RTU studiju kurss "Erasmus+ kombinētā intensīvā programma "Biznesa modelēšana un stratēģisko lēmumu pieņemšana ar CELEMI Enterprise""

02D03 Starptautiskās mobilitātes nodaļa

Vispārējā informācija

Kods	SM0038
Nosaukums	Erasmus+ kombinētā intensīvā programma "Biznesa modelēšana un stratēģisko lēmumu pieņemšana ar CELEMI Enterprise"
Studiju kursa statuss programmā	Brīvās izvēles
Atbildīgais mācībspēks	Raitis Narvilis - Pasniedzējs
Apjoms daļās un kredītpunktos	1 daļa, 3.0 kredītpunkti
Studiju kursa īstenošanas valodas	EN
Anotācija	Studiju kurss veidots kā biznesa stratēģijas modelēšanas praktikums, kurā bakalaura studiju noslēguma posma (3.–4. kursa) studenti integrē iepriekš iegūtās zināšanas stratēģiskajā vadībā, mārketingā, finanšu analīzē un uzņēmējdarbības vadībā, izstrādājot un pamatojot uzņēmuma attīstības stratēģiju biznesa simulācijas vidē, izmantojot CELEMI Enterprise simulāciju. Studiju kursā aplūkota uzņēmuma ārējās un iekšējās vides analīze, tirgus un konkurences situācijas izvērtēšana, klientu segmentēšana, stratēģisko mērķu formulēšana, stratēģisko alternatīvu izvērtēšana, uzņēmuma attīstības stratēģijas izstrāde, kā arī tās īstenošanas un kontroles principi. Studiju kursā izmanto biznesa stratēģijas modelēšanas un analīzes metodes, tostarp galveno darbības rādītāju (KPI), finanšu pārskatu un ieguldījumu atdeves (ROI) analīzi, kā arī stratēģiskās plānošanas ietvarus, piemēram, SOSTAC. Praktiskajos uzdevumos studenti analizē uzņēmuma situāciju, formulē stratēģiskos mērķus, izvērtē alternatīvas, izstrādā izaugsmes stratēģiju un pamato lēmumus, balstoties uz finanšu un nefinanšu darbības rādītājiem. CELEMI Enterprise biznesa simulācija, uzņēmumu apmeklējumi un gadījumu analīze tiek izmantoti kā mācību metodes, kas starptautiskās un kultūras ziņā daudzveidīgās komandās apvieno teorētiskās zināšanas ar praktisku stratēģisko lēmumu pieņemšanu. Īpaša uzmanība pievērsta stratēģisko alternatīvu izvērtēšanai, starpfunkcionālo biznesa procesu analīzei, cenu veidošanai, produktu portfeļa lēmumiem, zīmolvedībai, ilgtspējai un datos balstītu vadības lēmumu pieņemšanai nenoteiktības apstākļos. Studenti pieņem stratēģiskus lēmumus nenoteiktības apstākļos, izvērtē dažādu stratēģisko alternatīvu iespējamo ietekmi uz uzņēmuma konkurētspēju un ilgtermiņa attīstību, kā arī aizstāv savus rezultātus žūrijas priekšā.
Mērķis un uzdevumi, izteikti kompetencēs un prasmēs	Studiju kursa mērķis ir sniegt bakalaura studiju noslēguma posma studentiem praktisku pieredzi un attīstīt kompetenci integrēt iepriekš iegūtās zināšanas uzņēmuma stratēģijā, finanšu lēmumu pieņemšanā un starpfunkcionālajā darbībā konkurences apstākļos, izmantojot CELEMI Enterprise simulāciju. Studiju kursa uzdevumi: - attīstīt spēju piemērot stratēģiskās vadības, mārketinga, finanšu un uzņēmējdarbības vadības pieejas (tostarp SOSTAC ietvaru) aktuālu biznesa izaicinājumu risināšanā un uzņēmuma attīstības stratēģijas modelēšanā; - attīstīt spēju analizēt uzņēmuma ārējo un iekšējo vidi, tirgus tendences, klientu segmentus un konkurences vidi, izmantojot stratēģiskās analīzes metodes un pamatojot to izvēli; - pilnveidot spēju analizēt finanšu pārskatus, KPI un tirgus tendences, lai pieņemtu datos balstītus operatīvos lēmumus, kā arī kritiski interpretēt finanšu un nefinanšu darbības rādītājus (tostarp KPI un ROI) stratēģisku lēmumu pieņemšanai un darbības rezultātu novērtēšanai; - attīstīt spēju efektīvi sadarboties starptautiskās un kultūras ziņā daudzveidīgās komandās ierobežotā laikā, formulēt stratēģiskos mērķus, izvērtēt stratēģiskās alternatīvas, modelēt uzņēmuma attīstības stratēģiju, plānot tās īstenošanu un kontroli, kā arī ar pierādījumiem pamatot un žūrijas priekšā aizstāvēt izvēlētos stratēģiskos risinājumus.
Patstāvīgais darbs, tā organizācija un uzdevumi	Patstāvīgajā darbā studenti starptautiskās komandās (4–6 studenti) analizē izvēlēta uzņēmuma gadījumu, simulētu biznesa situāciju vai mācībspēka sagatavotus pirmskursa materiālus. Uzdevuma laikā studenti analizē uzņēmuma ārējo un iekšējo vidi, identificē būtiskākās problēmas un attīstības iespējas, formulē stratēģiskos mērķus un izstrādā pamatotu uzņēmuma attīstības stratēģiju. Patstāvīgajā darbā iekļauj uzņēmuma biznesa modeļa aprakstu, komandas stratēģisko plānošanu, tirgus un konkurences analīzi, klientu segmentēšanu un vērtības piedāvājumu, lēmumu analīzi starp simulācijas cikliem, finanšu pārskatu un KPI interpretāciju, pārdomas par uzņēmumu apmeklējumiem, īstenošanas plānu, kontroles mehānismus, risku novērtējumu un iespējamo uzņēmuma attīstības scenāriju modelēšanu. Patstāvīgā darba rezultātā studenti sagatavo analītisku ziņojumu, noslēguma stratēģisko prezentāciju un individuālu pašrefleksijas ziņojumu. Tajos sistemātiski pamato uzņēmuma situācijas analīzi, formulē stratēģiskos mērķus, izvērtē stratēģiskās alternatīvas, izstrādā uzņēmuma attīstības stratēģiju, nosaka tās īstenošanas un kontroles risinājumus, kā arī ar pierādījumiem pamato pieņemtos vadības lēmumus.

