

MARKETINGO KOMUNIKACIJA IR VARTOTOJO ELGSENA

4 ECTS (KREDITAI)

Studijų dalyko tikslas:

Supažindinti studentus su pagrindiniais marketingo komunikacijos principais, išmokyti taikyti įgytas žinias praktikoje, kasdienėje įmonės veikloje; išmokyti suprasti vartotojo elgsenos teorijas ir atpažinti modelius.

Studijų dalyko anotacija:

Kurso metu studentai supažindinami su pagrindinėmis marketingo komunikacijos sąvokomis bei teoriniais modeliais; analizuoja marketingo aplinką, vartotojo elgseną bei tikslinės rinkos sudarymo temas. Taip pat studentai susipažįsta su oratorinės komunikacijos evoliucijos pagrindais, mokosi kurti viešųjų ryšių, reklamos strategijas remdamiesi medijų sritį reguliuojančiais teisiniais bei etikos reikalavimais.

Dalykas nagrinėja marketingo komunikacijos sudėtinės dalis – reklamą, viešųjų ryšių technologijas, pardavimų skatinimą, ryšius su visuomene, tiesioginio marketingo veiklas ir pan. Studijuojant vartotojo elgsenos temas, studentai išmoksta suvokti ir analizuoti asmeninio sprendimo priėmimo procesus, atpažįsta vartotojo elgsenai poveikį darančius veiksnius, sugeba efektyviai taikyti marketingo priemones.

Kurso metu studentai gauna žinių apie vartotojo vidinius procesus, kultūrinio bei socialinio poveikio šaltinius.

Vertinimo forma:

Egzaminas