

## RTU studiju kurss "Pakalpojumu mārketinga"

22000 Inženierekonomikas un vadības fakultāte

## Vispārējā informācija

Kods	IUE226
Nosaukums	Pakalpojumu mārketinga
Studiju kursa statuss programmā	Obligātais/Ierobežotās izvēles
Atbildīgais mācībspēks	Rita Greitāne - Doktors, Docents
Mācībspēks	Elīna Gaile-Sarkane - Doktors, Studiju prorektors
Apjoms daļās un kredītpunktos	1 daļa, 3.0 kredītpunkti
Studiju kursa īstenošanas valodas	LV
Anotācija	Kursā tiek apvienotas praktiskās un teorētiskās zināšanas, kas palīdzēs tālāk veidot studentu izpratni par pakalpojumu mārketingu un tā nozīmi uzņēmējdarbībā. Kursā tiek aplūkoti šādi jautājumi: Pakalpojumu mārketinga vēsturiskā attīstība, definīcijas, koncepcijas, stratēģijas, principi, faktori un funkcijas, pakalpojumu mārketinga nozīme organizācijas darbībā, mārketinga organizatoriskā struktūra uzņēmumā, pakalpojuma mārketinga trijstūris: kompānija (menedžments) - patērētājs - darbinieki, pakalpojumu mārketinga komplekss (mārketing mix) - 7P, patērētāja loma pakalpojumu mārketingā, uzņēmuma rīcība pakalpojumu tirgū, pakalpojumu veidošana un standarti, pakalpojumu sniegšana, pakalpojumu vadīšana.
Mērķis un uzdevumi, izteikti kompetencēs un prasmēs	Priekšmeta mērķis ir attīstīt studentiem zināšanās par pakalpojumu mārketingu un tā izmantošanu uzņēmējdarbībā. Priekšmeta uzdevumi: Attīstīt studentu prasmi izvērtēt situāciju un izstrādāt rīcības plānu situācijas veiksmīgai atrisināšanai; Attīstīt studentu prasmi ģenerēt, grupēt, atlasīt, izvērtēt un izmantot dažādas idejas pakalpojumu mārketinga jomā; Sniegt priekšstatu pakalpojuma būtību, tajā iesaistītajiem uzņēmuma resursiem un kvalitātes vadības sistēmu. Attīstīt prasmes pakalpojumu plānošanā, vadīšanā un kontrolē, tam atbilstošajām metodēm un to izmantošanas iespējām; Attīstīt teorētisko zināšanu pakalpojumu mārketinga jomā izmantošanas un praktiskās pielietojšanas iemaņā
Patstāvīgais darbs, tā organizācija un uzdevumi	Patstāvīgie darbi ietver individuālus un grupu darbus (grupas lielums 3-5 cilvēki), pētījumu un situācijas uzdevumu risināšanu nodarbībās atbilstoši nodarbību tematikai. Patstāvīgie darbi tiek balstīti uz noteikta teorētiskā materiāla izskatīšanu, analīzi un teorētiskā materiāla aprobāciju uz reāli funkcionējoša uzņēmuma bāzes.
Literatūra	Pamatliteratūra: 1. Wirtz, Jochen. Services marketing : people, technology, strategy / Jochen Wirtz, Christopher Lovelock. 8th edition. New Jersey, London : World Scientific, 2016. 783 lpp. 2. Zeithaml, Valerie A. Services marketing : integrating customer focus across the firm / Valerie A. Zeithaml, Mary Jo Bitner, Dwayne D. Gremler. 6th ed., international ed. New York : McGraw-Hill Irwin, 2013. 642 lpp. 3. Leiks, Nevils, Heki, Kristīne. Klientu apkalpošanas rokasgrāmata. Rīga: Lietišķās informācijas dienests, 2008. 216.lpp. Papildliteratūra: 1. Palmer, Adrian. Principles of services marketing. Seventh edition. Maidenhead, Berkshire : McGraw-Hill Education, 2014. 495 pages 2. Godin, Seth. Violetā govys : [kā veicināt sava zīmola, produktu un pakalpojumu atpazīstamību]. Jelgava : Zoldnera izdevniecība, 2014. 202 lpp. 3. Bell M. Service-oriented modeling : service analysis, design, and architecture – Willey, 2008, 366 pp.
Nepieciešamās priekšzināšanas	Tirgzinības

## Studiju kursa saturs

Saturs	Pilna un nepilna laika klātienes studijas		Nepilna laika neklātienes studijas	
	Kontakt stundas	Patstāv. darbs	Kontakt stundas	Patstāv. darbs
Pakalpojums un tā būtība, definīcijas, jēdzieni, resursi	4	6	2	10
Pakalpojuma izstrādāšana un pakalpojuma kvalitātes modelis	8	12	6	20
Integrētais mārketinga kā pakalpojumu mārketinga sastāvdaļa	4	8	2	10
Klientu apkalpošana kā pakalpojumu mārketinga sastāvdaļa	12	16	4	20
Pakalpojumu mārketinga plānošana	4	6	2	4
Kopā:	32	48	16	64

**Sasniedzamie studiju rezultāti un to vērtēšana**

Sasniedzamie studiju rezultāti	Rezultātu vērtēšanas metodes
Spēj noteikt un analizēt dažādas pakalpojumu mārketinga problēmsituācijas	Praktiskie un patstāvīgie darbi. Situāciju analīze. Pārbaudes darbi. Eksāmena darbs.
Spēj izstrādāt pakalpojumu mārketinga plānu, izmantojot integrētā mārketinga komunikācijas elementus	Individuālie un grupu darbi. Pārbaudes darbs. Eksāmena darbs.
Izprot klientu apkalpošanas procesus, to izpētes metodes un prot tās praktiski lietot pakalpojuma mārketinga stratēģijas veidošanas kontekstā	Individuālie un grupu darbi. Pārbaudes darbs. Eksāmena darbs.
Spēj analizēt konkrētas situāciju un izdarīt patstāvīgus secinājumus par pakalpojumu veidošanas un realizācijas mārketinga aspektiem.	Individuālie un grupu darbi. Pārbaudes darbs. Eksāmena darbs.

**Studiju kursa plānojums**

Daļa	KP	Stundas			Pārbaudījumi		
		Lekcijas	Prakt d.	Laborat	Ieskaite	Eksām.	Darbs
1.	3.0	1.0	1.0	0.0		*	