

RTU studiju kurss "Pakalpojumu mārketinga vadība"

0R000 Rēzeknes akadēmija

Vispārējā informācija

Kods	RA0111
Nosaukums	Pakalpojumu mārketinga vadība
Studiju kursa statuss programmā	Obligātais/Ierobežotās izvēles
Atbildīgais mācītspēks	Ēvalds Višķers - Lektors
Apjoms daļās un kredītpunktos	1 daļa, 3.0 kredītpunkti
Studiju kursa īstenošanas valodas	LV
Anotācija	Kursa apguvē tiek izmantotas diskusijas un praktiskās nodarbības ar aktīvu studentu iesaisti; praktisku piemēru risināšana un analīze; darbs grupās, pakalpojumu uzņēmējdarbības gadījumu izpēte, uzņēmējdarbības spēles un citas praktiskas metodes kompetenču apguvei.
Mērķis un uzdevumi, izteikti kompetencēs un prasmēs	Studiju kursa mērķis ir attīstīt studentu zināšanas un prasmes pakalpojumu mārketinga vadībā, nodrošinot spēju analizēt un novērtēt pakalpojumu tirgus informāciju, izprast mārketinga stratēģijas un ētikas principus, kā arī plānot un īstenot pakalpojumu nozares mārketinga aktivitātes.
Patstāvīgais darbs, tā organizācija un uzdevumi	Nodarbību tematiskais plāns, diskusiju temati un uzdevumi tiek darīti zināmi caur ORTUS un ir atrodamī literatūrā. Gatavojoties kārtējai praktiskai nodarbībai patstāvīgi jāstudē lekciju materiāli, ieteiktie avoti vai ORTUS materiāli
Literatūra	1.Jochen Wirtz, Christopher H. Lovelock, Patricia Chew Essentials of Services Marketing - Pearson Education Limited, 2018. ISBN13 9781292089959 2.Christopher H. Lovelock, Jochen Wirtz, Services Marketing: People, Technology, Strategy 7th Edition - Prentice Hall; 8th edition 2016. ISBN-13: 978-1944659011 3.Valarie A. Zeithaml, Mary Jo Bitner Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm - McGraw-Hill Education, 2017. ISBN-13: 978-0078112102 Citi avoti: 1. https://theinvestorsbook.com/service-marketing.html 2. https://www.managementstudyguide.com/definition-and-characteristics-of-services.htm 3. https://www.ebsglobal.net/EBS/media/EBS/PDFs/Services-Marketing-Course-Taster.pdf
Nepieciešamās priekšzināšanas	Mārketinga, patērētāju uzvedība

Studiju kursa saturs

Saturs	Pilna un nepilna laika klātienēs studijas		Nepilna laika neklātienēs studijas	
	Kontakt stundas	Patstāv. darbs	Kontakt stundas	Patstāv. darbs
Ievads pakalpojumu mārketingā	2	6	2	10
Pakalpojumu mārketinga komplekss (7P modelis)	6	8	2	12
Pakalpojumu mārketinga stratēģija	6	8	2	12
Pakalpojumu kvalitātes vadība	6	8	2	12
Pakalpojumu mārketinga vadības pamatelementi. Pakalpojumu procesa modelis.	6	8	2	10
Mārketinga plāna saturs un nepieciešamība	6	8	2	10
Kopā:	32	46	12	66

Sasniedzamie studiju rezultāti un to vērtēšana

Sasniedzamie studiju rezultāti	Rezultātu vērtēšanas metodes
Demonstrē izpratni par pakalpojumu mārketinga teorētiskajiem pamatiem un praktisko pielietojumu.	Formālā vērtēšana (eksāmens, kontroldarbs, praktisko darbu rezultāti) ļaus novērtēt precizitāti un atbilstību.
Prot pielietot pakalpojumu kvalitātes un klientu apmierinātības vadības metodes.	Formatīvā vērtēšana veicinās radošuma un komunikācijas prasmju attīstīšanu. Tā arī ļauj uzlabot loģisko argumentāciju un analīzi, pakāpeniski attīstot spēju pamatot savu viedokli.
Demonstrē prasmes izmantot digitālos rīkus un inovatīvas pieejas pakalpojumu vadībā.	Formatīvā vērtēšana veicinās radošuma un komunikācijas prasmju attīstīšanu. Tā arī ļauj uzlabot loģisko argumentāciju un analīzi, pakāpeniski attīstot spēju pamatot savu viedokli.
Spēj strādāt komandā, pieņemt lēmumus un prezentēt pētījumu rezultātus.	Summatīvā vērtēšana sniegs iespēju integrēti novērtēt visus kritērijus: gan praktisko pielietojumu un spēju izmantot teorētiskās zināšanas reālās situācijās, gan radošumu un oriģinalitāti.

Studiju rezultātu vērtēšanas kritēriji

Kritērijs	% no kopējā vērtējuma
Kontroldarbs	25
Patstāvīgā darba vērtējums	25
Praktisko darbu vērtējums	25
Gala eksāmens	25
Kopā:	100

Studiju kursa plānojums

Daļa	KP	Stundas			Pārbaudījumi		
		Lekcijas	Prakt d.	Laborat	Ieskaite	Eksām.	Darbs
1.	3.0	16.0	16.0	0.0		*	