

RTU studiju kurss "Tirgzinību pētījumi (studiju projekts)"**22000 Inženierekonomikas un vadības fakultāte****Vispārējā informācija**

Kods	IUE723
Nosaukums	Tirgzinību pētījumi (studiju projekts)
Studiju kursa statuss programmā	Obligātais/Ierobežotās izvēles
Atbildīgais mācītājs	Irina Voronova - Doktors, Pētnieks
Apjoms daļās un kredītpunktos	1 daļa, 3.0 kredītpunkti
Studiju kursa īstenošanas valodas	LV
Anotācija	Studiju projekts palīdz veidot izpratni par tirgus izpēti mērķiem un uzdevumiem, veido prasmes tirgus pētījumu sagatavošanā, pētījuma plāna sastādīšanā. Studiju projekta izstrādes gaitā studenti iepazīstas ar dažādām informācijas vākšanas metodēm pētījumam un dažādu informācijas avotu izmantošanu. Studiju projekts papildina studentu analītiskās un pārskata sagatavošanas prasmes, kā arī attīsta spēju strādāt komandā un prezentēt iegūtos rezultātus.
Mērķis un uzdevumi, izteikti kompetencēs un prasmēs	Studiju projekts papildina iepriekš iegūtās zināšanas tirgzinībās, uzņēmējdarbības ekonomikā ar tirgus izpēti metodēm, kuru nolūks ir palīdzēt studentiem sekmīgi realizēt tirgus izpēti projektus, apvienojot teorētiskā zināšanas ar praktiskajām iemaņām. Uzdevumi: - Prast izvērtēt tirgus izpēti veidus, izmantojot atbilstošus kritērijus - Prast pielietot esošajai situācijai piemērotākās informācijas iegūšanas metodes - Prast pielietot iegūtās zināšanas un iemaņas tirgus izpēti plāna sagatavošanai. - Prast analizēt iegūtos datus, apkopot iegūtos rezultātus un izstrādāt atbilstošus priekšlikumus - Prezentēt sava un grupas darba rezultātus; - Prast diskutēt un strādāt komandā.
Patstāvīgais darbs, tā organizācija un uzdevumi	Tēma-Patstāvīgā darba temats- Patstāvīgā darba veids 1. IevaddaļaTirgus izpēti projekta mērķa un uzdevumu noteikšanaUzņēmuma un pētāmās problēmas izvēle 2. Tirgus pētījuma sagatavošanaProblēmas definēšana, projekta vides analīze Pētījuma plāna sastādīšanaSituācijas analīze 3. Pētījuma datu vākšanaPieejamo informācijas avotu analīze, datu ieguves veida izvēle Informācijas sistematizācijaSituācijas analīze Informācijas ieguve 4. Pētījuma rezultātu apkopošana un analīze Statistiskās analīzes izmantošana Dažādu vērtēšanas metožu pielietojumsDatu un situācijas analīze
Literatūra	1.Kadens, R. Partizānu mārketinga tirgus izpēti.- Rīga: Lietišķās informācijas dienests, 2008.- 251 lpp. 2.Salzberger, Th. Measurement in marketing research: an alternative framework.- USA: Edvard Elgar, 2009.- 482 p. 3.Mc Daniel, Carl D. Marketing research essentials / Carl Mc Daniel, Roger Gates.- Hoboken: John Wiley, 2008.- 493 p. 4.Aaker, David A. Marketing research / David A. Aaker, V. Kumar, George S. Day.- Hoboken: Wiley, 2007.- 774 p. 5.Bradley, N. Marketing research: tools & techniques.- Oxford, New York: Oxford University Press, 2007.- 531 p. 6.Parasuraman, A. Marketing research / A. Parasuraman, Dhruv Gewal, R. Kishnan.- Boston: Houghton Mifflin Co., 2007.- 638 p. 7.Churchill, Gibert A. Basic marketing research / Gibert A. Churchill, Jr., Tom J. Brown.- Mason, Ohio: Thomson, 2007.-593 p. 8.Fundamentals of marketing research / edited by Dr. Naresh K. Malhotra.- LosAngeles: Sage Publ., 2007. 9.Zikmund, William G. Essentials of marketing research / William G. Zikmund, Barry J. Babin.- Mason: Thomson, 2007.- 414 p. 10.The handbook of marketing research: uses, misuses and future advances / edited by Rajiv Griver, Marko Vriens.- Thousand Oaks; London; New Delhi: Sage Publications, 2006.- 705 p. 11.Marketing metrics/ Paul W. Farris, Neil T. Bendle, Phillip E. Pfeifer, David J. Reibstein.- Wharton School Publishing, 2006.
Nepieciešamās priekšzināšanas	Tirgzinībās, uzņēmuma ekonomikā un plānošanā, vadīšanā un makroekonomikā, projektu vadīšanā

Studiju kursa saturs

Saturs	Pilna un nepilna laika klātienē studijas		Nepilna laika neklātienē studijas	
	Kontakt stundas	Patstāv. darbs	Kontakt stundas	Patstāv. darbs
1.Ievaddaļa	2	0	0	0
2.Tirgus pētījuma sagatavošana	2	0	0	0
3. Pētījuma datu vākšana	12	0	0	0
4.Pētījuma rezultātu apkopošana un analīze	8	0	0	0
5.Problēmas/problēmu risinājumu izstrāde	4	0	0	0
6.Projekta noformēšana un prezentācijas sagatavošana	2	0	0	0

7.Projekta aizstāvēšana	2	0	0	0
Kopā:	32	0	0	0

Sasniedzamie studiju rezultāti un to vērtēšana

Sasniedzamie studiju rezultāti	Rezultātu vērtēšanas metodes
Spēj novērtēt uzņēmuma mārketinga darbību un izvēlēties piemērotāko problēmu risinājumu	Situācijas analīze, vērtējums ar atzīmi
Prot izvērtēt tirgzinību pētījumu metodes un izvēlēties situācijai piemērotākās	Uzdevums, vērtējums ar atzīmi
Spēj sastādīt pētījuma plānu un novērtēt nepieciešamos resursus	Situācijas analīze, vērtējums ar atzīmi
Prot pamatot izvēlētos risinājumus	Diskusija, vērtējums ar atzīmi
Prot prezentēt un diskutēt	Gala pārbaudījums - Studiju projekta prezentācija, vērtējums ar atzīmi.

Studiju kursa plānojums

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