



## STUDIJŲ DALYKO (MODULIO) APRAŠAS

| Dalyko (modulio) pavadinimas                    | Kodas |
|-------------------------------------------------|-------|
| TEISINIŲ PASLAUGŲ VEIKLOS VYSTYMAS IR RINKODARA |       |

| Dėstytojas (-ai)                                                                      | Padalinys (-iai)                                                                                                                                                                                                           |
|---------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Koordinuojantis:</b> partnerystės prof. dr. Tomas Bagdanskis<br><b>Kitas (-i):</b> | Vilniaus universitetas, Teisės fakultetas, Privatinės teisės katedra; Saulėtekio al. 9, I rūmai, LT-10222, Vilnius<br>311 kab., tel. (8 5) 2366170, el. paštas: <a href="mailto:ptkatedra@tf.vu.lt">ptkatedra@tf.vu.lt</a> |

| Studijų pakopa | Dalyko (modulio) tipas |
|----------------|------------------------|
| Antroji        | Pasirenkamasis         |

| Igyvendinimo forma | Vykdymo laikotarpis  | Vykdymo kalba (-os) |
|--------------------|----------------------|---------------------|
| Auditorinė         | 9 (rudens) semestras | Lietuvių            |

| Reikalavimai studijuojančiajam  |                                          |
|---------------------------------|------------------------------------------|
| Išankstiniai reikalavimai: nėra | Gretutiniai reikalavimai (jei yra): nėra |

| Dalyko (modulio) apimtis kreditais | Visas studento darbo krūvis | Kontaktinio darbo valandos | Savarankiško darbo valandos |
|------------------------------------|-----------------------------|----------------------------|-----------------------------|
| 5                                  | 133                         | 32                         | 101                         |

| Dalyko (modulio) tikslas: studijų programos ugdomos kompetencijos                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| Parengti teisininkus (būsimus advokatus, įmonių teisininkus, individualiai teisinės paslaugas teikiančius asmenis), pasiruošusius konkuruoti teisinių paslaugų rinkoje, suprantančius kliento poreikius bei kaip klientas renkasi teisinių paslaugų teikėjus, gebančius planuoti bei organizuoti teisinių paslaugų rinkodaros veiklas, gebančius išskirti tikslinius segmentus, veikti nacionalinėje ir tarptautinėse rinkose kintančiomis aplinkos sąlygomis. |  |

| Dalyko (modulio) studijų siekiniai                                                                                                                                                                                         | Studijų metodai                                                                                                                                                                                                                                                                                | Vertinimo metodai                                                             |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|
| Supras kaip kuriamas konkurencinis pranašumas, gebės analizuoti ir identifikuoti teisės paslaugas teikiančių subjektų konkurencinio pranašumo ypatumus                                                                     | Paskaitos, seminarai, savarankiškas darbas, probleminis dėstymas, aktyvus mokymo(-si) metodai (grupės diskusija, praktinių situacijų analizė/modeliavimas ir uždavinių sprendimas, rinkodaros plano rengimas), tiriamieji metodai (informacijos paieška, literatūros skaitymas, analizavimas). | Darbas seminarų metu, individualus rinkodaros veiksmų planas, egzaminas raštu |
| Gebės taikyti paslaugų rinkodaros žinias reaguojant į rinką ir rinkos pokyčius                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Darbas seminarų metu, individualus rinkodaros veiksmų planas, egzaminas raštu |
| Gebės sistemškai įvertinti kas kurią teisininko vertę ir kaip atsižvelgiant į nacionalines ir tarptautines rinkas klientai renkasi teisinių paslaugų teikėjus                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Darbas seminarų metu; Individualus rinkodaros veiksmų planas                  |
| Gebės parengti teisininko veiklos strategijas nuolat kintančiomis verslo aplinkos sąlygomis, atsižvelgiant į teisininko etikos normas                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Individualus rinkodaros veiksmų planas, egzaminas raštu                       |
| Gebės inicijuoti ir parengti individualų rinkodaros veiksmų planą, vertinti jo efektyvumą, atsižvelgiant į kintančius rinkos ir vartotojų poreikius bei siekiant asmeninio konkurencingumo ir tvaraus kompetencijos augimo |                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Individualus rinkodaros veiksmų planas                                        |
| Gebės profesionaliai komunikuoti profesinėje srityje, taikant bendradarbiavimo bei prezentavimo įgūdžius bei naudojantis naujausiomis informacinėmis technologijomis ir informaciniais šaltiniais                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Darbas seminarų metu; Individualus rinkodaros veiksmų planas                  |
| Nuolat gilins savo žinias ir gebėjimus, vertindamas savo profesinę veiklą ir patirtį, numatys saviraiškos ir saviugdos kryptis bei savarankiškai ugdys savo profesionalumą, veikiant besikeičiančioje aplinkoje            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Darbas seminarų metu; Individualus rinkodaros veiksmų planas                  |

