



KAUNO TECHNOLOGIJOS UNIVERSITETAS

STUDIJŲ MODULIO PROGRAMA (SMP)

Modulio kodas	S	191	M	111	Atestuotas iki	2020	09	01	Atnaujinimo data		
	Mokslų šaka		Progr.	Registr. Nr.							

Pavadinimas

Tarptautinis marketingas

Būtinai pasirengimas modulio studijoms

Marketingas

Pagrindinis tikslas

Įsisavinti tarptautinio marketingo teorijos žinias, apibūdinti specifinius tarptautinio marketingo instrumentus bei įgyti gebėjimus juos taikyti, sprendžiant įmonių tarptautinio marketingo problemas.

Siekiami modulio studijų rezultatai

Eil.nr.	Rezultatai	Studijų metodai	Studento pasiekimų vertinimo metodai
1	Suvokia marketingo sprendimų svarbą į internacionalizacijos procesą įsitraukusios įmonės konkurencinių pranašumų formavimo kontekste.	Atvejo analizė (atvejo studijos), Darbas grupėse, Diskusija, Konsultaciniai seminarai, Paskaita, Rekomenduojami skaitiniai	Egzaminas raštu, Praktikos ataskaita
2	Išmano tarptautinės rinkos specifiką ir moka parinkti tinkamus tarptautinio marketingo tipus.	Atvejo analizė (atvejo studijos), Darbas grupėse, Diskusija, Informacijos paieškos užduotis, Paskaita	Egzaminas raštu, Praktikos ataskaita
3	Demonstruoja žinias situacijos užsienio rinkoje analizės, strateginių ir taktinių tarptautinio marketingo sprendimų srityse.	Atvejo analizė (atvejo studijos), Darbas grupėse, Diskusija, Informacijos paieškos užduotis, Konsultaciniai seminarai, Paskaita	Egzaminas raštu, Praktikos ataskaita
4	Geba analizuoti tarptautinio marketingo aplinką, atlikti tarptautinio marketingo tyrimus.	Atvejo analizė (atvejo studijos), Diskusija, Informacijos paieškos užduotis, Paskaita	Egzaminas raštu, Praktikos ataskaita
5	Geba segmentuoti užsienio rinkas, parinkti pasiūlymo tarptautinėms rinkoms pozicionavimo strategiją.	Diskusija, Informacijos paieškos užduotis, Konsultaciniai seminarai, Paskaita, Praktinės užduotys	Egzaminas raštu, Praktikos ataskaita
6	Geba apibūdinti ir konkrečios situacijos pavyzdžiu moka parinkti įmonės įėjimo į užsienio rinką būdus.	Atvejo analizė (atvejo studijos), Darbas grupėse, Diskusija, Informacijos paieškos užduotis, Konsultaciniai seminarai, Paskaita	Egzaminas raštu, Praktikos ataskaita
7	Demonstruoja tarptautinio marketingo komplekso išmanymą, atskleidžiant specifinius marketingo komplekso, įmonei veikiant užsienio rinkose, sprendimus.	Atvejo analizė (atvejo studijos), Darbas grupėse, Diskusija, Informacijos paieškos užduotis, Konsultaciniai seminarai, Paskaita	Egzaminas raštu, Praktikos ataskaita
8	Geba sudaryti tarptautinio marketingo veiksmų planą ir išmano pagrindinius jo įgyvendinimo kontrolės principus.	Atvejo analizė (atvejo studijos), Darbas grupėse, Diskusija, Konsultaciniai seminarai, Paskaita, Rekomenduojami skaitiniai	Egzaminas raštu

Eil.nr.	Rezultatai	Studijų metodai	Studento pasiekimų vertinimo metodai
9	Geba sistemiskai analizuoti įmonės tarptautinio marketingo veiklą, aiškia moksline argumentacija pagrįsti konkrečių problemų sprendimui tinkamus tarptautinio marketingo sprendimus.	Atvejo analizė (atvejo studijos), Darbas grupėse, Diskusija	Egzaminas raštu, Praktikos ataskaita, Žodinis iliustruotas pranešimas
10	Geba įgytas tarptautinio marketingo žinias bei išugdytus gebėjimus panaudoti platesniame kontekste, pristatant ir argumentuojant siūlomas idėjas suinteresuotoms grupėms.	Atvejo analizė (atvejo studijos), Darbas grupėse, Diskusija	Praktikos ataskaita, Žodinis iliustruotas pranešimas

Anotacija

Įsisavinamos žinios, leidžiančios suprasti pagrindinius tarptautinio marketingo valdymo principus, priimti strateginius ir taktinius tarptautinio marketingo sprendimus. Gebama taikyti įgytas žinias analizuojant tarptautinio marketingo aplinką, atliekant tarptautinio marketingo tyrimus, segmentuojant užsienio rinkas, parenkant įėjimo į užsienio rinkas būdus, formuojant tarptautinio marketingo komplekso elementus, planuojant marketingo užsienio rinkose sprendimus bei atliekant mokslinius tyrimus tarptautinio marketingo srityje.

