

VU Marketingo katedra

20 metų mokslo ir didaktikos kelyje

Prof. habil. dr. Vytautas Pranas Pranulis

Katedros įkūrimas

Marketingo katedra Vilniaus universitete įkurta 1990 metų gruodžio 1 dieną, prėjus vos keletui mėnesių po Lietuvos nepriklausomybės paskelbimo. Tuo metu susidėjo keletas palankių aplinkybių, lėmusių tokios katedros įkūrimą. Pirma, Lietuvai rekėjo centro, kuriame būtų kuriamos, kaupiamos ir skleidžiamos verslo tikslų siekimo konkurencinės aplinkos sąlygomis teorinės žinios ir praktikos patirtis. Antra, marketingo dalykas tuo metu buvusios Materialinio techninio aprūpinimo katedros vedėjo prof. Antano Morkevičiaus ir Sigito Urbonavičiaus iniciatyva dar iki nepriklausomybės paskelbimo buvo įrašytas į mokymo planus ir pradėtas dėstyti VU Prekybos fakulteto studentams. Trečia, naujos katedros įkūrimui daug padėjo prof. Antano Morkevičiaus ir ypač universiteto tuometinio rektoriaus prof. Jono Kubiliaus palankus požiūris į tokios katedros reikalingumą. Ir ketvirta, man, šių eilučių autoriui, tuo metu būnant VU Prekybos fakulteto dekanu buvo palankios sąlygos įgyvendinti Marketingo katedros steigimo idėją Vilniaus universitete.

Naujai įsteigtos Marketingo katedros kolektyvą sudarė 7 etatiniai dėstytojai iki tol dirbę Materialinio techninio aprūpinimo katedroje: dėst. Vitalija Gaučaitė, dėst. Laima Matulaitytė, prof. Antanas Poviliūnas, prof. Vytautas P. Pranulis, doc. Algis Trepūla, dėst. Sigitas Urbonavičius ir dėstytojas valandininkas doc. dr. Ramutis Grižas. Katedros laborante jos įsteigimo metu buvo Nomedė Dudėnienė. Nuo katedros įsteigimo, šešiolika metų man teko garbė ir atsakomybė būti jos vedėju. 2007 metais katedros vedėju išrinktas ir iki šiol vadovauja prof. dr. S. Urbonavičius.

Marketingo katedros steigimo ir jos darbo organizavimo proceso pradiniai etapai atspindi 1991 metų vasario 21 dieną įvykusio Marketingo katedros posėdžio Protokolas Nr. 1, kur buvo priimta keletas esminių nuostatų.

Pirma, visi dėstytojai turi būti pasirengę ir sugebėti dėstyti bazinį marketingo kursą. Pradiniame katedros veiklos etape ši nuostata buvo ypač svarbi, nes praktiškai visi į šią katedrą suburti dėstytojai savo studijų metu nebuvo studijavę marketingo. Šio dalyko dėstymui dėstytojai turėjo pasirengti savarankiškai ir per labai trumpą laiką.

Antra, marketingas įrašytas į privalomų dalykų sąrašą.

Trečia, iš marketingo studentai turi rašyti kursinį darbą ir gali rašyti diplominį darbą.

Ketvirta, dėstytojui S. Urbonavičiui pavesti paruošti marketingo pagrindų programos projektą.

Penkta, kiekvienas dėstytojas turi dirbti mokslinį – metodinį darbą.

Marketingo katedros dėstytojų kolektyvas, pirmaisiais katedros kūrimosi ir veiklos metais, patyrė rimtus socialinės ekonominės sistemos istorinio virsmo iššūkius. Pasikeitusioje situacijoje marketingą dėstyti ir jo mokytis dėstytojams teko vienu ir tuo pačiu metu. Sovietmečio universitetuose šis dalykas nebuvo dėstomas ir studijuojamas, todėl marketingo teorinių žinių ir praktinių įgūdžių turinčių dėstytojų Lietuvoje nebuvo. Taip pat nebuvo rinkos ūkio ir veiklos joje

patirties. Studentai ir dėstytojai kaip išmanydami savo jėgomis ir pastangomis ieškojo marketingo vadovėlių ir literatūros.

