



DALYKO (MODULIO) APRAŠAS

Dalyko (modulio) pavadinimas lietuvių kalba	Dalyko (modulio) pavadinimas anglų kalba	Kodas
Socialinė antreprenerystė	Social Entrepreneurship	

Anotacija

Dalyko tikslas yra studijuojančiųjų verslumą bei socialinę empatiją, suteikti žinių apie socialinių inovacijų raidą bei socialinės antreprenerystės principus. Studijų metu ugdomas kritinis mąstymas, komandinio darbo įgūdžiai, gebėjimai suprasti ir analizuoti socialines problemas ir kurti inovatyvius į kliento poreikius orientuotus sprendimus.

Dėstytojas (-ai)	Padalinys (-iai)
Koordinuojantis: Doc. Olga Štangej Kiti: asist. Dr. Ieva Adomaitytė-Subačienė Andželika Rusteikienė	Verslo mokykla, Filosofijos fakultetas

Studijų pakopa	Dalyko (modulio) lygmuo	Dalyko (modulio) tipas
Pirmoji	-	Pasirenkamasis

Įgyvendinimo forma	Vykdymo laikotarpis	Vykdymo kalba (-os)
Nuotolinis ir savarankiškas darbas (MS Teams bei Moodle aplinkoje)	Rudens / pavasario semestrai	Lietuvių/anglų

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		
Dalyko tikslas – ugdyti studijuojančiųjų verslumą ir veiklumą, atsakomybę inicijuojant ir įgyvendinant socialines inovacijas, formuojant antreprenerišką mąstyseną ir motyvavimą savisamdai. Modulio metu bus formuojamas pasaulio socialinės raidos suvokimas, ugdomi gebėjimai įgyvendinti kūrybinį ir inovacinį potencialą bendravimo ir bendradarbiavimo pagrindu, reikalingi socialiniam verslui kurti ir socialiniams projektams vykdyti.		
Dalyko (modulio) studijų siekiniai	Studijų metodai	Vertinimo metodai
Studentas gebės kritiškai analizuoti, vertinti, lyginti, interpretuoti iš įvairių šaltinių gautą informaciją.	Paskaita, probleminis dėstymas, tiriamieji metodai (informacijos paieška), grupės diskusija, internetinių šaltinių analizė.	Atvejo analizė pristatoma nuotolinių seminarų metu

Studentas gebės parengti inovatyvius sprendimus, modelius, siekiant pažeistų socialinių grupių/ bendruomenių teisių užtikrinimo taikant verslumo modelius.	Situacijų modeliavimas, atvejų analizė, tiriamasis metodas.	Pranešimo rengimas pasirinkta tema nuotolinių seminarų metu.
Studentas gebės suburti grupes darbe ieškant naujų problemų sprendimo būdų, išmanys grupinio darbo ir lyderystės metodus.	Grupinis virtualioje erdvėje (MS Teams platformoje)	Pranešimo rengimas pasirinkta tema „on-line“ seminarų metu.
Gebės suprasti ir analizuoti socialinį verslumą kaip ekonominį reiškinių, žinos ir gebės apibūdinti pagrindinius verslumo proceso elementus.	Paskaitos, refleksija ir diskusijos	Loginio ir lateralinio mąstymo užduočių žodinis pristatymas.
Žinos socialinio verslo modelio kūrimo pagrindinius principus, gebės kūrybiškai juos taikyti įvairiose socialinėse srityse.	Situacijų modeliavimas, atvejų analizė.	Savarankiškas darbas (užduočių atlikimas).
Gebės taikyti verslo planavimo ir organizavimo, rinkodaros žinias, reikalingas socialinio verslo projektui parengti.	Individualios ir komandinės užduotys savarankiskam darbui	Socialinio verslo projekto parengimas grupėje

