



## STUDIJŲ DALYKO (MODULIO) APRAŠAS

Dalyko (modulio) pavadinimas	Kodas
Sumani ekonomika ir vertės kūrimas	

Dėstytojas / a (-ai)	Padalinys (-iai)
Koordinuojantis (-i): Jaun. Asist. Justė Valantinaitė	Ekonomikos ir verslo administravimo fakultetas

Studijų pakopa	Dalyko (modulio) tipas
Pirmoji	Individualiųjų studijų pasirenkamasis

Įgyvendinimo forma	Vykdyto laikotarpis	Vykdyto kalba (-os)
Nuotolinė	Rudens / Pavasario semestras	Lietuvių

Reikalavimai studijuojančiajam	
Išankstiniai reikalavimai: Nėra	Gretutiniai reikalavimai (jei yra): Nėra

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

Dalyko (modulio) tikslas
<p><b>Dalyko tikslas</b> – ugdyti studentų gebėjimą suprasti, kaip technologijos, inovacijos ir skaitmenizacija keičia šiuolaikinę ekonomiką ir verslą. Kursas skirtas padėti studentams suprasti sumanios ekonomikos ir ekonomikos transformacijos procesus, analizuoti vertės kūrimo procesus produktuose ir paslaugose, suprasti, kaip formuojami inovatyvūs sprendimai, ir gebėti pasirinkti tinkamus būdus jiems įgyvendinti.</p>

Dalyko (modulio) studijų rezultatai	Studijų metodai	Vertinimo metodai
Gebės analizuoti ir vertinti, kaip skaitmenizacija, inovacijos ir technologijos keičia ekonomiką, organizacijų veiklą ir rinkų dinamiką.	Paskaitos, seminarai, teorinės literatūros savarankiškos studijos, užduočių atlikimas.	Aktyvus dalyvavimas seminaruose, 2 uždaro tipo klausimų testai (semestro viduryje ir pabaigoje), vertės pasiūlymo projekto pristatymas.
Gebės analizuoti įvairias vertės sampratas, nustatyti produkto ar paslaugos vertės pasiūlymo elementus ir parinkti patraukliausią vertės pasiūlymą rinkai, argumentuoti jį pristatydami ir pagrįsdami diskusijose.		
Gebės panaudoti vertės kūrimo žinias ir analizės metodus praktikoje – kuriant ar tobulinant produktą ir paslaugų vystymo projektus bei priimant su jais susijusius sprendimus.		
Gebės identifikuoti inovacijų kūrimui reikalingus veiksnius, taikyti inovacijų kūrimo struktūrą, sisteminti		

ir vertinti informaciją, susijusią su inovacijų atsiradimu ir sklaida.		
Gebės suprasti pagrindinius verslo modelio elementus ir juos pritaikyti kuriant naują produktą ar paslaugą, įvertinant skaitmenizacijos ir inovacijų poveikį.		

Temos	Kontaktinio darbo valandos					Savarankiškų studijų laikas ir užduotys	
	Paskaitos	Konsultacijos	Seminariai	E-mokymai	Visas kontaktinis darbas	Savarankiškas darbas	Užduotys
<b>1. Įvadinė paskaita (1 paskaita).</b> Pristatoma kurso struktūra, tikslai, vertinimo sistema ir pagrindinės temos. Aptariama, kuo sumani ekonomika skiriasi nuo tradicinės ekonomikos ir kodėl ši tema svarbi visų studijų programų studentams.	2				2	2	Schwab, K. (2016) „The Fourth Industrial Revolution” – Introduction
<b>2. Sumanios ekonomikos samprata ir pagrindiniai principai (2 paskaita)</b> Analizuojama sumanios ekonomikos sąvoka, jos esminiai principai ir struktūra. Aptariama žinių, inovacijų, technologijų bei žmogaus kapitalo reikšmė vertės kūrimui ir konkurencingumui šiuolaikinėje ekonomikoje.	2		2		4	9	Schwab, K. (2016) „The Fourth Industrial Revolution” – skyrius “The Fourth Industrial Revolution”  Dieffenbacher, S. F., Hüttinger, C., Zaninelli, S. M., Lines, D., & Rein, A. (2022) „How to Create Innovation” – skyrius “Understanding context”
<b>3. Skaitmenizacijos poveikis rinkoms ir verslui (3 paskaita)</b> Nagrinėjama, kaip skaitmeninės technologijos – dirbtinis intelektas, robotizacija, automatizacija, duomenų analitika ir platformos keičia verslo modelius, rinkų struktūrą, vartotojų elgesį ir darbo pobūdį.	2		2		4	9	Schwab, K. (2016) „The Fourth Industrial Revolution” – skyrius “2.1 Megatrends”  Dieffenbacher, S. F., Hüttinger, C., Zaninelli, S. M., Lines, D., & Rein, A. (2022) „How to Create Innovation” – skyrius “Leading a H2 digital transformation”

