

## STUDIJŲ DALYKO PROGRAMA

Dalyko kodas	Dalyko grupė	Dalyko apimtis kreditais	Dalykas atestuotas	Dalyko atestacija galioja iki	Reg. Nr.
VAV5016	G	4	2009-05-15	2011-07-01	

### **Pavadinimas**

TIRIAMASIS DARBAS Nr.1 (ELEKTRONINIO MARKETINGO PROBLEMŲ ANALIZĖ IR SPRENDIMAI)

### **Pavadinimas anglų kalba**

RESEARCH PROJECT No 1 (ANALYSIS AND SOLUTIONS OF ELECTRONIC MARKETING PROBLEMS)

### **Dalyko anotacija anglų kalba**

After preparing the term paper student will be able to analyze factors that make influence to the success of e-marketing mix used by organization, its strategy selection, discover the problems and their sources, identify alternatives for the problem solving, choose best alternative selection criteria, and propose solutions for the problems determined. Student also will be able to design e-marketing mix (plan) for the company.

### **Būtinasis pasirėngimas dalyko studijoms**

Marketingo vadyba

### **Dalyko studijų rezultatai**

Atlikę darbą studentai gebės  
Identifikuoti organizacijoje naudojamo elektroninio marketingo komplekso (plano) problemas, išanalizuoti įvardintų problemų priežastis, įvardinti jų sprendimo alternatyvas, nustatyti kriterijus, įgalinančius pasirinkti tinkamiausią problemos sprendimo alternatyvą;  
Sudaryti elektroninio marketingo kompleksą (planą) ir pasiūlyti jo įgyvendinimo priemones.

### **Dalyko turinys**

Tiriamąjį darbą sudaro dvi dalys. Pirmojoje dalyje studentai atlieka pasirinkto produkto viso arba dalies elektroninio marketingo komplekso (plano) analizę. Identifikuoja stipriąsias ir silpnąsias esamo elektroninio marketingo komplekso puses, įvardina pagrindines problemas. Tam jie renka informaciją, ją apdoroja analizuoją, vertina. Antrojoje dalyje sudaromas naujas arba tobulinamas esamas elektroninio marketingo kompleksas (planas), pagrindžiamos jo įgyvendinimo priemonės. Studentai savo nuožiūra renkasi, kuriai darbo daliai skirti daugiau dėmesio.

### **Dalyko studijos valandomis**

Savarankiškas studento darbas – 148 val.  
Konsultacijos – 10 val.  
Gynimas – 2 val.

### **Studijų rezultatų vertinimas**

Darbo turinys – 70 %  
Pristatymo kokybė – 30 %

### **Literatūra**

1. Bakanauskas, A., Liesionis, V. (2008). *Elektroninis marketingas*. Kaunas: Vytauto Didžiojo universitetas.
2. Kerin, R.A., Peterson, R.A. (2007). *Strategic Marketing Problems: cases and comments*. 11<sup>th</sup> edition. Prentice Hall.
3. Sodžiūtė, L., Sūdžius, V. (2006). *Elektroninis verslas: pardavimai ir finansinės priemonės*. Vilnius: Kronta.
4. Turban, E., King, D., Lee J., Viehland, D. (2004). *Electronic Commerce*. Pearson Education.
5. Kazlauskas, A., Zavadskas, E.K. (2002). *Internetinė sprendimų parama*. Vilnius: Vilniaus Gedimino technikos universitetas.
6. Rafi, M. et al. (2002). *Internet marketing: building advantage in a networked economy*. Boston etc: McGraw-Hill.
7. Post, G.V. (2002). *Database Management: Designing & Building Business Applications*. 2<sup>nd</sup> edition. McGraw-Hill.
8. Jagdish, N. Sheth, Abdolreza, Eshghi, Balaji, C. Krishnan. (2001). *Internet marketing*. Fort Worth: Harcourt College Publishers.

**Dalyko programos rengėjas/ jai**

Dr. Lina Pilelienė, Ekonomikos ir vadybos fakulteto Marketingo katedra