



# KAUNO TECHNOLOGIJOS UNIVERSITETAS

## STUDIJŲ MODULIO PROGRAMA (SMP)

Modulio kodas	S	191	M	141	Atestuotas iki	2019	09	01	Atnaujinimo data		
	Mokslų šaka	Progr.	Registr. Nr.								

Pavadinimas

Prekės ženklo ir komunikacijos valdymas

Būtinasis pasirėngimas modulio studijoms

Marketingo valdymas

Pagrindinis tikslas

Įsisavinti prekės ženklo ir komunikacijos valdymo žinias bei įgyti gebėjimus, leidžiančius priimti pagrįstus prekės ženklo ir jo komunikacijos sprendimus, siekiant maksimizuoti prekių ženklų vertę.

Siekiami modulio studijų rezultatai

Eil.nr.	Rezultatai	Studijų metodai	Studento pasiekimų vertinimo metodai
1	Apibrėžia prekės ženklo, ženklo daros, prekės ženklo vertės konceptus ir suvokia prekės ženklo vertės vartotojui kūrimo šaltinius bei valdymo principus.	Atvejo analizė (atvejo studijos), Darbas grupėse, Diskusija, Konceptijų žemėlapių sudarymas, Konsultaciniai seminarai, Paskaita, Rekomenduojami skaitiniai	Tarpinis egzaminas
2	Geba sistemiskai analizuoti situaciją rinkoje, aiškia mokslinė argumentacija pagrįsti prekės ženklo pozicionavimo ir identiteto formavimo sprendimus.	Atvejo analizė (atvejo studijos), Darbas grupėse, Diskusija, Konsultaciniai seminarai, Paskaita, Rekomenduojami skaitiniai	Kolegų įvertinimas, Praktikos ataskaita, Tarpinis egzaminas
3	Žino ir geba konkrečios situacijos pavyzdžiu parinkti prekių ženklų sugretinimo, portfelio, prekės ženklo plėtos bei stiprinimo ir atgaivinimo strategijas.	Atvejo analizė (atvejo studijos), Darbas grupėse, Diskusija, Konsultaciniai seminarai, Paskaita, Rekomenduojami skaitiniai	Tarpinis egzaminas
4	Demonstruoja prekių ženklų sprendimų planavimo, įgyvendinimo ir kontrolės proceso išmanymą ir geba konkrečios situacijos pavyzdžiu parengti konkretaus prekės ženklo stiprinimo veiksmų planą.	Atvejo analizė (atvejo studijos), Darbas grupėse, Diskusija, Konsultaciniai seminarai, Paskaita, Rekomenduojami skaitiniai	Kolegų įvertinimas, Praktikos ataskaita, Tarpinis egzaminas
5	Išmano integruotosios marketingo komunikacijos proceso etapus ir geba identifikuoti proceso svarbą šiuolaikiniame prekės ženklo valdyme.	Darbas grupėse, Konsultaciniai seminarai, Paskaita, Rekomenduojami skaitiniai	Egzaminas, Praktikos ataskaita
6	Geba identifikuoti pagrindinius integruotosios marketingo komunikacijos elementus ir pademonstruoti šių elementų supratimo lygį.	Konsultaciniai seminarai, Paskaita, Praktinės užduotys, Rekomenduojami skaitiniai	Egzaminas, Kolegų įvertinimas, Praktikos ataskaita
7	Geba parodyti integruotosios marketingo komunikacijos problemos sprendimo įgūdžius atliekant atvejo analizę bei verslo aplinkos vertinimą.	Konsultaciniai seminarai, Paskaita, Praktinės užduotys, Rekomenduojami skaitiniai	Egzaminas, Praktikos ataskaita, Savęs įvertinimas

Eil.nr.	Rezultatai	Studijų metodai	Studento pasiekimų vertinimo metodai
8	Geba parengti integruotosios marketingo komunikacijos planą pasirinktai tikslinei rinkai, naudojant marketingo komunikacijos komplekso elementus bei parodant tikslingą rinkos tyrimų supratimą ir naudojimą.	Atvejo analizė (atvejo studijos), Konceptijų žemėlapių sudarymas, Konsultaciniai seminarai, Paskaita	Egzaminas, Kolegu įvertinimas, Praktikos ataskaita
9	Demonstruoja komunikacinius įgūdžius, pateikiant ir argumentuojant prekės ženklo ir komunikacijų valdymo sprendimus.	Atvejo analizė (atvejo studijos), Darbas grupėse, Diskusija	Egzaminas, Praktikos ataskaita, Tarpinis egzaminas, Žodinis iliustruotas pranešimas
10	Geba įgytas prekės ženklo ir komunikacijų valdymo žinias bei išugdytus gebėjimus panaudoti platesniame kontekste ar pristatant ir argumentuojant siūlomas idėjas suinteresuotosioms grupėms.	Atvejo analizė (atvejo studijos), Darbas grupėse, Diskusija	Praktikos ataskaita, Žodinis iliustruotas pranešimas

