

Verslo sėkmė yra siekiama planingu, derybų įgūdžių ir drąsos reikalaujančiu darbu. Nuolatine ir netgi žaibiška šių dienų verslo pasaulio kaita **atveria naujas galimybes plėstis, daugiau uždirbti ir pasiekti**, tačiau kartu tai reiškia dar didesnę atsakomybę – investicijų riziką, milžinišką konkurenciją ir vis labiau kvalifikuotų verslo srities darbuotojų poreikį.



■ **Dalyviai:** aukštojo mokslo ir verslo partnerystė įprasminta naujų produktų įmonei „Mantinga“ kūrimu.

## Studijų ir verslo partnerystė – inovatyvus verslo studijų procesas

### Kokybės siekti – kartu su darbdaviais

Lietuvoje sparčiai kuriasi užsienio šalių kapitalo įmonės, o lietuvių verslai atranda naujų nišų pasaulio rinkose. Įmonės nori kompetentingų, verslo subtilybes išmanančių darbuotojų, kurie geba priimti įmonei naudingus sprendimus. Kauno kolegijoje vykdomos studijų programos yra kuriamos ir tobulinamos glaudžiai bendradarbiaujant su tarptautinio verslo patirtį sukauptais įmonių atstovais, todėl studijos atliepia verslo pasaulio tendencijas. Remiantis žurnalo „Reitingai“ ir MOSTA duomenimis, Verslo fakulteto alumnų profesinės kompetencijos ypač vertinamos darbdavių, o apie 80 proc. socialinių mokslų srities studijas baigusių absolventų po studijų įsidarbina pagal specialybę.

Fakultete sistemingai diegiamos modulinės studijų programos, orientuotos į studijų rezultatą, o mokymosi proceso metu studentas skatinamas savarankiškai atrasti efektyviausią mokymosi būdą, motyvaciją ir siekti studijų tikslų. Studijų modulių metu studentai rengia integruotus projektus, kuriuose nagrinėjamos realios verslo aplinkos problemos – bendradarbiaujant su socialiniais partneriais, studentams pateikiamos situacijos, su kuriomis susiduria konkrečios verslo įmonės. Problemos iš pagrindinių Verslo fakulteto socialinių partnerių ir darbdavių reikalavimų rengiamiems specialistams. Inovatyvus studijų proceso metu, kai studentai ren-

gia projektinius darbus, jie įgyja darbo ir sprendimų priėmimo komandoje įgūdžių, reikalingų profesinėje veikloje.

### Augantis logistikos ir marketingo specialistų poreikis

Viena iš populiariausių studijų programų Lietuvoje – Logistika, 2018-aisiais prašymuose pagal pirmąjį stojančiųjų prioritetą dešimtuose tvirtai išlaikiusi savo poziciją ir pritraukusi absolventų, valstybinius brandos egzaminus išlaikiusių 86–100 balų, dėmesį. Įmonės „Soleil Plus“ logistikos vadovas, Kauno kolegijos dėstytojas Juras Tamelis pastebi, kad studentų smalsumas patvirtina sąmoningą apsisprendimą tapti logistikos srities specialistais: „Studentai suinteresuoti studijomis, siekia įgyti teorinių, praktinių žinių. Motyvacija studijuoti patvirtina faktas, kad dauguma jų trečiame kurse dirba pagal specialybę.“

Anot J.Tamelio, antraisiais studijų metais profesinė praktika trunka keturis mėnesius ir jos metu studentai įgyja praktinių įgūdžių bei „pasimatuoja“ logistiką: „Neretai po ilgos praktikos antrame studijų kurse būsimieji logistai yra įdarbinami įmonių, kuriose atliko praktiką. Taip pat kolegijos studentai yra nuolat skatinami stipendijomis, kurias inicijuoja verslo įmonės“, – apie studijų procesą ir studentų motyvavimą pasakoja dėstytojas.

Verslo pasaulyje vyrauja aštri konkurencija ir gausi prekių bei paslaugų pasiūla. Rinkodaros išmanymas atveria galimybes išsiskirti rinkoje ir pelnyti tiksli-

nės auditorijos dėmesį. Norint atitikti pirkėjų lūkesčius, būtina gebėti efektyviai organizuoti pardavimo procesą, atpažinti klientų poreikius ir sėkmingai valdyti prekės ženklą. Šios verslo tendencijos ir informacijos amžiuje nuolat auganti konkurencija atveria specialistų, išmanančių tiek marketingo, tiek pardavimų sferas, poreikį – Lietuvoje marketingo ir pardavimų srities specialistai patenka į paklausiausių darbuotojų trejetuką.