Tuo metu daugelio šalių mokslo visuomenė atkreipė dėmesį į Lietuvai iškilusias perėjimo į rinkos ūkį problemas, parodė supratimą palankumą ir teikė paramą. Olborgo (Danija) universiteto vadovybė, rektorius prof. Sven Caspersen ir šio universiteto Socialinių mokslų fakulteto profesoriai Olav Sorensen ir Hans Gullestrup padėjo kurti ir tobulinti studijų programas. Marketingo katedros dėstytojai ir doktorantai vyko į mokslo stažuotes, seminarus ir konferencijas Olborgo universitete. 1991 – 1996 metų laikotarpyje kartas po keliolika Marketingo katedros kuriamos Užsienio prekybos programos studentų visą semestrą studijuodavo Olborgo universitete.

1991-1992 metais Marketingo katedros dėstytojas Sigitas Urbonavičius studijavo ir sėkmingai baigė marketingo magistro studijas Čikagos universitete ir tapo pirmuoju marketingo srities magistru Lietuvoje. Kento (JAV) valstybinis universitetas, profesoriaus Gregory Brock pastangų dėka, 1991 metais sudarė sąlygas man, tuometiniam VU marketingo katedros vedėjui, stažuotis šio universiteto Marketingo katedroje. Vykdamas stažuotės tikslus ir aktyviai padedant Kento universiteto Marketingo katedros dėstytojams, man pavyko surinkti apie 300 naujų ir naudotų knygų ir vadovėlių marketingo tematika. Šios knygos (septynių maišų siunta) į Vilniaus universitetą buvo parsiusdintos Klivlendo Lietuvių bendruomenės aktyvistų, daugiausiai Viktoro Stankaus, pastangomis ir lėšomis. Pradėtas knygų rinkimo Lietuvai vėjus JAV tęsėsi man sugrįžus į Lietuvą. Po keleto mėnesių į VU atėjo dar viena maždaug 400 knygų siunta.

Vilniaus universiteto Marketingo katedra kartu su 1992 m. įsteigta Kauno technologijos universiteto Marketingo katedra surengė tris mokslines praktines konferencijas „Marketingo teorijos ir metodai Lietuvoje“. Pirmoji respublikinė konferencija įvyko 1998 metais ir padarė labai teigiamą marketingo tyrėjus ir dėstytojus telkiantį, vienijantį bei mokslinius tyrimus skatinantį poveikį. Po metų (1999 -aisiais) surengta antroji, jau tarptautinė, marketingo teorijų ir metodų konferencija sulaukė keliolikos užsienio šalių (Didžiosios Britanijos, Čekijos, Danijos, Estijos, Italijos, Jungtinių Amerikos Valstijų, Latvijos, Rusijos, Vokietijos, Suomijos) mokslininkų dėmesio ir dalyvavimo. Šios konferencijos plenariniame posėdyje pranešimus skaitė tokie daugelyje šalių žinomi mokslininkai, kaip Michaelis Thomas ir Olavas Sorensenas. Antroji konferencija buvo ypač svarbi ir naudinga Lietuvos marketingo akademiniams sluoksniams tarptautinio žinomumo bei ryšių užmezgimo ir plėtojimo su užsienio kolegomis požiūriu. Konferencijos pranešimų medžiaga publikuota dviejuose leidiniuose: mokslo darbų leidinyje „Ekonomika“ ir antrajame leidinyje „Marketingo teorijos ir metodai Lietuvoje“. Trečioji Vilniaus universiteto ir Kauno technologijos universiteto Marketingo katedrų surengta tarptautinė marketingo teorijų ir metodų konferencija įvyko Kaune 2000 m. Šios konferencijos medžiaga buvo išspausdinta jau trečiajame leidinyje pavadinimu „Marketingo teorijos ir metodai“. Vėlesniais metais marketingo konferencijų rengimo pajėgos prisijungė prie VU Ekonomikos ir KTU Ekonomikos ir vadybos fakultetų rengiamų konferencijų ir specializuotų marketingo konferencijų nerengė.

