

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

Kods	IUE582
Nosaukums	Tirgzinības rūpniecībā
Studiju kursa statuss programmā	Brīvās izvēles
Atbildīgais mācītājs	Irina Voronova - Doktors, Pētnieks
Apjoms daļās un kredītpunktos	1 daļa, 6.0 kredītpunkti
Studiju kursa īstenošanas valodas	LV
Anotācija	Kursā izklāstīta materiālo resursu patēriņu prognozēšana un plānošana, pasūtījumu izvietošana, krājumu vadīšana dažādās operatīvās sistēmās, ekonomiski efektīvāko sadales variantu izvēle. Aplūkoti vairum- un mazumtirdzniecības mērķi un to īstenošanas veidi. Disciplinā ir apskatīta materiālo resursu uzskaitē, preču uzglābšana un transportēšana. Kursā apkopota vairum- un mazumtirdzniecības uzņēmuma veidošanas pieredze Eiropā un Latvijā.
Mērķis un uzdevumi, izteikti kompetencēs un prasmēs	Iepazīnāt studējošos ar īpatnībām, koncepcijām un jaunākajām tendencēm tirgzinības rūpniecībā. Nodrošināt sapratni par klientu uzvedību, resursu plānošanu, piegādes ķēdes pārvaldi un mārketinga komunikācijām B2B tirgus jaunajās koncepcijās. Uzdevumi: attīstīt iemaņas analizēt informāciju par rūpniecības tirgiem; atkārtot vai apgūst no jaunu klientu uzvedības modeļus uzņēmuma attīstībai; nodrošināt izpratni par loģistikas nozīmi B2B segmentā; attīstīt studējošo prasmes un iemaņas uzņēmuma resursu plānošanā (ERP); attīstīt iemaņas mārketinga komunikāciju jomā B2B tirgos.
Patstāvīgais darbs, tā organizācija un uzdevumi	Attīstības tendences analīzi B2B tirgū. Testi, diskusija; Mārketinga situācijas vispārējās analīzes metodes. Uzdevumi. Situācijas analīze. Testi; Klientu uzvedības modeļu analīze. Uzdevumi, diskusija, darbs; Lēmums par materiālo resursu iegādi. Situācijas analīze; Materiālo resursu plāna izpildes novērtējums. Situācijas analīze; Materiālo resursu plāna izpildes novērtējums. Uzdevumi, kontroldarbs; Resursu vajadzības prognozēšana Excel vidē. Materiālu izlietojuma un iegādes plānu izstrāde. Uzdevumi, darbs; Piegādes partijas apmēra noteikšana. Uzdevumi; Krājumu normēšana izmantojot dažādas normēšanas metodes. Līguma analīze: riski un kļūdas. Tests; E- komercija B2B tirgū. Diskusija.
Literatūra	1. Ahenbahs J., Beļčikovs J. Uzņēmējdarbība tirdzniecībā. - Rīga: Vaidelote, 1999. - 213 lpp. 2. Rostovska, M. Nepārītās prečzinība. - Rīga: Biznesa augstskola Turība, 2003. - 234 lpp. 3. Krūzs, K. Materiālu ekonomika: Mācību līdzeklis. 3. izdev. - Rīga: SIA „Petrovskis un Ko”, 2005. - 163 lpp. 4. Stratēģiskie pārvaldības lēmumi: preces izplatīšana tirgū, mārketinga loģistika, merčendaizings. Mācību grāmata/I. Geipele, K. Fedotova. - Rīga: RTU Izdevniecība, 2007. - 180 lpp. 5. Sprancmanis, N. Biznesa loģistika. - Rīga: Vaidelote, 2003. - 360 lpp. 6. Leenders, M.R., Johnson, P. F., Flynn, A.E and Fearon, H.E. Purchasing and Supply Management. 12th edition, Burr Ridge, IL: McGraw-Hill/Irwin, 2001. - 743 pp. 7. Coe, J., Coe, J.M. The fundamentals of business to business sales and marketing. -2003. - 208 p. 8. Lamons, B. The case for b2b branding: pulling away from the business to Business Pack. - Thomson/South-Western, 2005. - 214 p. 9. Saavedra, C. Industrial marketing. 1-18 part. [E-resurss] http://www.youtube.com/watch?v
Nepieciešamās priekšzināšanas	Uzņēmējdarbības vai ražošanas plānošana; IEU226. Pakalpojumu mārketinga.

