

RTU studiju kurss "Tirgzinības būvniecībā"**22000 Inženierekonomikas un vadības fakultāte****Vispārējā informācija**

Kods	IV0282
Nosaukums	Tirgzinības būvniecībā
Studiju kursa statuss programmā	Obligātais/Ierobežotās izvēles; Brīvās izvēles
Atbildīgais mācītājs	Ineta Geipele - Doktors, Profesors
Mācītājs	Kristīne Fedotova - Doktors, Docents
Apjoms daļās un kredītpunktos	1 daļa, 3.0 kredītpunkti
Studiju kursa īstenošanas valodas	LV, EN
Anotācija	Tirgzinības darbības mērķi un koncepcijas, tirgzinības vadīšanas process, tirgus izpēte. Tirgzinības stratēģijas. Tirgzinības darbības organizācija un kontrole būvniecībā.
Mērķis un uzdevumi, izteikti kompetencēs un prasmēs	Prast saskatīt esošās un iespējamās problēmas tirgzinību jautājumos būvniecības nozarē. Analizēt esošās un iespējamās problēmas tirgzinību jautājumos būvniecībā, to cēloņus un sekas, Prot patstāvīgi noteikt stratēģisko un taktisko aktivitāšu risinājumu iespējas būvniecības tirgzinībās
Patstāvīgais darbs, tā organizācija un uzdevumi	Studenti patstāvīgi analizē studiju kursa literatūru, gatavojas praktiskajiem darbiem, un eksāmenam, izstrādā lietišķi praktisko pētījumu par tirgzinībām būvniecībā, izstrādā tā prezentāciju.
Literatūra	Armstrong G., Harker M., Kotler Ph., Brennan R. Marketing: An Introduction. - Pearson Education, 2009, 648 lpp. Doole I., Lowe R. Strategic Marketing Decisions. - Butterworth-Heinemann, 2006, - 320 lpp. ISBN 075068013X Geipele I. Tirgvedības stratēģiskā vadīšana būvniecībā: Mācību grāmata. - Rīga: RTU izdevniecība, 2007. - 318 lpp. - ISBN 978-9984-32-637-2 Geipele I., Fedotova K., Stratēģiskie pārvaldības lēmumi: preces izplatīšana tirgū, mārketinga loģistika, merčendaizings: Mācību grāmata. - Rīga: RTU izdevniecība, 2007. - 180 lpp Geipele, I. Tirgzinības plānošana. - Rīga, RTU, 2000. - 68 lpp. Kotler Ph. Marketing management. - Pearson Education Italia, 2007, 976 lpp. ISBN 887192293X Kotler Ph. Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control, 8th edition, Prentice-Hall, Inc. Englewood Cliffs, New Jersey, 1991. Mārketinga Pamati. Biroja sērija. - R.: Jumava, 2002. - 352. lpp. Peter J. P., Marketing management. - McGraw-Hill Irwin, 2008, 800 lpp., ISBN 0073381136 Porter M.E. Wettbewerbsstrategie, Frankfurt 1983. Praude V., Belčikovs J. Tirgvedība. - Rīga: Vaidelote, 2001. Sargeant, A. Direct and interactive marketing. - Oxford University Press, 2001. - 460 p. Tellis Gerard J. Advertising and Sales Promotion Strategy. - USA, Addison-Wesley, 1998. - 483 p
Nepieciešamās priekšzināšanas	Priekšmets balstās uz zināšanām, kas apgūtas iepriekšējā mācību periodā

Studiju kursa saturs

Saturs	Pilna un nepilna laika klātienes studijas		Nepilna laika neklātienes studijas	
	Kontakt stundas	Patstāv. darbs	Kontakt stundas	Patstāv. darbs
Būvniecības tirgus analīze, nozares un konkurentu analīze	4	4	2	7
Būvniecības tirgus struktūru veidojošie segmenti, to īpatnības, attīstības tendences un ietekmējošie faktori	4	4	2	6
Būvniecības produktu piedāvājuma un pieprasījuma tendences Latvijā	4	4	2	6
Būvniecības tirgzinību būtība un saturs	2	4	1	5
Segmentācijas un mērķa tirgus izvēles iespējas	2	4	1	5
Tirgzinību plānošana būvniecībā, tās īpatnības	2	4	1	5
Produkta dzīves cikla stratēģijas	2	4	1	5
Produkta pozicionēšanas un diferencēšanas iespējas būvniecībā	2	4	1	5
Cenu noteikšanas īpatnības būvniecībā	2	4	1	5
Produkta izplatības jeb sadales stratēģijas	2	4	1	5
Tirgus komunikāciju īpatnības būvniecībā	2	4	1	5
Plānošana, plāna izstrāde un tā realizācijas kontrole	4	4	2	5
Kopā:	32	48	16	64

Sasniedzamie studiju rezultāti un to vērtēšana

Sasniedzamie studiju rezultāti	Rezultātu vērtēšanas metodes
Spēj saskatīt esošās un iespējamās problēmas tirgzinību jautājumos būvniecības nozarē.	Lietišķi praktiskais pētījums (praktiskie uzdevumi), eksāmens

Spēj analizēt esošās un iespējamās problēmas tirgzinību jautājumos būvniecībā, to cēloņus un sekas.	Lietišķi praktiskais pētījums (praktiskie uzdevumi), eksāmens
Prot komunicēt ar citiem darbiniekiem, darījumu partneriem, valsts, pašvaldību un sabiedriskajām institūcijām, veidojot pozitīvu saskarsmes vidi.	1.darbs grupās
Prot strādāt komandā / grupā, patstāvīgi.	2.darbs grupās
Prot patstāvīgi noteikt stratēģisko un taktisko aktivitāšu risinājumu iespējas būvniecības tirgzinībās.	Lietišķi praktiskais pētījums (praktiskie uzdevumi), prezentācija, eksāmens

Studiju rezultātu vērtēšanas kritēriji

Kritērijs	% no kopējā vērtējuma
1.grupu darbs	10
2.grupu darbs	10
Lietišķi praktiskais pētījums (praktiskie uzdevumi)	50
Grupu un individuālo darbu prezentācijas	5
Eksāmens	25
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	20.0	20.0	0.0		*			*	