



DALYKO (MODULIO) APRAŠAS

Dalyko pavadinimas	Kodas
Rinkodaros valdymas	

Dėstytojas	Padalinys
Koordinuojantis: prof. S. Urbonavičius Kitas (-i): lekt. dr. Karina Adomavičiūtė	Ekonomikos ir verslo administravimo fakultetas Saulėtekio al. 9, II rūmai, LT 10222 Vilnius

Studijų pakopa	Dalyko tipas
Pirmoji	Privalomasis / pasirenkamasis

Įgyvendinimo forma	Vykdymo laikotarpis	Vykdymo kalba
Auditorinė	Pavasario semestras	Lietuvių

Reikalavimai studijuojančiajam
Išankstiniai reikalavimai: Vadyba, Rinkodara

Dalyko apimtis kreditais	Visas studento darbo krūvis	Kontaktinio darbo valandos	Savarankiško darbo valandos
5	130	48	82

Dalyko tikslas ir ugdomos kompetencijos

Dalyko tikslas – iš vadybinės perspektyvos analizuojant tipiškus rinkodaros klausimus, integruoti anksčiau įgytas žinias ir ugdyti vadybinius rinkodaros klausimų sprendimo gebėjimus.

Studijų siekiniai	Studijų metodai	Vertinimo metodai
Gebės daryti ir pagrįsti išvadas rinkodaros valdymo srityje	Paskaitos, savarankiškas papildomos medžiagos studijavimas, atvejų analizė, diskusijos	Testas (klausimai iš paskaitų bei papildomos medžiagos), per seminarus demonstruojamų studento žinių bei aktyvumo vertinimas
Žinos asortimento valdymo principus ir gebės vertinti įmonės parduodamų prekių asortimentą		
Žinos ekonominius ir psichologinius kainos nustatymo metodus bei gebės juos taikyti praktinių situacijų sprendime		
Žinos paskirstymo strategijas bei atsargų valdymo ypatumus ir gebės parinkti įmonėms tinkamiausius paskirstymo veiksmus		
Gebės pritaikyti rinkos informaciją rinkodaros veiksmų tinkamumui įvertinti		
Gebės vertinti rinkas ir nustatyti tikslinius rinkos segmentus tiek nacionaliniu, tiek ir tarptautiniu mastu		
Gebės parinkti rinkodaros komunikacijos priemonių rinkinį, atsižvelgiant į tikslinį rinkos segmentą ir įmonės numatytus tikslus		
Gebės numatyti rinkodaros tikslus, žinos ir gebės įvertinti naudotų veiksmų tinkamumą numatytiems tikslams		

Temos	Kontaktinio darbo valandos	Savarankiškų studijų laikas ir užduotys
-------	----------------------------	---

	Paskaitos	Konsultacijos	Seminarai	Pratybos	Laboratoriniai darbai	Praktika	E. mokymas(is)	Visas kontaktinis darbas	Savarankiškas darbas	Užduotys
Įvadas	1							1	4	Papildomos medžiagos studijavimas.
1. Rinkodaros valdymas ir klientų poreikių tenkinimas:	2							2	6	Vadovėlio ir papildomos medžiagos studijavimas. Seminarų užduočių rengimas.
2. Rinkodaros planavimas ir strateginiai sprendimai:	3		2					5	6	Vadovėlio ir papildomos medžiagos studijavimas. Seminarų užduočių rengimas.
3. Rinkodaros informacija ir prognozavimas:	2							2	6	Vadovėlio ir papildomos medžiagos studijavimas. Seminarų užduočių rengimas.
4. Rinkodaros tyrimai	2		2					4	6	Vadovėlio ir papildomos medžiagos studijavimas. Seminarų užduočių rengimas; L'Oréal projekto rengimas.
5. Asmeninių ir gamybinių prekių vartotojų rinkos:	4							4	6	Vadovėlio ir papildomos medžiagos studijavimas. Seminarų užduočių rengimas; L'Oréal projekto rengimas.
6. Segmentavimas ir tikslinės rinkos pasirinkimas:	2		2					4	6	Vadovėlio ir papildomos medžiagos studijavimas. Seminarų užduočių rengimas; L'Oréal projekto rengimas.
7. Prekių ženklų valdymas ir pozicionavimas:	2							2	8	Vadovėlio ir papildomos medžiagos studijavimas. Seminarų užduočių rengimas.
8. Konkurentų analizė ir konkuravimas	2		2					4	6	Vadovėlio ir papildomos medžiagos studijavimas. Seminarų užduočių rengimas; L'Oréal projekto rengimas.
9. Pasiūlymas rinkai: daiktai ir paslaugos:	4							4	8	Vadovėlio ir papildomos medžiagos studijavimas. Seminarų užduočių rengimas.
10. Pasiūlymas rinkai: kainos	2		2					4	6	Vadovėlio ir papildomos medžiagos studijavimas. Seminarų užduočių rengimas.
11. Paskirstymo kanalų valdymas	2							2	6	Vadovėlio ir papildomos medžiagos studijavimas. Seminarų užduočių rengimas.
12. Integruotas komunikavimas su rinka: masinės komunikacijos būdai	4		2					6	8	Vadovėlio ir papildomos medžiagos studijavimas. Seminarų užduočių rengimas.
Iš viso	32		16					48	82	

Vertinimo strategija	Svoris, proc.	Atsiskaitymo laikas	Vertinimo kriterijai
----------------------	---------------	---------------------	----------------------

Darbas seminarų metu	20 %	Semestro metu	Aktyvumas seminaro metu, individualių bei grupinių užduočių atlikimas
Dalyvavimas L'Oréal konkurse "Brandstorm"	30 %	Semestro metu	Pažymiai už grupinių projektų rengimą ir pristatymą. Papildomi įvertinimai už patekimą į L'Oréal tarptautinį turą.
Egzaminas	50 %	Semestro pabaigoje	40 vienodos vertės klausimų (kiekvieno jų vertė – 1 taškas) Galutinis pažymys sudaromas sumuojant testo, individualių užduočių ir rašto darbo vertinimo taškus: 92–100 taškai: puikiai, 10. 83–91 taškai: labai gerai, 9. 74–82 taškai: gerai, 8. 65–73 taškai: vidutiniškai, 7. 55–64 taškai: patenkinamai, 6. 46–54 taškai: silpnai, 5. Mažiau, nei 46 taškai: nepatenkinamai, netenkinami minimalūs reikalavimai, 4, 3, 2, 1. Detali vertinimo ir galutinio pažymio apskaičiavimo metodika studentams yra išsamiai pristatoma pirmos paskaitos metu.

Autorius	Leidimo metai	Pavadinimas	Periodinio leidinio Nr. ar leidinio tomas	Leidimo vieta ir leidykla ar internetinė nuoroda
Privalomoji literatūra				
Kotler P., Keller K.L.	2016	Marketing Management	15 th ed.	Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education, Inc.
Papildoma literatūra				
Dėstytojo nurodyti straipsniai ir interneto šaltiniai				Pateikiama e-mokymosi sistemoje MOODLE.