



## DALYKO (MODULIO) APRAŠAS

<b>Dalyko (modulio) pavadinimas</b>	<b>Kodas</b>
Globalus verslas	2022 02 04

<b>Dėstytojas (-ai)</b>	<b>Padalinys (-iai)</b>
<b>Koordinuojantis:</b> doc. Dr. Mangirdas Morkūnas <b>Kitas (-i):</b>	Ekonomikos ir verslo administravimo fakultetas Saulėtekio al. 9, II rūmai, LT 10222 Vilnius

<b>Studijų pakopa</b>	<b>Dalyko (modulio) tipas</b>
Pirmoji	Privalomasis, pasirenkamas

<b>Igyvendinimo forma</b>	<b>Vykdyto laikotarpis</b>	<b>Vykdyto kalba (-os)</b>
Auditorinė, nuotolinė	Pavasario semestras	Lietuvių, anglų

<b>Reikalavimai studijuojančiajam</b>
<b>Išankstiniai reikalavimai:</b> nėra

<b>Dalyko (modulio) apimtis kreditais</b>	<b>Visas studento darbo krūvis</b>	<b>Kontaktinio darbo valandos</b>	<b>Savarankiško darbo valandos</b>
5	130	48	82

### **Dalyko (modulio) tikslas: studijų programos ugdomos kompetencijos**

Šiuo dalyku siekiama ugdyti: gebėjimą kelti ir spręsti tarpkultūrinės elgsenos problemas, kylančias globalios rinkodaros ir verslo aplinkoje; taikyti tarpkultūrinės vadybos teorines žinias praktinėje verslo organizacijų veikloje; gebėjimą analizuoti ir panaudoti informaciją, susijusią su kultūriniais verslo ir rinkodaros skirtingumais; gebėjimą bendrauti ir bendradarbiauti dirbant multikultūrinėse komandose.

Dalyko (modulio) studijų siekiniai	Studijų metodai	Vertinimo metodai
Žinos esminius globalaus verslo vystymo ypatumus ir gebės derinti rinkodaros veiklas skirtingose rinkose geografiniu bei kultūriniu požiūriu.	Tradicinė bei interaktyvi paskaita, diskusija, atvejo analizė, problemų sprendimų grįstas mokymasis, grupinis (komandinis) projektas.	Testas, probleminių sprendimų užduotis, žodinis iliustruotas pranešimas.
Gebės derinti rinkodaros veiksmus ir įvertinti jų tikslingumą globaliose rinkose, atrasti artimas vartotojų elgsenos požūri rinkas.		
Gebės pritaikyti globalių rinkų segmentavimo principus ir pagrįsti jų tinkamumą sėkmingam produkto įvedimui į rinką.		

Temos	Kontaktinio darbo valandos							Savarankiškų studijų laikas ir užduotys	
	Paskaitos	Konsultacijos	Seminarai	Pratybos	Laboratoriniai darbai	Praktika	Visas kontaktinis darbas	Savarankiškas darbas	Užduotys
<b>Įvadinė paskaita</b>	2						2		
<b>Globalizacija ir jos poveikis verslui</b> (kultūrų difuzija, „globalus“ vartotojas, integruotos globalios tiekimo grandinės, deglobalizacijos tendencijos)	4		2				6	10	Mokslinės ir metodinės literatūros studijos (Peng “Global Business” 2-19)

