



# KAUNO TECHNOLOGIJOS UNIVERSITETAS

## STUDIJŲ MODULIO PROGRAMA (SMP)

Modulio kodas	S	191	M	137	Atestuotas iki	2018	09	01	Atnaujinimo data		
	Mokslų šaka	Progr.	Registr. Nr.								

Pavadinimas

Rinkos strategijos

Būtinasis pasirėngimas modulio studijoms

Bakalauro studijų lygmuo

Pagrindinis tikslas

Suteikti organizacijos strateginio vystymo tarptautinėse rinkose kompetenciją.

Siekiami modulio studijų rezultatai

Eil.nr.	Rezultatai	Studijų metodai	Studento pasiekimų vertinimo metodai
1	Žino ir supranta organizacijos, vartotojų, konkurentų ir aplinkos veiksmų sisteminę ir procesinę sąveiką; tarptautinės ir globalios rinkų strategijos rengimo logiką.	Darbas grupėse, Paskaita, Rekomenduojami skaitiniai, Seminaras	Egzaminas, Projekto ataskaita
2	Išmano tarptautinės rinkos strategijas, žino novatyvių strategijų kūrimo technikas	Darbas grupėse, Paskaita, Praktinės užduotys, Problemų sprendimo sesijos	Egzaminas, Projekto ataskaita
3	Geba organizacijai parengti ėjimo į tarptautinę rinką strategiją.	Darbas grupėse, Diskusija, Konsultaciniai seminarai, Paskaita, Praktinės užduotys	Egzaminas, Kolegų įvertinimas, Projekto ataskaita
4	Geba analizuoti ir argumentuotai pristatyti ėjimo į tarptautines rinkas strateginius sprendimus	Darbas grupėse, Diskusija, Konsultaciniai seminarai, Paskaita, Praktinės užduotys	Egzaminas, Kolegų įvertinimas, Projekto ataskaita
5	Geba efektyviai dirbti virtualiose tarptautinėse komandose rengiant konkrečios įmonės ėjimo į užsienio rinką strategiją.	Darbas grupėse, Diskusija, Projektavimas (projektų rengimas ir vizualizavimas), Veiklos refleksija	Kolegų įvertinimas, Projekto ataskaita

Anotacija

Suteikiama tiek teorinių, tiek praktinių įvairaus pobūdžio organizacijų vystymo tarptautinėse rinkose žinių, ypatingai akcentuojant rinkų pasirinkimo, potencialo analizės, novatyvių strategijų kūrimo kompetenciją. Akcentuojama ir organizacijos pasirėngimo vystyti tarptautines rinkas dedamoji. Studentai dirba virtualiose multikultūrinėse komandose, teikdami ėjimo į užsienio rinką strategijos pasiūlymą konkrečiai įmonei.

Modulio paskirtis

Universitetinių studijų lygmuo		Dalykų grupė	Dalyko lygis
Pakopa	Laipsnis		
Antroji	Magistro	Studijų krypties gilinimosi	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.	Organizacijos vystymo tarptautinėse rinkose strateginis planavimas.
2.	Darbo virtualiose multikultūrinėse komandose organizavimo ypatumai
3.	Organizacijos parametų ir charakteristikų vystant tarptautines rinkas vaidmens įvertinimas
4.	Vartotojų tyrimų tarptautinėse rinkose ypatumai

Eil. Nr.	Pavadinimai
5.	Tarptautinių rinkų vartotojų profiliavimas
6.	Konkurentų tarptautinėse rinkose analizė
7.	Aplinkos veiksnių, įtakančių tarptautinės rinkos strategijos pasirinkimą, identifikavimas
8.	Kultūrinės ir geopolitinės rinkų dimensijų analizė
9.	Strateginių tikslų tarptautinėse rinkose formulavimas
10.	Tarptautinių rinkų strategijų grupės
11.	Strateginio prisitaikymo dilemos sprendimo logika
12.	Rinkos strategijų tarptautiškumo vs. globalumo problematika
13.	Šiuolakinis požiūris į globalias strategijas
14.	Tarptautinių rinkų strategijos įgyvendinimo organizavimas
15.	Tarptautinių rinkų strategijų (atvejų) prezentavimo ypatumai
16.	Tarptautinių rinkų strategijos: gerosios patirties analizė

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.	Wootton S., Horne T. Strategic Thinking: A Nine Step Approach to Strategy and Leadership for Managers and Marketers. Kogan Page; Third Edition edition (2010).			Ne	
2.	Lymbersky Ch. Market Entry Strategies: Text, Cases And Readings In Market Entry Management. Management Laboratory Press (2008).			Ne	
3.	Rughase. Identity and Strategy How Individual Visions Enable the Design of a Market Strategy. Edward Elgar Publishing (2006)			Ne	
4.	Yadong Luo. Entry and Cooperative Strategies in International Business Expansion. Praeger(1999)			Ne	
5.	Friedman. Go-to-Market Strategy : advanced techniques and tools for selling more products, to more customers, more profitably. 2002	D192397	2	Ne	

Papildoma literatūra

Eil.Nr.	Pavadinimas
1.	Žydrųjų vandenynų strategija : kaip sukurti neginčijamą rinkos erdvę ir pasiekti, kad konkurencija taptų nereikšminga / W. Chan Kim, Renée Mauborgne. Vilnius, 2006.
2.	Strateginio marketingo plano rengimo metodologija [elektroninis išteklius] : mokomoji knyga / Inga Uus, Rimgailė Vaitkienė, Monika Petraitė ; KTU. 2012.
3.	Emerald duomenų bazė: <a href="http://www.emeraldinsight.com/jotw">http://www.emeraldinsight.com/jotw</a>
4.	EBSCO duomenų bazė <a href="http://www.search.global.epnet.com">http://www.search.global.epnet.com</a>
5.	STATSnetBASE: Statistical Sciences Online duomenų bazė. <a href="http://www.statsnetbase.com/">http://www.statsnetbase.com/</a>
6.	Pasaulinė profesionalių tyrėjų asociacija ESOMAR: <a href="http://esomar.nl">http://esomar.nl</a>

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

Užsiėmimo tipas	Auditorijos (patalpos) tipas	Nominalus vietų skaičius auditorijoje	Būtina įranga/pastabos
Teorija	Amfiteatrinė auditorija		Multimedija, internetas, kolonėlės, prieiga prie prenumeruojamų duomenų bazių
Praktika	(Klasikinė) auditorija		Multimedija, internetas, prieiga prie prenumeruojamų duomenų bazių
Laboratorinis	Kompiuterių klasė		Internetas, prieiga prie prenumeruojamų duomenų bazių.

