

RTU studiju kurss "Dizaina tirgzinības"**01T00 Arhitektūras un dizaina institūts****Vispārējā informācija**

Kods	AD0145
Nosaukums	Dizaina tirgzinības
Studiju kursa statuss programmā	Obligātais/Ierobežotās izvēles
Atbildīgais mācītājs	Silvija Kukle - Habilitētais doktors, Vadošais pētnieks
Mācītājs	Zane Zelča - Doktors, Eksperts
Apjoms daļās un kredītpunktos	1 daļa, 5.0 kredītpunkti
Studiju kursa īstenošanas valodas	LV, EN
Anotācija	Mūsdienās dizainam, kas aptver produktu, pakalpojumu, saziņas un vides dizainu, ir būtiska nozīme uzņēmējdarbības aktivitāšu kopumā. Jaunu produktu izstrādei un esošu produktu virzīšanai jābūt stratēģiski veidotam procesam, lai tas spētu realizēties veiksmīgā uzņēmējdarbībā. Dizaina loma ir cieši saistīta ar konkurētspējīgas ekonomikas veicināšanu dažādās tautsaimniecības nozarēs, jo nepieciešams radīt patērētājam vajadzīgus un augstvērtīgus produktus un pakalpojumus, kas izstrādes procesā samērojami gan produkta, gan uzņēmuma stratēģijas ietvaros. Lai to nodrošinātu, nepieciešams izprast dizainera lomu dažādu līmeņu inovatīvu ideju ģenerēšanā un īstenošanā, interfeisu veidošanā un uzturēšanā starp tirgus iespējām, piegādātājiem, ražotāju un lietotājiem, ņemot vērā iesaistīto pušu intereses, iespējas un mērķus. Spēt iegūto izpratni realizēt praktiskos risinājumos, veidot efektīvu, mūsdienīgu komunikācijas vidi un tehnoloģijas, kā arī samērot to ar uzņēmuma darbības struktūru.
Mērķis un uzdevumi, izteikti kompetencēs un prasmēs	Mērķis: Definēt un analizēt dizaina procesus un dizainera lomu uzņēmumā inovatīvu biznesa ideju, produktu, pakalpojumu un procesu radīšanā un virzīšanā, jaunu ieņēmumu ģenerēšanā integrējot dizaina un uzņēmējdarbības domāšanu. Apgūt spēju veidot un vadīt komandu inovatīvu biznesa ideju/procesu/produktu/pakalpojumu izstrādei. Uzdevumi: • veidot izpratni par dizainera un dizaina lomām uzņēmumā; • apgūt zināšanas un prasmes dizaina un uzņēmējdarbības domāšanā, formulēt mērķi un uzdevumus, novērtēt risinājumu iespējamību un nepieciešamību kā kompleksu biznesa aktivitāšu kopumu; • analizēt procesus uzņēmumā un integrēt dizaina risinājumus izvērstus laikā; • apgūt zināšanas un prasmes koncepciju un stratēģiju veidošanā, un procesu kontrolē; • apgūt zināšanas un prasmes veidot komandu, vadīt tās darbību izvēlētajā mērķa sasniegšanai, koordinēt izstrādes procesu ar atbilstošām struktūrām uzņēmumā un ārpus uzņēmuma.
Patstāvīgais darbs, tā organizācija un uzdevumi	Studējot literatūru, praktisku risinājumu piemērus, strādājot grupās apgūt prasmes un spēju izstrādāt un/vai piemērot dizaina risinājumus, radīt jaunus produktus un pakalpojumus ar augstu pievienoto vērtību, prognozēt tendences un tās ieviest praksē, izvēlēties uzņēmējdarbības sfērai piemērotu dizaina koncepciju un plānošanu dažādos līmeņos, spēju veikt tirgus nišu paplašināšanu un analīzi katrā biznesa procesu posmā, optimizāciju. Apgūt prasmes un spējas demonstrēt risinot tekošos uzdevumus un demonstrējot prezentācijās, kā arī studiju darba aizstāvēšanas procesā.
Literatūra	Obligātā / Obligatory: 1. S. Kukle, I. Baķe. Lekciju mācību materiāli. 2022. ORTUS 2. Tirgus cenu veidošanas stratēģijas.pdf. 2020. 14 lpp. 2019 3. Integrētas tirgvedības komunikācijas.pdf. 69 lpp. 2020 4. Klaus Heine. The Concept of Luxury Brands. The eBook about the Definition, Characterization and Categorization of Luxury Products and Brands. The Concept of Luxury Brands Upmarkit 5. Dmi review. Design management and innovation. The review is published quarterly. Wiley online library. https://onlinelibrary.wiley.com Papildliteratūra / Additional: 6. V. Makdono, M. Braungarts. No šūpuļa līdz šūpulim 2012, Rīga: Jumava 7. G. K. Van Patter, E. Pastor. Innovation Methods Mapping: De-mystifying 80+ Years of Innovation Process Design 1st edition 2016. - 230 lpp 8. J. Heskett. Creating Economic Value by Design. International Journal of Design. Design, 3 (1), 71-84. 2008 9. P. McGrory. A Cup of Entrepreneurship Corporate Entrepreneurship & Design Report MUO-E9009, 47 lpp 10. R. Wolcott, M. J. Lippitz. Grow from Within: Mastering Corporate Entrepreneurship and Innovation 2009, USA: MacGraw Hill Companies - 272 lpp
Nepieciešamās priekšzināšanas	Bakalaura studiju kursi: Informācijas tehnoloģija, specializācijai atbilstoša materiāli un tehnoloģija

