

RTU studiju kurss "Tirgzinības teorija"**22000 Inženierekonomikas un vadības fakultāte****Vispārējā informācija**

Kods	IUE591
Nosaukums	Tirgzinības teorija
Studiju kursa statuss programmā	Obligātais/Ierobežotās izvēles
Atbildīgais mācītspēks	Ieva Andersone - Doktors, Docents
Mācītspēks	Elīna Gaile-Sarkane - Doktors, Profesors
Apjoms daļās un kredītpunktos	1 daļa, 4.5 kredītpunkti
Studiju kursa īstenošanas valodas	LV
Anotācija	Produkta politika. Tirgzinības modeļi. Tirgzinību vadīšanas teorija. Priekšmeta mērķi un uzdevumi. Tirgzinības teorija un tās attīstība mūsdienu apstākļos. Tirgzinības koncepcijas izstrādāšana uzņēmējdarbības stratēģijas pilnveidošanai. Izdevumi un produkcijas kvalitāte un to izmaiņu tendences saskaņā ar patērētāju prasībām. Tirgzinības teorijas realizācija praksē un tās pilnveidošana. Tirgzinības aprēķinu sistēma. Tirgzinības modeļi un tirgzinības risinājumu ekonomisko pamatojumu metodoloģija.
Mērķis un uzdevumi, izteikti kompetencēs un prasmēs	Priekšmeta mērķis ir attīstīt studentiem zināšanās par tirgzinību teoriju un tās attīstības virzieniem. Priekšmeta uzdevumi: Attīstīt studentu prasmi analizēt tirgzinību teorijas attīstības dažādos virzienus un modeļus un noteikt to praktisko izmantošanu; Attīstīt studentu prasmi ģenerēt, grupēt, atlasīt, izvērtēt un izmantot dažādas idejas tirgzinību teorijas jomā; Sniegt priekšstatu tirgzinību plānošanas, vadīšanas un kontroles metodēm un to izmantošanas iespējām; Attīstīt teorētisko zināšanu tirgzinību jomā izmantošanas un praktiskās pielietošanas iemaņas; Veicināt vispārējo prasmju attīstību un prasmi prezentēt individuālās idejas grupā.
Patstāvīgais darbs, tā organizācija un uzdevumi	Patstāvīgie darbi ietver individuālu pētījumu un situācijas uzdevumu risināšanu praktiskajās nodarbībās. Patstāvīgais pētījums ir jābalsta uz noteikta teorētiskā materiāla izskatīšanu, analīzi un teorētiskā materiāla aprobāciju uz reāli funkcionējoša uzņēmuma bāzes. Patstāvīgā pētījuma tematika ir aprakstīta metodiskajos norādījumos. Rezultāts – studiju darbs un pētījuma rezultātu prezentēšana auditorijā. Vērtējums 10 ballu sistēmā. Patstāvīgā pētījuma vērtējums veido 30% no priekšmeta gala vērtējuma Papildus studiju darba izpildei zināšanas tiek nostiprinātas patstāvīgo darbu ietvaros par studiju programmā iekļautajām tēmām.
Literatūra	Niedrītis J. Ē. Mārketings – R.: Biznesa augstskola Turība, 2008. – 487 lp. Čens K. Mauborgna R. Zilā okeāna stratēģija :kā izveidot tirgus telpu bez sāncensības un padarīt konkurenci nebūtisku – R. : Lietišķās informācijas dienests, 2007, 236 lpp. Kaden R. J. Partizānu mārketinga tirgus izpēte :tirgus izpētes tehnikas ikvienam uzņēmumam - Lietišķās informācijas dienests, 2008- 251 lpp. Praude V. Mārketings: jautājumi, uzdevumi, situācijas, testi – R.: izglītības soļi, 2007. – 197 lpp. Kotlers F. Mārketinga pamati – R.: Jumava, 2006.- 647 lpp. Praude V., Mārketings. – R.: 2004.- 665.lpp. Blaitis Dž. Mārketings. Rokasgrāmata. - Rīga: Zvaigzne ABC, 2004. - 284 lpp.
Nepieciešamās priekšzināšanas	Nav prasību

Studiju kursa saturs

Saturs	Pilna un nepilna laika klātienes studijas		Nepilna laika neklātienes studijas	
	Kontakt stundas	Patstāv. darbs	Kontakt stundas	Patstāv. darbs
Priekšmeta mērķis un uzdevumi. Tirgzinību teorijas pamati: tirgzinību teorijas vēsturiskā attīstība, definīcijas	5	0	0	0
Tirgzinību teorijas attīstības virzieni (teorija tirgzinībās, teoriju attīstība ar tirgzinībām, tirgzinību teorija)	5	0	0	0
Teorijas attīstība tirgzinībās - segmentēšana, zīmolvēdība, patērētāju uzvedība, merčendaizings, utt.)	14	0	0	0
Tirgzinību teorijas attīstība - sociālais mārketings, partizānu mārketings, atļaujas mārketings, zaļais mārketings utt.	16	0	0	0
Teoriju attīstība ar tirgzinību komponenti - zilā okeāna stratēģija, vērtību ķēde, St. Gallen modelis utt.	8	0	0	0
Kopā:	48	0	0	0

Sasniedzamie studiju rezultāti un to vērtēšana

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

Spēj analizēt konkrētas situāciju un izdarīt patstāvīgus secinājumus par tirgzinību teorētiskajiem modeļiem un to izmantošanu praksē	Praktiskie darbi nodarbībās, eksāmens/
Spēj noteikt mārketinga efektivitātes vai tirgus rādītājus, aprēķināt uzņēmuma darbību raksturojošos rādītājus. 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. Eksāmens.

Studiju kursa plānojums

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