

VYTAUTO DIDŽIOJO UNIVERSITETO
VYKDOMOS STUDIJŲ PROGRAMOS PAŽANGOS ATASKAITA

Studijų programos pavadinimas	Marketingas ir tarptautinė komercija
Studijų programos kodas	621N50003
Studijų kryptis	Rinkodara
Akreditavimo terminai (nuo ... iki ...)	Nuo 2014-03-28 iki 2020-06-30

Išorinio vertinimo ekspertų rekomendacijų įgyvendinimas aptariamas žemiau pateiktoje lentelėje:

Eil. Nr.	Ekspertų rekomendacijos	Atlikti arba planuojami veiksmai	Įvykdymo terminai	Pastabos (pvz., priežastys ir aplinkybės, dėl kurių nepilnai įgyvendintos rekomendacijos ir pan.)
1.	Keisti studijų programos pavadinimą siekiant pakeisti sąvoką „komercija“ atsižvelgiant į paskesnius studijų programos tikslų ir studijų sandaros pakeitimus. Jei bus norima išlaikyti studijų programos tarptautinės komercijos kryptį, tuomet itin rekomenduojami būtų įtraukti tarptautinės prekybos (įskaitant elektroninę) ir pardavimų vadybos studijų dalykus.	Studijų programos komitetas svarstė studijų programos pavadinimo keitimo galimybę, tačiau buvo nuspręsta likti prie tradicinio, atpažįstamo ir užsirekomendavusio – <i>Marketingas ir tarptautinė komercija</i> . Programoje yra dėstomi dalykai <i>Skaitmeninis marketingas ir e-verslas, Tarptautinis verslas</i> , 2015 m. rudens semestre įvestas studijų dalykas <i>Vertės kūrimo grandinė tarptautiniame versle</i> , dėstomas vizituojančio profesoriaus P. Semal.	2015 rudens semestras	
2.	Studijų turinį reikėtų koreguoti įtraukiant studijų dalyką, kuris leistų studentams įgyti akademinio tyrimo metodinių mokėjimų. Tai leistų studentams įgyti stipresnius metodinius pagrindus baigiamajam darbui ir apskritai įgyti geresnius mokslinio tyrimo atlikimo mokėjimus.	Atsižvelgus į ekspertų rekomendacijas, studijų programos komitete nuspręsta nuo 2016 m. rudens semestro įvesti naujus dalykus: <i>Mokslinių tyrimų metodologija ir tiriamasis darbas Nr.1</i> bei <i>Kūrybinės strategijos</i> .	2015 rudens semestras	
3.	Studijų struktūrą galima plėtoti toliau pridėdant papildomus privalomuosius studijų dalykus (kaip rekomenduojama aukščiau) ir pakeičiant kelis gana neaktualių laisvai pasirenkamuosius studijų dalykus (ypač dėstomus pirmajame semest্রে) studijų dalykais, kuriuos būtų galima bendrai dėstyti bent dviejose susijusiose antrosios pakopos studijų programose. Marketingo ir tarptautinės komercijos studijų programos studentai turėtų turėti galimybę rinktis kai kuriuos laisvai pasirenkamuosius studijų dalykus iš Reklamos vadybos studijų programos ir	Atsižvelgus į ekspertų rekomendacijas, studijų programos komitete nuspręsta nuo 2015 m. rudens semestro įvesti naujus dalykus: <i>Socialiniai ir ekonominiai tinklai, Neuromarketingas, Skaitmeninis marketingas ir e-verslas</i> . Studijų programoje numatyti trys laisvai pasirenkami dalykai (po vieną pirmuose trijuose semestruose) iš šių alternatyvų: <i>Socialiniai ir ekonominiai tinklai, Kibernetinių verslo aplinkos grėsmių valdymas, Karjeros valdymas, Verslo etika (anglų k.), Tarpasmėninės ir tarpkultūrinės komunikacijos, dalykas iš kitų socialinių mokslų krypties programų</i> .	2015 rudens semestras	

	atvirkščiai. Tai leisti taupyti metodinius išteklius ir sukurti realias galimybes magistrantūros studijų programos studentams savarankiškai pasirinkti laisvai pasirenkamuosius modulius. Deja, nei viename iš šiuo metu dėstomų studijų dalykų pakankamai išsamiai nenagrinėjamos skaitmeninio marketingo ir arba internetinių pardavimų temos, todėl šio tipo studijų dalykus reikėtų pakoreguoti studijų turinyje. Tuo pat metu reikėtų apsvarstyti galimybę aprūpinti studentus šiam tikslui reikiama programine įranga (pvz., Salesforce, Google Analytics ir pan.).	Fakultete 2016 m. pradėjo veikti marketingo laboratorija, pirmuosius projektus pradėjusi statinės reklamos tematikoje. Laboratorija užpildys šiai dienai juntamą kompiuterinės techninės bei programinės įrangos poreikį, siekiant programoje numatytų studijų rezultatų.	2016 m. pavasario semestras	
4.	Ypatingas dėmesys turėtų būti skiriamas dėstytojų profesiniam tobulėjimui, kad šie būtų pasirengę perimti bent dalį darbo krūvio nuo dviejų pagrindinių Marketingo katedros dėstytojų ir ypač dalį vadovavimo baigiamiesiems magistro darbams.	Marketingo katedros dėstytojų vadovavimo baigiamiesiems magistro darbams krūvis paskirstomas tolygiau: 2015 metų pavasario semestre dvidešimt dviems magistro baigiamiesiems darbams vadovavo 4 Marketingo katedros dėstytojai ir 1 Vadybos katedros dėstytojas. 2016 metų pavasario semestre 20-čiai magistro baigiamųjų darbų vadovavo 6 Marketingo katedros dėstytojai ir 1 Vadybos katedros dėstytojas.	2015 m. pavasario semestras	
5.	Marketingo katedros personalui (ypač jaunesniam) būtų labai naudinga dalyvauti aukšto lygio marketingo konferencijose, kurias organizuoja svarbiausios profesinės organizacijos (EMAC, AMS, AMA ir pan.). Tai leistų ne tik bendradarbiauti mokslinių tyrimų srityje, bet ir būtų naudinga personalo profesinei karjerai.	Aktyviai į mokslo tiriamąją veiklą įsijungė daktaro disertaciją 2016 metais apgynusi Vilija Bičiūnaitė – Svobonienė, katedros doktorantė Viktorija Grigaliūnaitė vadovaujama doc. Linos Pilelienės, programos dėstytojas Justinas Kisieliauskas. Dalyvavimas aukščiausio lygio mokslo renginiuose neabejotinai padidins katedros dėstytojų mokslinę bei dalykinę kompetenciją, o tai bus skatinama visomis įmanomomis priemonėmis.	2015 m. rudens semestras	

Data: 2016.06.16

Studijų programos vadovas:

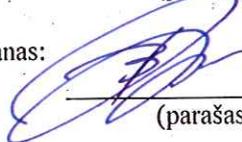


(parašas)

Doc. Nina Klebanskaja

(vardas, pavardė)

Ekonomikos ir vadybos fakulteto dekanas:



(parašas)

Doc. Rita Bendaravičienė

(vardas, pavardė)