

RTU studiju kurss "Mārketinga menedžments"

02C60 Rīgas Biznesa skola

Vispārējā informācija

Kods	BS0006
Nosaukums	Mārketinga menedžments
Studiju kursa statuss programmā	Obligātais/Ierobežotās izvēles
Atbildīgais mācītbspēks	Nellija Titova - Studiju programmas direktors
Apjoms daļās un kredītpunktos	1 daļa, 7.0 kredītpunkti
Studiju kursa īstenošanas valodas	EN
Anotācija	Šis kurss iepazīstina ar galvenajām mārketinga problēmām un perspektīvām un iemesliem, no kā tās rodas. Šis kurss palīdz attīstīt spēju strukturizēt un analizēt šīs problēmas un piedāvā piemērotākos instrumentus un konceptus to risināšanai.
Mērķis un uzdevumi, izteikti kompetencēs un prasmēs	Kurss tiks koncentrēts uz tirdzniecības jautājumiem, kas palīdzēs mārketinga vadītājam piesaistīt un saglabāt klientus kā līdzekli, lai uzlabotu uzņēmuma akciju vērtību
Patstāvīgais darbs, tā organizācija un uzdevumi	Diskusijas klasē, teksta lasīšana un izpratne, uzdevumi, projekti, mājas darbi, kursa darbs
Literatūra	Marketing Management 15th edition, Kotler, Phillip and Kevin Lane Keller.
Nepieciešamās priekšzināšanas	Priekšzināšanas nav nepieciešamas

Studiju kursa saturs

Saturs	Pilna un nepilna laika klātienes studijas		Nepilna laika neklātienes studijas	
	Kontakt stundas	Patstāv. darbs	Kontakt stundas	Patstāv. darbs
Konceptuālās struktūras; kursa/izpētes pārskats	3	5	0	0
Mārketinga stratēģiju un plānu izstrāde	3	5	0	0
Informācijas un prognožu apkopošana pēc pieprasījuma	3	5	0	0
Kondukcijas mārketinga izpēte	4	5	0	0
Ilgtermiņa nomas attiecību izveide	3	5	0	0
Patērētāju tirgus analīze	3	5	0	0
Biznesa tirgus analīze	4	5	0	0
Pasaules tirgus analīze	4	5	0	0
Tirgus segmentu un mērķa identificēšana	3	5	0	0
Zīmola pozicionēšana	3	5	0	0
Zīmola kapitāla radīšana	3	5	0	0
Konkurētspējas izaugsmes veicināšana	3	5	0	0
Produkta stratēģijas pozicionēšana	4	5	0	0
Pakalpojumu attīstīšana un vadība	4	5	0	0
Jaunu tirgus piedāvājumu ieviešana	3	5	0	0
Cenu veidošana Stratēģijas un Programmas	3	5	0	0
Integrēto mārketinga kanālu izstrādāšana un pārvaldība	3	5	0	0
Izplatīšana, mazumtirdzniecība, vairumtirdzniecība un loģistika	3	5	0	0
Integrēto mārketinga komunikāciju izstrāde un pārvaldība	3	5	0	0
Masu komunikācijas vadīšana	3	5	0	0
Digitālā tehnoloģija	3	5	0	0
Komunikācijas: Tiešsaistē, sociālajā tīklā, multivide un ar mobilo telefonu	4	5	0	0
Personisko sakaru vadība: Tiešais un datu bāzes mārketinga un personiskā tirdzniecība	4	5	0	0
Ilgstošās darbības	4	5	0	0
Kopā:	80	120	0	0

Sasniedzamie studiju rezultāti un to vērtēšana

Sasniedzamie studiju rezultāti	Rezultātu vērtēšanas metodes
Spēj izskaidrot mārketinga teoriju un koncepcijas	Diskusijas klasē, uzdevumi, projekti, mājas darbi, kursa darbs
Spēj formulēt pamata mārketinga audita un mārketinga plānu	Diskusijas klasē, uzdevumi, projekti, mājas darbi, kursa darbs

Studiju rezultātu vērtēšanas kritēriji

Kritērijs	% no kopējā vērtējuma
Dalība lekcijās	10
Mārketinga projekts	40
Gadījumu analīze	10
Pārbaudījumi kursa ietvaros	10
Starpeksāmens	10
Gala eksāmens	20
Kopā:	100

Studiju kursa plānojums

Daļa	KP	Stundas			Pārbaudījumi		
		Lekcijas	Prakt d.	Laborat	Ieskaite	Eksām.	Darbs
1.	7.0	80.0	26.0	0.0		*	