

# STUDIJŲ PROGRAMOS „VADYBA IR VERSLO ADMINISTRAVIMAS“ REIKALAVIMAI ORGANIZACIJOMS, KURIOSE GALI BŪTI ATLIEKAMA PRAKTIKA

## Buhalterinės apskaitos ir audito šaka

Buhalterinės apskaitos ir audito atšakos studentai praktiką gali atlikti įvairių veiklos sričių ir kategorijų įmonėse (institucijose), kuriose rengia finansinių ataskaitų rinkinius ar teikia kitą finansinę informaciją išorės vartotojams, arba įmonėse, kurios teikia apskaitos ir/ar audito paslaugas kitiems ūkio subjektams.

## Komercijos šaka

Komercijos atšakos studentai praktiką gali atlikti įvairių veiklos sričių tiek pelno siekiančiose, tiek pelno nesiekiančiose įmonėse/ organizacijose, kuriose vykdomi komercijos, t. y. prekių (paslaugų) kūrimo ir pardavimo procesai.

Praktikanto veiklos turėtų apimti (pagal galimybę) užduočių įgyvendinimą įvairiuose pirkimo ir tiekimo, prekių priėmimo, sandėliavimo ir saugojimo, prekių pardavimo organizavimo, atsiskaitymo su pirkėjais, popirkiminio prekių aptarnavimo procesuose.

## Rinkodaros ir globalaus verslo šaka

Renkantis praktikos vietą, rekomenduojama praktikos vietos tinkamumą vertinti trimis aspektais<sup>1</sup>: 1) įmonės/organizacijos specifika; 2) įmonės/organizacijos padalinio, kuriame ketinama atlikti praktiką, specifika; 3) praktikos metu ketinamu atlikti funkcijų/veiklų/užduočių specifika.

1) Įmonių ir organizacijų specifika:

- tinka bet kuri verslo įmonė
- tinka tokios ne pelno įmonės ir organizacijos, kurių veikla bent iš dalies yra susijusi su rinkodara, rinkos tyrimais, prekyba/komercija, atskiromis rinkodaros sritimis (reklama, viešieji ryšiai, etc.) ar konsultacijomis, minėtais klausimais, vykdo kokias nors rinkodaros funkcijas ar su tuo susijusius projektus,
- tinka tokios valstybinės įstaigos ir organizacijos, kurios savo veikloje vykdo kokias nors rinkodaros funkcijas ar su tuo susijusius projektus (pvz.: tiria rinka, organizuoja viešųjų ryšių akcijas, užsiima reklama, komunikuoja interaktyviais, socialinės rinkodaros/komunikavimo kanalais, etc.).

2) Įmonių ir organizacijų padalinių specifika:

- tinka rinkodaros (tame tarpe ir e-rinkodaros, m-rinkodaros, interaktyvios rinkodaros, tiesioginės rinkodaros etc.) skyriai, padaliniai ar departamentai,
- tinka pardavimų (tame tarpe ir e-prekybos, tarptautinės prekybos, prekių priežiūros/“merchandising'o”) skyriai, padaliniai ar departamentai,
- tinka viešųjų ryšių/komunikavimo/komunikavimo su klientais/visuomene/auditorija skyriai, padaliniai ar departamentai,
- tinka prekių/paslaugų/prekių ženklų/rinkos segmentų skyriai, padaliniai ar departamentai,
- tinka klientų aptarnavimo/klientų valdymo skyriai, padaliniai ar departamentai,
- tinka rinkos tyrimų skyriai, padaliniai ar departamentai,
- tinka klientų/pardavimų/rinkodaros duomenų analizės skyriai, padaliniai ar departamentai,
- tinka naujų prekių/paslaugų/prekių ženklų kūrimo skyriai, padaliniai ar departamentai,
- tinka kainodaros skyriai, padaliniai ar departamentai,
- tinka logistikos/prekių pristatymo skyriai, padaliniai ar departamentai, etc.

3) Praktikos metu vykdomų veiklų, funkcijų specifika (tam turi būti skirta nemažiau nei 3/4 visos praktikos laiko):

---

<sup>1</sup> Svarbu! Pavadinimai, terminai, veiklos gali skirtis nuo išvardintų, tačiau esmė turi likti ta pati. (Pvz.: praktika atliekama ne įmonės rinkodaros skyriuje, o dalyvaujant rinkodaros projekto grupėje, įmonėje nesant atskiro rinkodaros padalinio - užimant rinkodaros vadybininko, vadovo padėjėjo, asistento rinkodarai pareigas, etc.)

- tinka su rinkodara ar atskiromis jos veiklomis (prekės ženklas, reklama, viešieji ryšiai, klientų aptarnavimas, etc, taip pat viskas, kas išvardinta “2)” dalyje) susijusios praktikos metu atliekamos funkcijos/pareigos:
  - strategijų planavimas, įgyvendinimas, įgyvendinimo kontrolė, rezultatų analizė ir pristatymas
  - atskirų rinkodaros kampanijų planavimas, įgyvendinimas, įgyvendinimo kontrolė, rezultatų analizė ir pristatymas
  - atskirų rinkodaros sprendimų (naujų prekių/paslaugų/prekių ženklų, reklamos priemonių, pranešimų spaudai, interneto svetainių etc.) kūrimas, testavimas, tobulinimas ir vystymas rezultatų analizė ir pristatymas
  - rinkodaros partnerių (reklamos kompanijos, media planavimo kompanijos, viešųjų ryšių kompanijos, rinkos tyrimų kompanijos, žiniasklaidos kompanijos etc.) partnerio paieška, atranka ir derybos
- tinka su rinkos tyrimais ar atskirais rinkos tyrimų proceso etapais (rinkodaros situacijos analizė ir tyrimų tikslų formulavimas, tyrimų instrumentų kūrimas, įvairių tyrimų vykdymas, rezultatų apdorojimas, analizė ir pristatymas, etc.) susijusi veikla/funkcijos
- tinka su pardavimais ar atskirais pardavimų proceso etapais susijusi veikla/funkcijos (potencialių klientų paieška, (naujų) prekių/paslaugų pristatymas esamai ar potencialiai rinkai, prekių/paslaugų pardavimas/pardavimo derybos, pardavimų kontrolė, pardavimų rezultatų analizė ir pristatymas, etc.)
- tinka su klientų aptarnavimu susijusi veikla/funkcijos
- tinka veikla/funkcijos, susijusios su įmonės klientų/darbuotojų apmokymu, kvalifikacijos kėlimu rinkodaros (viskas, kas išvardinta “2)” dalyje) klausimais

Papildomai. Atsižvelgiant į studijų programos pavadinimą ir turinį (“Rinkodara ir globalus verslas”) rekomenduojama, kad atliekant praktiką būtų galimybė ją susieti su užsienio rinkų, vartotojų, kultūrų, globalaus verslo, etc., specifika ar problematika. (Pvz.: Praktika atliekama užsienio įmonėje, rinkose, dirbant su užsienio klientais, bendraujant užsienio kalba, internacionaliniame kolektyve, etc.)

### **Verslo organizavimo šaka**

Verslo organizavimo atšakos studentai praktiką gali atlikti įvairių veiklos sričių tiek pelno siekiančiose, tiek pelno nesiekiančiose įmonėse/ organizacijose, kuriose vykdomi verslo organizavimo, t. y verslo kūrimo ir valdymo procesai.

Praktikanto veiklos turėtų apimti (pagal galimybę) užduočių įgyvendinimą įvairiuose verslo kūrimo ir valdymo procesuose.