Kita VU Marketingo katedros organizacinio darbo kryptis 1992 – 1996 m. buvo susijusi su marketingo dėstytojų ir praktikų mokslinio metodinio lygio kėlimu. Šioje darbo kryptyje svarbus vaidmuo teko greta Marketingo katedros veikiančiam Verslo mokymo metodiniam konsultaciniam centrui. Šio centro bazėje 1992 – 1996 metais buvo organizuoti marketingo mokymo metodiniai seminarai, į kuriuos susirinkdavo Lietuvos universitetų, kolegijų marketingo dėstytojai ir kai kurių verslo konsultavimo bendrovių specialistai ir vadovai. Ne mažesnio pripažinimo susilaukė Lietuvos marketingo dėstytojams 2008 metais organizuotas metodinis seminaras, pristatęs vadovėlio „Marketingas“ trečiojo leidimo ypatumus ir Lietuvos įmonių praktinių pavyzdžių naudojimo mokymo procese patirtį. Vis daugiau dėmesio ir populiarumo sulaukia Verslo mokymo metodinio

konsultacinio centro direktoriaus doc. dr. Algio Gaižučio pastangomis sukurta, prižiūrima ir palaikoma Interneto svetainė <http://www.marketing.lt>

Marketingo katedros dėstytojų kolektyvas kryptingai ir kūrybingai dirba studijų kokybės gerinimo, ryšių su verslo praktika stiprinimo ir studentų kūrybiškumo ugdymo kryptimi. Nuo 2005 metų katedros dėstytojų dr. A. Mockaitis ir ypač – doc. dr. A. Gaižučio skatinami ir vadovaujami studentai rengia konkursus – parodas „Idėja“, kurių metu pateikia savo prekių bei jų marketingo idėjas ir jų praktinio taikymo sprendimus. Šio renginio iniciatyva sulaukia vis daugiau dėmesio, pripažinimo ir populiarumo. Ypač džiugu, kad jį organizuojant daug iniciatyvos ir kūrybiškumo rodo patys studentai. Pradžioje buvęs vien Marketingo katedros renginys, konkursas-paroda greitai tapo plataus masto, jame dalyvauja KTU, KU ir kitų universitetų ir kolegijų studentai, kurių remia verslo bendrovės, paramos buvo gauta ir iš LR Ūkio ministerijos. 2008, 2009 metais renginys įvyko LITEXPO komplekso patalpose.

Mokslinis darbas

Nuo katedros įkūrimo iki 2008 m. marketingo katedros mokslinio tyrimo darbai buvo sutelkti į temą: „Marketingo teorija ir praktika didinant Lietuvos ūkio tarptautinį konkurencingumą“. Temos vadovas – prof. habil. dr. V. P. Pranulis.

Prie šios Marketingo katedros vykdomos temos įvairiais laikotarpiais dirbo ar prisidėjo vykdant tyrimus: dr. R. Časas, dr. A. Gaižutis, doc. dr. V. Gaučaitė, doc. dr. R. Grižas, doc. dr. V. Dikčius, doc. dr. A. Kėdaitienė, dr. J. Kurtinaitienė, doc. dr. R. Minalga, dr. A. Mockaitis, prof. habil. dr. A. Poviliūnas, dr. I. Pikturnienė, lektorius A. Savaniauskas, doc. dr. A. Trepula, prof. dr. S. Urbonavičius, doktorantai L. Abromaitytė-Sereikienė, G. Jasinevičius, R. Krutulytė, M. Mačiunskaitė, V. Samuolis, R. Vogelius.

1990 – 2008 m. laikotarpyje vykdytų tyrimų kryptingumas atsispindi apgintų daktaro disertacijų, kurių vadovais buvo Marketingo katedros profesoriai, tematikoje. (1 lentelė). Katedra atliko svarbų vaidmenį rengiant marketingo mokslininkus ne tik Vilniaus, bet ir kitiems Lietuvos universitetams. Ypač svarbu, kad iš trylikos apgynusių disertacijas, dvylika toliau dirba mokslinį pedagoginį darbą marketingo srityje, o šeši yra VU Marketingo katedros darbuotojai. Tai rodo, kad katedroje sukurtas geras pagrindas tolimesnei marketingo mokslo kūrybai ir sklaidai bei kartų kaitai.