Literatūra	Obligātā/ Obligatory: 1.Strategic Marketing Management / Alexander Chernev, Kellogg School of Management, Northwestern University ; foreword by Philip Kotler, 9th ed., Chicago, Illinois : Cerebellum Press, 2018., 287 pp. 2.Exploring Strategy : Text and Cases / Richard Whittington, Patrick Regnér, Duncan Angwin, Gerry Johnson, Kevan Scholes, 12th ed., Harlow, England : Pearson Education Limited, 2019., 837 pp. 3.SOSTAC® Guide to your Perfect Digital Marketing Plan / PR Smith, London : PR Smith Publishing, 2022., 220 pp. Papildu/ Additional: 1.Celemi Systems AB. CELEMI Enterprise™ Facilitator and Participant Materials 2.Digital Marketing Excellence : planning, optimizing and integrating online marketing / PR Smith, Dave Chaffey, 6th ed., London : Routledge, 2022., 676 pp. 3.Blue Ocean Strategy : how to create uncontested market space and make the competition irrelevant / W. Chan Kim, Renée Mauborgne, expanded ed., Boston, Massachusetts : Harvard Business Review Press, 2015., 320 pp. 4.Competitive Strategy : techniques for analyzing industries and competitors / Michael E. Porter, New York : Free Press, 1998., 397 pp. 5.The Balanced Scorecard : translating strategy into action / Robert S. Kaplan, David P. Norton, Boston, Massachusetts : Harvard Business School Press, 1996., 336 pp. 6.Marketing Management / Philip Kotler, Kevin Lane Keller, Alexander Chernev, 16th ed., Harlow, England : Pearson Education, 2022., 624 pp. 7.Strategic Management and Business Policy : globalization, innovation and sustainability / Thomas L. Wheelen, J. David Hunger, Alan N. Hoffman, Charles E. Bamford, 15th ed., Harlow, England : Pearson Education, 2018., 864 pp. 8.Playing to Win : how strategy really works / A.G. Lafley, Roger L. Martin, Boston, Massachusetts : Harvard Business School Press, 2013., 272 pp. 9.Good Strategy Bad Strategy : the difference and why it matters / Richard Rumelt, New York : Crown Business, 2011., 336 pp. 10.Measure What Matters : OKRs : the simple idea that drives 10x growth / John Doerr ; foreword by Larry Page, New York : Portfolio/Penguin, 2018., 320 pp.
Nepieciešamās priekšzināšanas	Bakalaura studiju 3.–4. kursa līmeņa priekšzināšanas uzņēmējdarbībā, vadībzinātnē, ekonomikā, inženierzinātnēs vai saistītā jomā, angļu valodas prasme vismaz B2 līmenī. Jāzina stratēģiskā vadība, mārketings, uzņēmuma darbības rezultātu analīze un stratēģijas rīki (SVID, PESTEL, Portera 5 spēku modelis, BCG matrica, SMART, OKR, STP, Ansofa matrica, zilā okeāna pieeja, 7P), kā arī finanšu pārskati (peļņas vai zaudējumu aprēķins, bilance, naudas plūsmas pārskats) un darbības rādītāji (KPI, ROI).