| Temos                                                                                                                    | Kontaktinio darbo valandos |               |           |          |                       |          |                          | Savarankiškų studijų laikas ir užduotys |                                                                                                                                 |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|---------------|-----------|----------|-----------------------|----------|--------------------------|-----------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                          | Paskaitos                  | Konsultacijos | Seminarai | Pratybos | Laboratoriniai darbai | Praktika | Visas kontaktinis darbas | Savarankiškas darbas                    | Užduotys                                                                                                                        |
| 1. Besikeičianti aplinka. Kodėl advokatams ir teisininkams reikia naujų veiklos vystymo ir rinkodaros žinių ir gebėjimų? | 1                          |               | 1         |          |                       |          | 2                        | 6                                       | Literatūros įsisavinimas                                                                                                        |
| 2. Vidinės ir išorinės prielaidos teisinės rinkodaros taikymui. Profesinė etika.                                         | 1                          |               | 1         |          |                       |          | 2                        | 6                                       | Literatūros įsisavinimas; Praktinių situacijų ir uždavinių sprendimas                                                           |
| 3. Kaip klientai renka teisinių paslaugų teikėjus? Orientacija į kliento poreikį ir suvokiamą vertę.                     | 2                          |               | 1         |          |                       |          | 3                        | 8                                       | Literatūros įsisavinimas                                                                                                        |
| 4. Veiklos vizija ir strategija. Tikslų nustatymas. Idealus klientas. Vertės pasiūlymas. Augimo strategijos.             | 1                          |               | 1         |          |                       |          | 2                        | 6                                       | Literatūros įsisavinimas; Praktinių situacijų ir uždavinių sprendimas                                                           |
| 5. Teisinės rinkodaros strategijos (7P)                                                                                  | 2                          |               | 1         |          |                       |          | 3                        | 8                                       | Literatūros įsisavinimas                                                                                                        |
| 6. Honoraro/atlygio už teisinės paslaugas formas. Ko tikisi klientas?                                                    | 1                          |               | 1         |          |                       |          | 2                        | 6                                       | Literatūros įsisavinimas; Praktinių situacijų ir uždavinių sprendimas                                                           |
| 7. Profesinės veiklos valdymas: personalas, struktūra, procesai, kontrolė. "HR" funkcija.                                | 2                          |               | 1         |          |                       |          | 3                        | 8                                       | Literatūros įsisavinimas; Praktinių situacijų ir uždavinių sprendimas                                                           |
| 8. Santykių vystymas su visuomene, klientais, kolegomis. Viešieji ryšiai. Klientų pasitenkinimas.                        | 1                          |               | 1         |          |                       |          | 2                        | 6                                       | Literatūros įsisavinimas; Praktinių situacijų ir uždavinių sprendimas                                                           |
| 9. Rinkodaros įrankiai ir komunikacija su rinka: keturios grupės.                                                        | 1                          |               | 1         |          |                       |          | 2                        | 8                                       | Literatūros įsisavinimas; Praktinių situacijų ir uždavinių sprendimas                                                           |
| 10. Teisinių paslaugų pardavimas. Buvę, esami, potencialūs klientai.                                                     | 3                          |               | 1         |          |                       |          | 4                        | 8                                       | Literatūros įsisavinimas; Praktinių situacijų ir uždavinių sprendimas                                                           |
| 11. Teisinei rinkodarai ir veiklos vystymui reikalingi gebėjimai.                                                        | 1                          |               | 1         |          |                       |          | 2                        | 6                                       | Literatūros įsisavinimas; Praktinių situacijų ir uždavinių sprendimas                                                           |
| 12. Individualus rinkodaros veiksmų planas. Planavimas ir rezultatų matavimas. Efektyvus mokymasis.                      | 2                          |               | 3         |          |                       |          | 5                        | 25                                      | Literatūros įsisavinimas; Praktinių situacijų sprendimas; Individualaus rinkodaros plano parengimas ir pasiruošimas pristatymui |
| <b>Iš viso</b>                                                                                                           | <b>18</b>                  |               | <b>14</b> |          |                       |          | <b>32</b>                | <b>101</b>                              |                                                                                                                                 |

