

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

Kods	AD0185
Nosaukums	Prečzinība
Studiju kursa statuss programmā	Obligātais/Ierobežotās izvēles
Atbildīgais mācītspēks	Ilze Baltiņa - Doktors, Asociētais profesors
Mācītspēks	Ilze Balgale - Lektors
Apjoms daļās un kredītpunktos	1 daļa, 3.0 kredītpunkti
Studiju kursa īstenošanas valodas	LV
Anotācija	Studiju kursā apskatīta prečzinības priekšmeta būtība un vēsturiskā attīstība, preču klasifikācija un tās veidi, analizēts preču sortiments un kvalitāte, kā arī to rādītāji, kvalitāti ietekmējošie faktori un preču lietošanas īpašības. Izklāstīta preču standartizācija un kodēšana.
Mērķis un uzdevumi, izteikti kompetencēs un prasmēs	Studiju kursa mērķis ir sniegt zināšanas par dažādām precēm, to īpašībām, par faktoriem, kas ietekmē patērētāja vajadzības pēc precēm. Studiju kursa uzdevumi ir nodrošināt spējas atpazīt preču sortimentu pēc dažādām pazīmēm, noteikt preču nomenklatūras pozīcijas.
Patstāvīgais darbs, tā organizācija un uzdevumi	Darbs ar literatūru dažādu preču sortimenta apzināšanai.
Literatūra	Obligātā literatūra:/ Obligatory literature 1.Pahsova, S. (Ed.). Commodity Science in a Changing World: Proceedings: Scientific Works. Varna: Publishing house Science and Economics, 2016. 860 p. 2.Dale, B., Bamford, D., van der Wiele, T. (Eds.). Managing Quality: An Essential Guide and Resource Gateway. John Wiley & Sons Ltd., 2016. 321 p. 3.Chochól, A., Szakiel, J. (Eds.). Commodity Science in Research and Practice – Achievements and challenges of commodity science in the age of globalization. Cracow: Polish Society of Commodity Science, 2014. 248 p. 4.Stark, J. Product Lifecycle Management, Vol 1. 21st Century Paradigm for Product Realisation. Springer International Publishing, 2020. 574 p. Papildu literatūra:/ Additional literature 5.Kenyon, G.N., Sen, K.C. The Perception of Quality. Mapping Product and Service Quality to Consumer Perceptions. London: Springer-Verlag, 2015. 265 p. 6.Gale, B.T. Managing customer value: creating quality and service that customers can see. Free Press, 2009, 659 p. 7.Bajde, D., Kjeldgaard, D., Belk, R.W. Consumer Culture Theory. Vol: 20. Emerald Publishing Limited, 2019. 216 p. 8.Ares, G., Varela, P. Methods in Consumer Research, Volume 1. New Approaches to Classic Methods. Cambridge: Woodhead Publishing, 2018. 582 p. 9.Kahraman, C., Cebi, S. (Eds.) Customer Oriented Product Design. Intelligent and Fuzzy Techniques. Springer Nature Switzerland AG, 2020. 481 p. 10.Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I. Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital. John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey, 2017. 208 p. 11.Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I. Marketing 3.0: From Products to Customers to the Human Spirit. John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey, 2010. 269 p. 12.Петрише Ф. А. Теоретические основы товароведения и экспертизы. Москва: Дашков и К°, 2018. 508 с. 13.Калачев, С. Л. Теоретические основы товароведения и экспертизы. 2-е изд. Москва: Издательство Юрайт, 2019. 477 с. 14.Harmonizētā preču sistēma, kombinētā nomenklatūra.
Nepieciešamās priekšzināšanas	Tekstilfizika, koksnes fizika, ādas fizika, interjera dizaina pamati.

Studiju kursa saturs

Saturs	Pilna un nepilna laika klātienes studijas		Nepilna laika neklātienes studijas	
	Kontakt stundas	Patstāv. darbs	Kontakt stundas	Patstāv. darbs
Prečzinības definīcijas, attīstības vēsture, mērķi, funkcijas, izpētes metodes. Prece, preces pazīmes.	2	2	0	0
Patērētāju motivācija, vajadzības, vēlmes, pieprasījums. Preču patērēšana.	2	2	0	0
Pirkšanas lēmuma pieņemšanas process. Preces uztvertā vērtība un apmierinātība pēc pirkuma.	2	2	0	0
Preču iedalījums, raksturlielumi. Preces tehnoloģiskā dzīves cikla posmi.	4	4	0	0
Preču lietošanas īpašības.	2	2	0	0
Materiālu un izstrādājumu īpašības (fiziskās, ķīmiskās, fizikāli-ķīmiskās, bioloģiskās).	2	2	0	0
Preču kvalitāte. Prasības precēm. Preču drošums.	4	4	0	0
Preču kvalitāti veidojošie faktori (izejvielas un materiāli, projektēšana, ražošana).	2	2	0	0
Preču kvalitāti saglabājošie faktori (iepakojšana, uzglabāšana, transportēšana, lietošana, utilizācija).	2	2	0	0
Kvalitātes kontrole. Preču kvalitātes pārbaudes metodes.	4	4	0	0
Preču standartizācija un sertifikācija.	2	2	0	0

Patēriņa preču konkurētspēja. Kvalitātes vadība preču dzīves cikla posmos.	2	2	0	0
Preču informatīvais nodrošinājums (veidi, formas, līdzekļi).	2	2	0	0
Preču klasifikācija. Harmonizētā preču sistēma, kombinētā nomenklatūra. Preču kodēšana.	4	4	0	0
Preču sortiments.	2	2	0	0
Patērētāju tiesību aizsardzība	2	2	0	0
Kopā:	40	40	0	0

Sasniedzamie studiju rezultāti un to vērtēšana

Sasniedzamie studiju rezultāti	Rezultātu vērtēšanas metodes
Prot noteikt preču lietošanas īpašības atbilstoši patērētāju vajadzībām	Pārbaudes veids: praktiskais darbs, eksāmens Kritēriji: students pārzina preču lietošanas īpašības, spēj tās noteikt konkrētai precei atbilstoši patērētāju vajadzībām.
Spēj noteikt preču kvalitātes rādītājus un prasības precēm	Pārbaudes veids: praktiskais darbs, eksāmens Kritēriji: students spēj noteikt preču galvenos kvalitātes rādītājus un prasības precēm, spēj tās piemērot konkrētam produktam.
Spēj atpazīt un klasificēt preces atkarībā no īpašībām	Pārbaudes veids: praktiskais darbs, eksāmens Kritēriji: students prot klasificēt preces atbilstoši preces lietojumam un īpašībām.
Prot noteikt preču atbilstību nomenklatūrai	Pārbaudes veids: praktiskais darbs, eksāmens Kritēriji: students pārzina harmonizētās preču sistēmas uzbūves pamatprincipus, spēj noteikt konkrētas preces atbilstību preču kombinētai nomenklatūrai

Studiju rezultātu vērtēšanas kritēriji

Kritērijs	% no kopējā vērtējuma
Eksāmens	50
Praktiskie darbi	50
Kopā:	100

Studiju kursa plānojums

Daļa	KP	Stundas			Pārbaudījumi		
		Lekcijas	Prakt d.	Laborat	Ieskaite	Eksām.	Darbs
1.	3.0	20.0	0.0	20.0		*	