Studiju kursa saturs

Saturs	Pilna un nepilna laika klātienes studijas		Nepilna laika neklātienes studijas	
	Kontakt stundas	Patstāv. darbs	Kontakt stundas	Patstāv. darbs
Virtuālā daļa (tiešsaistes nodarbības): ievadnodarbība, programmas iepazīstināšana, CELEMI plānošanas modelis, simulācijas noteikumi un prasības, sākotnējā komandas plānošana.	2	6	2	8
Tirgus analīze un starptautiskā stratēģija (1. diena): ievads tirgus un konkurences jautājumos, CELEMI Enterprise testa gads un 2. gads, starptautiskā stratēģija un starpkultūru sadarbība.	7	8	3	11
Stratēģiskā plānošana, procesi un darbība (2. diena): stratēģiskā plānošana, izmantojot SOSTAC, CELEMI Enterprise simulācijas 3. un 4. gads, biznesa procesi, kvalitāte, lēmumu pārskatīšana un vadīta refleksija.	7	8	3	13
Digitālā transformācija un uzņēmējdarbības procesi (3. diena): uzņēmuma apmeklējums Nr. 1, gūtās atziņas, CELEMI Enterprise simulācijas 5. un 6. gads (cenu veidošanas un produktu portfeļa lēmumi).	6	8	3	10
Finanses, līderība, mārketings un ilgtspēja (4. diena): finanšu analīze un KPI, CELEMI Enterprise simulācijas 7. un 8. gads, cilvēkresursi, līderība, uzņēmuma apmeklējums Nr. 2 (zīmolvedība un ilgtspēja).	7	8	3	10
Noslēguma stratēģiskais cikls, prezentācijas un izvērtēšana (5. diena): prezentēšanas prasmes, gatavošanās noslēguma prezentācijām, komandu noslēguma prezentācijas un aizstāvēšana žūrijas priekšā, izvērtēšana un studentu pašrefleksija.	6	11	2	16
Kopā:	35	49	16	68

Sasniedzamie studiju rezultāti un to vērtēšana

Sasniedzamie studiju rezultāti	Rezultātu vērtēšanas metodes
Spēj piemērot stratēģiskās plānošanas ietvarus (piemēram, SOSTAC) aktuālu biznesa izaicinājumu risināšanā un izmantot biznesa stratēģijas modelēšanas pamatprincipus.	Metode: Aktīva līdzdalība un individuālā pašrefleksija. Kritēriji: precīzi izmanto jēdzienus, piemēro plānošanas ietvarus simulācijas lēmumiem un aktīvi iesaistās praktiskajās nodarbībās.
Spēj analizēt finanšu pārskatus, KPI un tirgus tendences, lai pieņemtu datos balstītus operatīvos lēmumus un orientētos sarežģītos starpfunkcionālos biznesa procesos.	Metode: Stratēģisko lēmumu pieņemšana un sniegums simulācijā. Kritēriji: biznesa stratēģijas kvalitāte un konsekvence, finanšu rezultāti un spēja pielāgoties simulācijas ciklu gaitā.
Spēj efektīvi sadarboties starptautiskās un kultūras ziņā daudzveidīgās komandās ierobežotā laikā un izstrādāt saskanīgas biznesa stratēģijas.	Metode: Aktīva līdzdalība un starpkultūru komandas darbs. Kritēriji: efektīva sadarbība, aktīva dalība uzņēmumu apmeklējumos un pašrefleksijas ziņojuma sagatavošana.

Spēj strukturēt, prezentēt un argumentēti aizstāvēt komandas noslēguma biznesa rezultātus un stratēģiskos lēmumus žūrijas priekšā.	Metode: Noslēguma stratēģiskā prezentācija un aizstāvēšana. Kritēriji: darbs ir labi strukturēts, prezentācija ir skaidra, argumentācija ir pārliecinoša, un lēmumi ir pamatoti ar analīzi un pierādījumiem.

Studiju rezultātu vērtēšanas kritēriji

Kritērijs	% no kopējā vērtējuma
Stratēģisko lēmumu pieņemšana un sniegums simulācijā (CELEMI Enterprise)	40
Noslēguma stratēģiskā prezentācija un aizstāvēšana	40
Aktīva līdzdalība un individuālā pašrefleksija	20
Kopā:	100

Studiju kursa plānojums

Daļa	KP	Stundas			Pārbaudījumi			Brīvās izvēles pārbaudījumi		
		Lekcijas	Prakt d.	Laborat	Ieskaite	Eksām.	Darbs	Ieskaite	Eksām.	Darbs
1.	3.0	10.0	25.0	0.0		*			*	