Temos	Kontaktinio darbo valandos							Savarankiškų studijų laikas ir užduotys	
	Paskaitos	Konsultacijos	Seminarai	Pratybos	Laboratoriniai darbai	Praktika	Visas kontaktinis darbas	Savarankiškas darbas	Užduotys
Socialinių problemų kilmė, klasifikavimas. Socialiniai iššūkiai postmodernybėje.	2						2	6	Literatūros analizė ir diskusija seminaro metu. <i>James A. Crone. How can We Solve Social Problem. 1-9 psl.</i>
Valstybės vaidmens kaita, privati ir viešoji partnerystės socialinės politikos lauke. Socialinė ekonomika, trečiojo sektoriaus vaidmuo.	2		2				4	8	Literatūros analizė ir diskusija seminaro metu. <i>D. Dvarionas, Socialinė ekonomika ir pilietinė visuomenė, 2009. 18-22 psl.</i>
Konkrečių socialinių problemų analizė: skurdas, nedarbas, NEET jaunimas, prekyba žmonėmis, priklausomybės, psichikos sveikata ir žmogaus teisės	2		2				4	8	Studentų prašoma suburti grupes ir išrinkti grupės vadovą. Kiekviena grupė gauna užduotį paruošti pristatymą apie konkrečią pasirinktą socialinę problemą, pateikiant konkrečius pavyzdžius.

Socialinių inovacijų kilmė ir apibrėžimai. Socialinių inovacijų rūšys ir pavyzdžiai, galimybės jas įveikinti, sprendžiant konkrečias socialines problemas	2		2				4	8	Inovatyvių sprendimų generavimo sesija MS Teams (balta lenta, bendras dokumentas) Pasirengimui rekomenduojama perskaityti literatūrą: <i>Dima Jamali ir kiti.</i> <i>A Comparative Study of Social Enterprises: North vs. South Perspectives, 3 skyrius: 35-52 psl.</i>
Kūrybiškumas ir antreprenerystė. Socialinės inovacijos kūrimo etapai taikant dizaino mąstysenos metodą. Socialinės problemos analizė, kliento empatijos žemėlapis.	2		2				4	6	Studentai grupėse pasirengia „on-line“ sesijai: paruošia socialinės problemos analizės formą bei kliento empatijos žemėlapi.
Verslo principų taikymas socialinių problemų sprendimo ir socialinių inovacijų kūrimo srityje. Socialinio verslo modelis, jo atsiradimas ir raida. Teisinės socialinio verslo formos.	2						2	6	Užsienio šalių socialinio verslo modelių pristatymas, socialinio verslo modelių atvejų analizė. <i>Melnikas B. ir kiti,</i> <i>Socialinis verslas: sistematika ir mechanizmai. 84-100 psl.</i>
Socialinio verslo modelio kūrimas, taikant modelio verslo drobės (<i>angl.: Business Model Canvas</i>) metodiką.	2		4				6	8	Socialinės inovacijos transformavimas į verslo idėją pagal verslo drobės metodiką. <i>Anissa R. Qastharin.</i> <i>Business Model Canvas for Social Enterprise.</i> http://www.academicstar.us/UploadFile/Picture/2016-10/2016101151026221.pdf f p. 627-637
Socialinio verslo planavimas, Verslo plano gairės, jo sudėtinės dalys. Veiklos procesų struktūrizavimas, procesų žemėlapio sudarymas.	2		4				6	8	Socialinės inovacijos įgyvendinimo plano gairių parengimas