#### Anotacija

Įsisavinamos žinios, leidžiančios suprasti ir priimti strateginius ir taktinius prekės ženklo ir komunikacijos valdymo sprendimus. Gebama taikyti įgytas žinias pozicionuojant prekės ženklą, parenkant prekės ženklo identiteto elementus, formuojant prekių ženklų strategijas, argumentuojant prekės ženklo integruotosios marketingo komunikacijos sprendimus bei vertinant jų efektyvumą. Įgyti gebėjimai pritaikomi atliekant mokslinius tyrimus ženklo daros ir marketingo komunikacijos srityje.

#### Modulio paskirtis

Universitetinių studijų lygmuo		Dalykų grupė	Dalyko lygis
Pakopa	Laipsnis		
Antroji	Magistro	Studijų krypties gilinimosi	

#### Studijų sritis arba kryptis pagal studijų finansavimo metodiką

1. Humanitarinių mokslų studijų srities studijų kryptys (išskyrus filologiją), socialinių mokslų srities studijų kryptys (išskyrus psichologiją, švietimą ir ugdymą, visuomenės saugumą)

#### Dalys (skyriniai) ir temos

Eil. Nr.	Pavadinimai
1.	Konceptualioji prekės ženklo esmė ir jo valdymo sprendimai.
1.1	Prekės ženklo valdymas: esmė ir vaidmuo, kuriant vertę įmonei ir vartotojui.
1.2	Prekės ženklo valdymo sistema: nuo identiteto iki prekės ženklo įvaizdžio.
1.3	Ženklo daros strategijos formavimas: portfelio, pratęsimo, stiprinimo ir atgaivinimo, sudėtinų prekių ženklų strategijos.
1.4	Prekės ženklo sprendimų įgyvendinimas ir kontrolė.
2.	Integruotosios marketingo komunikacijos valdymo sprendimai.
2.1	Integruotosios marketingo komunikacijos procesas ir jo ypatumai šiuolaikiniame marketinge.
2.2	Integruotosios marketingo komunikacijos planavimo sprendimai.
2.3	Integruotosios marketingo komunikacijos komplekso elementai ir jų naudojimo ypatumai šiuolaikiniame marketinge.

#### Žinių ir gebėjimų įvertinimo tvarka:

Taikoma dešimtbalė kriterinė skalė ir kaupiamoji vertinimo schema. Semestro savarankiško darbo užduotys vertinamos pažymiu, egzaminų sesijos metu nustatomas galutinis pažymys, atskirus pažymius padauginant iš svertinio koeficiento ir sandaugas susumuojant.

#### Pagrindinė literatūra

Eil.Nr.	Pavadinimas	Leidinio KTU bibliotekoje		Ar yra KTU knygyne	Egz. sk. fak. metod. kab.
		šifras	egz. sk.		
1.	Kapferer, J.-N. (2012). The New Strategic Brand Management: Creating and Sustaining Brand Equity Long Term. 5th ed. - Kogan Page Publishers.	D209079	1	Ne	3

Eil.Nr.	Pavadinimas	Leidinio KTU bibliotekoje		Ar yra KTU knygyne	Egz. sk. fak. metod. kab.
		šifras	egz. sk.		
2.	Keller, K.L. (2013). Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity. - 4th.ed. - Harlow : Pearson.	E32476	1	Ne	3
3.	Shimp, T. A., & Andrews, J. C. (2012). Advertising Promotion and Other Aspects of Integrated Marketing Communications. - Cengage Learning.	E33107	1	Ne	0
4.	Bakanauskas, A. (2012). Integruotosios marketingo komunikacijos: mokomoji knyga / Kaunas: VDU leidykla.	D207231	19	Ne	0
5.	Kuvykaitė R., Šliburytė L. (2016). Prekės ženklo ir komunikacijos valdymas. Mokomoji/metodinė medžiaga. - Kaunas, KTU, 2016. Prieiga per <a href="https://moodle.ktu.edu">https://moodle.ktu.edu</a> .			Ne	
<i>Komentaras: Virtualioje mokymo aplinkoje Moodle pateiktos paskaitų pateiktys, atvejų analizė, užduočių aprašai, rekomenduojami skaitiniai. Prisijungiama nurodžius vartotojo vardą ir slaptažodį.</i>					

