

RTU studiju kurss "Starptautiskais bizness"

02C60 Rīgas Biznesa skola

Vispārējā informācija

Kods	BS0017
Nosaukums	Starptautiskais bizness
Studiju kursa statuss programmā	Obligātais/Ierobežotās izvēles
Atbildīgais mācībspēks	Nellija Titova - Studiju programmas direktors
Mācībspēks	Zanda Vipule - Vadošais jomas eksperts
Apjoms daļās un kredītpunktos	1 daļa, 7.0 kredītpunkti
Studiju kursa īstenošanas valodas	EN
Anotācija	Studiju kursā tiek apvienota starptautiskā biznesa teorētiskā pieeja ar tās praktisko pielietojumu, tādējādi apgūstot praktisku izpratni par starptautisko biznesu, uzsvaru liekot uz biznesa attīstību, sadarbības un tirdzniecības veidošanu starptautiskajos tirgos. Tiek analizētas praktiskas situācijas un meklēti biznesa risinājumi, ņemot vērā starptautiskā biznesa aspektus un izvērtējot potenciālās iespējas dažādās valstīs. Šīs zināšanas un prasmes ir noderīgas, vadot un pārvaldot biznesu starptautiskā vidē, pilnveidojot analītiskās, tirgus izpētes, biznesa prezentācijas prasmes.
Mērķis un uzdevumi, izteikti kompetencēs un prasmēs	Studiju kursa mērķis ir veicināt starptautiskā biznesa pārvaldību, lai veiktu stratēģiskus lēmumus, izvērtējot starptautisko vidi, tirgus raksturojumu un prasības. Studiju kursa uzdevumi: 1. Iepazīstināt ar starptautiskā tirgus aspektiem (politikas, likumdošanas, konkurences, piegādes ķēdes, vides, u.c.). 2. Radīt izpratni par starptautiskā biznesa attīstības veidiem un iespējām dažādos tirgos. 3. Attīstīt prasmes izstrādāt starptautiskā tirgus konkurences un tās elementu analīzi. 4. Attīstīt prasmes pilnveidot stratēģisku, uz faktiem balstītu analīzi par starptautiskiem tirgiem, izvērtējot dažādas industrijas un uzņēmumu attīstības stadijas.
Patstāvīgais darbs, tā organizācija un uzdevumi	Studiju kursa pamatā ir patstāvīgi izveidota starptautiskā tirgus analīze. Studenti pastāvīgi analizē studiju kursa literatūru, individuālu gadījumu situāciju pārskatu, un atbildot uz norādītajiem jautājumiem, gatavojas diskusijām grupās. Studentu grupai (4-5 studenti) tiek piešķirts noteikts uzdevums, kas iekļauj noteikta biznesa vienības analīzi, kam nepieciešams atbalsts starptautiskā tirgus attīstībā. Studentu grupa analizē uzņēmuma pašreizējo starptautiskā tirgus attīstības stratēģiju un sniedz koncentrētu starptautiskajam tirgum piemērotu pārdošanas un marketinga informāciju. Pēc tam studenti veic potenciālākā un perspektīvākā starptautiskā tirgus analīzi, nosakot prioritātes, kam seko padziļināta informācija par vienu konkrētu starptautisko tirgu, detalizēti analizējot sadarbības partnerus, konkurentus un to pozīcijas un spēkus tirgū.
Literatūra	Obligātā/Obligatory: • True Fruits: Prioritizing the international markets of a German smoothie company, Mark Fetsherin, Patriks Sells, 2017, 13 pp. • LogiNext: An Indian Start-up Scales Challenges in the GCC Region, Neelakanta Rao Nanubala, Snehal Awate, Swapna A J, 2020, 11 pp. • Inti Games: Opportunities to sell a Dutch company in Australia. Start or wait?, Jiayu Cai, Chenyuan Dang, Alvin Tan, Willem Hulsink, 2014, 10 pp. • Quinta do Vallado: From a local Portuguese wine producer to sales on international markets, Felipe Monteiro, Marta Pimentel, Anne-Marie Carrick, 2020, 52 pp.
Nepieciešamās priekšzināšanas	Angļu valodas priekšzināšanas.

Studiju kursa saturs

Saturs	Pilna un nepilna laika klātienēs studijas		Nepilna laika neklātienēs studijas	
	Kontakt stundas	Patstāv. darbs	Kontakt stundas	Patstāv. darbs
Globalizācija, starptautiskā sadarbība un starptautiskais bizness.	20	16	0	0
Valstu konkurētspēja un kultūras atšķirības.	20	4	0	0
Konkurētspēja starptautiskajā tirgū.	10	18	0	0
Tirgus attīstības stratēģijas un iespējas starptautiskajā tirgū (valstu izvēle, ienākšanas veidi, partneru atlase).	10	20	0	0
Komunikācija starptautiskajos tirgos.	10	10	0	0
Starptautiskā tirgus konkurētspējas un tirgus situācijas stratēģiskā analīze.	10	12	0	0
Kopā:	80	80	0	0

Sasniedzamie studiju rezultāti un to vērtēšana

Sasniedzamie studiju rezultāti	Rezultātu vērtēšanas metodes
Spēj izvērtēt starptautiskā biznesa situāciju, veidojot kontekstu un dažādus tirgus aspektus.	Aktivitāte lekcijā, gala eksāmens, mājasdarbi, starpeksāmens.
Spēj izvērtēt dotās biznesa vienības starptautiskā tirgus pozīciju un to izceļošo informāciju.	Starpeksāmens, mājasdarbi, gala eksāmens, pārbaudes darbi.
Pārzina un orientējas starptautiskās konkurences un tirgus veidojošos elementos.	Aktivitāte lekcijā, mājasdarbi, gala eksāmens.

Izprot sekundāro un primāro starptautiskā tirgus informāciju, prioritizē to un veido stāstījumu.	Mājasdarbi, gala eksāmens, pārbaudes darbi.
Spēj veidot stratēģisku, uz faktiem balstītu analīzi par starptautiskiem tirgiem, izvērtējot individuālas industrijas un uzņēmumu attīstības stadijas nianšes.	Mājasdarbi, gala eksāmens, pārbaudes darbi.

Studiju rezultātu vērtēšanas kritēriji

Kritērijs	% no kopējā vērtējuma
Starpeksāmens	20
Gala eksāmens	20
Mājasdarbi	20
Pārbaudes darbi	20
Dalība un aktivitāte lekcijās	20
Kopā:	100

Studiju kursa plānojums

Daļa	KP	Stundas			Pārbaudījumi		
		Lekcijas	Prakt d.	Laborat	Ieskaite	Eksām.	Darbs
1.	7.0	20.0	60.0	0.0		*	