Studiju kursa saturs

Saturs	Pilna un nepilna laika klātienē studijas		Nepilna laika neklātienē studijas	
	Kontakt stundas	Patstāv. darbs	Kontakt stundas	Patstāv. darbs
Dizains kā kompleksa uzņēmējdarbības aktivitāte. Dizaina lietojamības līmeņi. Uz darbību, funkciju vai stratēģiju vērsts dizains. Lēmumu pieņemšana un realizācija.	4	6	0	0

Dizaina tirgus un ražošanas aspekti. Marketinga un ražošanas funkciju saskaņošanas produkta attīstības gaitā	6	9	0	0
Krāsu, rakstu, tekstūru prognozēšanas procesi, prognozes un to loma	2	3	0	0
Produkta/pakalpojuma pozicionēšana patērētāja apziņā	4	6	0	0
Zīmolu daudzveidības analīze. Zīmola pārvaldības principi	4	6	0	0
Produktu virzīšanas un reklāmas metodes. Bieži sastopamās kļūdas	4	6	0	0
Dizaina domāšanas, koncepcijas, dizaina darbības rīku integrēšana biznesa procesos. Produktu līniju stratēģija: Esošu produktu diferenciacija, dizainers kā interpretators	4	6	0	0
Ārējās un iekšējās vides skenēšana jauna/modificēta produkta sagatavošanas procesā	4	6	0	0
Priekšmeta, pakalpojuma, sistēmas izstrādes un ieviešanas process atbilstoši biznesa modelim – dizainera loma tajā. Produktu attīstības paraugi	4	6	0	0
Korporatīvo aktivitāšu līmeņi, ieguvumi un riski: oriģinālu produktu sēriju izgatavošana; oriģinālu dizainietilpīgu pasūtījumu izgatavošanā; oriģinālas prečzīmes un oriģinālas stratēģijas pārvaldība	6	9	0	0
Sociālā atbildība: ētikas, sociālie, vides aizsardzības, dzīves kvalitātes aspekti. Dizaina ietekme uz uzņēmuma nākotnes iespējām	2	3	0	0
No analītiskā uz radošo vadības modeli, dizains kā optimizācijas rīks. Darba komandas veidošana	4	6	0	0
Produkta/pakalpojuma mārketinga un pārdošanas kanālu plānošana un izstrāde. Inovāciju koncepcijas izstrāde	6	9	0	0
Īstermiņa un ilgtermiņa konkurences perspektīvas ar atšķirīgu dizaina pieeju, vērtības pievienošana un radīšana. Uzņēmuma vērtības, patērētāja vērtības, to krustpunkti	10	15	0	0
Kopā:	64	96	0	0

