

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

Kods	IV0636
Nosaukums	Mūsdienu problēmas mārketingā un stratēģiskajā vadīšanā
Studiju kursa statuss programmā	Obligātais/Ierobežotās izvēles
Atbildīgais mācītspēks	Elīna Gaile-Sarkane - Doktors, Studiju prorektors
Mācītspēks	Andrejs Čirjevskis - Augstskolas darbinieks ar uzņēmuma līgumiem
Apjoms daļās un kredītpunktos	1 daļa, 6.0 kredītpunkti
Studiju kursa īstenošanas valodas	LV
Anotācija	Priekšmets ir veltīts finanšu mārketinga un stratēģiskās vadības jautājumiem mūsdienu dinamiskajā tirgū globalizācijas apstākļos. Kurša ietvaros tiek aplūkoti galvenie stratēģiskās vadības jautājumi, uzņēmuma konkurētspējas paaugstināšanas problēmas, stratēģiskās analīzes metodes u.c. aktuāli jautājumi. Liela uzmanība tiek veltīta stratēģiskā mārketinga problēmām un iespējamajiem risinājumiem, izmantojot vispārzināmos mārketinga instrumentus. Pēc kursa apgušanas studentiem ir jāprot identificēt un analizēt problēmsituācijas tirgū, kā arī piedāvāt vislabākos 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 un 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 pētījums ir jābalsta uz noteikta teorētiskā materiāla izskatīšanu, analīzi un teorētiskā materiāla aprobāciju uz reāli funkcionējoša uzņēmuma bāzes. Patstāvīgā pētījuma tematika ir aprakstīta priekšmeta metodiskajos norādījumos. Patstāvīgā pētījuma vērtējums veido 30% no priekšmeta gala vērtējuma Papildus studiju darba izpildei zināšanas tiek nostiprinātas patstāvīgo darbu ietvaros par studiju programmā iekļautajām tēmām.
Literatūra	1.Caune J., Dziedons A. Stratēģiskā vadīšana - R.: Lidojošā zivs, 2009. - 350 lpp. 2.Praude V.. Mārketingš. - Rīga, 2005. - 559. lpp. 3.Hill Charles W. L., Jones Gareth R. Strategic Management Theory. An Integrated Approach. Sixth edition. - USA, Houghton Mifflin Company, 2004. - 512. p.
Nepieciešamās priekšzināšanas	Mācību priekšmetam ir integrējoša loma, jo tas apvieno zināšanas, kas iegūtas ekonomikā, uzņēmējdarbības vadīšanā uzņēmējdarbības plānošanā, u.c. Vēlams priekšzināšanas ekonomikā un vadībzinātnē.

Studiju kursa saturs

Saturs	Pilna un nepilna laika klātienē studijas		Nepilna laika neklātienē studijas	
	Kontakt stundas	Patstāv. darbs	Kontakt stundas	Patstāv. darbs
Mārketinga un stratēģiskās vadīšanas teorijas pamati: vēsturiskā attīstība, definīcijas, koncepcijas, stratēģijas, princ	6	0	0	0
Stratēģiskās plānošanas teorētiskie pamati.	13	0	0	0
Tirgzinību un stratēģiskās vadīšanas problēmas	12	0	0	0
Funkcionālo stratēģiju izvēle ar augstākas efektivitātes palīdzību. Tirgus politikas jēdziens un tā skaidrojumi	11	0	0	0
Konkurenti un konkurence mūsdienu dinamiskajā tirgū	12	0	0	0
Mārketinga komplekss kā vadīšanas instruments (mārketingš mikss, 4 vai 5 P)	10	0	0	0
Kopā:	64	0	0	0

Sasniedzamie studiju rezultāti un to vērtēšana

Sasniedzamie studiju rezultāti	Rezultātu vērtēšanas metodes
Spēj noteikt un analizēt un diskutēt par dažādām mārketinga un stratēģiskās vadīšanas problēmsituācijām. Var atšķirt, attiecināt un izskaidrot dažādus rādītājus un indikatorus, izvēlēties no tiem problēmsituācijas risināšanai atbilstošākos un pielietot tos praksē.	Testi ar teorētiskajiem un praktiskajiem uzdevumiem. Lai veiksmīgi nokārtotu testu, ir jāatbild pareizi uz vismaz 70% jautājumu. Situācijas uzdevumi. Situāciju simulācijas.
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.

Spēj pretstatīt, salīdzināt, izvērtēt, apšaubīt, kritizēt dažādus rādītājus mārketinga un stratēģiskās vadības efektivitātes noteikšanā, vai tirgus rādītājus, aprēķināt uzņēmuma darbību raksturojošos rādītājus. Spēj analizēt iegūtos rezultātus un veikt secinājumus.	Praktiskais darbs nodarbībā. Testi ar teorētiskiem un praktiskiem uzdevumiem. Lai veiksmīgi nokārtotu testu, ir jāatbild pareizi uz vismaz 70% jautājumu.
Spēj atrast nepieciešamo informāciju par konkrētu jautājumu, to izvērtēt. Spēj izskaidrot šo informāciju un pasniegt to citiem.	Individuālā vai grupas darba rezultātu prezentēšana nodarbībā.
Spēj projektēt integrējot un kombinējot teorētiskās un rakstiskās zināšanas.	Individuālie vai grupas projekti. Iegūto rezultātu prezentēšana nodarbībā.

Studiju kursa plānojums

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