

RTU studiju kurss "Uzņēmējdarbības ekonomika un mārketinga pamati"

31000 Būvniecības un mašīnzinību fakultāte

Vispārējā informācija

Kods	BM0421
Nosaukums	Uzņēmējdarbības ekonomika un mārketinga pamati
Studiju kursa statuss programmā	Obligātais/Ierobežotās izvēles
Atbildīgais mācībspēks	Vineta Zemīte - Doktors, Docents
Apjoms daļās un kredītpunktos	1 daļa, 3.0 kredītpunkti
Studiju kursa īstenošanas valodas	LV, EN
Anotācija	Studiju kurss tiek realizēts Rīgas Stradiņa universitātē. Kurss ir paredzēts medicīnas inženierijas un medicīnas fizikas jomas studentiem tirgzinības pamatu apgūšanai. Kursā tiek aplūkots uzņēmējdarbības jēdziens, tā būtība, uzņēmējdarbības vide, tās regulēšana, patērētāju vieta tirgzinību sistēmā. Īpaša uzmanība tiek pievērsta produkta un cenu politikai, tirgzinību organizēšanai un kontrolei, mārketinga sistēmas veidošanai, konkurencei, preces dzīves ciklam.
Mērķis un uzdevumi, izteikti kompetencēs un prasmēs	Kursa mērķis ir sniegt studentiem zināšanās par tirgzinību metodēm un to praktisku izmantošanu uzņēmējdarbībā. Uzdevumi: Attīstīt studentu prasmi izvērtēt situāciju un izvēlēties atbilstošo tirgzinību metodi situācijas veiksmīgai atrisināšanai; Sniegt priekšstatu tirgzinību plānošanas, vadīšanas un kontroles metodēm un to izmantošanas iespējām; Attīstīt teorētisko zināšanu tirgzinību jomā 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 patstāvīgu darbu un situācijas uzdevumu risināšanu praktiskajās nodarbībās. Patstāvīgais darbs ir jābalsta uz noteikta teorētiskā materiāla izskatīšanu, analīzi un teorētiskā materiāla aprobāciju uz reāli funkcionējoša uzņēmuma bāzes. Pētījuma rezultātus ir jāprezentē auditorijā. Vērtējums 10 ballu sistēmā.
Literatūra	Niedrītis J. Ē.. Mārketinga R.: Biznesa augstskola Turība, 2008. – 487 lpp. Praude V.. Mārketinga: jautājumi, uzdevumi, situācijas, testi R.: izglītības sōļi, 2007. – 197 lpp. Kotlers F.. Mārketinga pamati R.: Jumava, 2006.- 647 lpp. Kotler Ph.. Marketing Management The Millenium Edition. - USA, Prentice Hall International, Inc., 2000. - 718 p.
Nepieciešamās priekšzināšanas	Veselības ekonomika

Studiju kursa saturs

Saturs	Pilna un nepilna laika klātienēs studijas		Nepilna laika neklātienēs studijas	
	Kontakt stundas	Patstāv. darbs	Kontakt stundas	Patstāv. darbs
Komercdarbība, tās juridiskais statuss, SIA dibināšana	3	4	0	0
Komercdarbības resursu plānošana, iekšējā un ārējā vide, galvenie tirgus faktori, noiets, konkurence	3	4	0	0
Komercdarbības riski, apdrošināšana, vides un darba aizsardzības pasākumi	3	5	0	0
Biznesa plāns, tā izstrādāšana un novērtēšana	4	5	0	0
Marketinga funkcijas, tirgus un tā vide, SWOT, PEST analīze	3	5	0	0
Mērķtirgus noteikšana, pozicionēšana, segmentēšana	3	5	0	0
Konkurenti un konkurence, konkurences analīzes metodes	3	5	0	0
Marketinga informācijas sistēma, pieprasījuma un tirgus ietilpības novērtēšana	3	5	0	0
Mārketinga komplekss, tā elementi - prece, cena, cenu veidošanas metodes, sadale, virzīšana	4	5	0	0
Mārketinga plānošana	3	5	0	0
Kopā:	32	48	0	0

Sasniedzamie studiju rezultāti un to vērtēšana

Sasniedzamie studiju rezultāti	Rezultātu vērtēšanas metodes
Izprot komercdarbības pamatnostādnes, prot novērtēt komercuzņēmumu, plānot uzņēmumu resursus	patstāvīgie darbi, eksāmens
Spēj izstrādāt un novērtēt biznesa plānu	Biznesa plāna izstrādāšana un aizstāvēšana
Spēj analizēt mārketinga problēmsituācijas, izdarīt secinājumus par mārketinga kompleksa izmantošanu organizācijas mārketinga procesā	Patstāvīgais darbs, eksāmens
Spēj noteikt mārketinga efektivitātes vai tirgus rādītājus, analizēt tos	Eksāmens

Studiju rezultātu vērtēšanas kritēriji

Kritērijs	% no kopējā vērtējuma
Patstāvīgais darbs	20
Testi	20
Eksāmens	30

Biznesa plāns	30
Kopā:	100

Studiju kursa plānojums

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