



## KAUNO TECHNOLOGIJOS UNIVERSITETAS

### STUDIJŲ MODULIO PROGRAMA (SMP)

Modulio kodas	S	191	M	011	Atestuotas iki	2020	09	01	Atnaujinimo data		
	Mokslų šaka		Progr.	Registr. Nr.							

Pavadinimas

Antrepreneriškas marketingas

Būtinasis pasirėngimas modulio studijoms

Marketingas, Marketingo valdymas

Pagrindinis tikslas

Igyti antrepreneriško marketingo valdymo žinias ir gebėjimų jas taikyti priimant kūrybiško, inovatyvaus ir mažo biudžeto marketingo sprendimus, skirtus naujoms ir jau veikiančioms mažoms ir vidutinėms įmonėms.

Siekiami modulio studijų rezultatai

Eil.nr.	Rezultatai	Studijų metodai	Studento pasiekimų vertinimo metodai
1	Geba suprasti antrepreneriško marketingo esmę naujausių marketingo teorijų kontekste.	Atvejo analizė (atvejo studijos), Darbas grupėse, Diskusija, Konceptijų žemėlapių sudarymas, Paskaita, Rekomenduojami skaitiniai	Žodinis iliustruotas pranešimas
2	Geba pritaikyti inovacijas formuojant mažos ir vidutinės bei naujos įmonės antrepreneriško marketingo kompleksą	Atvejo analizė (atvejo studijos), Darbas grupėse, Diskusija, Konsultaciniai seminarai, Paskaita, Praktinės užduotys, Problemų sprendimo sesijos	Projekto ataskaita, Žodinis iliustruotas pranešimas
3	Geba pritaikyti kūrybiško ir mažo biudžeto marketingo (provokuojančio, partizaninio, radikalaus, virusinio, leidimų, kt.) metodus antrepreneriškoje įmonėje.	Darbas grupėse, Diskusija, Konsultaciniai seminarai, Kviestinių dėstytojų (praktikų) paskaitos, Problemų sprendimo sesijos	Egzaminas kompiuteriu, Projekto ataskaita, Žodinis iliustruotas pranešimas
4	Geba iširti marketingo aplinkos veiksnių įtaką, siekiant priimti kūrybiškus sprendimus dėl antrepreneriško marketingo komplekso.	Atvejo analizė (atvejo studijos), Darbas grupėse, Grupinis (komandinis) projektas, Konsultaciniai seminarai, Paskaita	Projekto ataskaita, Žodinis iliustruotas pranešimas
5	Geba vertinti įmonėje vykstančius procesus ir tinkamai parinkti inovatyvius prekės/paslaugos kūrimo sprendimus.	Atvejo analizė (atvejo studijos), Darbas grupėse, Diskusija, Kviestinių dėstytojų (praktikų) paskaitos, Paskaita	Projekto ataskaita, Žodinis iliustruotas pranešimas
6	Geba pagrįsti antrepreneriško marketingo komplekso elementų strategijų parinkimą ir planavimą konkrečios situacijos atveju.	Atvejo analizė (atvejo studijos), Darbas grupėse, Diskusija, Grupinis (komandinis) projektas	Egzaminas kompiuteriu, Projekto ataskaita, Žodinis iliustruotas pranešimas
7	Geba teikti rekomendacijas dėl antrepreneriško marketingo sprendimų suinteresuotosioms grupėms, suvokiant teikiamų sprendimų etinius ir socialinius padarinius bei atsakomybę už juos.	Atvejo analizė (atvejo studijos), Darbas grupėse, Diskusija	Projekto ataskaita, Žodinis iliustruotas pranešimas
8	Demonstruoja komunikacinius įgūdžius pateikiant ir argumentuojant antrepreneriško marketingo sprendimus.	Darbas grupėse, Diskusija, Grupinis (komandinis) projektas	Projekto ataskaita, Žodinis iliustruotas pranešimas