Modulio paskirtis

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

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.	Situacijos užsienio rinkoje analizė: marketingo aspektas
1.1	Tarptautinio marketingo samprata ir tipai
1.2	Tarptautinio marketingo aplinka
1.3	Tarptautinio marketingo tyrimų organizavimas
2.	Strateginiai tarptautinio marketingo sprendimai
2.1	Užsienio rinkų segmentavimas
2.2	Įėjimo į užsienio rinką formos
3.	Taktiniai tarptautinio marketingo sprendimai
3.1	Prekės užsienio rinkai sprendimai
3.2	Kainų užsienio rinkose sprendimai
3.3	Paskirstymas užsienio rinkose
3.4	Rėmimas užsienio rinkose
4.	Tarptautinio marketingo operacijų valdymas
4.1	Tarptautinio marketingo planavimas
4.2	Tarptautinio marketingo operacijų įgyvendinimas ir kontrolė

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.	Ghuri, P.N., Cateora, Ph. R. (2014). International Marketing. London: McGraw-Hill.	E27893	1	Ne	1

Eil.Nr.	Pavadinimas	Leidinio KTU bibliotekoje		Ar yra KTU knygyne	Egz. sk. fak. metod. kab.
		šifras	egz. sk.		
2.	Albaum, G., Duerr, E., & Josiassen, A. (2016). International Marketing and Export Management. Harlow: Pearson Education Limited.	D210214	1	Ne	1
3.	Kotabe M., Helsen K. (2015). International marketing : international student version. Singapore : Wiley.	E33471	1	Ne	1
4.	Kuvykaitė R. (2016). Tarptautinis marketingas. Mokomoji/metodinė medžiaga. Kaunas: KTU. Prieiga per https://moodle.ktu.edu (prisijungiama nurodžius vartotojo vardą ir slaptažodį).			Ne	
	<i>Komentaras: Virtualioje mokymo aplinkoje Moodle pateiktos paskaitų pateiktys, atvejų analizė, užduočių aprašai, rekomenduojami skaitiniai.</i>				

Papildoma literatūra

Eil.Nr.	Pavadinimas
1.	Bradley ,F. (2005), International Marketing Strategy. London: Prentice Hall.
2.	Czinkota,M.R., Ronkainen, I.A. (2013). International Marketing. South-Western , Cengage Learning.
3.	The SAGE Handbook of International Marketing. Vol.1- Vol.6 / Edited by Masaaki Kotabe. London: SAGE Publications, 2009.
4.	Cateora, P. R., Gilly, M. C., & Graham, J. L. (2016). International marketing. Irwin / McGraw-Hill.
5.	Hollensen, S. (2017). Global Marketing. Pearson. Higher Education.
6.	Craig, C. S., & Douglas, S. P. (2005). International Marketing Research. Chichester: John Wiley & Sons.
7.	Keegan W.J., Green M.C. (2015). Global marketing. Boston [Mass.] : Pearson.
8.	New Challenges to International Marketing / edited by Rudolf R. Sinkovics, Pervez N. Ghauri. Bingley : Emerald, 2009.
9.	Wiley international encyclopedia of marketing. International marketing. V. 6 / edited by Daniel C. Bello and David A. Griffith. Chichester : John Wiley & Sons, 2011.
10.	Journal of International Marketing/ EBSCO Publishing duomenų bazė [interaktyvus], adresu: http://web.ebscohost.com/ehost/selectdb? vid.
11.	International Marketing Review/ Emerald Management eJournals Collection [interaktyvus], adresu https://www.portal.euromonitor.com/portal/default.aspx .
12.	Passport GMID duomenų bazė [interaktyvus], adresu https://www.portal.euromonitor.com/portal/magazine/homemain .

Užsiėmimams reikalingos auditorijos (patalpos), techninė bazė ir programinė įranga

Užsiėmimo tipas	Auditorijos (patalpos) tipas	Nominalus vietų skaičius auditorijoje	Būtina įranga/pastabos
Teorija	(Klasikinė) auditorija	30	Multimedia projektorius, kompiuteris
Praktika	(Klasikinė) auditorija	30	Multimedia projektorius, kompiuteris
Savarankiškas darbas	Skaitykla		Kompiuteris

Dėstytojas

	Pareigos	Vardas, pavardė
Atsakingas dėstytojas	profesorius	Rita KUVYKAITĖ

Padalinys

	Pavadinimas	Kodas	Indėlis, %
Atsakingas padalinys	Ekonomikos, verslo ir vadybos akademinis centras	0640	100

Dėstomoji kalba

Rudens semestre:	Lietuvių, Anglų
------------------	-----------------

