

## RTU studiju kurss "Tirgus analīze un tirgzinības stratēģija"

22000 Inženierekonomikas un vadības fakultāte

**Vispārējā informācija**

Kods	IRU442
Nosaukums	Tirgus analīze un tirgzinības stratēģija
Studiju kursa statuss programmā	Obligātais/Ierobežotās izvēles
Atbildīgais mācībspēks	Ieva Andersone - Doktors, Docents
Mācībspēks	Judīte Jakubāne - Docents (praktiskais)
Apjoms daļās un kredītpunktos	1 daļa, 3.0 kredītpunkti
Studiju kursa īstenošanas valodas	LV
Anotācija	Tirgus izpēte. Informācijas avoti. Tirgus izpētes anketas sastādīšana. Atlases paņēmieni un tirgus izpētes process. patērētāju rīcība tirgū. Tirgus un realizācijas apjomu prognozēšana: prognozēšanas metodes - kvantitatīvās un kvalitatīvās prognozēšanas metodes, to izvēle, tirgus daļas prognoze. Konkurentu analīze. Tirgzinības stratēģijas. Stratēģiskā tirgzinības plānošana un vadīšana.
Mērķis un uzdevumi, izteikti kompetencēs un prasmēs	Iegūt zināšanas un veidot izpratni par tirgus pamatjēdzieniem un procesiem tirgū. Veidot priekšstatu par tirgzinības nozīmi uzņēmējdarbībā. Sniegt zināšanas tirgus elementu un procesu organizēšanā un vadīšanā, kā arī to pielietojumu praktiskā situāciju analīzē, kas vērsta uz patērētāju vajadzību apmierināšanu.
Patstāvīgais darbs, tā organizācija un uzdevumi	Patstāvīgais darbs paredz attiecīgā temata literatūras studēšanu, lekciju materiāla atkārtosanu, kas veicinās patstāvīgo darbu un kontroldarbu sekmīgu kārtosanu.
Literatūra	1. Patens Deivs. Kā veidot mārketingu.-Rīga: Lietišķās informācijas dienests, 2009.- 264 lpp. 2. Kotlers Filips. Kotlers par mārketingu.- Rīga: Lietišķās informācijas dienests, 2007.- 272 lpp. 3. Autoru kolektīvs. Tirgzinību pamati. – Rīga: Jumava, 2007.-312 lpp. 4. V. Praude, J.Šalkovska. Mārkeīga komunikācijas.- Rīga: Vaidelote, 2005 5. Beļčikovs J. , Praude V. Mārkerings. – Rīga: Vaidelote, 2003. 6. Kaparkalēja D. Tirgzinības. – Rīga: Jumava, 2002. 7. Котлер. Основы маркетинга. – Москва: Бизнес книга. 1995.
Nepieciešamās priekšzināšanas	nozaru ekonomika, ražošanas plānošana

**Studiju kursa saturs**

Saturs	Pilna un nepilna laika klātienes studijas		Nepilna laika neklātienes studijas	
	Kontakt stundas	Patstāv. darbs	Kontakt stundas	Patstāv. darbs
Tirgus jēdziens. Tirgus pamatelementi, to raksturojums	2	0	0	0
Tirgus jēdziens. Tirgus pamatelementi, to raksturojums	4	0	0	0
Tirgus pasākuma komplekss (mix ) organizēšana un vadīšana uzņēmumā	10	0	0	0
Tirgus pētījumu procesa organizēšana. Informācijas vākšana	4	0	0	0
Pircēju rīcības modelis patērīna tirgū.	4	0	0	0
Pircēju rīcības psiholoģija	2	0	0	0
Pircēju lēmumu pieņemšanas posmi, to raksturojums.	2	0	0	0
Tirgus segmentēšanas būtība un mērķi	2	0	0	0
Preces dzīves cikla koncepcija.	1	0	0	0
Produkta pozīciju nostiprināšana tirgū	1	0	0	0
<b>Kopā:</b>	<b>32</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

**Sasniedzamie studiju rezultāti un to vērtēšana**

Sasniedzamie studiju rezultāti	Rezultātu vērtēšanas metodes
Pārzinās tirgus veidus, to pamatelementu organizēšanu un mērķus. Spēs analizēt tirgu ietekmējošos iekšējos un ārējos faktorus. Pārzinās tirgus vadīšanas pamatprincipus	Patstāvīgais darbs - vides faktoru analīze konkrētā uzņēmumā.
Pārzinās sadales kanālu sastāvdaļas un sadales kanālu funkcijas. Izprātīs komunikāciju sistēmu tirgū	Kontroldarbs par produkta, cenas, sadales kanālu un komunikācijas izpratni un pielietojumu konkrētā uzņēmumā.
Spēs vadīt tirgus pētījumu procesu. Spēs veikt informācijas vākšanu tirgū un doto rezultātu analīzi	Patstāvīgais darbs - informācijas vākšana, tās apstrāde un analīze.
Pārzinās pircēju rīcības modeli patērīna tirgū un pircēju rīcības psiholoģiju. Pārzinās pircēju lēmumu pieņemšanas posmus un varēt tos analizēt	Kontroldarbs par pircēju rīcību tirgū un to ietekmējošo faktoru analīzi.
Pārzinās tirgus segmentēšanas būtību un to mērķus. Spēs noteikt preces dzīves ciklu un raksturot preces dzīves stadijas	Eksāmens.
Spēs teoriju saistīt ar praktisko darbību	Eksāmens

**Studiju kursa plānojums**

Daļa	KP	Stundas			Pārbaudījumi		
		Lekcijas	Prakt d.	Laborat	Ieskaite	Eksām.	Darbs
1.	3.0	1.0	1.0	0.0		*	