įgyvendinant rinkodaros strategijas, o gilios žinios apie įvairių tipų komunikavimo priemonių savybes bei taikymą sudaro galimybę planuoti ir įgyvendinti plataus masto integruoto komunikavimo kampanijas.

Studijų programos dalykinės kompetencijos

Gebėjimas analizuoti, apibendrinti ir naudoti marketingo ir integruotos komunikacijos srities teorinę informaciją Gebėjimas vertinti, planuoti ir atlikti įvairius marketingo ir integruotos komunikacijos srities tyrimus taikant įvairias duomenų rinkimo ir analizės metodikas Gebėjimas valdyti įmonės sąveiką su rinka, naudojant marketingo bei integruotos komunikacijos priemones.

Tolesnių studijų galimybės

Akademinę karjerą planuojantys absolventai sėkmingai studijuoja trečiojoje studijų pakopoje (doktorantūroje).

Profesinės veiklos galimybės

Įgytos žinios ir gebėjimai sudaro galimybę sėkmingai dirbti verslo įmonių bei kitokio tipo organizacijų rinkodaros bei komunikacijos funkcijas vykdančiuose padaliniuose. Be to, absolventai gali sėkmingai dirbti rinkodaros, reklamos, viešųjų ryšių ir komunikacijos agentūrose, konsultacinėse bei rinkos tyrimo įmonėse.