

## RTU studiju kurss "Pircēju uzvedība"

01B00 Rīgas Biznesa skola

**Vispārējā informācija**

Kods	BS0018
Nosaukums	Pircēju uzvedība
Studiju kursa statuss programmā	Obligātais/Ierobežotās izvēles
Atbildīgais mācītbspēks	Mārcis Ešmits
Apjoms daļās un kredītpunktos	1 daļa, 5.0 kredītpunkti, 7.0 EKPS kredītpunkti
Studiju kursa īstenošanas valodas	EN
Anotācija	Kurss sniegs ievadu par patērētāja uzvedību. Uzsvars tiek likts uz faktoriem, kas kontrolē un ietekmē patērētāja uzvedību, un kā pārdevējs var gūt labumu no šiem faktoriem
Mērķis un uzdevumi, izteikti kompetencēs un prasmēs	Kursa mērķis ir noteikt apstākļus, kādos notiek pieprasījums pēc precēm un pakalpojumiem
Patstāvīgais darbs, tā organizācija un uzdevumi	Lekcijas un klases diskusijas, teksta lasīšana un uzdevumi, projekti, mājas darbi, kursa darbs
Literatūra	Schiffman, Leon G. and Leslie Lazar Kanuk. 2010. Consumer behavior. 10th ed. Boston : Pearson Prentice Hall
Nepieciešamās priekšzināšanas	Mārketinga menedžments

**Studiju kursa saturs**

Saturs	Pilna un nepilna laika klātienē studijas		Nepilna laika neklātienē studijas	
	Kontakt stundas	Patstāv. darbs	Kontakt stundas	Patstāv. darbs
Ievads patērētāju uzvedībā	6	9	0	0
Tirgus segmentācija	6	9	0	0
Patērētāju personības	6	9	0	0
Patērētāju uztvere	6	9	0	0
Patērētāju mācīšanās	6	9	0	0
Komunikācija ar patērētājiem	6	10	0	0
Ģimenes ietekme uz patērētājiem	6	9	0	0
Kultūras ietekme	6	9	0	0
Kultūru atšķirības	6	9	0	0
Subkultūras: dzimumu paradokss	6	9	0	0
Starpkultūru patērētāja izturēšanās	6	9	0	0
Patērētāju lēmumu pieņemšanas process	7	10	0	0
Sociālās uztveres mainīšana	7	10	0	0
Kopā:	80	120	0	0

**Sasniedzamie studiju rezultāti un to vērtēšana**

Sasniedzamie studiju rezultāti	Rezultātu vērtēšanas metodes
Apspriet, kā mainās cilvēku uzvedība, pamatojoties uz ļoti dažādiem mainīgajiem lielumiem, piemēram, personību, vidi, pirkuma situāciju, dzīvesveidu, dzīves ciklu utt.	Dalība lekcijās, projekts, pārbaudes darbi, starpeksāmens, gala eksāmens
Izkaidrot kultūras un ar kultūru saistīto elementu lomu kā daļu no patērētāju uzvedības	Dalība lekcijās, projekts, pārbaudes darbi, starpeksāmens, gala eksāmens

**Studiju rezultātu vērtēšanas kritēriji**

Kritērijs	% no kopējā vērtējuma
Dalība lekcijās	10
Pārbaudes darbi	8
Prezentācija	7
Mājasdarbi	20
Grupu gadījumu analīze	20
Starpeksāmens	15
Gala eksāmens	20
Kopā:	100

**Studiju kursa plānojums**

Daļa	KP	Stundas			Pārbaudījumi		
		Lekcijas	Prakt d.	Laborat	Ieskaite	Eksām.	Darbs
1.	5.0	80.0	20.0	0.0		*	