<p><b>4. Ekonomikos transformacijos iššūkiai ir galimybės (4 paskaita)</b> Analizuojami tvarumo, žiedinės ekonomikos, skaitmeninės atskirties ir socialinių pokyčių iššūkiai. Nagrinėjamos galimybės, kurias teikia skaitmenizacija, inovacijos ir technologijos regionų bei sektorių vystymuisi.</p>	2		2		4	9	<p>Schwab, K. (2016) „The Fourth Industrial Revolution” – skyriai “3.1 Economy“ ir “3.4 Society“ Dieffenbacher, S. F., Hüttinger, C., Zaninelli, S. M., Lines, D., &amp; Rein, A. (2022) „How to Create Innovation” – skyrius “Organization &amp; Governance”</p>
<p><b>5. Inovacijų atsiradimas ir inovacijų ciklas (5–6 paskaitos)</b> Aptariama, kaip gimsta inovacijos: problemos identifikavimas, idėjų generavimas, vartotojo poreikių analizė. Nagrinėjamas inovacijų kūrimo procesas organizacijose: prototipavimas, MVP metodas, eksperimentavimas, testavimas ir iteracinis tobulinimas.</p>	4		2		6	9	<p>Dieffenbacher, S. F., Hüttinger, C., Zaninelli, S. M., Lines, D., &amp; Rein, A. (2022) „How to Create Innovation” – skyriai “Laying the foundation for innovation” ir “Putting it into practice”</p>
<p><b>6. Inovacijų tipai ir technologinės revoliucijos (7–8 paskaitos)</b> Analizuojami inovacijų tipai: produktų, paslaugų, procesų, organizacinės ir socialinės inovacijos bei jų poveikis vartotojams ir rinkoms. Nagrinėjamos pagrindinės technologinės revoliucijos: dirbtinio intelekto, daiktų interneto, biotechnologijų, atsinaujinančios energetikos plėtra ir jų ilgalaikis ekonominis poveikis.</p>	4		2		6	10	<p>Schwab, K. (2016) „The Fourth Industrial Revolution” – skyriai “2.1 Megatrends” ir “2.2 Tipping Points“ Dieffenbacher, S. F., Hüttinger, C., Zaninelli, S. M., Lines, D., &amp; Rein, A. (2022) „How to Create Innovation” – skyrius “Leading a H2 digital transformation”</p>
<p><b>7. Inovacijų sklaida ir technologijų įsisavinimas (9–10 paskaitos)</b> Analizuojami inovacijų sklaidos dėsniumai: inovacijų difuzijos teorija, S-kreivė, vartotojų grupės ir veiksniai, lemiantys inovacijų priėmimo greitį. Nagrinėjamos organizacijų galimybės ir kliūtys diegiant naujas technologijas, aptariami praktiniai sėkmės ir nesėkmės pavyzdžiai.</p>	4		2		6	10	<p>Schwab, K. (2016) „The Fourth Industrial Revolution” – skyrius “3.2 Business“ Dieffenbacher, S. F., Hüttinger, C., Zaninelli, S. M., Lines, D., &amp; Rein, A. (2022) „How to Create Innovation” – skyriai “The UNITE Innovation Framework” ir “Unlocking culture”</p>
<p><b>8. Skaitmeninės inovacijos ir inovacijų politika (11–12 paskaitos)</b> Analizuojama, kaip skaitmeniniai sprendimai taikomi įvairiuose sektoriuose: sveikatos, švietimo, finansų, gamybos ir paslaugų srityse.</p>	4		2		6	10	<p>Schwab, K. (2016) „The Fourth Industrial Revolution” – skyrius “3.2 National and Global“</p>

Nagrinėjamas valstybės vaidmuo inovacijų politikoje: MTEP investicijos, startuolių ekosistemos, sumanios specializacijos strategijos ir inovacijų skatinimo priemonės.						Dieffenbacher, S. F., Hüttinger, C., Zaninelli, S. M., Lines, D., & Rein, A. (2022) „How to Create Innovation” – skyrius “Understanding context”
<b>9. Vertės kūrimas ir vertės pasiūlymo rengimas (13–14 paskaitos)</b> Aiškinama vertės kūrimo esmė, vertės grandinė, vartotojo vertės suvokimas ir technologijų vaidmuo vertės kūrimo procese. Nagrinėjamas vertės pasiūlymo modelis, vartotojo poreikių analizė ir vertės žemėlapių sudarymas.	4		2		6	10 Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A (2014) „Value Proposition Design” – skyriai “1.1 Customer Profile” ir “1.2 Value Map”
<b>10. Verslo modeliai inovacijoms ir projektų pristatymai (15–16 paskaitos)</b> Aptariami inovatyvūs verslo modeliai. Analizuojama, kaip verslo modelis padeda realizuoti vertės pasiūlymą.	4				4	4 Dieffenbacher, S. F., Hüttinger, C., Zaninelli, S. M., Lines, D., & Rein, A. (2022) „How to Create Innovation” – skyrius „Business Models”  Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A (2014) „Value Proposition Design” – skyrius “2.5 Finding the Right Business Model”
<b>Iš viso</b>	<b>32</b>		<b>16</b>		<b>48</b>	<b>82</b>