### Verslo fakultetas sistemingai įgyvendina partnerystės su verslo įmonėmis projektus.

UAB „Topo grupės“ Rinkodaros projektų vadovo, Kauno kolegijos dėstytojo ir absolvento Vidmanto Brinės manymu, didėjant skaitmenizacijos procesams visame pasaulyje, skaitmeninio marketingo ir pardavimų specialistų poreikis taip pat didėja. Dėstytojas V.Brinė neslepia, kad tokių specialistų poreikis padiktavo Pardavimų ir marketingo studijų programos atnaujinimo procesą: „Studijų procesas yra organizuojamas taip, kad baigę studijas absolventai gebėtų ne tik identifikuoti problemą, bet ir suprastų įmonei kylančias grėsmes ir siūlytų racionalius sprendimus ne vieno padalinio, bet visos organizacijos lygmeniu.“ Siekiant suteikti kompleksinių žinių ir įgūdžių, studentai gilinaisi į prekės

ženklų valdymo, pardavimų ir marketingo veiklos planavimo, e.verslo ir skaitmeninės rinkodaros subtilybes.

### Sveikatingumo versle – specialiai kvalifikuotų vadybininkų poreikis

Greitėjant gyvenimo tempui, vykstant gyvenimo būdo pokyčių, auga turizmo ir sveikatingumo paslaugų poreikis tiek Lietuvoje, tiek užsienyje. Turizmo, SPA ir sveikatingumo įmonių vadybą, specialistai taip pat brėžia palankias perspektyvas – žmonės vis daugiau dėmesio skiria poilsio kokybei, sveikatai. Plečiantis šalies kurortams ir kurortinėms teritorijoms, steigiantis naujoms įmonėms, didėja ir darbuotojų, turinčių specifinių žinių, poreikis. Atsižvelgdama į darbuotojų, išmanančių tiek vadybą, tiek sveikatingumo ir SPA paslaugų specifiką, poreikį, išreikštą įmonių, Kauno kolegija nuo 2018 m. rengia sveikatingumo ir SPA paslaugų vadybos specialistus.

Sveikatingumo verslas susijęs tiek su fizine, tiek su dvasine gerove, gyvenimo kokybe. Turizmo ir viešbučių vadybos katedros lektorė Aušra Liorančaitė-Šukienė neslepia, kad Sveikatingumo ir SPA paslaugų vadybos studijų programa nebuvo sugalvota paskubomis – tai ilgas, nuoseklus procesas: „Šios studijų programos užuomazgų atsirado dar 2011-aisiais, tad nebandomė išskirti greitųjų tendencijų ir vienadienių aktualijų traukinį. Glaudžiai bendradarbiaujome ir sėmėmės patirties iš socialinių partnerių Suomijoje, Danijoje,

### Kauno kolegijos Verslo fakultetas:

#### 12 studijų programų – 12 galimybių kurti savo ateitį!

- Buhalterinė apskaita
- Finansai
- Įstaigų ir įmonių administravimas
- Kultūros ir laisvalaikio vadyba
- Logistika
- Pardavimai ir marketingas
- Sporto vadyba
- Sveikatingumo ir SPA paslaugų vadyba
- Taikomoji komunikacija
- Tarptautinis verslas
- Teisė
- Turizmo ir viešbučių vadyba

Švedijoje – ten gerokai anksčiau pradėta kalbėti apie sveikatingumo paslaugų svarbą ir jau esama didelės patirties“, – detalizuoja dėstytoja.

Sveikatingumo ir SPA paslaugų vadybos studentai profesines kompetencijas plėtoja trijų praktiškų, trunkančių nuo 1 iki 3 mėnesių, metu. Programos absolventai nuo kitų sričių vadybininkų skirsis tuo, kad gebės kvalifikuotai parengti paslaugų klientui rinkinį: „Šių specialistų misija – sutrumpinti procesą tarp paslaugos tiekėjo ir gavėjo. Absolventai patys neatliks konkrečių sveikatingumo paslaugų, tačiau pagal tam tikras kiekvieno žmogaus individualias indikacijas generuos konkretų paslaugų paketą“, – pasakoja A.Liorančaitė-Šukienė ir priduria, kad šalies aukštosiose mokyklose rengiami sveikatingumo paslaugų specialistai įneš žymų indėlį į visuomenės sveikatą. **PR**