Socialinio verslo finansavimo šaltiniai ir jų paieška. Finansų valdymo pagrindiniai principai.		2		2				4	6	Socialinio verslo atvejo analizė grupėse: verslo finansavimo paieška. <i>Melnikas B. ir kiti, Socialinis verslas: sistematika ir mechanizmai. P. 224-240</i>
Socialinio verslo poveikio matavimas ir vertinimas. Sąnaudų naudos analizės principai.		2		2				4	6	Atvejų analizė. <i>Melnikas B. ir kiti, Socialinis verslas: sistematika ir mechanizmai. P. 121-128</i>
Socialinės inovacijos pateikimas rinkai. Pardavimo procesų aktualizavimas ir valdymas.		2		2				4	6	Parengiamas socialinės idėjos pateikimo rinkai modelis, pasirenkami darbo su tikslinėmis rinkomis principai. <i>Melnikas B. ir kiti, Socialinis verslas: sistematika ir mechanizmai. P. 145-149, 169-179</i>
Socialinio verslo komunikacija. Santykių su tikslinėmis grupėmis nustatymas ir palaikymas. Socialinės vertės informacinė sklaida, panaudojant socialinius tinklus.		2		2				4	6	Parengiama pasirinkto verslo atvejo komunikavimo strategija <i>Melnikas B. ir kiti, Socialinis verslas: sistematika ir mechanizmai. P. 41-53</i>
Iš viso		24		24				48	82	
Vertinimo strategija	Svoris proc.	Atsiskaitymo laikas		Vertinimo kriterijai						
Verslo projekto parengimas ir pristatymas „on-line“ seminarų metu MS Teams ir VMA Moodle	40 proc.	Semestro eigoje		Verslo projekto parengimo kokybė: 10 (puikiai) Aiškiai ir argumentuotai pristato socialinio verslo projekto idėją. Demonstruoja problemines išvalgas ir teikia galimus sprendimų būdus. Verslo projekto pristatymui naudoja skaidres ir vizualizuojančią medžiagą. Atsakinėdami į užduodamus klausimus demonstruoja išskirtines žinias ir gebėjimus. Verslo projekto struktūra atitinka reikalavimus, yra visos reikiamos dalys, kurios atitinka joms keliamus reikalavimus. Pasiiekta 95-100 proc. numatytų studijų rezultatų. 9 (l. gerai) Aiškiai ir argumentuotai pristato verslo projekto idėją. Verslo projekto pristatymui naudoja skaidres ir vizualizuojančią medžiagą. Formuluoja problemas. Atsakinėdami į užduodamus klausimus demonstruoja tvirtas žinias ir gebėjimus. Verslo projekto struktūra atitinka reikalavimus, yra visos reikiamos dalys, kurios						

			atitinka joms keliamus reikalavimus. Pasiekta 85-94 proc. numatytų studijų rezultatų. 8 (gerai) Aiškiai pristato verslo projekto idėją. Verslo projekto pristatymui naudoja skaidres. Atsakinėdami į užduodamus klausimus demonstruoja geresnes nei vidutines žinias ir gebėjimus. Geba analizuoti reiškinius. Verslo projekto struktūra tik iš dalies atitinka reikalavimus. Pasiekta 75-84 proc. numatytų studijų rezultatų. 7 (vidutiniškai) Komisijai pristato verslo projekto idėją. Verslo projekto pristatymui naudoja skaidres. Atsakinėdami į užduodamus klausimus demonstruoja vidutines žinias ir gebėjimus, yra neesminių klaidų verslo projekte ir jo struktūroje. Geba taikyti žinias. Pasiekta 65- 74 proc. numatytų studijų rezultatų. 6 (patenkinamai) Komisijai pristato verslo projekto idėją. Verslo projekto pristatymui naudoja skaidres. Atsakinėdami į užduodamus klausimus demonstruoja blogesnes nei vidutines žinias ir gebėjimus. Verslo projekte yra klaidų. Pasiekta 55-64 proc. numatytų studijų rezultatų. 5 (silpnai) Verslo projektas yra parengtas, bet nepristatytas, tenkina minimalius reikalavimus. Pasiekta 45-54 proc. numatytų studijų rezultatų. 4; 3; 2; 1 – Verslo projektas neparengtas arba netenkina minimalių reikalavimų.
Egzaminas raštu VMA Moodle	60 proc.	Semestro pabaigoje	Egzamino metu bus pateikti 3 atvirojo tipo klausimai, kuriuos studentai atsako nurodytu laiku prisijungę prie VMA www.e-mokymai.vu.lt Vertinama taip: 6 – studentas parodo išplėtotas ir apibendrintas žinias: abstrahuoja, lygina, aiškina priežastis, susieja, remiasi papildomai studijuota informacija. Teisingai atsakyta į visus klausimus; 5 – parodo išplėtotas ir apibendrintas žinias: abstrahuoja, lygina, aiškina priežastis, susieja. Teisingai atsakyta į visus klausimus; 4 – studentas parodo sąryšinį žinojimą ir supratimą: esminės dalis susieja ir integruoja į visumą; detalės susiejamos su išvadomis, studijuota medžiaga gerai suprasta. Teisingai atsakyta į 3 klausimus; 3 – studentas parodo daugiastuktūrį žinojimą: susitelkia į keletą svarbių aspektų, tačiau jie nėra tarpusavyje susiejami. Teisingai atsakyta į 2 klausimus; 2 – studentas parodo vienastruktūrį žinojimą: atsakymai sutelkti į vieną aspektą ar struktūrinį elementą, atsakymai remiasi faktų išvardijimu. Teisingai atsakyta į 1 klausimą; 1 – studento žinojimas dar nėra struktūrinis: studentas nesupranta studijuotos medžiagos, atsakinėdamas naudoja nereikšmingą informaciją, nepateikia prasmingo atsakymo. Teisingai neatsakyta nei į vieną klausimą.

