

**VYTAUTO DIDŽIOJO UNIVERSITETO
VYKDOMOS STUDIJŲ PROGRAMOS PAŽANGOS ATASKAITA**

Studijų programos pavadinimas	Marketingas ir pardavimai
Studijų programos kodas	621N50006
Studijų kryptis	Rinkodara
Akreditavimo terminai (nuo ... iki ...)	Nuo 2014-03-28 iki 2017-06-30

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.	Išsamiai dokumentuoti, kaip realizuojami ir pasiekiami programos studijų rezultatai (pvz., 2, 3 ir 4 studijų rezultatai) studijų programos sandaroje, struktūroje ir visame turinyje, ir pagrįsti pusiausvyrą tarp marketingo ir pardavimų teorijos ir praktikos vykdomoje studijų programe.	Antras programos studijų rezultatas „Vertinti ir pritaikyti marketingo ir pardavimų sričiai artimų sričių naujausias žinias“ išpildomas per <i>Pirkėjo elgsenos, Pardavimų strategijų, Elektroninio verslo ir marketingo, Tarptautinio marketingo, Strateginio marketingo, Tiekimo grandinės valdymo ir logistikos, Derybų ir verslo protokolo, Strateginio prekinio ženklo valdymo</i> dalykus. Trečiasis programos studijų rezultatas „Savarankiškai atlikti marketingo (taikomojo pobūdžio) tyrimus, naudojant šiuolaikinius analizės metodus, įvertinti marketingo ir pardavimų poveikio rezultatus, atrasti naujus faktus“ išpildomas per studijų dalykus ir tiriamuosius bei baigiamajį darbą: <i>Strateginis marketingas, Tiriamasis darbas „Firmos pardavimų strategijos rengimas“, Tiriamasis darbas „Tarptautinio marketingo ir pardavimų plano rengimas“ (2017 m. rudens semestre planuojamas keisti į Moksliinių metodų taikymas pardavimų ir rinkos tyrimuose), Magistro baigiamasis darbas.</i> Ketvirtasis programos studijų rezultatas „Išspręsti marketingo ir pardavimų problemas naujoje, nežinomoje ar nuolat kintančioje marketingo aplinkoje bei platesniuose kontekstuose“ išpildomas per studijų dalykus ir magistro baigiamajį darbą: <i>Tarptautinis marketingas, Pardavimų strategijos, Tarptautinė komercinė teisė, Magistro baigiamasis darbas.</i> Atsižvelgus į ekspertų rekomendacijas, studijų programos komitete nuspręsta peržiūrėti studijų programos		

		<p>rezultatus juos susiejant (išplėtojant) studijų dalykuose bei jų aprašuose.</p> <p>Studijų programos komitete nuspręsti minėtus pokyčius įgyvendinti iki 2017 m. rudens semestro. Minėti pokyčiai bus dokumentuoti studijų komiteto posėdžių protokoluose.</p>	2015 m. ruden. – 2017 m. ruden semestrai	
2.	Studijų struktūra ir bendras kreditų svoris turi būti pakartotinai įvertinti atsižvelgiant į „sublokuotą“ studijų programos vykdymo pobūdį, įvairius šaltinius, iš kurių pritraukiami studentai, ir papildomų išlyginamujų studijų vyrimą. Bendrai paėmus visi šie faktoriai gali reikšti, kad studijų programos planas turėtų apimti keturis semestrus (120 kreditų), kad būtų pasiekti visi studijų rezultatai.	<p>Priimant į studijų programą studentus, vertinamas jų pasirengimas studijuoti Marketingo ir pardavimų studijų programe.</p> <p>Universitetinė bakalaurė verslo, ekonomikos, marketingo, vadybos ir artimose studijų kryptyse turintys priimami be papildomujų studijų. Baigusiems kitos krypties universitetinės bakalauro studijas numatyta 30 ECTS papildomosios studijos. Turintiems auštajį neuniversitetinį išsilavinimą verslo, ekonomikos, marketingo, vadybos ir artimose studijų kryptyse numatyta 60 ECTS papildomujų studijų programa.</p> <p>Toku atveju bendra studijų trukmė, įskaičiavus papildomujų studijų programą tampa nuo 90 iki 150 ECTS, priklausomai nuo pretendentų studijuoti pasirengimo. Tai atitinkamai yra nuo trijų iki penkių studijų semestrų. Pačios studijų programos trukmės ilginti neplanuojama.</p>	2016 m. pavasario semestras	
3.	Reikštū keisti studijų programos planą siekiant tinkamos studijų dalykų sekos ir iš naujo panagrinėti privalomuosius ir laisvai pasirenkamuosius dalykus (pvz., Derybos, Logistika), taip pat rekomenduojama apsvarstyti galimybę įvesti modulius tokiose srityse, kaip Pardavimų vadyba, Pardavimų tyrimai, Rinkos tyrimai ir Mokslinio tyrimo metodai.	<p>Atsižvelgus į ekspertų rekomendacijas, studijų programos komitete nuspręsta nuo 2015 m. ruden semestro pakeisti studijų planą <i>Pardavimų strategijų</i> dalyką įvedant privalomuoju vietoje dalyko <i>Kainodaros sprendimai</i>.</p> <p>Svarstoma tiriamajį darbą <i>Tarpautinio marketingo ir pardavimų plano rengimą</i> pakeisti studijų dalyku <i>Mokslinių metodų taikymas pardavimų ir rinkos tyrimuose</i> ir perkelti ji į pirmą semestrą.</p> <p>Tarp pirmojo semestro pasirenkamuų dalykų įvesti modulį <i>Pardavimų vadyba</i>.</p>	2015 m. ruden semestras	Planuojama 2017 m. ruden semestre
4.	Išplėsti ir patobulinti dabartinę dėstytojų komandą; kadangi nei vienas iš jų nenurodo „pardavimų“, „pardavimų strategijos“ ar „pardavimų vadybos“ tarp savo moksliinių interesų sričių. Daugelis dėstytojų turi	Kartu su keičiamais / įvedamais dalykais dėstytojų komanda keičiasi. I darbą studijų programe įsijungė Doc. dr. Asta Kyguoliienė (<i>Tiekimo grandinės valdymas ir logistika</i> bei planuojama - <i>Pardavimų vadyba</i>), turinti svarią patirtį pardavimų	2015 m. ruden semestras	

