

RTU studiju kurss "Jaunās produkcijas tirgzinības"**22000 Inženierekonomikas un vadības fakultāte****Vispārējā informācija**

Kods	IV0681
Nosaukums	Jaunās produkcijas tirgzinības
Studiju kursa statuss programmā	Obligātais/Ierobežotās izvēles
Atbildīgais mācītspēks	Ieva Andersone - Doktors, Docents
Apjoms daļās un kredītpunktos	1 daļa, 3.0 kredītpunkti
Studiju kursa īstenošanas valodas	LV
Anotācija	Zinātniski pētnieciskie darbi un tirgzinības. Tirgus segmentācija. Patērētāju un ražotāju tirgzinību sistēma. Tirgzinības faktori, koncepcijas, definīcijas. Tirgzinības definīcijas modelis. Jaunas produkcijas tirgzinības veidi. Kvalitātes loma jaunas produkcijas tirgzinības. Produkta dzīves cikls. Jaunas produkcijas konkurētspēja un cenu veidošana.
Mērķis un uzdevumi, izteikti kompetencēs un prasmēs	Mērķis: Jaunas produkcijas tirgzinības ir mācību priekšmets, kas palīdzēs veidot izpratni par jaunas produkcijas tirgzinībām un iegūt prasmi patstāvīgi pieņemt ekonomiski pamatotus lēmumus. Mācību priekšmeta mērķis ir risināt uzdevumus, kas saistīti ar produktu pārdošanu un patērētāja vajadzību apmierināšanu. Uzdevumi: • padziļināt iepriekš iegūtas zināšanas par tiem tirgzinību jautājumiem, kas saistīti ar jauno produkciju; • iemācīties noteikt un novērtēt tirgzinību problēmas, kas saistītas ar jaunu produktu ieviešanu tirgū; • veidot spējas izstrādāt jaunus produktus; • iemācīties veidot tirgzinību stratēģijas un plānu jaunam produktam, novērtēt tirgzinību budžetu.
Patstāvīgais darbs, tā organizācija un uzdevumi	Patstāvīgais pētījums ir jābalsta uz noteikta teorētiskā materiāla izskatīšanu, analīzi un teorētiskā materiāla aprobāciju uz reāli funkcionējoša uzņēmuma bāzes. Patstāvīgā pētījuma tematika ir aprakstīta metodiskajos norādījumos. Rezultāts – studiju darbs un pētījuma rezultātu prezentēšana auditorijā. Vērtējums 10 ballu sistēmā. Patstāvīgā pētījuma vērtējums veido 30% no priekšmeta gala vērtējuma
Literatūra	1. Praude, Valērijs., Mārketinga : teorija un prakse /Valērijs Praude. [Rīga] :Burtene,[2011]., 2 sēj. :il., tab. ;25 cm. 2. Niedrītis, Jānis Ēriks., Mārketinga / Jānis Ēriks Niedrītis. Rīga :Biznesa augstskola "Turība",c2008(Apgāds Imanta)., 487 lpp. :il. ;20 cm. 3. Kotler, Philip., Principles of marketing / Philip Kotler, Gary Armstrong. Boston :Pearson Prentice Hall,c2012., 637,[98] lpp. :il. ;29 cm. 4. Jobber, David., Principles and practice of marketing / David Jobber, Fiona Ellis-Chadwick. London [etc.] :McGraw-Hill Education,©2013., xxxv, 885 lpp. :il. 5. Godin, Seth. Pievienotā vērtība : idejas nākotnes mārketingam /Seth Godins ; [no angļu valodas tulkojusi Lelde Bārdiņa]. [Jelgava] :Zolnera izdevniecība,[c2010](Jelgavas tipogrāfija), 244 lpp. :il.,port. ;22 cm +1 atsev. lp. 6. Godin, Seth. Violetā govys : kļūsti ievērojams, pārveidojot savu biznesu /Seth Godins. Rīga :Izdevniecības nams "Trīs",c2008., 208 lpp. :il. ;22 cm.
Nepieciešamās priekšzināšanas	Uzņēmējdarbības ekonomika

Studiju kursa saturs

Saturs	Pilna un nepilna laika klātienes studijas		Nepilna laika neklātienes studijas	
	Kontakt stundas	Patstāv. darbs	Kontakt stundas	Patstāv. darbs
1. Ievads.	2	2	0	0
2. Produkts, tā raksturlielumi, sortiments.	6	4	0	0
3. Produkta dzīves cikls.	4	6	0	0
4. Tirgus segmentācija.	4	4	0	0
5. Jaunu produktu attīstīšanas posmi.	6	6	0	0
6. Jaunu produktu ideju vākšanas metodes.	4	6	0	0
7. Jauna produkta testēšana.	4	4	0	0
8. Jaunu produktu virzīšana tirgū.	6	6	0	0
9. Produkta cenu plānošana.	4	2	0	0
Kopā:	40	40	0	0

Sasniedzamie studiju rezultāti un to vērtēšana

Sasniedzamie studiju rezultāti	Rezultātu vērtēšanas metodes
Pārzina produkta raksturlielumus, produkta līmeņus, produkta sortimenta platumu un dziļumu, produkcijas kvalitātes sistēmu, kvalitātes rādītājus.	Uzdevumi, situācijas analīze.
Pārzina jaunu produktu tirgus veidus un to raksturojumu, tirgus segmentēšanas īpatnības, patērētāja, cenas un produkta lomu tirgus segmentācijā.	Uzdevumi, situācijas analīze.
Prot pielietot dažādas ideju ģenerēšanas metodes, tādas kā Prāta vētra, Delfi metode, produkta īpašību modifikācija, Nominālā grupa.	Uzdevumi, situācijas analīze.

Prot izstrādāt testēšanas plānu jaunai produkcijai, veikt anketēšanu, izmēģinājumus.	Uzdevumi, situācijas analīze.
Pārzina virzīšanas metodes, cenu veidošanas faktorus un metodes.	Uzdevumi, situācijas analīze

Studiju rezultātu vērtēšanas kritēriji

Kritērijs	% no kopējā vērtējuma
Individuālais darbs	30
Grupu darbi (uzdevumi, situāciju analīzes)	70
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	*		