



VYTAUTO DIDŽIOJO
UNIVERSITETO
ŽEMĖS ŪKIO
AKADEMIJA



LIETUVOS RESPUBLIKOS
ŽEMĖS ŪKIO MINISTERIJA

**Projektas „Žemės ūkyje dirbančių asmenų kompetencijų tobulinimas socialinių, gamtos, technologijos bei žemės ūkio mokslo srityse“
(NR. 14PM-KK-21-1-08441-PR001)**

Mokymo kursai „Žemės ūkio rinkodara ir pardavimų vadyba“

(Trukmė 16 ak. val., kodas – 396131414)

PROGRAMA

Renginio organizatorius: Vytauto Didžiojo universiteto Žemės ūkio akademija

Laikas (nuo – iki): 9:00–15:40 val.

Lektorius: doc. dr. Aistė Čapienė, +370 601 62564

Atsakingas asmuo: Debora Augutytė, +370 693 92284

Data	Užsiėmimų laikas	Temų pavadinimas	Akad. valandų skaičius
1 mokymų diena	09.00 – 11.15	Rinkodaros raida, samprata, funkcijos. Žemės ūkio ir maisto produktų rinkodaros ypatumai. Žemės ūkio ir maisto produktų rinka ir jos charakteristikos. Segmentavimas ir tikslinės rinkos. Praktinis darbas: Pagal pateiktą metodiką nustatyti savo ūkio rinkos potencialą. Vartotojas rinkodaros procese: elgsena, modeliai, poreikiai. Sprendimo priėmimo procesas. Praktinis darbas. Pagal pateiktą metodiką sudaryti savo ūkio produktų ar paslaugų tikslinio vartotojo „paveikslą“.	3
	11.15 – 11.25	Pertrauka	
	11.25 – 12.55	Žemės ūkio ir maisto produktų rinkodaros kompleksas ir jo aplinkos veiksniai. Žemės ūkio rinkodaros skatinimo priemonės. Žemės ūkio ir maisto produktai: savybės ir išskirtinumas. Vertė ir kainodara. Prekės ženklas. Praktinis darbas. Pagal pateiktą metodiką sukurti savo ūkio prekės ženklo prototipą.	2
	12.55 – 13.15	Pertrauka	
	13.15 – 15.40	Žemės ūkio ir maisto produktų kainodara. Praktinis darbas. Pagal pateiktą metodiką išanalizuoti skirtingus žemės ūkio produktų ar paslaugų kainodaros nustatymo būdus.	3
2 mokymų diena	09.00 – 11.15	Žemės ūkio ir maisto produktų reklama: tikslai, priemonės, forma ir strategijos. Praktinis darbas. Reklaminės žinutės parengimas. Pagal pateiktą metodiką sukurti reklaminę žinutę apie savo ūkio produktus ar paslaugas.	3

		Pardavimo valdymo esmė. Galimų rizikų vertinimas. Žemės ūkio ir maisto produktų pardavimų strategijos, planavimas, organizavimas ir kontrolė. Praktinis darbas: Pagal pateiktą metodiką atlikti savo ūkio potencialių konkurentų analizę.	
11.15 – 11.25		Pertrauka	
11.25 – 12.55		Į rinkodarą orientuoto ūkio pardavimo tikslas, uždaviniai ir „sėkmės“ kriterijai. Sprendimo pirkti priėmimo procesas bei jo ypatumai B2B ir B2C verslo modeliuose. Praktinis darbas. Pagal pateiktą metodiką suplanuoti rinkodaros priemones reikalingas naujų rinkų paieškai. Informacinių technologijų/dirbtinio intelekto galimybės vykdant rinkodaros strategiją.	2
12.55 – 13.15		Pertrauka	
13.15 – 15.40		Informacinių technologijų/dirbtinio intelekto galimybės vykdant rinkodaros strategiją. Praktinis darbas. Pagal pateiktą metodiką sukurti savo ūkį apibūdinančius tekstus ir vaizdus naudojant dirbtinio intelekto įrankius. Praktinis darbas Pagal pateiktą metodiką parengti pirminį savo ūkio rinkodaros priemonių planą. Baigiamasis žinių vertinimas. Praktinio darbo – rinkodaros priemonių plano – pristatymas.	3