

RTU studiju kurss "Cenu veidošanas stratēģija"**22000 Inženierekonomikas un vadības fakultāte****Vispārējā informācija**

Kods	IV0399
Nosaukums	Cenu veidošanas stratēģija
Studiju kursa statuss programmā	Obligātais/Ierobežotās izvēles
Atbildīgais mācītspēks	Irina Voronova - Doktors, Pasniedzējs
Apjoms daļās un kredītpunktos	1 daļa, 3.0 kredītpunkti
Studiju kursa īstenošanas valodas	LV
Anotācija	Sniedz zināšanas par adekvātam metodēm, kas ļauj izvirzīt un risināt cenu veidošanas problēmas uzņēmējdarbībā. Cenu klasifikācija. Eksporta un importa cenas. Cenu noteikšana atkarībā no līgumu nosacījumiem. Cenu atlāides. Cenu līmeņa ietekmējošo faktoru pētījumi. Cenu veidošanas metodes, to klasifikācija. Cenu veidošanas stratēģiju izmantošanas jomas. Cenu taktika. Cenu izvirzīšanas kārtība.
Mērķis un uzdevumi, izteikti kompetencēs un prasmēs	Kursa mērķis ir sniegt zināšanas par cenu veidošanas metodēm, stratēģijām un taktikām atsevišķos uzņēmumos, atšķirīgās situācijās tirgus ekonomikas apstākļos, kā arī iemācīties novērtēt cenu politikas virzienus katra uzņēmuma kopējā darbībā un kopējā pieņemamo lēmumu sistēmā. Uzdevumi: Iemācīt studentus domāt tajās kategorijās, kādās domā uzņēmēji pieņemot lēmumus par cenas lielumu; Attīstīt studējošo prasmes un iemaņas cenas politikas pamatošanā un izvēlētas stratēģijas organizācijā; Apgūst pašizmaksas noteikšanu, izmantojot dažādas metodes vispārējo izmaksu sadalīšanas sistēmā; Attīstīt zināšanas, kas palīdzēs studentiem labāk orientēties cenu problēmās.
Patstāvīgais darbs, tā organizācija un uzdevumi	Priekšmeta apgūšanas laikā studentiem jāpilda regulāri darbus auditorijā un mājā, kuri tiek pārbaudīti. Lēmumu pieņemšanas procesa posmi cenu veidošanā. Situācijas analīze; Interneta izsoles cenas analīze. Uzdevumi. Situācijas analīze. Tests; Prioritāšu izvietojšanas metodes izmantošana cenu līmeņa ietekmējošo faktoru pētījumos. Uzdevumi. Situācijas analīze; Cenas noteikšana izmantojot pilnās pašizmaksas kalkulācijas sistēmu. Cenu veidošana orientējoties uz patērētājiem un pieprasījumu. Uzdevumi. Situācijas analīze. Uzņēmuma cenu veidošanas stratēģijas un konkurētspējas paaugstināšanas paņēmieni. Uzdevumi. Situācijas analīze; Obligācijas cenas noteikšana. Uzdevumi. Situācijas analīze. Diskusija. Individuāla pētījuma prezentācija.
Literatūra	Pamatliteratūra 1. Niedrītis, J. Ē. Marketing: kā labāk saprasties ar pircējiem un gūt peļņu : mācību līdzeklis . 3., pārstrād. papild. izd. - Rīga: Biznesa augstskola Turība, 2005. 407 lpp. 2. Simon, H., Fassnacht, M. (2019). Price Management. Strategy, Analysis, Decision, Implementation. Springer. 576 p. Papildliteratūra 3. Beņkovskis, K., Fadejeva, L., Kalnbērziņa, K. (2011). Cenu veidošanas mehānisms Latvijā: PCI mikrodatu analīzes ekonometriskie rezultāti. Latvijas Banka. 34 lpp. 4. Beņkovskis, K., Kalnbērziņa, K., Fadejeva, L. (2010). Cenu veidošanas mehānisms Latvijā: Ko var uzzināt, analizējot PCI mikodatus. Latvijas Banka. 57 lpp. 5. Kurjanovičs, V. (2012). Biznesa novērtējums – metodika un organizācija. Rīga. Merkurij Info. 189 lpp. 6. Praude, V. (2010). Finanšu instrumenti. Rīga: Burtene, 106.-145., 382.-415. lpp. 7. Nagle, T., Müller, G. (2017). The Strategy and Tactics of Pricing: A Guide to Growing More Profitably. Routledge, 352 p. 8. Mishan, M., J., Quah, E. (2020). Cost-Benefit Analysis. London: Routledge. 404 p. 9. Transfertcenas: regulējums, noteikšanas principi, metodes un dokumentācijas prasības . (2021). Pieejams: http://transfertcenas.lv/transfertcenu-pamatprasibas/ 10. Žariņa, V. (2021). Pašizmaksas kalkulācija. Balance. 11. Липсиц И.В. Коммерческое ценообразование: Учебник. Сборник деловых ситуаций. Тесты. 2-е изд. Москва: БЕК, 2001. 576 с.
Nepieciešamās priekšzināšanas	Priekšmets balstās uz zināšanām, kas iegūtas mikroekonomikā (IET102) makroekonomikā (IET111), finanšu grāmatvedība un finanšu matemātika.

