

## RTU studiju kurss "Reklāma"

22000 Inženierekonomikas un vadības fakultāte

## Vispārējā informācija

Kods	IUE225
Nosaukums	Reklāma
Studiju kursa statuss programmā	Obligātais/Ierobežotās izvēles
Atbildīgais mācītbspēks	Rita Greitāne - Doktors, Docents
Mācītbspēks	Elīna Gaile-Sarkane - Doktors, Profesors
Apjoms daļās un kredītpunktos	1 daļa, 6.0 kredītpunkti
Studiju kursa īstenošanas valodas	LV
Anotācija	Kursā tiek apvienotas praktiskās un teorētiskās zināšanas, kas palīdzēs tālāk veidot studentu izpratni par reklāmas procesiem un to nozīmi uzņēmējdarbībā. Kursā tiek aplūkoti šādi jautājumi: Reklāma, tās attīstības vēsture, reklāmas industrijas struktūra, reklāmas ietekme uz ekonomiku, reklāmas sociālie un tiesiskie aspekti, reklāmas tirgus Latvijā, Baltijas valstīs, Eiropas Savienībā, reklāma kā komunikācijas process, reklāmas mērķi, funkcijas, objekti, reklāmas veidi un to izmantošana uzņēmumā, reklāmas kampaņas plānošana, mediju izvēle, stratēģija un taktika, auditorija, radošie nosacījumi, priekšrocības un trūkumi, reklāmas, mediju u.c. aģentūras.
Mērķis un uzdevumi, izteikti kompetencēs un prasmēs	Priekšmeta mērķis ir attīstīt studentiem zināšanās par reklāmas veidiem un metodēm un to praktisku izmantošanu komunikācijas procesā, produkta vai uzņēmuma tēla veidošanā. Priekšmeta uzdevumi: Attīstīt studentu prasmi izvērtēt situāciju un izvēlēties atbilstošo reklāmas metodi situācijas veiksmīgai atrisināšanai; Attīstīt studentu prasmi ģenerēt, grupēt, atlasīt, izvērtēt un izmantot dažādas idejas reklāmas veidošanas un izstrādes jomā; Sniegt priekšstatu reklāmas plānošanas, realizēšanas un efektivitātes noteikšanas metodēm un to izmantošanas iespējām; Attīstīt zināšanu reklāmas jomā izmantošanas un praktiskās pielietošanas iemaņas; Veicināt vispārējo prasmju attīstību, tostarp p
Patstāvīgais darbs, tā organizācija un uzdevumi	Patstāvīgie darbi ietver individuālu darbu un situācijas uzdevumu risināšanu praktiskajās nodarbībās. Individuālie darbi ir jābalsta uz noteikta teorētiskā materiāla izskatīšanu, analīzi un teorētiskā materiāla aprobāciju uz reāli funkcionējoša uzņēmuma, produkta vai zīmola bāzes. Patstāvīgā pētījuma tematika ir aprakstīta metodiskajos norādījumos. Rezultāts – studiju darbs un pētījuma rezultātu prezentēšana auditorijā. Vērtējums 10 ballu sistēmā. Patstāvīgā pētījuma vērtējums veido 40% no priekšmeta gala vērtējuma Papildus studiju darba izpildei zināšanas tiek nostiprinātas patstāvīgo darbu ietvaros par studiju programmā iekļautajām tēmām.
Literatūra	1. Baraškina I. Reklāmas veidošana - R.: Latvijas lauksaimniecības universitāte, 2008. CD 2. Ozola L. Reklāma: tālmācības studiju kurss. – R.: Biznesa vadības koledža, 2008 – 249 lpp. 3. Veide M. Reklāmas psiholoģija. – R.: Jumava, 2006. – 247 lpp. 4. Praude V. Mārketinga komunikācijas: teorija un prakse – R.: Vaidelote, 2006. – 387 lpp. 5. Gaile-Sarkane E. E-mārketings pamati. - R., RTU, 2005. - 232. lpp. 6. Gaile-Sarkane E., Andersone I., Greitāne R. Situācijas un uzdevumi tirgzinībās. Bakalauru studiju līmenim. - R.: RTU izdevniecība, 2006. - 136 lpp.
Nepieciešamās priekšzināšanas	IUE123 .Tirgzinības

## Studiju kursa saturs

Saturs	Pilna un nepilna laika klātienes studijas		Nepilna laika neklātienes studijas	
	Kontakt stundas	Patstāv. darbs	Kontakt stundas	Patstāv. darbs
Ievadlekcija. Definīcijas, jēdzieni, reklāmas funkcijas	8	0	0	0
Komunikāciju teorija un tās nozīme reklāmā	8	0	0	0
Reklāmas veidi un mērķi	6	0	0	0
Reklāmas tirgus. Reklāmas nesēji	8	0	0	0
Zīmolveidība	10	0	0	0
Reklāmas izgatavošana, testēšana, aprobācija. Reklāmas plānošana un izvietošana	20	0	0	0
Reklāmas efektivitātes noteikšanas veidi un kontrole	4	0	0	0
<b>Kopā:</b>	<b>64</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

## Sasniedzamie studiju rezultāti un to vērtēšana

Sasniedzamie studiju rezultāti	Rezultātu vērtēšanas metodes
Spēj noteikt un analizēt dažādus ar uzņēmuma reklāmu saistītus problēmsituācijas	Testi ar teorētiskajiem un praktiskajiem uzdevumiem. Lai veiksmīgi nokārtotu testu, ir jāatbild pareizi uz vismaz 70% jautājumu

Spēj analizēt reklāmas un reklāmu plānus un patstāvīgi secināt par reklāmas izmantošanu organizācijas mārketinga procesā.	Praktiskie darbi nodarbībās
Spēj noteikt rādītājus reklāmas efektivitātes novērtēšanai. Spēj analizēt iegūtos rezultātus un veikt secinājumus.	Praktiskais darbs nodarbībā. Tests ar teorētiskajiem un praktiskajiem uzdevumiem. Lai veiksmīgi nokārtotu testu, ir jāatbild pareizi uz vismaz 70% jautājumu.
Spēj patstāvīgi atrast nepieciešamo informāciju par konkrētu jautājumu. Spēj analizēt šo informāciju un pasniegt to citiem.	Prezentācijas sagatavošana PowerPoint programmā. Patstāvīga darba rezultātu prezentēšana nodarbībā.
Spēj risināt izvirzīto problēmu un sniegt priekšlikumus problēmas atrisināšanai.	Individuālie vai grupas uzdevumi. Iegūto rezultātu prezentēšana nodarbībā.
Spēj veikt situācijas analīzi un pielietot teorētiskās zināšanās, risinot praktiskus uzdevumus.	Noslēguma pārbaudes darbs, kas ietver sevī trīs daļas: - Teorētiskie jautājumi (30% no vērtējuma); - Tests (30% no vērtējuma); - Praktiskie uzdevumi (40% no vērtējuma). Novērtējums: 10 baļļu sistēma.

### **Studiju kursa plānojums**

Daļa	KP	Stundas			Pārbaudījumi		
		Lekcijas	Prakt d.	Laborat	Ieskaite	Eksām.	Darbs
1.	6.0	2.0	2.0	0.0		*	