Autorius	Leidimo metai	Pavadinimas	Periodinio leidinio Nr. ar leidinio tomas	Leidimo vieta ir leidykla ar internetinė nuoroda
Privalomoji literatūra				
Alter K.	2007	Social Enterprise Typology		https://www.globalcube.net/clients/philippson/content/media/s/download/SE_typology.pdf
Yunus M.	2010	Building Social Business		United States: PublicAffairs < http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0024630109001290 >

Hochgerner J.	2011	The Analysis of Social Innovations as Social Practice		http://ostaustria.org/bridges - magazine/volume-30-july20-2011/item/5708-theanalysis-of-socialinnovations-as-socialpractice
Prue Atkins and Margarita Frederico	2017	Supporting Implementation of Innovative Social Work Practice: What Factors Really Matter?	Volume 47, Issue 6, 1 September 2017	British Journal of Social Work.
Sebastiano Sabato, Bart Vanhercke & Gert Verschraegen	2015	The EU framework for social innovation - Between entrepreneurship and policy experimentation.		https://www.researchgate.net/profile/Bart_Vanhercke/publication/287994531_The_EU_framework_for_social_innovation_Between_entrepreneurship_and_policy_experimentation/links/567bbc0508aebccc4dfddc4f/The-EU-framework-for-social-innovation-Between-entrepreneurship-and-policy-experimentation.pdf
James A. Crone	2010	How Can we Solve Social Problem?		SAGE Publications, Inc; Second edition
B. Melnikas, A. Jakubavičius, E. Leichteris, G. Stumbrytė	2017	Socialinis verslas: sistematika ir mechanizmai		VGTU leidykla Technika
Monzon, J.L.; Chaves, R	2012	The social economy in the European Union.		European Social and Economic Committee, Bruxelles.
Sommerrock, K.	2010	Social Entrepreneurship Business Models: Incentive strategies to Catalyze Public Goods Provision		New York, NY: Palgrave Macmillan
Westhead, P., McElwee, G., Wright M.		Entrepreneurship: Perspectives and Cases.		FT Prentice Hall.
Anissa R. Qastharin.	2016	Business Model Canvas for Social Enterprise	Journal of Business and Economics , ISSN 2155-7950, USA April 2016, Volume 7,	

			No. 4, pp. 627-637	
Papildoma literatūra				
Rana P. Maradana, Rudra P. Pradhan*, Saurav Dash, Kunal Gaurav, Manju Jayakumar and Debaleena Chatterjee	2017	Does innovation promote economic growth? Evidence from European countries	2017 (6:1)	Journal of Innovation and Entrepreneurship
Dima Jamali, Nadine Mohanna, Dina H. Sherif and Salma El Sayeh	2016	A Comparative Study of Social Enterprises: North vs. South Perspectives,		http://dx.doi.org/10.5772/62318
European Commision	2013	Guide to Social innovation		http://s3platform.jrc.ec.europa.eu/documents/20182/84453/Guide_to_Social_Innovation.pdf (Pages 6-21; 29-34)
Šalkauskas Š., Dzemyda I.	2013	Socialinio verslo modelis.	Verslo sistemas ir ekonomika . ISSN 2029-8234, Vol. 3(2), 2013.	