Studiju kursa saturs

Saturs	Pilna un nepilna laika klātienē studijas		Nepilna laika neklātienē studijas	
	Kontakt stundas	Patstāv. darbs	Kontakt stundas	Patstāv. darbs
1. Kursa priekšmets, objekts un aktualitāte.	3	4	1	4
2. Cenas vispārējie teorētiskie aspekti.	3	4	2	4
3. Cenu līmeņa ietekmējošo faktoru pētījumi. Paņēmieni finanšu analīzes cenošanā.	3	4	3	6
4. Cenu veidošanas metodes.	8	6	1	3
5. Izmaksu cenošanas modeļi.	3	3	3	9
6. Uzņēmēju cenu politika koncepcija un cenas noteikšanas stratēģijas veidi.	2	3	1	5
7. Informācijas vākšana cenu stratēģijas izstrādei.	2	4	1	5
8. Cenu veidošanas politika dažādās nozarēs.	2	12	2	20

9.Cenu veidošanas politika finanšu pakalpojumu jomā.	6	8	2	8
Kopā:	32	48	16	64

Sasniedzamie studiju rezultāti un to vērtēšana

Sasniedzamie studiju rezultāti	Rezultātu vērtēšanas metodes
Spēj domāt tajās kategorijās, kādās domā uzņēmēji pieņemot lēmumus par cenas lielumu.	Uzdevumi. Praktiskais darbs. Noslēguma darbs.
Izprot izmaksas modeļus un spēj analizēt finanšu datus cenošanā.	Praktiskie darbi praktiskajās nodarbībās.
Izprot cenu pārvaldības procesu un spēj saskatīt ietekmējošos faktorus cenošanā.	Atrisināt 2 praktiskus uzdevumus. Praktiskais darbs. Ieskaite
Spēj novērtēt izmaiņu sekas, realizējot dažādas cenas stratēģijas.	Atrisināt 2 praktiskus uzdevumus. Praktiskais darbs.
Spēj orientēties cenu problēmās un to risināšanā finanšu tirgū, pērkot un realizējot preces, pakalpojumus Latvijā.	Atrisināt praktisko uzdevumu. Individuālais pētījums. Rezultātu prezentācija.

Studiju rezultātu vērtēšanas kritēriji

Kritērijs	% no kopējā vērtējuma
Aktīva līdzdalība diskusijās un nodarbībās.	10
Praktisko darbu rezultāti: kopā 5 praktiskie darbi; teorijas pielietošanā praksē.	40
Individuālais pētījums: tiek izstrādāts pētījums par "Uzņēmuma cenu veidošanas stratēģija" (rakstu darbs) un prezentācija.	30
Noslēguma darbs: tiek pārbaudītas studentu teoretiskās zināšanas atbildot uz jautājumiem.	20
Kopā:	100

Studiju kursa plānojums

Daļa	KP	Stundas			Pārbaudījumi		
		Lekcijas	Prakt d.	Laborat	Ieskaite	Eksām.	Darbs
1.	3.0	16.0	0.0	16.0	*		