

RTU studiju kurss "Aktualitātes mārketingā un stratēģiskajā vadīšanā"**22000 Inženierekonomikas un vadības fakultāte****Vispārējā informācija**

Kods	IV0557
Nosaukums	Aktualitātes mārketingā un stratēģiskajā vadīšanā
Studiju kursa statuss programmā	Obligātais/Ierobežotās izvēles; Brīvās izvēles
Atbildīgais mācībspēks	Rita Greitāne - Doktors, Docents
Mācībspēks	Vladimirs Šatrevičs - Doktors, Asociētais profesors
Apjoms daļās un kredītpunktos	1 daļa, 6.0 kredītpunkti
Studiju kursa īstenošanas valodas	LV
Anotācija	Priekšmets ir veltīts mārketinga un stratēģiskās vadības jautājumiem mūsdienu dinamiskajā tirgū globalizācijas apstākļos. Kursa ietvaros tiek aplūkoti galvenie stratēģiskās vadības jautājumi, uzņēmuma konkurētspējas paaugstināšanas problēmas, stratēģiskās analīzes metodes u.c. aktuāli jautājumi, kā arī uzmanība tiek veltīta stratēģiskā mārketinga problēmām un iespējamajiem risinājumiem, izmantojot dažādus mārketinga instrumentus. Pēc kursa apgūšanas studentiem ir jāprot identificēt un analizēt problēmsituācijas tirgū, kā arī piedāvāt atbilstošus konkrētajai situācijai stratēģiskos risinājumus.
Mērķis un uzdevumi, izteikti kompetencēs un prasmēs	Mācību priekšmeta mērķis ir sistematizēt un padziļināt zināšanas mārketingā un stratēģiskās vadības jautājumos. Attīstīt studentu prasmi noteikt, analizēt un diskutēt par dažādām mārketinga problēmsituācijām. Attīstīt studējošo kompetences atšķirt, attiecināt un izskaidrot dažādus rādītājus un indikatorus, izvēlēties no tiem problēmsituācijas risināšanai atbilstošākos un pielietot tos praksē. Veicināt vispārējo prasmju attīstību un prasmi prezentēt individuālās idejas grupā.
Patstāvīgais darbs, tā organizācija un uzdevumi	Patstāvīgie darbi ietver individuālu pētījumu un situācijas uzdevumu risināšanu praktiskajās nodarbībās. Patstāvīgais darbs ir jābalsta uz noteikta teorētiskā materiāla izskatīšanu, analīzi un teorētiskā materiāla aprobāciju uz reāli funkcionējoša uzņēmuma bāzes. Patstāvīgā darba un praktisko darbu vērtējums veido 60% no priekšmeta gala vērtējuma. Papildus patstāvīgo darbu izpildei, zināšanas tiek nostiprinātas grupu un individuālo darbu ietvaros par studiju programmā iekļautajām tēmām.
Literatūra	Pamatliteratūra/Obligatory 1. McGrath R. The End of Competitive Advantage: How to Keep Your Strategy Moving as Fast as Your Business; 2. Kotler, Ph., Kartajaya H., Setiawan I. Marketing 4.0: Moving From Traditional to Digital; 3. Kotter P.J. Accelerate: Building Strategic Agility for a Faster-Moving World; Papildliteratūra/Additional 1. Čaune J., Dzedons A. Stratēģiskā vadīšana. Rīga.: Lidojošā zivs, 2009. 350 lpp. 2. Parnell, J. A. Strategic management : theory and practice. Los Angeles : SAGE, 2014. 28 cm 3. 4 izpildes disciplīnas / Makčesnijs, K., Kovejs, Š., Halings, Dž. Rīga: Zvaigzne ABC, 2018. 317.lpp. 4. Rebecca Lieb. Content - The Atomic Particle of Marketing: The Definitive Guide to Content Marketing Strategy 5. Strategic management : creating competitive advantages / Gregory G. Dess ... [et al.]. New York, NY : McGraw-Hill/Irwin, 2012. 506 p. 6. Chervnev A. Strategic Marketing Management, 9th Edition; 7. Philip Kotler Ph., Keller K., Dr Mairead Brady, etc. Marketing Management 3rd ed Board book; 8. David, F. R. Strategic management : concepts and cases : a competitive advantage approach. Harlow : Pearson, 2017. 680 p. 9. Praude V.. Mārketing: teorija un prakse . Rīga: Burtene, 2011. il., tab. ; 25 cm. 10. Marketing management / Philip Kotler ... [et al.]. Harlow, Essex, England : Pearson, 2012. 1022 lpp 11. Chaffey, D. Digital marketing excellence : planning and optimizing your online marketing. Abingdon, Oxon, New York : Routledge, 2017. 660 lpp.
Nepieciešamās priekšzināšanas	Vēlams priekšzināšanas ekonomikā un vadībinātnē.