## Anotacija

Įsisavinamos antrepreneriško marketingo žinios ir gebėjimai, kurie leidžia pagrįsti inovacijų, rizikos kapitalo bei kūrybiškumo esmę ir naudą naujoms ir jau veikiančioms mažoms ir vidutinėms įmonėms. Gebama teoriškai ir empiriškai argumentuoti antrepreneriško marketingo sprendimus. Gebama parinkti inovatyvius, kūrybiškus ir mažo biudžeto marketingo metodus. Atsižvelgiant į problemos ar situacijos pobūdį, gebama parengti antrepreneriško marketingo planą.

## Modulio paskirtis

Universitetinių studijų lygmuo		Dalykų grupė	Dalyko lygis
Pakopa	Laipsnis		
Antroji	Magistro	Studijų krypties pagrindų	Gilinamasis

Studijų sritis arba kryptis pagal studijų finansavimo metodiką

1. Humanitarinių mokslų studijų srities studijų kryptys (išskyrus filologiją), socialinių mokslų srities studijų kryptys (išskyrus psichologiją, švietimą ir ugdymą, visuomenės saugumą)

## Dalys (skyriniai) ir temos

Eil. Nr.	Pavadinimai
1.	Marketingas ir antreprenerystė
1.1	Antrepreneriškoji įmonės vadyba
1.2	Marketingas naujose įmonėse
1.3	Marketingas mažose ir vidutinėse įmonėse
2.	Marketingas ir inovacijos
2.1	Kūrybiško marketingo sprendimai
2.2	Mažo biudžeto marketingo metodai
3.	Antrepreneriško marketingo valdymas
3.1	Antrepreneriško marketingo aplinka
3.2	Inovatyvių prekių ir paslaugų kūrimas
3.3	Antrepreneriška kainodara
3.4	Antrepreneriškas marketingo kanalų valdymas
3.5	Interaktyvios komunikacijos naujose ar mažose ir vidutinėse įmonėse

Žinių ir gebėjimų įvertinimo tvarka:

Taikoma dešimtbalė kriterinė skalė ir kaupiamoji vertinimo schema. Semestro savarankiško darbo užduotys vertinamos pažymiu, egzaminų sesijos metu nustatomas galutinis pažymys, atskirus pažymius padauginant iš svertinio koeficiento ir sandaugas susumuojant.

## Pagrindinė literatūra

Eil.Nr.	Pavadinimas	Leidinio KTU bibliotekoje		Ar yra KTU knygyne	Egz. sk. fak. metod. kab.
		šifras	egz. sk.		
1.	May, B. (2015). Fundamentals of marketing for entrepreneurs: building a marketing & sales system: integrating digital, social, and content marketing: workbook. Bizperity Pres	E33854	1	Ne	
2.	Chaston, I. (2016). Entrepreneurial marketing: sustaining growth in all organisations. 2nd ed. London: Palgrave Macmillan.	D214488	1	Ne	
3.	Hopenienė, R. (2016). Antrepreneriškas marketingas. Mokomoji / metodinė medžiaga. Kaunas: KTU. Prieiga per <a href="https://moodle.ktu.edu/">https://moodle.ktu.edu/</a> . (Prisijungiama nurodžius vartotojo vardą ir slaptažodį).			Ne	1
<i>Komentaras: Moodle pateiktos paskaitų pateiktys, atvejų analizės, užduočių aprašai.</i>					
4.	Saucet, M. (2015). Street marketing™: the future of guerrilla marketing and buzz / Marcel Saucet ; foreword by Derrick Borte. Santa Barbara [Calif.]: Praeger, 2015. 191 p.	D214405	1	Ne	
5.	Lim, S. (2009). Viral Word-of-mouth and Email campaigns : influencing viral word-of-mouth and the transmission of emails on the Internet. Köln: LAP Lambert Academic Publishing, 2009. 76 p.	D214416	1	Ne	