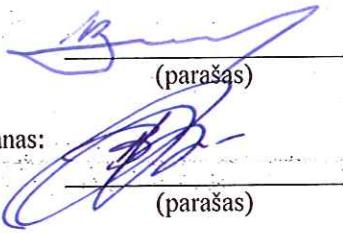
	praktinės patirties, susijusios su dėstomais marketingo studijų dalykais, tačiau studijų turinj iš tiesų gali labai varžyti pardavimų dalykų specialistų, kurie galėtų pasidalinti savo patirtimi, stoka. Panašu, kad ištęstinių studijų atveju Fakultetas turi atitinkamą, itin kvalifikuotų ir kompetentingų specialistų šioje srityje. Tokio personalo reikėtų daugiau, jei norima pasiekti atitinkamų studijų rezultatų vykdant studijų programą.	vadybos veikloje; jos mokslinių interesų sritis – pardavimų vadyba ir logistika.		
5.	Paramos studentų ir personalo vykdomiems moksliniams tyrimams ir baigiamiesiems darbams išteklius reikėtų pagerinti tinkamai naudojant specializuotą pardavimų ir marketingo programinę įrangą, bibliotekos ir virtualios bibliotekos išteklius. Tai galėtų būti ir privalomas virtualiosios studijavimo aplinkos naudojimas ir tinkamas personalo mokymas.	Nuo 2015 m. rudens semestro visų studijų dalykų studijoms reikalingi informacijos šaltiniai yra patalpinti virtualioje studijų aplinkoje Moodle. 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 programe numatytyų studijų rezultatų.	2015 m. rudens semestras 2016 m. pavasario semestras	
6.	Teigama, kad ši studijų programa „... turi ypatingai didelę paklausą“ studijų rinkoje“, tačiau ekspertų grupė nepavyko rasti ši teiginį pagrindžiančių įrodymų, išskyrus priedo lentele, kurioje nurodoma, kad buvo priimti visi, pateikusieji stojimo prašymus. Reikėtų panagrinėti lyginamuosius duomenis, kurie leistų palyginti šiuos priemimo skaičius su nacionaliniais duomenimis ar net kitų magistrantūros studijų priemimo praktika Ekonomikos ir vadybos fakultete, (toliau - EVF) ir suformuoti tikslinės rinkodaros kampanijos pagrindą.	Programa susilaukia nemažo susidomėjimo, tą iliustruoja priimtuju studijuoti dinamika: 2012 m. – priimta 22; 2013 m. – 17; 2014 m. – 23; 2015 m. – 23. I kitas fakulteto magistratūros studijų programas priimama vidutiniškai po 14 studentų. Dėl to galime teigti, kad ši studijų programa ta prasme yra sekminga ir turi stabilią didelę paklausą rinkoje. Ateityje planuojama atlikti detalią palyginamąją studiją, apimantią priemimo į panašaus profilio magistrantūros studijas analizę nacionaliniu mastu.	2016 m. rudens semestras	
7.	Studentų mokslo veikla šiuo metu yra nestruktūzuota, nežymi ir nepatenka į oficialių studijų programos reikalavimų sritį, ji taip pat nėra reikšminga oficialioje studijų programe. Tokia padėtis kelia nuostabą turint galvoje EVF siūlomų magistrantūros studijų programų ivairoę ir doktorantūros studijų programą. Studijų programos lygmenų studijų rezultatuose	Fakultete planuojama nuo 2016 m. rūdens semestró visose vykdomose magistratūros studijų programose didinti studijuojančių įsitrukimą į mokslo tyrimus bei eksperimentinės plėtros darbus. Tam, tikime, pasitarnaus fakultete įkurta Marketingo laboratorija. Studijų programos lygmenų studijų rezultatuose tolimesnių studijų doktorantūroje galimybė išlieka, tačiau prioritetinė	2016 m. rudens semestras 2016 m. pavasario semestras	