Studiju kursa saturs

Saturs	Pilna un nepilna laika klātienes studijas		Nepilna laika neklātienes studijas	
	Kontakt stundas	Patstāv. darbs	Kontakt stundas	Patstāv. darbs
Stratēģiskās vadīšanas teorijas pamati: vēsturiskā attīstība, definīcijas, koncepcijas, stratēģijas, principi	6	8	1	8
Stratēģiskās vadīšanas pieeju izmaiņas laika gaitā	6	8	1	8
Stratēģiskās vadīšanas aktuālās problēmas, organizācijas kultūra un mērķu kaskadēšana	12	24	6	40
Stratēģiju izvēle biznesa modeļa kontekstā	8	12	4	24
Konkurenti un konkurence mūsdienu dinamiskajā tirgū, to ietekme uz stratēģisko vadīšanu	8	12	2	16
Mārketinga vadīšanas teorijas pamati, definīcijas, koncepcijas, stratēģijas	8	12	2	16
Mārketinga izaicinājumi, aktuālās problēmas un risinājumi	8	10	2	16
Mārketinga komplekss kā vadīšanas instruments digitālajā laikmetā	8	10	2	16

Kopā:	64	96	20	144
-------	----	----	----	-----

Sasniedzamie studiju rezultāti un to vērtēšana

Sasniedzamie studiju rezultāti	Rezultātu vērtēšanas metodes
Spēj formulēt organizācijas misiju un vīziju, noteikt organizācijas vērtības un veidot organizācijas stratēģijai atbilstošu organizācijas kultūru	Situācijas uzdevumi. Praktiskie darbi nodarbībās. Kontroldarbi ar teorētiskajiem un praktiskajiem uzdevumiem. Kritēriji: pozitīvs vērtējums praktiskajos darbos un kontroldarbos.
Spēj izstrādāt risinājumus, integrējot un kombinējot teorētiskās un praktiskās zināšanas.	Individuālie vai grupas projekti. Iegūto rezultātu prezentēšana nodarbībā. Kritērijs: pozitīvs vērtējums par individuālajiem vai grupu projektiem.
Spēj noteikt un analizēt un diskutēt par dažādām mārketinga un stratēģiskās vadības problēmsituācijām. Var atšķirt, attiecināt un izskaidrot dažādus rādītājus un indikatorus, izvēlēties no tiem problēmsituācijas risināšanai atbilstošākos un pielietot tos praksē.	Kontroldarbi ar teorētiskajiem un praktiskajiem uzdevumiem. Situācijas uzdevumi. Kritērijs: pozitīvs vērtējums par izpildītajiem situācijas uzdevumiem un kontroldarbiem.
Spēj integrēt, kombinēt, apvienot dažādus risinājumus mārketinga un stratēģiskās vadības jomā. Balstoties uz diskusiju rezultātiem un pieejamo informāciju sintezēt un izdarīt patstāvīgus secinājumus.	Praktiskie darbi nodarbībās. Kritērijs: pozitīvs vērtējums par veiktajiem praktiskajiem darbiem.
Spēj pretstātīt, salīdzināt, izvērtēt, apšaubīt, kritizēt dažādus rādītājus mārketinga un stratēģiskās vadības efektivitātes noteikšanā, aprēķināt uzņēmuma darbību raksturojošos rādītājus. Spēj analizēt iegūtos rezultātus un izdarīt secinājumus.	Praktiskais darbs nodarbībā. Kontroldarbi ar teorētiskiem un praktiskiem uzdevumiem. Kritērijs: pozitīvs vērtējums par praktisko darbu nodarbībās un tēmai atbilstošajiem kontroldarbiem.
Spēj atrast un izvērtēt nepieciešamo informāciju par konkrētu jautājumu. Spēj izskaidrot iegūto informāciju citiem.	Individuālā vai grupas darba rezultātu prezentēšana nodarbībā. Kritērijs: pozitīvs vērtējums par individuālo un grupu darbu.

Studiju rezultātu vērtēšanas kritēriji

Kritērijs	% no kopējā vērtējuma
Situācijas analīze par misijas vīzijas un mērķu formulējumu	5
Praktiskie darbi par stratēģisko analīzi	10
Praktiskie darbi un situāciju analīze par biznesa modeļiem un stratēģiju	10
Praktiskie darbi un situāciju analīze par aktualitātēm mārketingā	15
Pārbaudes darbi	20
Eksāmens	40
Kopā:	100

Studiju kursa plānojums

Daļa	KP	Stundas			Pārbaudījumi			Brīvās izvēles pārbaudījumi		
		Lekcijas	Prakt d.	Laborat	Ieskaite	Eksām.	Darbs	Ieskaite	Eksām.	Darbs
1.	6.0	32.0	32.0	0.0		*				