Sasniedzamie studiju rezultāti un to vērtēšana

Sasniedzamie studiju rezultāti	Rezultātu vērtēšanas metodes
Izpratne par dizaina domāšanas, koncepcijas, dizaina darbības rīku integrēšanu biznesa procesos. Spēj veikt esošu produktu diferenciaciju.	Pārbaudes veids: Darbs grupā, grupas darba prezentācija un dalība diskusijā Kritēriji: pozitīvs vērtējums par apgūto zināšanu lietojumu diskusijās un eksāmenā; pozitīvs vērtējums par darbu grupā un grupas darba prezentāciju.
Izpratne par prognožu tapšanas procesiem un prognožu ietekmi uz dažādām jomām. Krāsu, rakstu, tekstūru prognozes 24 mēnešiem (individuāls darbs izvēlētajā jomā)	Pārbaudes veids: Prezentācija (individuāla) par prognožu tapšanas procesiem, krāsu, rakstu, tekstūru prognozes nākošajiem 24 mēnešiem. Kritēriji: pozitīvs vērtējums par apgūto zināšanu lietojumu diskusijās un eksāmenā, prezentācijas satura un prognožu atbilstības pozitīvs vērtējums.
Spēja atpazīt veiksmīgus zīmolus, veikt kritisku veiksmju un neveiksmju analīzi. Veiksmīga zīmola un tam atbilstošas uzņēmējdarbības pieredzes analīze. Darbs grupā (2 studējošie)	Pārbaudes veids: Veiksmīga zīmola kritiska analīze un prezentācija, diskusija. Kritēriji: pozitīvs vērtējums par apgūto zināšanu lietojumu diskusijās un eksāmenā, prezentācijas objekta un satura pozitīvs vērtējums
Izpratne par pārdošanas vietas iekārtojuma principiem un to realizāciju. Izvēlētas tirdzniecības vietas (veikala, salona) iekārtojuma kritiska analīze. Uzlabojumu izstrāde. Darbs grupā (2 studējošie)	Pārbaudes veids: Veiksmīga un problemātiska iekārtojuma salīdzinoša analīze, iespējamo uzlabojumu priekšlikumi - prezentācija, diskusija. Kritēriji: pozitīvs vērtējums par apgūto zināšanu lietojumu diskusijās un eksāmenā, prezentācijas objektu un satura pozitīvs vērtējums.
Izprot korporatīvo aktivitāšu līmeņus, ieguvumus un riskus: oriģinālu produktu sēriju izgatavošana; oriģinālu dizainietilpīgu pasūtījumu izgatavošanā; oriģinālas prečzīmes pārvaldība; oriģinālas stratēģijas pārvaldība.	Pārbaudes veids: Grupas darba ietvaros identificēt dizaina risinājumus korporācijās, organizācijās un jaunizveidotiem uzņēmumiem. Dalība diskusijā, grupas dabu kopsavilkumi Kritēriji: pozitīvs vērtējums par apgūto zināšanu lietojumu diskusijās un eksāmenā; pozitīvs vērtējums par darbu grupā un grupas darba prezentāciju.
Apzinās dizainera lomu priekšmeta, pakalpojuma, sistēmas izstrādes un ieviešanas procesos atbilstoši biznesa modelim.	Pārbaudes veids: Produktu attīstīšanas piemēru salīdzinoša analīze, problēmu konstatēšana, risinājumu piedāvājums Kritēriji: pozitīvs vērtējums par apgūto zināšanu lietojumu diskusijās un eksāmenā; pozitīvs vērtējums par referāta nodaļā atspoguļotu divu produktu attīstīšanas procesu salīdzinošu analīzi, problēmu identificēšanas un piedāvāto risinājumu atbilstību.

Spēj veikt pirmsprojekta koncepcijas un vides atbilstības vērtējumu. Produkta koncepcijas piedāvājums. Ārējās un iekšējās vides skenēšana jauna/modificēta produkta sagatavošanas procesā. Darbs grupā (2 studējošie)	Pārbaudes veids: apgūto zināšanu lietojums diskusijās un eksāmenā; jauna produkta koncepcijas variantu priekšizpēte un salīdzinoša analīze rezultātu prezentācija tekstu un grafiskā formā. Kritēriji: pozitīvs vērtējums par apgūto zināšanu lietojumu diskusijās un eksāmenā; pozitīvs vērtējums par studiju darba nodaļā atspoguļotu jauna produkta koncepciju priekšizpētes rezultātiem.
Izprot sociālās atbildības aspektus. Izprot dizaina ietekmi uz uzņēmuma nākotnes iespējām. Spēj izmantot dizainu kā korporatīvo aktivitāšu sistēmas optimizāciju koordinējošu instrumentu.	Pārbaudes veids: Kontroldarbs individuāli izstrādāta referāta nodaļas formā, prezentācija Kritēriji: pozitīvs vērtējums par apgūto zināšanu lietojumu diskusijās un eksāmenā; pozitīvs vērtējums par studiju darba nodaļas saturu un tā prezentāciju.
Atšķir īstermiņa un ilgtermiņa konkurences perspektīvas ar atšķirīgu dizaina pieeju, spēj pievienot un radīt produkta vērtību. Prot analizēt uzņēmuma vērtības un patērētāja vērtības, to krustpunktus.	Pārbaudes veids: Koncepciju īstermiņa un ilgtermiņa konkurētspējas analīze. Studiju darbs, aizstāvēšana Kritēriji: pozitīvs vērtējums par apgūto zināšanu lietojumu diskusijās un eksāmenā. Pozitīvs studiju darba satura un aizstāvēšanas vērtējums.
Spēj iekļauties darba komandā, veidot to un vadīt. Izprot interfeisu veidošanu starp iekšējām un ārējām struktūrām.	Pārbaudes veids: Darbs grupās, lomu spēles Kritēriji: pozitīvs vērtējums par apgūto zināšanu lietojumu un ieguldījumu grupas darbā un lomu spēlēs.
Spēj plānot produkta/pakalpojuma mārketinga un pārdošanas kanālus, inovāciju koncepcijas izstrādi.	Pārbaudes veids: Grupas darbā veidotu koncepciju varianti, salīdzinoša analīze. Grupas darba prezentācija un dalība diskusijā Kritēriji: pozitīvs vērtējums par apgūto zināšanu lietojumu un ieguldījumu diskusijās, koncepciju variantu izstrādē un grupas sniegtā kopumā.

Studiju rezultātu vērtēšanas kritēriji

Kritērijs	% no kopējā vērtējuma
Darba prezentācija	50
Eksāmens	50
Kopā:	100

Studiju kursa plānojums

Daļa	KP	Stundas			Pārbaudījumi		
		Lekcijas	Prakt d.	Laborat	Ieskaite	Eksām.	Darbs
1.	5.0	48.0	0.0	16.0		*	