| Vertinimo strategija                   | Svoris proc. | Atsiskaitymo laikas | Vertinimo kriterijai                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|----------------------------------------|--------------|---------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Darbas seminarų metu                   | 20           | Semestro metu       | 1) aktyvumas seminarų metu – nuo 0 iki 1 balo (vertinamas studentų rezultatyvumas ir konstruktyvumas diskusijų metu užsiėmimuose, visapusiškas praktinių situacijų įvertinimas ir kūrybiški jų sprendimo būdai, situacijų modeliavimo išradingumas, savarankiška informacijos paieška, išsamus ir apibendrintas jos pateikimas).<br>2) koliokviumas raštu – nuo 0 iki 1 balo (sudaro 1 atviro tipo klausimas ir 1 praktinė užduotis (atvejo analizė)). |
| Individualus rinkodaros veiksmų planas | 20           | Semestro metu       | Maksimalus įvertinimas – 2 balai.<br>Individualus rinkodaros veiksmų planas raštu ir jo pristatymas žodžiu, vertinamas 10 balų sistemoje. Įvertinimas perskaičiuojamas į 20 proc.                                                                                                                                                                                                                                                                      |

|                 |    |      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-----------------|----|------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                 |    |      | <p>vertinimo balą.</p> <p>Individualus rinkodaros veiksmų planas skirtas asmeninių teisininko tikslų identifikavimui, specializacijos pasirinkimui, tikslinių grupių nustatymui, konkurencinio pranašumo kūrimui, konkrečių veiksmų numatymui. Vertinami šie aspektai:</p> <p>a) plano sudėtinių dalių išsamumas ir nuoseklumas, remiamasi tinkamais šaltiniais, sistemiška, savarankiška informacijos analizė, situacijai kūrybiškai pritaikytas vertinimas;</p> <p>b) darbo struktūra ir apimtis – atitinka tokio pobūdžio darbams keliamus struktūros ir apimtys reikalavimas, naudojama tinkama pristatymo raštu forma ir kalba;</p> <p>c) darbo pristatymas – glaustas ir koncentruotas kalbėjimas, vaizdinės priemonės informatyvios ir tinkamos kokybės, mintys reiškiamos sklandžiai, argumentuotai atsakoma į papildomus klausimus.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Egzaminas raštu | 60 | mėn. | <p>Maksimalus įvertinimas – 6 balai.</p> <p>Egzaminą sudaro 1 atviro tipo klausimas ir 1 praktinė užduotis (atvejo analizė):</p> <p>- <b>6 balai:</b> puikiai ar labai gerai atsakyta į užduotus klausimus/užduotis, studentas išgilinęs į teorinę ir praktinę klausimo pusę, geba atsakyti nuosekliai, sklandžiai, identifikuoti kylančias problemas, jas išanalizuoti ir išspręsti, savo nuomonę argumentuoti;</p> <p>- <b>5 balai:</b> į pateiktus klausimus/užduotis atsakyta gerai, studentas žino teorinę ir praktinę klausimo pusę, geba identifikuoti kylančias problemas, jas išanalizuoti ir išspręsti, savo nuomonę argumentuoti, tačiau bet kuriame išvardintame etape daro nedidelių klaidų;</p> <p>- <b>4 balai:</b> į pateiktus klausimus/užduotis atsakyta, tačiau daroma daug nedidelių klaidų ir/ar viena grubi klaida;</p> <p>- <b>3 balai:</b> atsakymas į abu klausimus/užduotis tenkina tik minimaliuosius reikalavimus;</p> <p>- <b>2 balai:</b> vienas atsakymas į klausimą/užduotį yra neteisingas iš esmės, kitas atsakymas į klausimą/užduotį yra teisingas tik minimaliai (yra turinio ir techninių klaidų);</p> <p>- <b>1 balai:</b> atsakymai į abu klausimus/užduotis neteisingi iš esmės, tačiau galima rasti pavienių teisingų teiginių;</p> <p>- <b>0 balų:</b> atsakymai į abu klausimus/užduotis neteisingi iš esmės arba nepateikiama jokie atsakymo į klausimus/užduotis.</p> |