Vertinimo strategija	Svoris proc.	Atsiskaitymo laikas	Vertinimo kriterijai
Aktyvus dalyvavimas	15	Semestro metu	Vertinamas aktyvus dalyvavimas seminaruose.
Vidurio semestro testas (koliokviumas)	25	Semestro metu	20 vienodos vertės uždaro tipo klausimų. <i>Teisingo atsakymo vertė – 0,5 balai, neteisingo atsakymo vertė – 0 balų, bendra maksimali surinktų balų vertė lygi 10.</i>
Vertės pasiūlymo projekto parengimas	30	Seminarų metu	Grupėse (iki 5 asmenų) parengiamas 10-15 min. pranešimas kartu su skaidrėmis pagal vertės pasiūlymo struktūrą, pranešimai pristatomi paskutinių seminarų metu. Turinys – 70 proc. pažymio. Siekiant aukšto įvertinimo, pristatoma informacija turi atitikti pasirinkto sprendimo vertės pasiūlymą. Vertinamas pateikiamų idėjų pagrindimas, argumentavimas ir sugebėjimas taikyti vertės kūrimo teorijos žinias pasirinkto sprendimo vertės pasiūlymui. Stilius – 30 proc. pažymio. Pristatymas turi būti sklandus, aiškus, įdomus, įtraukiantis auditoriją. Pristatymas turi turėti aiškia vertės pasiūlymo struktūrą – vartotojo problemos, siūlomas sprendimas, siūlomas produktas/paslauga, vertės sukūrimas, pasiūlymo vertės rezultatas.
Egzaminas (testas)	30	Semestro pabaigoje	20 vienodos vertės uždaro tipo klausimų. <i>Teisingo atsakymo vertė – 0,5 balai, neteisingo atsakymo vertė – 0 balų, bendra maksimali surinktų balų vertė lygi 10.</i>
Galutinis dalyko pažymys yra teigiamas, jei koliokviumas ir egzaminas yra išlaikyti teigiamu pažymiu (kai teisingų atsakymų yra ne mažiau kaip 50 proc.), o įvertinimų aritmetinis svertinis vidurkis sudaro ne mažiau kaip 5 balus. Studento žinių vertinimui yra taikoma 10-ies balų skalė: 10 proc. arba 1 balas (neišlaikyta);			

20 proc. arba 2 balai (neišlaikyta);  
 30 proc. arba 3 balai (neišlaikyta);  
 40 proc. arba 4 balai (neišlaikyta);  
 50 proc. arba 5 balai (silpnai);  
 60 proc. arba 6 balai (patenkinamai);  
 70 proc. arba 7 balai (vidutiniškai);  
 80 proc. arba 8 balai (gerai);  
 90 proc. arba 9 balai (labai gerai);  
 100 proc. arba 10 balų (puikiai).

**Eksternu laikymas negalimas**

<b>Autorius (-iai)</b>	<b>Leidimo metai</b>	<b>Pavadinimas</b>	<b>Periodinio leidinio Nr. ar leidinio tomas</b>	<b>Leidykla ar internetinė nuoroda</b>
<b>Privaloma literatūra</b>				
Schwab, K.	2016	The Fourth Industrial Revolution		World Economic Forum. ISBN 978-1944835002 / 1944835008.
Dieffenbacher, S. F., Hüttinger, C., Zaninelli, S. M., Lines, D., & Rein, A.	2022	How to Create Innovation		<a href="https://digitalleadership.com/createinnovation/">https://digitalleadership.com/createinnovation/</a>
Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A.	2014	Value proposition design		John Wiley & Sons. ISBN : 9781118968079.
<b>Papildoma literatūra</b>				
Mueller, R. A. E.	2020	How Innovation Works: And Why It Flourishes in Freedom.		HarperCollins Publishers, New York, NY. ISBN 978-0062916594.
Christensen, C. M.	2016	The innovator's dilemma		Harvard Business Review Press. ISBN : 9781633691780
OECD		Digital Economy Outlook		<a href="https://www.oecd.org/digital/digital-economy-outlook/">https://www.oecd.org/digital/digital-economy-outlook/</a>