#### Papildoma literatūra

Eil.Nr.	Pavadinimas
1.	Aaker, D.A. (2004). Brand Portfolio Strategy. Creating Relevance, Differentiation, Energy, Leverage and Clarity. - New York: Fry Press.
2.	Altstiel T., Grow J. (2010). Advertising Creative: Strategy, Copy and Design. Sage Publications, Inc.
3.	Hackley Ch. (2010). Advertising and Promotion: an Integrated Marketing Communications Approach. Sage Publications, Inc.
4.	De Chernatony, Leslie (2010). From brand vision to brand evaluation : the strategic process of growing and strengthening brands. - Amsterdam : Butterworth-Heinemann.
5.	Fill, C., Turnbull, S. (2016). Marketing Communications: Discovery, creation and conversations (7. uppl.). Harlow: Pearson Education Limited.
6.	Keller, K.L., Sichel, L.B. (2014). Best Practice Cases in Branding, 4/E - Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice-Hall.
7.	Percy, L., & Rosenbaum-Elliott, R. (2016). Strategic Advertising Management. - Oxford University Press.
8.	O'guinn, T., Allen, C., Semenik, R. J., & Scheinbaum, A. C. (2014). Advertising and Integrated Brand Promotion. Nelson Education.
9.	Rosenbaum-Elliott, R., Percy, L., Elliott, R. H., & Pervan, S. (2015). Strategic Brand Management. - Oxford University Press, USA.
10.	Journal of Product & Brand Management / Emerald Management eJournals Collection [interaktyvus], adresu <a href="http://www.emeraldinsight.com/loi/jpbm">http://www.emeraldinsight.com/loi/jpbm</a> .
11.	Passport GMID duomenų bazė [interaktyvus], adresu <a href="https://www.portal.euromonitor.com/portal/magazine/homemain">https://www.portal.euromonitor.com/portal/magazine/homemain</a> .

#### Užsiėmimams reikalingos auditorijos (patalpos), techninė bazė ir programinė įranga

Užsiėmimo tipas	Auditorijos (patalpos) tipas	Nominalus vietų skaičius auditorijoje	Būtina įranga/pastabos
Teorija	(Klasikinė) auditorija	30	Multimedia projektorius,, kompiuteris
Praktika	(Klasikinė) auditorija	30	Multimedia projektorius. kompiuteris
Savarankiškas darbas	Skaitykla		Kompiuteris

#### Dėstytojas

	Pareigos	Vardas, pavardė
Atsakingas dėstytojas	profesorius	Rita KUVYKAITĖ

Padalinys

	Pavadinimas	Kodas	Indėlis, %
Atsakingas padalinys	Ekonomikos, verslo ir vadybos akademinis centras	0640	100

Dėstomoji kalba

Pavasario semestre:	Lietuvių, Anglų
---------------------	-----------------

Vedimo forma

Eil. nr.	Vedimo forma	Semestras		Struktūra					Iš viso val.	Kred.
				Paskaitų	Pratybų	Laboratorinių darbų	Konsultacinių seminarų	Savarankiško darbo		
1	Pagrindinė	R	P	24	24	0	48	171	267	10
2	Ciklinė	R	P	24	24	0	48	171	267	10
3	Ciklinė - savaitgalinė	R	P	24	24	0	48	171	267	10

Vedimo forma

Atsiskaitymas už savarankišką darbą

Atsiskaitymo forma	Temos(ų) Nr.	Iš viso, val.	Įtaka paž, %	Užduoties pateikimo (*) ir atsiskaitymo savaitė (o)																
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17-20
Praktikos ataskaita	1.1-2.3	53	30	*					0								0			
Žodinis iliustruotas pranešimas	1.1-2.3	10	10	*					0									0		
Tarpinis egzaminas	1.1-1.4	54	30	*					0											
Egzaminas raštu	2.1-2.3	54	30	*															0	
Kolegų įvertinimas	1.2-1.3; 2.2-2.3	0	0	*																
Savęs įsivertinimas	2.2-2.3	0	0	*																
Iš viso:	-	171	100																	

Vedimo forma

Atsiskaitymas už savarankišką darbą

Atsiskaitymo forma	Temos(ų) Nr.	Iš viso, val.	Įtaka paž, %	Užduoties pateikimo (*) ir atsiskaitymo savaitė (o)																
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17-20
Praktikos ataskaita	1.1-1.4	31	20	*	0															
Tarpinis egzaminas	1.1-1.4	50	25	*	0															
Žodinis iliustruotas pranešimas	1.1-1.4	5	5	*	0															
Kolegų įvertinimas	1.2-1.3; 2.2-2.3	0	0	*		*														
Praktikos ataskaita	2.1-2.3	26	15			*	0													
Egzaminas raštu	2.1-2.3	54	30			*	0													
Žodinis iliustruotas pranešimas	2.1-2.3	5	5			*	0													
Savęs įsivertinimas	2.2-2.3	0	0			*														
Iš viso:	-	171	100																	

Vedimo forma

