

RTU studiju kurss "E-komercija un mārketinga"

22000 Inženierekonomikas un vadības fakultāte

Vispārējā informācija

Kods	IV0321
Nosaukums	E-komercija un mārketinga
Studiju kursa statuss programmā	Obligātais/Ierobežotās izvēles
Atbildīgais mācītbspēks	Deniss Šceulovs - Doktors, Profesors
Mācītbspēks	Elīna Gaile-Sarkane - Doktors, Profesors Toms Kreicbergs - Doktors, Lektors
Apjoms daļās un kredītpunktos	1 daļa, 6.0 kredītpunkti
Studiju kursa īstenošanas valodas	LV, EN
Anotācija	Elektroniskais tirgus ir lielākais tirgus Pasaulē, kas strādā 24/7, 365 dienas gadā bez pārtraukuma. Attīstoties e-tirgum, e-komercijas (elektroniskās komercijas) un e-mārketinga nozīme mūsdienās ir ievērojami pieaugusi. E-komercija ir preču un pakalpojumu tirdzniecība, izmantojot elektroniskos sakarus. Par e-komercijas populārāko nozari tiek uzskatīta tirdzniecība internetā. Interneta e-komercijas priekšrocību vidū ir produktu globālā izplatība un pieejamība, kas uzņēmējiem šo tirdzniecības veidu ļauj attīstīt ģeogrāfiski neierobežotos apmēros. E-komercija ir tirdzniecības nākotne, jo aizvien vairāk klienti vēlas iegādāties preci, nepametot savus mājokļus. Arvien vairāk personu izmanto internetu, lietotnes u.c., lai pirktu vai pārdotu preces vai pakalpojumus. E-mārketinga koncentrējas uz mārketinga aktivitātēm digitālajā vidē. Viens no iemesliem elektroniskā jeb digitālā mārketinga popularitātei mārketinga profesionāļu un uzņēmēju vidū ir tā dotā iespēja precīzi zināt mērķauditorijas lielumu, izmērīt ziņas skatījumu skaitu, sasniegto sekotāju skaitu un citus parametrus. E-komercija un e-mārketinga ir studiju kurss, kas dod priekšstatu par elektroniskās vides izmantošanu uzņēmējdarbībā ar mērķi uzlabot uzņēmējdarbības procesus un paaugstināt uzņēmējdarbības efektivitāti.
Mērķis un uzdevumi, izteikti kompetencēs un prasmēs	Studiju kursa mērķis ir sistematizēt un padziļināt iepriekš iegūtās zināšanas, kā arī sniegt jaunas zināšanas par e-vides izmantošanas uzņēmējdarbības vajadzībām. Attīstīt studentu prasmi analizēt e-komercijas modeļus un noteikt to praktisko izmantošanu; attīstīt studentu prasmi ģenerēt, grupēt, atlasīt, izvērtēt un izmantot dažādas idejas e-komercijas un e-mārketinga jomās; sniegt priekšstatu e-komercijas un e-mārketinga plānošanas, vadīšanas un kontroles metodēm un to izmantošanas iespējām; attīstīt teorētisko zināšanu e-komercijas un e-mārketinga jomās 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 darbs ietver aktivitātes: a) studiju un speciālās literatūras izpēti, b) praktisko uzdevumu izpildīšanu, c) individuālo patstāvīgo darbu, d) grupu (komandas) darbu un to rezultātu prezentēšanu.
Literatūra	Main literature: 1. Laudon K.C., Traver C. E-Commerce 2016: Business, Technology, Society. Twelfth Edition. E: Pearson Education Limited, 2016. – 908 p. 2. Dave Chaffey. Digital marketing excellence planning and optimizing your online marketing, 5th edition. New York : Routledge, 2017. Additional literature: 3. Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I. Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital - NY: John Wiley & Sons, 2017. – 171 p. 4. Šceulovs D, Gaile-Sarkane E. Elektroniskās vides izmantošana uzņēmējdarbības konkurētspējas palielināšanā. – R: RTU Izdevniecība, 2014. – 197 lpp.
Nepieciešamās priekšzināšanas	IUV519 Stratēģiskā vadīšana, IUI710 Digitālais mārketinga

