

RTU studiju kurss "Nekustamā īpašuma tirgvedība"

31000 Būvniecības un mašīnzinību fakultāte

Vispārējā informācija

Kods	BM1054
Nosaukums	Nekustamā īpašuma tirgvedība
Studiju kursa statuss programmā	Obligātais/Ierobežotās izvēles
Atbildīgais mācībspēks	Kristīne Fedotova - Doktors, Docents
Mācībspēks	Ineta Geipele - Doktors, Profesors
Apjoms daļās un kredītpunktos	1 daļa, 4.0 kredītpunkti
Studiju kursa īstenošanas valodas	LV
Anotācija	Studiju kurss nodrošina zināšanas par tirgvedības būtību nekustamā īpašuma jomā. Studiju kursa ietvaros tiek realizēta nekustamā īpašuma tirgus izpēte, mērķtirgus noteikšana un tirgus segmentēšana. Studenti apgūst produkta vadību nekustamā īpašuma tirgū, cenu veidošanas stratēģijas, produkta virzīšanu tirgū. Tāpat arī studiju kursa ietvaros tiek iegūtas zināšanas par nekustamā īpašuma preču un pakalpojumu pārdošanas veicināšanu.
Mērķis un uzdevumi, izteikti kompetencēs un prasmēs	Parādīt prasmes saskatīt esošās un iespējamās problēmas tirgvedības jautājumos nekustamo īpašumu nozarē, prast patstāvīgi noteikt stratēģisko un taktisko aktivitāšu risinājumu iespējas nekustamo īpašumu tirgvedībā
Patstāvīgais darbs, tā organizācija un uzdevumi	Situācijas analīze, uzdevumu risināšana, grupu darbs, kas noslēdzas ar darba prezentāciju.
Literatūra	Armstrong G., Harker M., Kotler Ph., Brennan R. Marketing: An Introduction. - Pearson Education, 2009, 648 lpp. Doole I., Lowe R. Strategic Marketing Decisions. - Butterworth-Heinemann, 2006, - 320 lpp. ISBN 075068013X Geipele I. Tirgvedības stratēģiskā vadīšana būvniecībā: Mācību grāmata. - Rīga: RTU izdevniecība, 2007. - 318 lpp. - ISBN 978-9984-32-637-2 Geipele I., Fedotova K., Stratēģiskie pārvaldības lēmumi: preces izplatīšana tirgū, mārketinga loģistika, merčendaizings: Mācību grāmata. - Rīga: RTU izdevniecība, 2007. - 180 lpp Geipele, I. Tirgzinības plānošana. - Rīga, RTU, 2000. - 68 lpp. Kotler Ph. Marketing management. - Pearson Education Italia, 2007, 976 lpp. ISBN 887192293X Kotler Ph. Marketing Management: Analysis, Planning, Impementation and Control, 8th edition, Prentice-Hall, Inc.Englewood Cliffs, New Jesey,1991. Mārketinga Pamati. Biroja sērija. - R.: Jumava, 2002. - 352. lpp. Peter J. P., Marketing management. - McGraw-Hill Irwin, 2008, 800 lpp., ISBN 0073381136 Porter M.E. Wettbewerbsstrategie, Frankfurt 1983. Praude V., Beļčikovs J. Tirgvedība. - Rīga: Vaidelote, 2001. Sargeant, A. Direct and interactive marketing. - Oxford University Press, 2001. - 460 p. Tellis Gerard J. Advertising and Sales Promotion Strategy. - USA, Addison-Wesley, 1998. - 483 p.
Nepieciešamās priekšzināšanas	Priekšmets balstās uz zināšanām, kas apgūtas iepriekšējā mācību periodā

Studiju kursa saturs

Saturs	Pilna un nepilna laika klātienes studijas		Nepilna laika neklātienes studijas	
	Kontakt stundas	Patstāv. darbs	Kontakt stundas	Patstāv. darbs
Nekustamā īpašuma tirgvedības būtība un saturs	4	2	2	4
Nekustamo īpašumu tirgus analīze, nozares un konkurentu analīze	6	8	3	11
Segmentācijas un mērķa tirgus izvēles iespējas	5	7	2	10
Tirgvedības stratēģiskā plānošana nekustamo īpašumu jomā, tās īpatnības	5	7	2	10
Produkta dzīves cikla stratēģijas	4	6	2	8
Produkta pozicionēšanas un diferencēšanas iespējas nekustamo īpašumu jomā	5	7	2	10
Cenu noteikšanas īpatnības nekustamo īpašumu jomā	4	6	2	8
Produkta izplatības jeb sadales stratēģijas	5	7	2	10
Tirgus komunikāciju īpatnības nekustamo īpašumu jomā	5	8	2	11
Tirgvedības plānošana, plāna izstrāde un tā realizācijas kontrole	5	14	4	15
Kopā:	48	72	23	97

Sasniedzamie studiju rezultāti un to vērtēšana

Sasniedzamie studiju rezultāti	Rezultātu vērtēšanas metodes
Spēj saskatīt esošās un iespējamās problēmas tirgvedības jautājumos nekustamo īpašumu nozarē.	izmantojot doto informāciju, veikt aprēķinus, analīzi un situāciju novērtējumu.
Spēj analizēt esošās un iespējamās problēmas tirgvedības jautājumos nekustamo īpašumu jomā, cēloņus un sekas.	izmantojot doto informāciju, veikt aprēķinus, analīzi un situāciju novērtējumu .

Prast komunicēt ar citiem darbiniekiem, darījumu partneriem, īpašniekiem, īrniekiem, nomniekiem, valsts, pašvaldību un sabiedriskajām institūcijām, veidojot pozitīvu saskarsmes vidi.	1. darbs grupās
Prast strādāt komandā / grupā, patstāvīgi	2. darbs grupās
Prot patstāvīgi noteikt stratēģisko un taktisko aktivitāšu risinājumu iespējas nekustamo īpašumu tirgvedībā.	izmantojot doto informāciju, veikt aprēķinus, analīzi un situāciju novērtējums. eksāmens.

Studiju rezultātu vērtēšanas kritēriji

Kritērijs	% no kopējā vērtējuma
1. patstāvīgais darbs	10
2. patstāvīgais darbs	10
1. grupu darbs	20
2. grupu darbs	20
prezentācija	10
Eksāmens	30
Kopā:	100

Studiju kursa plānojums

Daļa	KP	Stundas			Pārbaudījumi		
		Lekcijas	Prakt d.	Laborat	Ieskaite	Eksām.	Darbs
1.	4.0	40.0	20.0	0.0		*	