

Vadybos katedra
Baigiamųjų bakalauro darbų temų pasiūlymai 2021/2022 m.m.
Verslo vadybos studijų programa
Marketingo vadybos specializacija

Baigiamojo darbo temos pavadinimas lietuvių ir anglų kalbomis	Baigiamojo darbo vadovas
X prekės ženklo vartotojo lojalumo formavimas skatinant virtualius pardavimus Building X brand consumer loyalty by promoting virtual sales	Prof. dr. Laima Jesevičiūtė-Ufartienė, laima.jeseviciute-ufartiene@vilniustech.lt
X organizacijos potencialių vartotojų pritraukimo galimybės socialinės medijos priemonėmis Opportunities for X organization to attract potential consumers through social media	
X organizacijos įvaizdžio formavimas Development of X organization image	
Įmonės marketingo veiksmų programos rengimas neapibrėžtumo sąlygomis Company's marketing action program preparation in uncertain conditions	Doc. dr. Živilė Jezerskė zivile.jezerske@vilniustech.lt
Įmonės marketingo valdymo sprendimai neapibrėžtumo sąlygomis Company marketing management solutions in uncertain conditions	
Įmonės marketingo veiklos planavimo ir jos (ne)sėkmės sąsajos Company's marketing activity planning and its success (failure) coherence	
Įmonės marketingo veiksmų programos rengimas neapibrėžtumo sąlygomis Company's marketing action program development in uncertain conditions	
Įmonės marketingo strategijos poreikio pagrindimas neapibrėžtumo sąlygomis Company's marketing strategy justification in uncertain conditions	Doc. dr. Rolandas Drejeris, rolandas.drejeris@vilniustech.lt
Marketingo priemonių parinkimas naujo produkto įsiskverbimui į rinką Marketing tools justification for new product market penetration	
Efektyviausios socialinės žiniasklaidos platformos X industrijos įmonių skaitmeninio marketingo strategijai įgyvendinti The most effective social media platforms for implementing the digital marketing strategy of X industry companies	Monika Paulė, monika.baskyte@vilniustech.lt
Vartotojų požiūriu patraukliausios socialinės žiniasklaidos platformos ir skaitmeninio marketingo formos X produktų grupėje The most attractive social media platforms and forms of digital marketing for consumers in product group X.	
X įmonės marketingo komplekso elementų vertinimas Assessment of the elements of the X company's marketing complex elements	Doc. dr. Valentina Peleckienė, valentina.peleckiene@vilniustech.lt
X įmonės marketingo strategijos tobulinimo galimybių vertinimas Assessment of X company's marketing strategy improvement possibilities	

Įmonės marketingo veiklos tobulinimas Company's marketing activities improvement	
Įmonės rėmimo strategijos įtakos vartotojų lojalumui vertinimas Assessing the impact of corporate sponsorship strategies on consumer loyalty	
X organizacijos marketingo veiksmų programos sudarymas/ Developing a marketing action program for organization X	Doc. dr. Andrius Tamošiūnas, andrius.tamosiunas@vilniustech.lt
Marketingo veiksmų efektyvumo vertinimas/ Evaluating the effectiveness of marketing actions	
Tvarių pakuočių vartojimo tendencijų vertinimas Evaluation of sustainable packaging consumption trends	Doc.dr. Danguolė Oželienė, danguole.ozeliene@vilniustech.lt
Darnų vartojimą skatinančių ir ribojančių veiksnių vertinimas Evaluation of factors promoting and limiting sustainable consumption	
'X' produkto vertės nustatymo įtaka marketingo efektyvumui Influence of 'X' product value on marketing efficiency	Docentė-partnerė Živilė Šimkienė, zivile.simkiene@vilniustech.lt
Orientuoto į tikslinę rinką marketingo komplekso formavimas X įmonėje Formation of X company marketing mix in the target market.	Doc. Vilma Tamulienė, vilma.tamuliene@vilniustech.lt
„X“ įmonės internetinės rinkodaros komunikacijos tobulinimo sprendimai X company internet marketing communication improvement solutions	
„X“ įmonės marketingo komplekso įvertinimas ir jo gerinimas Evaluation and improvement of company X marketing complex	
X įmonės pardavimo veiklos gerinimas X Company sales activities improvement	
Darbo skelbimų pozicionavimo tobulinimas (Įmonės X atvejis) Improving job ad positioning (case of Company)	Lekt. dr. Liudmila Lobanova, liudmila.lobanova@vilniustech.lt
Virtualių darbo skelbimų pozicionavimo tobulinimas (X įmonės atvejis) Improving the positioning of virtual job postings (case of organization X)	
X įmonės teikiamų paslaugų vartotojų lojalumo vertinimas Evaluation of services costumers loyalty in company X	Lekt. Vida Pipirienė, vida.pipiriene@vilniustech.lt
X įmonės reklamos tobulinimas Improvement of the company X advertising	
X įmonės marketingo komplekso tobulinimas Improvement of the X company's marketing complex	
X įmonės reklamos priemonių poveikis vartotojų elgsenai Impact of Company X advertising media on consumer behavior	
Reklamos mobiliosiose aplikacijose marketingo galimybių tyrimas Study of Advertising Capabilities in Mobile applications	lekt. Mindaugas Samoška, mindaugas.samoska@vilniustech.lt
Įmonės taikomos marketingo programos tinkamumo vertinimas The assessment of company's marketing programme suitability	
Tvaraus vartojimo įtakos organizacijos veiklos planavimui vertinimas	Lekt. Viktorija Podgaiskytė viktorija.podgaiskyte@vilniustech.lt