<b>Globalaus verslo aplinka, prekybos blokai ir reguliaciniai tarptautinės prekybos/investicijų mechanizmai</b> (Politinė, technologinė, teisinė, ekonominė aplinkos; ES, NAFTA, MERCOSUR, OPEC, Eurazijos sąjunga; PPO)	2		2					<b>4</b>	<b>8</b>	Pasirinktos užsienio šalies verslo aplinkos analizė. Metodinės literatūros studijos (Peng "Global Business" 21-85)
<b>Įmonių išsigijimai, susiliejimai. Strateginiai aljansai</b> (esminės atsiradimo priežastys, prielaidos būtinos aljansų formavimuisi, veiklos sritys)	2		2					<b>4</b>	<b>4</b>	Metodinės literatūros studijos (Peng "Global Business" 169-185). Atvejo analizė.
<b>Veiklos užsienio rinkose licencijavimas, frančizė.</b>	2		2					<b>4</b>	<b>2</b>	Metodinės literatūros studijos (Peng "Global Business" 82-101). Atvejo analizė.
<b>Globalaus verslo rinkos tyrimai</b> (vartotojų preferencijų, gamintojų, paskirstymo kanalų, mažmeninkų analizė)	4		2					<b>6</b>	<b>14</b>	Pasirinktos šalies pasirinktos prekių grupės rinkos analizė (darbas su Euromonitor International DB)
<b>Įėjimo į užsienio rinkas strategijos</b> (eksporto strategijos, tarpinio rinkos užvaldymo strategijos, hierarchinio verslo strategijos, veiklos ranga (outsourcing) bei atsakomybių dalinimasis (sub-contracting))	6		2					<b>8</b>	<b>16</b>	Tinkamiausios įėjimo į pasirinktą užsienio šalį su pasirinktos prekių grupės produktais parinkimas. Metodinės literatūros studijos (Peng "Global business" 152-201, papildoma: Holensen „Global Marketing“ 7th Ed. Part III (343-390))
<b>Tarptautinės prekybos bei tarptautinių investicijų strategijos</b> (Merkantilizmas, gamybos veiksnių mobilumo teorija; Heckshler-Ohlin modelis, Vernon prekybos gyvavimo ciklo teorija, šiuolaikinės prekybos teorijos)	6		2					<b>8</b>	<b>12</b>	Mokslinės ir metodinės literatūros studijos (Peng "Global business" 86-151, papildoma: Holensen „Global Marketing“ 7th Ed. Part I (5-180)).
<b>Kylančios rinkos ir verslo elgsena jose</b> (besivystančių rinkų klasifikacija; šalių rinkų priklausomybė nuo naftos, žemės ūkio produktų ir kitų išteklių kainų; įėjimo strategijos į mažiausiai išsivysčiusias šalis)	4		2					<b>6</b>	<b>8</b>	Mokslinės literatūros studijos (OECD BUSINESS INSIGHTS ON EMERGING MARKETS 2021)
<b>Pasirengimas egzaminui</b>									<b>8</b>	
<b>Iš viso</b>	<b>32</b>		<b>16</b>					<b>48</b>	<b>82</b>	

<b>Vertinimo strategija</b>	<b>Svoris proc.</b>	<b>Atsiskaitymo laikas</b>	<b>Vertinimo kriterijai</b>
Galimybių įeiti į pasirinktos užsienio šalies rinką analizė	30	Semestro metu	Grupinis (4 studentai grupėje) projektas. Siekiant gauti šios dalies įvertinimą turi būti atliktos visos jį sudarančios dalys. Vertinamas pristatymo išsamumas, reakcija į pasiūlymus, atsakymų į dėstytojo ir auditorijos klausimus išsamumas. Visiems grupės nariams skiriamas tas pats įvertinimas. Darbo pabaigoje pateikiama ataskaita MS Word formatu, kurioje pateikiama nuosekli informacija atsižvelgiant į pristatymo metu gautas pastabas. Konkretūs vertinimo kriterijai pateikiami kartu su užduotimi Emokymai sistemoje
Tarpinis testas	30	Antro semestro mėnesio pabaigoje – trečio pradžioje	Testas raštu su 12 uždarų klausimų ("multiple choice") ir 3 atvirais, kuriuose reikia pateikti trumpą komentarą. Kiekvienas klausimas įvertintas 1 tašku. Užverstos knygos principas.
Baigiamasis testas	40	Semestro pabaigoje	Testas raštu su 15 uždarų klausimų ("multiple choice") ir 5 atvirais, kuriuose reikia pateikti trumpą komentarą. Kiekvienas klausimas įvertintas 1 tašku. Klausimų iš tarpinio atsiskaitymo medžiagos nėra. Užverstos knygos principas.
<b>Egzamino vertinimo eksterne strategija</b>	<b>Svoris proc.</b>	<b>Atsiskaitymo laikas</b>	<b>Vertinimo kriterijai</b>
Galimybių įeiti į pasirinktos užsienio šalies rinką analizė	<b>30</b>	Iki egzamino	Pateikiama raštu MS Word formatu. Vertinama analizės gilumas, argumentų pagrįstumas.
Testas	<b>70</b>	Individualiai sutarta data su dėstytoju	Testas raštu su 20 uždarų klausimų ("multiple choice") ir 5 atvirais, kuriuose reikia pateikti trumpą komentarą. Kiekvienas klausimas įvertintas 1 tašku. Užverstos knygos principas.

<b>Autorius</b>	<b>Leidi mo metai</b>	<b>Pavadinimas</b>	<b>Periodinio leidinio Nr. ar leidinio tomas</b>	<b>Leidimo vieta ir leidykla ar internetinė nuoroda</b>
<b>Privalomoji literatūra</b>				
Peng, W.M.	2020	Global Business	4 <sup>th</sup> ed.	Cengage Learning
OECD	2021	BUSINESS INSIGHTS ON EMERGING MARKETS 2020		OECD secretariat
<b>Papildoma literatūra</b>				
Geringer, M; McNett, J.	2022	International Business	3 <sup>rd</sup> ed.	McGraw Hill
Collinson, S. et al.	2020	International Business	8 <sup>th</sup> ed.	Pearson
Holensen, S.	2016	Global Marketing	7 <sup>th</sup> ed.	Pearson