

DOKTORANTŪROS STUDIJŲ DALYKO SANDAS

Dalyko pavadinimas	Mokslo kryptis (šaka) kodas	Fakultetas	Katedra
Taikomieji rinkodaros tyrimai	Vadyba 03 S	Ekonomikos fakultetas	Rinkodaros

Dalyko apimtis kreditais	Visas studijuojančio darbo krūvis	Kontaktinio darbo valandos	Savarankiško darbo valandos
7	200	16	184

Dalyko anotacija, temos, atsiskaitymas

Taikomieji rinkodaros tyrimai skirti studentams, siekiantiems pagilinti turimas rinkodaros tyrimų žinias. Šio kurso tikslas yra pritaikyti turimas statistikos žinias, sprendžiant įvairias rinkodaros problemas. Be to, kurse analizuojami statistiniai metodai, kurie nėra įtraukiami į žemesnių pakopų studijas.

Dalykas apima tokias temas kaip: segmentavimas naudojant klasterinę analizę, suvokimo ir preferencijos žemėlapių sudarymas atliekant pozicionavimą, pozicionavimas naudojant faktorinę analizę, prekės koncepcijos testavimas, klientų pasitenkinimo vertinimas, reklaminės žinutės ir komunikacinio efekto vertinimas, pakuotės tyrimas, kainos tyrimas, prekės ženklo tyrimas naudojant variacijos analizę, koreliaciją ir regresiją, diskriminantinę analizę, faktorinę analizę, daugialypį vertinimą, jungtinę analizę.

Dalyko metu bus naudojami tokie studijų metodai kaip individualios konsultacijos, individualios užduotys, situacijų analizė, savarankiškas darbas su programine įranga.

Studento pasiekimai vertinami naudojant teorinių žinių patikrą žodžiu ir rašto darbo vertinimą. Teorinių žinių vertinimo pagrindą sudaro dviejų temų pristatymas komisijai. Rašto darbo vertinimo pagrindą sudaro savarankiškai atliekamas projektas, naudojant dėstytojo pateiktą duomenų bazę.

Egzaminą sudaro teorinių žinių patikrą raštu (60% egzamino vertinimo) ir rašto darbo vertinimas (40% egzamino vertinimo).

Pagrindinė literatūra

Schmidt Marcus J., Hollensen Svend. Marketing research: an international approach. . Prentice-Hall, 2006

Hair Joseph F., Black Bill, Babin Barry, Anderson Rolph E., Tatham Ronald L. Multivariate Data Analysis. Pearson Education, 2010

Malhotra, Naresh K. Marketing research: an applied orientation. Pearson Education, 2010

Gustafsson A, Hermann A, Huber F. Conjoint analysis: methods and applications. Springer 2003.

Konsultuojančiųjų dėstytojų vardas, pavardė	Pareigos, mokslo laipsnis
Vytautas Dikčius	Prof. dr.
Svarbiausieji darbai mokslo kryptyje (šakoje) paskelbti per pastaruosius 5 metus	
1. <i>Dikčius V., Urbonavičius S., Gineikienė J., Degutis M.</i> Country of Origin Effects in the Context of	

Transformations: Nostalgia, Ethnocentrism and Animosity // Transformations in Business and Economics. ISSN: 1648-4460. 2010 Vol. 9 No. 1 (19), p. 182-202

2. *Dikčius V., Urbonavičius S.* Export barriers during the periods of growth and recession: the major factors and propositions. // *Argumenta Oeconomica*. ISSN: 1233-5835. 2010 Vol. 1 (24), p. 31-48.
3. *Dikčius V., Urbonavičius S., Petrauskas A.* Impact of Ethnocentrism on Buyer's Choice of Organic Food Products. 6th International Scientific Conference "Business and Management' 2010" in Vilnius Gediminas Technical University. Selected Papers book ISSN 2029-4441, 2010, Vol. 1, p. 511-518.
4. *Dikčius V., Urbonavičius S., Navickaitė S.* Country Image and Product Evaluations: Impact of a Personal Contact with a Country // *Inžinerinė ekonomika*. ISSN 1392-2785, Kaunas, Technologija. 2011 nr. 22 (2), p. 68-74.
5. *Dikčius V., Katkuvienė K.* Perception of odd prices in a Post-Soviet country: an impact of the ideology of planned economy. *Journal of Business Economics and Management*, ISSN 1611-1699, 2014, Vol. 15 (2), p. 356-368.
6. *Dikčius V., Stankevičienė G.* Perception of country of brand origin and country of product manufacturing among Lithuanians and emigrants from Lithuania // *Organizations and markets in emerging economies*, ISSN 2029-4581, 2010, Vol 1, No 2, p. 108-122.
7. *Dikčius V., Šeimienė E., Žalienė E.* Congruence between brand and consumer personalities. *Economics and Management*. 2013, Vol. 18 (3), p. 526-536. ISSN: 1822-6515.
8. *Dikčius V., Armenakyan A., Urbonavičius S., Jonynienė G., Gineikienė J.* The influence of children on family purchasing in Lithuania and Azerbaijan. *Organizations and markets in emerging economies*. 2014, VOL. 5, No. 2(10), p. 79-96. ISSN 2029-4581.

Konsultuojančiųjų dėstytojų vardas, pavardė

Pareigos, mokslo laipsnis

Mindaugas Degutis

Doc. dr.

Svarbiausieji darbai mokslo kryptyje (šakoje) paskelbti per pastaruosius 5 metus

1. *Urbonavičius, S., Dikčius, V., Gineikienė, J., Degutis, M.* (2010). Country of origin effects in the context of transformations: nostalgia, ethnocentrism and animosity. *Transformations in Business and Economics*, Vol. 9, No.1., p.p.182-202.
2. *Degutis, M., Urbonavičius, S., Gaižutis, A.* (2010). Relation between life satisfaction and GDP in the European Union. *Ekonomika*, Vol. 89, No.1., p.p. 9-21.
3. *Degutis, M.* (2010). "Lithuania – 5 years in the European Union" knygoje *Pierwsza pięciolatka - małe państwa Europy Środkowo-Wschodniej w Unii Europejskiej*, ed. *Zelichowski, R.*, Warsaw, Instytut Studiów Politycznych.

Doktorantūros komiteto teikimu patvirtinta fakulteto/instituto taryboje 2015 m.
lapkričio mėn.10 d., protokolo Nr. 190000/TP - 09(152)

Tarybos pirmininkas

Pastaba: jei doktorantūros teisė bus suteikta kartu su kita institucija, tvirtinama ne fakulteto taryboje, o jungtinėje komisijoje.