Assessment of sustainable consumption impact on organization's business planning	
Įmonės X konkurencinio pranašumo užsienio rinkoje formavimas skaitmeninio marketingo priemonėmis Formation of company X competitive advantage in foreign markets with digital marketing tools	Dokt. Paulius Šūmakaris, paulius.sumakaris@vilniustech.lt
Įmonės X inovatyvaus produkto pristatymas skaitmeninio marketingo priemonėmis Innovative product presentation of company X with digital marketing tools	
Įtraukiojo marketingo sprendimų diegimas/gerinimas X organizacijoje Implementation/improvement of inbound marketing in company X	Lekt. Sigita Davidavičius, sigita.davidavicius@vilniustech.lt
Įmonės X vartotojų lojalumo didinimas skaitmeninio marketingo priemonėmis Improvement of company X costumers loyalty with digital marketing tools	
Įmonės X internetinės svetainės tikslų konversijų didinimas Improvement of company's X website conversion rate	
Įmonės X komunikacijos su vartotojais tobulinimas socialinėse medijose Improvement of company x communication with costumers in social media	
Internetinio marketingo poveikis verslo rezultatams tarptautinėse rinkose The impact of internet marketing on business performance in international markets	Prof. dr. Renata Korsakienė, renata.korsakiene@vilniustech.lt
Tarptautinio marketingo valdymo modeliai mažose ir vidutinėse įmonėse International marketing management models in small and medium enterprises	
Rinkodaros inovacijos ir tvarus konkurencinis pranašumas mažose ir vidutinėse įmonėse Marketing innovation and sustainable competitive advantage in small and medium-sized enterprises	
Marketingo strategijos įtaka įmonės rezultatams Impact of marketing strategy on the performance of firm	
Vertės pasiūlymo studentams formavimas universiteto rinkodaroje Development of the value proposition for the students in university' marketing	Asta Radzevičienė, asta.radzeviciene@vilniustech.lt
X įmonės marketingo veiklos efektyvumo vertinimas Evaluation of company's X marketing efficiency	Prof. dr. Ilona Skačkauskienė Ilona.skackauskiene@vilniustech.lt
Marketingo specialisto asmeninio prekės ženklo plėtros galimybės Marketing specialist's personal brand development possibilities	Lekt. Julija Nekrošienė julija.nekrosiene@vilniustech.lt
Hybridinių renginių galimybių vertinimas rinkoje. Assessing the potential of hybrid events in the market.	
Technologijų panaudojimas planuojant bei vykdam efektyvias marketingo kampanijas įmonėse.	

Technologies application in planning and conducting effective marketing campaigns in companies.	
X įmonės marketingo veiklos efektyvumo vertinimas Evaluation of marketing activities efficiency of the X company.	