

## RTU studiju kurss "Produkta tirgzinības politika"

22000 Inženierekonomikas un vadības fakultāte

**Vispārējā informācija**

Kods	IUE572
Nosaukums	Produkta tirgzinības politika
Studiju kursa statuss programmā	Obligātais/Ierobežotās izvēles
Atbildīgais mācībspēks	Ieva Andersone - Doktors, Docents
Apjoms daļās un kredītpunktos	1 daļa, 4.5 kredītpunkti
Studiju kursa īstenošanas valodas	LV
Anotācija	Cenas politikas pamati. Tirgus analīze un pētījumi kā produkta tirgzinības politikas izstrādāšanas pamats. Produkta raksturojums un tirgus prasības. Produkta ekonomiskais vērtējums. ABC analīze. Produkta funkcionālvērtības analīze. Produkta cenas noteikšanas metodes. Produkta un ražošanas programma. Informācijas nodrošināšana produkta tirgzinības politikai. Produkta konkurētspējas realizācija. Produkta noņemšana no ražošanas, tās tirgzinības pamatošana.
Mērķis un uzdevumi, izteikti kompetencēs un prasmēs	Kursa īstenošanas mērķis: Sniegt zināšanas un iemaņas produkta tirgzinības politikas jomā. Kursa īstenošanas uzdevumi: Sniegt zināšanas par pamatjēdzieniem, produkta dzīves ciklu, produkta radīšanas un analīzes metodēm, ražošanas programmu, cenu politiku utt.
Patstāvīgais darbs, tā organizācija un uzdevumi	Patstāvīgo studiju organizācija un struktūra: Tēmu nosaukumi aprakstīti sadaļā "Tēmatu izklāsts" - Patstāvīgā darbā temats - Patstāvīgā darba veids. 1-9.tēma -Atspoguļoti tēmu nosaukumos -Referāta izstrāde, aprēķinu uzdevumi, situācijas.
Literatūra	Trott, Paul. Innovation management and new product development / Paul Trott. Harlow, England : Pearson, 2017., xxix, 635 lpp. : ilustrācijas ; 25 cm.  Ulrich, Karl T.. Product design and development / Karl T. Ulrich, University of Pennsylvania, Steven D. Eppinger, Massachusetts Institute of Technology., xvi, 432 lpp. : ilustrācijas ; 24 cm  McDonald, Malcolm. Marketing plans : how to prepare them, how to profit from them /Malcolm McDonald, Hugh Wilson., xv, 624 lpp. : ilustrācijas ; 25 cm  Kotler, Philip.. Marketing management / Philip Kotler, Kevin Lane Keller, Mairead Brady, Malcolm Goodman, Torben Hansen., xxxiv, 942 lpp. : ilustrācijas ; 29 cm  Pinkoon, Damrong. Product marketing / Damrong Pinkoon. Bangkok : Damrong Pinkoon Company Limited, 2017., 191 lpp. : ilustrācijas.  Westwood, John.. How to write a marketing plan / John Westwood. Philadelphia, PA : Kogan Page Limited, 2015., x, 172 lpp. : il. ; 23 cm.  Kerin, Roger A.. Marketing / Roger A. Kerin, Steven W. Hartley, William Rudelius. New York, NY : McGraw-Hill/Irwin, c2013., li, 745 lpp. : il. ; 29 cm.
Nepieciešamās priekšzināšanas	IUE219 Tirgzinības

**Studiju kursa saturs**

Saturs	Pilna un nepilna laika klātienes studijas	Nepilna laika neklātienes studijas
--------	---	------------------------------------

	Kontakt stundas	Patstāv. darbs	Kontakt stundas	Patstāv. darbs
Priekšmeta mērķi, uzdevumi. Pamatjēdzieni, preces līmeni, precu hierarhija, klasifikācijas.	2	4	1	6
Produkta dzīves cikls tirgū, tā stadijas un raksturojumi, analīze. Stratēģijas cikla stadijas.	3	6	1	8
Produkta plānošana un tas principi tirgus apstākļos. Tirgzinības plāna saturs, stratēģiskā un operatīva plānošana.	6	10	4	14
Jauna produkta rādīšanas metodes.	7	14	3	20
Produkta analīzes metodes, ABC analīze FVA ekonomiskuma analīze.	6	8	3	10
Produkta varianta atlases kritēriji: zinātniski tehniskie, ražošanas, tirgus kritēriji.	4	6	2	8
Ražošanas programmas formēšana un sortimenta tirgus politika. Stratēģiska analīze, portfeļa analīze.	8	10	4	12
Produkta no ražošanas noņemšana.	4	6	2	8
Produkta cenu politika un konkurētspējas realizācija.	8	8	4	10
<b>Kopā:</b>	<b>48</b>	<b>72</b>	<b>24</b>	<b>96</b>

### **Sasniedzamie studiju rezultāti un to vērtēšana**

Sasniedzamie studiju rezultāti	Rezultātu vērtēšanas metodes
Spēj analizēt jautājumus par konkrētām produkta tirgzinības politikas pamatproblēmām, to novērtēt, izskaidrot un pasniegt citiem.	Darba rezultātu prezentēšana nodarbības laikā.
Spēj integrēt, kombinēt, apvienot dažādus risinājumus produkta tirgzinības politikas jomā.	Praktiskie uzdevumi, situāciju analīze, referāts.
Spēj analizēt un diskutēt par dažādām priekšmeta problēmām.	Praktiskie uzdevumi, situāciju analīze, referāts.
Spēj izstrādāt produkta politiku, izmantojot zinātniski tehniskus tirgus un ražošanas kritērijus, formēt ražošanas programmu, izmantot funkcionālvērtības analīzes metodi, paaugstināt produkta konkurētspēju.	Praktiskie uzdevumi, situāciju analīze, referāts. Gala pārbaudījums - eksāmens ar atzīmi.

### **Studiju rezultātu vērtēšanas kritēriji**

Kritērijs	% no kopējā vērtējuma
Praktiskie darbi un diskusijas nodarbībās	30
Patstāvīgie darbi (referāti, prezentācijas)	20
Testi	20
Eksāmens	30
<b>Kopā:</b>	<b>100</b>

### **Studiju kursa plānojums**

Daļa	KP	Stundas			Pārbaudījumi		
		Lekcijas	Prakt d.	Laborat	Ieskaite	Eksām.	Darbs
1.	4.5	1.0	0.0	2.0		*	