

Disertacijos vadovas <i>Supervisor</i>	Tema <i>Topic</i>	Aprašymas <i>Description</i>
Doc. dr. Milda Damkuvienė (VU ŠA)	<p>LT: Vertės bendrakūra: klientų į(si)traukimo valdymas</p> <p>EN: Value co-creation</p>	<p>LT: Vertės bendrakūros esmė yra organizacijos ir kitų įsitraukusių suinteresuotų pusių (klientų, tiekėjų, partnerių) dalijimasis ištekliais ir keičiant vienas kito procesus siekiant didesnės vertės visiems šio proceso dalyviams. Bendrakūrą kaip pagrindinį veikimo ir vertės kūrimo principą renkasi vis daugiau ir daugiau organizacijų. Klientų dalyvavimas, į(si)traukimas ir tarpusavio santykių valdymas kelia iššūkių, todėl bendrakūros procesas tapo svarbiu mokslinių tyrimų objektu. Doktorantai, pasirinkę šią tematinę sritį kviečiami kelti ir ieškoti atsakymų į konkrečius šio proceso valdymo klausimus prekės ženklo vertės ar kitų marketingo procesų (naujo produkto, vartotojo patirties gerinimo, marketingo komunikacijos ar kt.) srityse verslas-vartotojui, vartotojas-vartotojui sąveikų platformose.</p> <p>EN: The essence of co-creation is the process of sharing resources for greater value for all parties. Many industries have adopted value co-creation as a critical strategy for their businesses. Value co-creation describes the way actors behave, interact, interpret, experience, use, evaluate propositions, share their resources in the value creation process of which they are a part. Involvement, engagement and relationship management between the actors (consumers, partners, suppliers, even competitors) involved in the process is a challenge, so it has become an important scientific research object. Doctoral students can raise more detailed research questions on how to manage this process properly and perform the research in the contexts of brand value co-creation, co-creation for the marketing of services, co-innovation, co-creation of experience, co-creation of knowledge, etc. in the frame of business-to-business, business-to-consumer, consumer-to-consumer platforms.</p>