1 Lentelė. Marketingo katedroje parengtos disertacijos

Eil. Nr.	Doktorantas	Disertacijos tema / vadovas	Apgynimo metai
1	Sigitas Urbonavičius	Lietuvos organizacijų vadovų vertybinių orientacijų įtaka jų strateginiams sprendimams / Prof. V. Pranulis	1993
2	Gediminas Rainys	Materialinių išteklių vartojimo vertinimas ir valdymas plėtojant rinkos ūkį Lietuvoje / Prof. V. Pranulis	1995
3	Algis Gaižutis	Lietuvos lentpjūvystės įmonių marketingo strategijų tyrimas / Prof. V. Pranulis	2000
4	Ramūnas Časas	Įmonių konkuravimo strategijų šaltinių atpažinimas ir įvertinimas Lietuvos rinkoje / Prof. V. Pranulis	2000
5	Dainora Grundey	Multimodaliniai krovinių pervežimai	2001

		marketingo logistikoje / Prof. V. Pranulis	
6	Vytautas Dikčius	Vadovo įtaka pritaikant marketingo koncepciją įmonės veikloje / Prof. A. Poviliūnas	2002
7	Jolita Kurtinaitienė	Marketingo orientacijos lyginamoji analizė mobiliųjų telekomunikacijų rinkoje / Prof. V. Pranulis, Prof. L. Simanauskas	2004
8	Aušra Rūtelionė Rondamanskaitė	Šalies turizmo pramonės konkurencingumas / Prof. V. Pranulis	2004
9	Laura Šalčiuvienė	Prekės ženklo įvaizdžio valdymas tarpkultūriniame kontekste / Prof. V. Pranulis	2004
10	Vilma Tamulienė	Ekologiniai kriterijai socialiniame-etiniame marketinge / Prof. V. Pranulis	2005
11	Indrė Pikturnienė	Sekimo strategijos pranašumai pradiniam prekės įvedimo į rinką etape / Prof. V. Pranulis	2007
12	Živilė Vaitkūnienė	Virtualių ir tradicinių fokus-grupių įtaka marketingo tyrimų efektyvumui / Prof. V. Pranulis	2007
13	Laima Abromaitytė - Sereikienė	Moralinės-etinės nuostatos Lietuvos žiniasklaidos įmonių marketinge / Prof. V. Pranulis	2008

Katedra toliau rengia mokslo daktarus. 2010 m. Marketingo katedroje disertacijas rengė trys doktorantės. Doktorantė Justina Gineikienė atliko tyrimus tema: „Antipatijos kilmės šalies poveikis pirkimo procese“, vadovas prof. dr. S. Urbonavičius; doktorantė Elvita Medekšienė – „Vaikų įtaka pirkimo sprendimų priėmimui šeimoje“, vadovas doc. dr. V. Dikčius; doktorantė Eleonora Šeimienė – „Vartotojo asmenybės bruožų emocinis ryšys su prekės ženklo asmenybės bruožais“, vadovas doc. dr. V. Dikčius,

Nuo 2009 m. Marketingo katedros mokslo tiriamas darbas sutelktas į temas „Inovatyvus marketingas globalaus verslo ir globalaus vartojimo sąlygomis“ vykdymą (temos vadovas prof. dr. S. Urbonavičius). 2010 metais šia tema tyrimus vykdė: lektorė L. Braškienė, dr. R. Časas, lektorius dr. M. Degutis, dr. V. Dikčius, dr. A. Gaižutis, dr. M. Gelbūda, dr. J. Kurtinaitienė, dr. I. Pikturnienė, habil. dr. V. P. Pranulis, doktorantės J. Gineikienė, E. Medekšienė; su ja susijusius papildomus darbus dirbo administratorė J. Morkūnienė.