| Autorius                            | Leidimo metai | Pavadinimas                                               | Periodinio leidinio Nr. ar leidinio tomas | Leidimo vieta ir leidykla ar internetinė nuoroda                           |
|-------------------------------------|---------------|-----------------------------------------------------------|-------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|
| <b>Privaloma literatūra</b>         |               |                                                           |                                           |                                                                            |
| TOMAS BAGDANSKIS                    | 2010          | Teisinių paslaugų marketingas                             |                                           | www.teisinismarketingas.lt                                                 |
| MICHELLE COTTER RICHARDS            | 2016          | Originate: Business development for Lawyers.              |                                           | 2016. Amazon Fulfillment                                                   |
| MICHELE RUIZ                        | 2016          | Content Marketing for Lawyers                             |                                           | 2016 by Michele Ruiz.                                                      |
| MIKAEL KROGERUS. ROMAN TSCHÄPPRLER. | 2012          | The Decision Book: 50 Models for Strategic Thinking       |                                           | 2017 Profile Books LTD                                                     |
| ALEXANDRA LOZANO                    | 2018          | Be the CEO of Your Law Firm                               |                                           | 2018. Ramses House Publishing LLC                                          |
| LINDA STEWART                       | 2017          | Intentional Marketing                                     |                                           | 2017. Amazon Fulfillment                                                   |
| KLAUS SCHWAB                        | 2016          | The Fourth Industrial Revolution. World Economic Forum    |                                           | Vertimas į lietuvių kalbą, leidykla Vaga, 2017. World Economic Forum, 2016 |
| <b>Papildoma literatūra</b>         |               |                                                           |                                           |                                                                            |
| MARSHALL GOLDSMITH, MARK REITER     | 2017          | Triggers. Trigeriai: kodėl nedarai to, ką žinai?          |                                           | Leidėjas: Tobulėjimo projektai                                             |
| MARAIA M.                           | 2003          | Rainmaking made simple. What every professional must know |                                           | 2003. Professional Services Publishing                                     |
| WESEMANN H. E.                      | 2005          | Creating dominance. Winning strategies for law            |                                           | 2005. Author House                                                         |

|                                                      |      |                                                                                                                                                |                               |                                                  |
|------------------------------------------------------|------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|--------------------------------------------------|
|                                                      |      | firms                                                                                                                                          |                               |                                                  |
| ALAN WEISS                                           | 2009 | Getting started in Consulting                                                                                                                  |                               | 2009. John Wiley and Sons, Inc                   |
| WESEMANN H. E.                                       | 2004 | Introduction. The First Great Myth of Legal Management is that It exists                                                                       |                               | 2004. Author House                               |
| Joey Asher.                                          | 2005 | Selling and Communication skills for lawyers.                                                                                                  |                               | 2005 ALM Properties, Inc.                        |
| BAGDONIENĖ L. & HOPENIENĖ R.                         | 2005 | Paslaugų marketingas ir vadyba                                                                                                                 |                               | Technologija. Kaunas                             |
| DAHUT H.                                             | 2004 | Marketing the legal Mind                                                                                                                       |                               | Published by LMG Press. Laurel Canyon Blvd. USA  |
| Michael E. Gerber, Robert Armstrong, Sandford Fisch. | 2010 | The E-myth attorney: why most legal practices don't work and what to do about it                                                               | Vol. 9 No.3, p. 44 – 51       | 2010. John Wiley and Sons, Inc.                  |
| DAY, E. & BARKSDALE, H.C                             | 2003 | Selecting a professional service provider from the short list. <i>The Journal of Business &amp; Industrial Marketing</i>                       | Vol. 18 No.6/7, p. 564 – 579. | The Journal of Business and Industrial Marketing |
| DAY, E. & BARKSDALE, H.C.                            | 1992 | How firms select professional services. <i>Industrial Marketing Management</i>                                                                 | Vol. 21                       | Industrial Marketing Management                  |
| Benjamin W.Glass, III.                               | 2012 | Great Legal Marketing. How smart lawyers think, behave and market to get more clients, make more money, and still get home in time for dinner. |                               | 2012. Morgan James Publishing.                   |
| KUGYTĖ R. & ŠLIBURYTĖ L.                             | 2005 | Standartizuotas paslaugų teikėjo pasirinkimo kriterijų modelis skirtingiems paslaugų tipams vartotojų požiūriu. <i>Taikomoji ekonomika</i>     | Nr.3 (43).                    | Taikomoji ekonomika, 2005                        |
| Steven R. Adams.                                     | 2017 | Practice like an ironman.                                                                                                                      |                               | 2017, SRA Legal Enterprises.                     |
| SCHMIDT S.                                           | 2006 | Business Development for lawyers: Strategies for getting and keeping clients                                                                   | p. 4 – 5, 13 – 15, 93.        | 2006, ALM Properties, Inc.                       |