Studiju kursa saturs

Saturs	Pilna un nepilna laika klātienes studijas		Nepilna laika neklātienes studijas	
	Kontakt stundas	Patstāv. darbs	Kontakt stundas	Patstāv. darbs
1. Ievaddaļa: 1.1. Mārketinga veidi. B2B mārketinga raksturojums. Jaunākās literatūras apskats.	1	0	0	0
1.2. Struktūra, īpatnības un attīstības tendences B2B(business-to-business) tirgū Latvijā.	1	0	0	0
1.3. Mārketinga pētījumi B2B tirgū. Marketinga situācijas vispārējās analīzes metodes.	2	0	0	0
1.4. Rūpnieciskās preces klasifikācija. Prečzinība.	2	0	0	0
2. Klientu attiecību pārvaldība (CRM). 2.1. Preces virzības funkcijas.	2	0	0	0
2.2. Klientu uzvedības modeļu raksturojums.	4	0	0	0
3. Uzņēmuma resursu plānošana (ERP): 3.1. Piegādes izvēles metodes un kritēriji.	2	0	0	0
3.2. Valsts iepirkumi.	2	0	0	0
3.3. Uzņēmuma nodrošināšana ar ražošanas līdzekļiem.	4	0	0	0
3.4. Materiālo resursu izlietojuma normēšana un resursu taupīšana.	4	0	0	0
3.5. Materiālo resursu vajadzību prognozēšana un plānošana.	4	0	0	0
3.6. Krājumi un to veidi. Krājumu normēšana.	8	0	0	0
4. Piegādes ķēdes pārvalde. Loģistikas nozīme un vieta 4.1. Tirdzniecības kanālu veidi B2B tirgū. Preču biržas darbība	2	0	0	0
4.2. Līgums starptautiskajā tirdzniecībā.	2	0	0	0

4.3. Starptautisko pārvadājumu noteikumi. Incoterms sistēma.	2	0	0	0
4.4. Preču iepakojums un identifikācijas organizācija ar svītru koda palīdzību.	2	0	0	0
4.5. Klientu kreditēšana un to maksātnespējas riska vadīšana.	2	0	0	0
4.6. Noliktavas darbības organizācija.	2	0	0	0
5. Cenu veidošana B2B segmentā.	8	0	0	0
6. Mārketinga komunikācija B2B tirgū: 6.1.Reklāmas izmantošanas īpatnības B2B tirgū.	4	0	0	0
6.2. E- komercija B2B tirgū.	4	0	0	0
Kopā:	64	0	0	0

Sasniedzamie studiju rezultāti un to vērtēšana

Sasniedzamie studiju rezultāti	Rezultātu vērtēšanas metodes
Pārzina B2B tirgus mārketinga īpatnības un praktisku mērķu sasniegšanai prot izmantot klientus uzvedības modeļus.	Testa pozitīvs vērtējums.
Pārzina starptautisku pārvadājumu noteikumu būtību un biržas operācijās izmantoto terminoloģiju.	Testa pozitīvs vērtējums.
Spēj aprēķināt un analizēt produkcijas materiālietilpības, materiālo resursu izmantošanu un patēriņa rādītājus.	Patstāvīgā darba pozitīvs vērtējums.
Spēj veikt resursu vajadzību prognozēšanu, materiālu izlietojuma un iegādes plāna izstrādi Excel vidē.	Mājas darba uzdevumi. Kontrol darba pozitīvs vērtējums.
Spēj veikt materiālo resursu normēšanu un izmantošanas analīzi.	Mājas darba uzdevumi. Kontrol darba pozitīvs vērtējums. Gala pārbaudījums-eksāmens ar atzīmi.

Studiju kursa plānojums

Daļa	KP	Stundas			Pārbaudījumi			Brīvās izvēles pārbaudījumi		
		Lekcijas	Prakt d.	Laborat	Ieskaite	Eksām.	Darbs	Ieskaite	Eksām.	Darbs
1.	6.0	2.0	1.0	1.0		*				