Katedros darbuotojai nuolat rengia vadovėlius, mokymo ir metodines priemones. S. Urbonavičiaus 1990 m. parengtas ir 1991 m. pakartotinai išleistas vadovėlis „Marketingo pagrindai“ ilgą laiką buvo vienintelė lietuviška marketingo mokymo priemonė. 1998 m. išleistas V. Pranulio vadovėlis „Marketingo tyrimai“. 2007 metais išleistas to paties autoriaus gerokai išplėstas ir papildytas vadovėlis „Marketingo tyrimai: teorija ir praktika“. Šiuo vadovėliu susidomėjo Lenkijos mokslo įstaigos. Vadovėlis yra išverstas ir 2011m. pradžioje turėtų būti išleistas Lenkijoje. Marketingo tyrimų teorijos ir praktikos vadovėlių (2005) taip pat išleido V. Dikčius. R. Minalga išleido knygą „Krovinių gabenimas tarptautiniais maršrutais. Tarptautinė logistika“ (1997), pirmąją lietuvišką logistikos vadovėlių aukštosios mokykloms "Logistika" (2001), knygą „Logistika versle“ (2009). Dr. I. Pikturnienė ir dr. J. Kurtinaitienė 2010 m. išleido vadovėlių „Vartotojų elgsena“.

Kur kas didesnės apimties vadovėlis „Marketingas“ (1999), kurį parengė autorių kolektyvas (V. Pranulis, R. Virvilaitė, S. Urbonavičius, A. Pajuodis), daugumoje Lietuvos aukštųjų mokyklų naudojamas kaip pagrindinis marketingo dalyko vadovėlis. Antrasis pataisytas ir papildytas jo leidimas (2000) Lietuvos Respublikos švietimo ir mokslo ministerijos skelbtame konkurse 2005 m. pripažintas geriausiu socialinių mokslų vadovėliu Lietuvoje. 2008 m. buvo išleistas trečiasis, pataisytas ir papildytas šio vadovėlio leidimas. Jis skiriasi nuo antrojo ne tik gerokai papildyta ir atnaujinta medžiaga, bet ir struktūra. Tai pirmasis Lietuvoje leistas vadovėlis, kurio kiekvieno skyriaus pabaigoje aptarimui pateikiami praktiniai įmonių veiklos atvejai. Visi jie – gerai Lietuvoje žinomų įmonių marketingo veiklos pavyzdžiai, aprašomi remiantis pačių įmonių suteikta informacija.

Pažymėtinos ir katedros darbuotojų mokslinės publikacijos keliose dešimtyse Lietuvos bei kitų šalių mokslinių žurnalų bei mokslinių konferencijų leidinių, dėstytojų pasisakymai aktualiais visuomenės raidos klausimais, ekspertinė bei konsultacinė veikla.

Didaktika

Marketingo katedros darbuotojų skaičius ir sudėtis nuolat kito, tačiau branduolį visuomet sudarė keletas visą laiką katedroje dirbusių dėstytojų ir buvę katedros doktorantai. Kasmet pasipildanti katedros darbuotojų kolektyvą 2010m. sudarė:

prof. habil. dr. V.P. Pranulis, prof. dr. S. Urbonavičius, doc. dr. R. Časas, doc. dr. V. Dikčius, doc. dr. A. Gaižutis, doc. dr. M. Gelbūda, lekt. dr. M. Degutis, lekt. dr. R. Ivanauskas, lekt. dr. J. Kurtinaitienė, lekt. dr. I. Meidutė, lekt. dr. I. Pikturnienė, lekt. dr. E. Vaiginienė, lekt. L. Braškienė, lekt. A. Razma.

Darbuotojų kaita ir gausėjimas tiesiogiai sietinas su nuolatiniu katedros veiklos masto bei krypties kitimu. Tai patvirtina ir dėstomų dalykų skaičiaus bei turinio pokyčiai per keletą paskutinių metų. 2007-aisiais Marketingo katedros sąraše buvo 19 dėstomų dalykų: „Marketingas“, „Strateginis marketingas“, „Marketingo valdymas“, „Marketingo tyrimai“, „Tarptautinio marketingo tyrimai“, „Marketingo informacija“, „Tarptautinis marketingas“, „Medienos eksporto marketingas“, „Gamybinių prekių marketingas“, „Verslo bendravimas“, „Logistika“, „Tarptautinė logistika“, „Krovinių transporto sistemos“, „Tarptautinio verslo organizavimas“, „Ekonomikos mokslinių tyrimų metodologija“, „Tarpkultūrinis marketingas“, „Verslo kultūra“, „Vartotojų elgsena“, „Pardavimo valdymas“. Tačiau tobulinant bei įvedant naujas studijų programas, dėstomų dalykų sąrašas keitėsi. 2010 metais Marketingo katedros dėstomų dalykų sąraše jau buvo beveik 40 dalykų, o fakulteto vykdomos mokymo proceso reformos kontekste šis skaičius ir dalykų turinys vėl keičiasi.