Studiju kursa saturs

Saturs	Pilna un nepilna laika klātienes studijas		Nepilna laika neklātienes studijas	
	Kontakt stundas	Patstāv. darbs	Kontakt stundas	Patstāv. darbs
E-komercijas un e-mārketinga nozīme organizācijas darbībā. Mērķi, uzdevumi, funkcijas	6	8	3	14
E-komercijas attīstība, e-komercijas modeļi, e-izglītība	8	10	4	14
E-komercijas tehniskā un tehnoloģiskā bāze	6	8	3	14
Pārdošana e-vidē	8	10	4	14
E-komercijas efektivitāte uzņēmējdarbībā	6	10	3	14
E-komercijas drošība	6	10	3	14
E-biznesa modeļi un to izmantošana	6	10	3	14
Patērētāji un to uzvedība e-vidē	6	10	3	10
Patērētāju segmentēšana e-vidē	6	10	3	10

Uzņēmuma digitālā pieredze un patērētāja ceļš e-vidē	6	10	3	10
Kopā:	64	96	32	128

Sasniedzamie studiju rezultāti un to vērtēšana

Sasniedzamie studiju rezultāti	Rezultātu vērtēšanas metodes
Spēj noteikt un analizēt dažādas e-komercijas un e-mārketiņa problēmsituācijas.	Studiju un speciālās informācijas/literatūras izpēte – eseja.
Spēj analizēt konkrētas situācijas un izdarīt patstāvīgus secinājumus par e-komercijas modeļu izmantošanu organizācijas darbībā.	Praktiskais darbs nodarbībā – gadījuma izpēte (Case study)
Spēj noteikt rādītājus e-komercijas un e-mārketiņa efektivitātes, vai tirgus rādītājus, aprēķināt uzņēmuma darbību raksturojošos rādītājus. Spēj analizēt iegūtos rezultātus un veikt secinājumus.	Individuālais uzdevums, kas iekļauj: a) studiju un speciālo informācijas/literatūras, izpēti; b) praktiskā uzdevuma rēķināšanu.
Spēj patstāvīgi atrast nepieciešamo informāciju par konkrētu jautājumu. Spēj analizēt šo informāciju un pasniegt to citiem. Spēj aizstāvēt savu viedokli un piedalīties/rosināt diskusiju.	Prezentācijas sagatavošana individuālā uzdevuma rezultātu prezentēšana nodarbībā.
Spēj darboties komandā, atrast, analizēt nepieciešamo informāciju par uzdoto problēmsituāciju un/vai konkrētu jautājumu. Spēj izdarīt secinājumus un izvirzīt argumentētus priekšlikumus. Spēj pasniegt informāciju citiem. Prezentācijas sagatavošana. Komandas darba rezultātu prezentēšana nodarbībā.	Komandas darba rezultātu prezentēšana nodarbībā.
Spēj veikt situācijas analīzi un pielietot teorētiskās zināšanās, risinot praktisko uzdevumu.	Noslēguma pārbaudes darbs, kas ietver sevī trīs daļas: - Teorētiskie jautājumi (30% no vērtējuma); - Tests (30% no vērtējuma); - Praktiskais uzdevums (40% no vērtējuma).

Studiju rezultātu vērtēšanas kritēriji

Kritērijs	% no kopējā vērtējuma
Eseja	10
Praktiskais darbs nodarbībā	20
Individuālais uzdevums	20
Komandas prezentācijas sagatavošana un prezentēšana	20
Noslēguma darbs - tests, praktiskais uzdevums, teorētiskie jautājumi	30
Kopā:	100

Studiju kursa plānojums

Daļa	KP	Stundas			Pārbaudījumi		
		Lekcijas	Prakt d.	Laborat	Ieskaite	Eksām.	Darbs
1.	6.0	20.0	60.0	0.0		*	