



PREAKCELERAVIMO PROGRAMA

Intensyvi preakceleravimo programa – praktinių ir teorinių mokymų kursas, skirtas atžalinėms ir MVĮ, siekiančioms komercializuoti MTEP rezultatus, vystyti verslo modelį ir pasirengti investicijų pritraukimui.

Programa vyks hibridiniu būdu.

MOKYMŲ TVARKARAŠTIS 2026 M.



TURINYS

1. Teisiniai verslo kūrimo ir valdymo pagrindai

05.04 Teisinių struktūrų pasirinkimas ir steigimas, sutartys ir derybos, atitiktis teisės aktams, rizikų valdymas, verslo plėtra ir tarptautiniai santykiai, atsižvelgiant į konkrečios atžalinės įmonės atvejį.

2. Įžanga/ Kliento problema ir pažinimas

05.06 ir 05.07 Programos pristatymas, lūkesčiai. Komandos brandos ir TPL/komercinio pasirengimo diagnostika. Individualių tikslų nustatymas ir fasilitatorių priskyrimas. Tema orientuota į tikslinės rinkos ir klientų poreikių identifikavimą. Praktinėje dalyje komandos formuos problemos hipotezę ir rengia vartotojų interviu planą.

3. Rinkos kontekstas ir konkurencija

05.11 ir 05.13 Pristatoma įmonės veikimo aplinka, apimanti konkurenčius vartotojų poreikius ir išorinius veiksnius, kurie daro įtaką strateginiams sprendimams. Dalyviai sukurs konkurencinę matricą ir nustatys savo pozicionavimo vietą rinkoje.

4. Vertės pasiūlymas ir pozicionavimas

05.18 ir 05.20 Pristatoma, kaip įmonė kuria išskirtinę vertę klientams ir formuoja savo poziciją rinkoje, pasitelkiant „Value Proposition Canvas“ metodą. Praktikoje komandos kurs pozicionavimo teiginius ir identifikuos savo unikalumą rinkoje.



TURINYS

5. Verslo modeliavimas ir pajamų logika

05.25 ir 05.27 Bus supažindinama, kaip organizacija struktūruoja savo verslo modelį, kuria vertės grandinę ir formuoja pajamų srautus, siekdama tvaraus augimo. Dalyviai kuria savo verslo modelio versiją ir analizuoja pajamų srautus.

6. Produkto kūrimo valdymas (MVP, TPL)

06.01 ir 06.03 Pristatomas produkto kūrimo konceptas, procesas, MVP kūrimo, prototipavimo, eksperimentų planavimo principai ir TPL progresija. Komandos sudarys MVP struktūrą ir testavimo planą.

7. Vartotojo patirtis (UX) ir sprendimų projektavimas

06.08 ir 06.10 Tema supažindins su UX principais, vartotojo kelionės žemėlapiams ir greituoju prototipavimu. Praktikoje bus kuriami „wireframe“ prototipai.

8. Pardavimai ir pirmųjų klientų pritraukimas

06.15 ir 06.17 Apima strategijų, rinkodaros principų ir vartotojų elgsenos analizę, siekiant suprasti, kaip efektyviai pristatyti produktą ar paslaugą rinkai ir sudominti pirmuosius klientus. Praktinėje dalyje bus taikomos įvairios pardavimų ir rinkodaros priemonės, tokios kaip socialinių tinklų kampanijos ar tiesioginiai pasiūlymai, siekiant realiai pritraukti pirmuosius klientus ir įvertinti jų reakciją.

9. Rinkodara ir komunikacijos strategija

06.22 ir 06.23 Pristatoma, kaip organizacija planuoja, formuoja ir įgyvendina veiksmingą rinkodaros bei komunikacijos kryptį, siekdama pasiekti tikslines auditorijas ir stiprinti prekės ženklo vertę. Dalyviai formuos komunikacijos žinutes, identifikuos tinkamiausius rinkodaros kanalus ir testuos auditorijų reakcijas.

10. Finansinis planavimas ir investicinis pasirengimas

06.29 ir 07.01 Analizuojama, kaip organizacija planuoja finansinius išteklius ir vertina investicijų poreikį. Praktinėse užduotyse dalyviai sudarys preliminarų biudžetą, modeliuos pinigų srautus ir vertins investicinių projektų atsiperkamumą.

11. Intelektinės nuosavybės (IN) valdymas

07.08 Supažindinama su patentavimo, licencijavimo, „know-how“ apsaugų modeliais ir IN rizikų valdymu. Dalyviai sudarys IN žemėlapi.

12. Atžalinių įmonių valdymas, praktiniai pavyzdžiai.

07.13 Analizuojami pagrindiniai valdymo principai ir praktiniai pavyzdžiai, o dalyviai atlieks užduotis, susijusias su ankstyvosios stadijos verslo modeliavimu ir augimo strategijų kūrimu. Praktikoje bus kuriama pradinė organizacinė schema.

13. Dirbtinio intelekto (DI) projektavimas, integravimas sprendimuose

07.15 ir 07.20 Apžvelgiamos DI technologijos, jų pritaikymo galimybės ir duomenų struktūros reikšmė. Dalyviai identifikuos DI galimybes savo produktui. Aptariami DI etikos, teisės ir saugumo aspektai bei techniniai integracijos scenarijai. Praktikoje bus sudaromas DI funkcijų prioritetų planas.

14. „Pitch“ ir investuotojų pristatymas

09.14 ir 09.16 Pristatoma, kaip organizacija planuoja, formuoja ir įgyvendina veiksmingą rinkodaros bei komunikacijos kryptį, siekdama pasiekti tikslines auditorijas ir stiprinti prekės ženklo vertę. Dalyviai formuos komunikacijos žinutes, identifikuos tinkamiausius rinkodaros kanalus ir testuos auditorijų reakcijas.



PREAKCELERAVIMO PROGRAMA

LEKTORIAI



Greta Žekienė

KTU Nacionalinio inovacijų ir verslo centro intelektinės nuosavybės valdymo projektų vadovė, asocijuota profesorė, intelektinės nuosavybės praktikė



Mantas Venšlauskas

Antreprenieris, mokslininkas, „VILIMED“ bendrąjį kūrėjas



Paulius Nezabitauskas

Tech-Park Kaunas vadovas. Verslo vystymo, rinkodaros, komunikacijos sričių ekspertas



Darius Bagdžiūnas

Antreprenieris, patyręs skaitmeninės rinkodaros ir IT profesionalas, įgyvendinęs tūkstančius projektų ir pelnęs tarptautinį pripažinimą.



Ramunė Miežanskienė

KTU Socialinių, humanitarinių mokslų ir menų fakulteto lektorė ir praktikė teisės srityje



PREAKCELERAVIMO PROGRAMA

LEKTORIAI



Živilė Paužaitė

Tech-Park Kaunas kokybės vadovė ir tvarumo iniciatyvų koordinatore



Vidas Raudonis

KTU Elektros ir elektronikos fakulteto profesorius, dirbtinio intelekto (DI) srities ekspertas



Tomas Černevičius

Tech-Park Kaunas projektų ekspertas, TIPVA. Technologijų ir inovacijų paramos verslui asociacijos direktorius



Rytis Krušinskas

KTU Ekonomikos ir verslo fakulteto finansų profesorius



Radvilas Šeputis

CRO agentūros bendrąjkūrėjas, skaitmeninio marketingo strategas