Studijų programos ir absolventai

Iki 1996 metų Marketingo katedra kuravo vientisųjų studijų „Užsienio prekybos“ programą. Šios programos studijos pasižymėjo aukšta kokybe ir didele norinčių joje studijuoti paklausa. Ekonomikos fakultete įvedus trijų pakopų (bakaluro, magistro ir daktaro) studijas, „Užsienio prekybos“ programos vykdymas buvo nutrauktas ir pradėta vykdyti Marketingo katedros kuruojama „Tarptautinio verslo“ magistrantūros studijų programa. 1997 m. EF vadovybės sprendimu šios programos kuravimas buvo perduotas Tarptautinių ekonominių santykių katedrai, tačiau nuo 2001 m. programa vėl priskirta Marketingo katedrai.

Marketingo katedra parengė ir 2010 metais įregistravo naują magistro programą „Marketingas ir integruota komunikacija“. Tais pačiais metais patvirtinta ir nauja bakaluro programos „Vadyba ir

verslo administravimas“ specializacija „Marketingas ir globalusis verslas“. Abiejų lygių studijos prasidėjo nuo 2010 metų rugsėjo mėnesio pirmos dienos.

Struktūrinės permainas Lietuvoje bei Marketingo katedros kuruojamų programų raidą atspindėjo ir nuolat kintanti baigiamųjų darbų tematika. 1992 metais diplominius darbus gynė pirmieji Užsienio prekybos specialybės absolventai. Jie studijas buvo pradėję dar kaip Materialinio techninio aprūpinimo planavimo ir organizavimo ekonomikos specialybės studentai. Tais metais gintų baigiamųjų darbų temos jau atspindėjo rinkos ekonomikos ir tarptautinės integracijos tendencijas. Vėlesnių darbų tematikoje buvo nuolat derinamos marketingo ir verslo tarptautiškumo kryptys.

Marketingo ir tarptautinės verslo veiklos pažinimas sudarė sąlygas daugeliui absolventų sėkmingai siekti karjeros dinamiškai kintančioje aplinkoje. „Užsienio prekybos“, vėliau „Tarptautinio verslo“ specialybių absolventai pasižymėjo Lietuvos verslo, mokslo ir valstybės gyvenime. 1993 metų laidos absolventas Aidas Mackevičius dirbo „Palink“, valdančios prekybos tinklą „Iki“, finansų direktoriumi, o 2004 – 2008 metais šios bendrovės generaliniu direktoriumi. Negi minint vien 1995 metų „Užsienio prekybos“ specialybės absolventus, susidaro žymus būrys pasirinkusiųjų mokslo kelią bei pasiekusių žymių rezultatų verslo srityje. Doc. dr. Ramūnas Vilpišauskas buvo Lietuvos Respublikos Prezidento Valdo Adamkaus patarėjas, o nuo 2009 m. yra VU Tarptautinių santykių ir politinių mokslų instituto direktorius, dr. Vytautas Dikčius – VU Marketingo katedros docentas, dr. Jolita Kurtinaitienė – Tinklų sujungimo ir tarptinklinio ryšio vadovė, BITĖS grupė, VU Marketingo katedros lektorė, dr. Ramūnas Časas VU EF Marketingo katedros docentas, Darius Dulskis ir Edmundas Piesarskas – UAB „Ekonominės konsultacijos ir tyrimai“ partneriai ir konsultantai, Vygantas Tutlys – UAB "Omnitel" Marketingo projektų verslas-verslui segmente vadovas, Inga Urbonavičiūtė – AB „Sanitas“ tiekimo ir logistikos direktorė, „Jelfa“ SA valdybos narė.

Marketingo katedros kolektyvas tiki, jog šie dvidešimt veiklos metų – ne tik jau įvykusi istorija, bet ir svarbi tolimesnės veiklos prielaida. Taigi dvidešimties metų sukaktis žymi ne tik nueito kelio tarpsnį, bet ir pradeda tolimesnį katedros veiklos etapą.