	<p>aiškiai teigiamą, kad studijų programos absolventai galės „tęsti studijas vadybos ir administravimo doktorantūros studijų programose“ (15 punkto 1 dalis) - būtent jos yra nurodomos pirmuoju punktu absolventų tolesnio pasirinkimo sąraše. Studijų programos vykdytojai dabar privalo parengti išsamų planą, kaip šis tikslas turėtų būti skatinamas ir realizuojamas.</p>	<p>galimybė perkelta į sąrašo apačią. Formuoluotė šiuo metu yra tokia: „Marketingo ir pardavimų magistrantūros programos absolventai galės dirbtį įvairių tipų organizacijų vadovais, marketingo/pardavimų skyrių vadovais ir vadybininkais, pardavimų projektų vadovais/konsultantais verslo įmonių padaliniuose, kuriems patiketos pardavimų, marketingo, importo-eksporto funkcijos; vadovauti užsienio kompanijų marketingo/pardavimų skyriams. Absolventai bus kvalifikuoti teikti konsultacines paslaugas įmonėms, sprendžiančioms marketingo ir pardavimų problemas. Taip pat tėsti studijas vadybos ir administravimo krypčių doktorantūros programose“.</p>		
8.	<p>Nors duomenų apie funkcionuojančią Studijų programos komiteto (toliau - SPK) struktūrą yra, būtina užtikrinti visišką personalo dalyvavimą SPK veikloje, aktyvų ir visapusišką studentų dalyvavimą, grįžtamojo ryšio su visais socialiniais dalininkais palaikymą bei metinį kokybės gerinimo planą, kuris būtų sudaromas pagal Studijų programos komiteto sprendimus ir užpildytų spragą, nes apie ankstesnių metų sprendimus būtų atskaitoma oficialiai ir rezultatai būtų dokumentuojami.</p>	<p>2015 m. rudens semestre studijų programos komitetas buvo atnaujintas, įtraukiant doc. dr. A. Kygulienę (UAB „Eiginta“ komercijos ir marketingo direktorię), M. Potašinskaitytę (absolventų atstovę), A. Ruikaitę (studentų atstovę). Studijų programos komitetas įpareigotas vykdyti studijas reglamentuojančiuose teisės aktuose be universiteto tvarkose numatytas programos priežiūros, jos kokybės vertinimo ir atnaujinimo veiklas. Veiklos ir rezultatai dokumentuojami studijų programos komiteto posėdžiuose.</p> <p>2015 m. rudens semestre fakultete pradėjo veikti Akademinė taryba, sudaryta iš fakulteto katedrų vedėjų bei studijų programų komitetų vadovų. Jos užduotis - vykdyti vidinę fakulteto studijų (programų) kokybės užtikrinimo stebėseną, užtikrinti studijų (programų) kokybės atitinkamumą akademiniams standartams, darbo rinkos ir visuomenės poreikiams, vidiniams žmogiškiesiems ir materialiesiems ištakliams, teikti rekomendacijas dėl studijų programų ir procesų tobulinimo. Akademinė taryba tvirtina studijų programų turinio, proceso bei rezultatų stebėsenos planą bei reguliarai vertina pasiekimus. Akademinės tarybos sprendimai, stebėsenos planai ir rezultatai dokumentuojami posėdžiu</p>	<p>2015 m. rudens semestras</p> <p>2015 m. rudens semestras</p>	

		protokoluose.		
--	--	---------------	--	--

Data: 2016.07.04

Studijų programos vadovas:

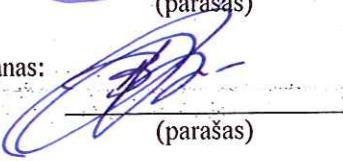


(parašas)

Prof. Arvydas Petras
Bakanauskas

(vardas, pavardė)

Ekonomikos ir vadybos fakulteto dekanas:



(parašas)

Doc. Rita Bendaravičienė

(vardas, pavardė)