

RTU studiju kurss "Patērētāju uzvedība"

0R000 Rēzeknes akadēmija

Vispārējā informācija

Kods	RA0113
Nosaukums	Patērētāju uzvedība
Studiju kursa statuss programmā	Obligātais/Ierobežotās izvēles
Atbildīgais mācītspēks	Daina Znotiņa - Lektors
Apjoms daļās un kredītpunktos	1 daļa, 6.0 kredītpunkti
Studiju kursa īstenošanas valodas	LV
Anotācija	Kursā tiek apgūtas pētījumu metodes un rīki patērētāju izpratnei, kā arī analizētas digitālās vides un jaunāko tehnoloģiju (sociālie mediji, e-komercija, mākslīgais intelekts) radītās pārmaiņas patēriņa uzvedībā. Tiek attīstītas prasmes pielietot teorētiskās zināšanas praktiskos pētījumos un uzņēmuma tirgvedības stratēģijās.
Mērķis un uzdevumi, izteikti kompetencēs un prasmēs	Kursa mērķis ir sniegt zināšanas par patērētāju uzvedības modeļiem un lēmumu pieņemšanas procesiem, atklāj individuālo, sociālo, kultūras un psiholoģisko faktoru ietekmi uz patērētāju izvēli.
Patstāvīgais darbs, tā organizācija un uzdevumi	Studējošā patstāvīgais darbs paredz literatūras izpēti, konkrētu uzdevumu veikšanu un patērētāju uzvedības pētījuma izstrādi. Darba mērķis – apvienot teorētiskās zināšanas ar praktiskiem pētījumiem un radīt ieteikumus uzņēmuma tirgvedības stratēģijai.
Literatūra	Obligātā/Obligatory: - Solomon, M. R. (2022). Consumer Behavior: Buying, Having, and Being. Pearson. - Schiffman, L., Wisenblit, J. (2019). Consumer Behavior. Pearson. - Praude, V. (2011). Mārketing: teorija un prakse. 1.–2. grāmata. Rīga: Burtene. Papildu/Additional: - Eijals, N., Hüverss, R. (2015). Noķert uz āķa: kā radīt paradumus veidojošus produktus. Rīga: Zvaigzne ABC. - Garleja, R. (2001). Sociālā uzvedība patērētāja izvēles vadīšanā. Rīga: RaKa. - Vinands fon Petersdorfs, B. P. (2016). Domāšanas kļūdas, kas maksā naudu. Rīga: Jumava. - Kotler, Ph., Kartajaya, H., Setiawan, I. (2021). Marketing 5.0: Technology for Humanity. Wiley. Interneta resursi/Internet resources: https://www.thinkwithgoogle.com https://www.statista.com https://www.scopus.com https://www.ebsco.com
Nepieciešamās priekšzināšanas	Tirgzinība

Studiju kursa saturs

Saturs	Pilna un nepilna laika klātienes studijas		Nepilna laika neklātienes studijas	
	Kontakt stundas	Patstāv. darbs	Kontakt stundas	Patstāv. darbs
1. Ievads patērētāju uzvedībā	4	10	0	0
2. Lēmumu pieņemšanas procesi	6	10	0	0
3. Patērētāju individuālās atšķirības: demogrāfija, dzīvesveids, vērtības, personība	8	12	0	0
4. Ekonomiskie faktori: ienākumi, cenas, inflācija, e-komercijas ietekme	8	12	0	0
5. Sociālo grupu ietekme: ģimene, viedokļu līderi, influenceri	8	12	0	0
6. Kultūra un vide: tradīcijas, subkultūras, globalizācija, ilgtspēja	8	12	0	0
7. Personiskie faktori	8	12	0	0
8. Psiholoģiskie faktori	8	12	0	0
9. Patērētāju uzvedības pētījumi	6	12	0	0
Kopā:	64	104	0	0

Sasniedzamie studiju rezultāti un to vērtēšana

Sasniedzamie studiju rezultāti	Rezultātu vērtēšanas metodes
Izprot patērētāju uzvedības teorijas, lēmumu pieņemšanas modeļus un ietekmējošos faktorus	Praktiskās nodarbības, patstāvīgais darbs, eksāmens
Spēj analizēt individuālos, sociālos un kultūras aspektus, kas ietekmē patērētāju izvēli	Praktiskās nodarbības, patstāvīgais darbs, eksāmens
Prot plānot un veikt patērētāju uzvedības pētījumus, apstrādāt un interpretēt datus	Praktiskās nodarbības, patstāvīgais darbs, eksāmens

Spēj izmantot digitālos rīkus patērētāju uzvedības analīzei (tiešsaistes aptaujas, sociālo mediju analītika, Google Analytics)	Praktiskās nodarbības, patstāvīgais darbs, eksāmens
Spēj skaidri prezentēt pētījumu rezultātus un pamatot secinājumus	Praktiskās nodarbības, patstāvīgais darbs, eksāmens
Prot vērtēt patērētāju uzvedības aspektus, ievērojot ētikas un ilgtspējīgas attīstības principus	Praktiskās nodarbības, patstāvīgais darbs, eksāmens

Studiju rezultātu vērtēšanas kritēriji

Kritērijs	% no kopējā vērtējuma
1. Aktīva dalība praktiskajās nodarbībās un vērtējuma par praktisko darbu izpildi	30
2. Kursa apguves laikā izstrādāts un prezentēts patstāvīgais darbs (patērētāju uzvedības pētījums)	40
3. Eksāmena rezultāti	30
Kopā:	100

Studiju kursa plānojums

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