

Pārzina dažādas mārketingu teorijas, tajās izteiktos apgalvojumus vai pieņēmumus un spēj novērtēt to praktisko pielietojumu starptautiskajā mārketingā.	Kontroldarbs nodarbībā un/vai ORTUS. Ietverti jautājumi eksāmenā
Spēj atrast nepieciešamos mārketinga datus lēmuma pieņemšanai, spēj veikt to analīzi un izteikt pamatotus spriedumus.	Grupas patstāvīgais darbs/pētījums un tā prezentācija
Pārzina dažādus produktu un pakalpojumu virzīšanas metodes un izmantojamās mārketinga rīkus.	Statistiskais pētījums par konkrētu valsti un produktu, kur jāveic globālu un lokālu zīmolu komunikāciju analīze un jāizdara vērtējums.
Spēj izmantot iegūtās zināšanas dažādu produktu un pakalpojumu attīstībā un to ciklu vadībā.	Grupas patstāvīgais darbs/pētījums un tā prezentācija. Eksāmens
Spēj novērtēt dažādu mārketinga komunikāciju efektivitāti, to ietekmi uz pārdošanas un uzņēmuma finanšu rezultātiem kopumā.	Kontroldarbs nodarbībā un/vai ORTUS. Ietverti jautājumi eksāmenā

Studiju rezultātu vērtēšanas kritēriji

Kritērijs	% no kopējā vērtējuma
Kontroldarbi ORTUS, nodarbībās	30
Statistiskie pētījumi/grupu darbi	30
Eksāmens	40
Kopā:	100

Studiju kursa plānojums

Daļa	KP	Stundas			Pārbaudījumi			Brīvās izvēles pārbaudījumi		
		Lekcijas	Prakt d.	Laborat	Ieskaite	Eksām.	Darbs	Ieskaite	Eksām.	Darbs
1.	3.0	40.0	0.0	0.0		*			*	