

RTU studiju kurss "Modes tirgzinību un prečzinību pamati"

01T00 Arhitektūras un dizaina institūts

Vispārējā informācija

| | |
|---|--|
| Kods | AD0110 |
| Nosaukums | Modes tirgzinību un prečzinību pamati |
| Studiju kursa statuss programmā | Obligātais/Ierobežotās izvēles |
| Atbildīgais mācībspēks | Inese Ziemele - Doktors, Asociētais profesors |
| Mācībspēks | Dana Almlī - Doktors, Asociētais profesors Marianna Grecka - Zinātniskais asistents |
| Apjoms daļās un kredītpunktos | 2 daļas, 4.0 kredītpunkti, 6.0 EKPS kredītpunkti |
| Studiju kursa īstenošanas valodas | LV, EN |
| Anotācija | Studiju kurss sniedz zināšanas par modes preču galapatērētāju uzvedību, vērtībām un apģērbu veidiem un to funkcijām izvirzāmām prasībām, ņemot vērā atšķirības patēriņa tirgus segmentos. Padziļināti apskatītas apģērbu sortimenta dažādas klasifikācijas, apģērbu formas, modeļi, tehniskā dokumentācija, preču zīmes un marķēšana, attīstot spējas analizēt patērētāju garderobes un tirgus piedāvājumu. Papildu studiju kursā apskatīti modes industrijas biznesa modeļi, ieskaitot procesus piegādes ķēdē gan vairumtirdzniecībā, gan mazumtirdzniecībā, kā arī apģērba pārdošanas un modes veicināšanas etapos. Studiju kursa ietvarā tiek veicināta izpratne par vides ilgtspējas prasību ietekmi uz modes biznesa vadību un tirgvedību kopumā. |
| Mērķis un uzdevumi, izteikti kompetencēs un prasmēs | Mērķis: iepazīstināt ar modes industrijas sortimentu un patērētāju izvēles lēmumu motivāciju, attīstot spējas analizēt un veidot tirgus piedāvājumu un izvēlēties tam atbilstošu biznesa modeli. Uzdevumi: 1. Iepazīstināt ar patēriņa likumsakarības un tērpšanās vispārinošā modeļa noderīgumu. 2. Sniegt zināšanas par tirgus norišu konceptuālajiem pamatiem. 3. Attīstīt spēju lasīt un pielietot apģērba prečziniskās uzskaites elektronisko katalogu, izstrādājumu tehnisko specifikāciju un citu saistīto dokumentāciju. 4. Sniegt un veicināt apģērbu preču tirdzniecībai nepieciešamās elementārās prasmes. 5. Veicināt izpratni par ilgtspējīguma aktualitātes ietekmi uz modes biznesa vadību un tirgvedību kopumā. |
| Patstāvīgais darbs, tā organizācija un uzdevumi | Garderobju inventarizācija: ārdrēbju, virsdrēbju, apakšdrēbju, apavu, aksesuāru un īpašo vaļasprieku ģērbim atsevišķi un garderobei kopumā noteikt to veidojošo objektu skaitu (gabalos vai pāros), aprēķināt vidējotosvalkmūžus (gados), lietošanas ātrums(gab./gadā), cenas un valkizmaksas (EUR/ gadā). Sniegt izraudzīto mērķpersonu dzīves stila un garderobju salīdzinošo raksturojumu. Izraudzītā apģērbu tirgus segmenta raksturojums: kultūrvēsturiskā attīstība, funkcijas (komplektētjumā), adresāti, sortiments, ražotāji, tirgotāji, esošais piedāvājums. Veikalu piedāvājumu salīdzinājums un patērētājiem pieejamās informācijas izvērtējums. |

| | |
|-------------------------------|--|
| Literatūra | <p>.... Obligātā literatūra/Mandatory literature: ... Dillon, Susan. . The Fundamentals of Fashion Management, RTU abonētā datubāze:ProQuest Ebook Central, Bloomsbury Publishing USA, 2018. Krieviņš, Ivars,. Apģērbu prečzinība : ieskaite kontroljautājumi "Tekstila un apģērbu tehnoloģijas" studiju priekšmetā "Modes tirgzinību un prečzinību pamati" /Ivars Krieviņš ; Rīgas Tehniskā universitāte. Apģērbu un tekstila tehnoloģiju katedra. Rīga : RTU, 2003., 88 lp. : il.</p> <p>Liz Barnes, et al.. Transformative Times for Fashion Marketing + Consumption : New Horizons in Fashion and Marketing, Research Through the Lens of Consumption, RTU abonētā datubāze: ProQuest Ebook Central, Emerald, 2020. Liu, Lerwen ; Ramakrishna, Seeram.. An Introduction to Circular Economy, RTU abonētā datubāze: Springer Link, 2020 Carlotto F., McCreesh N., . Engaging with Fashion : Perspectives on Communication, Education and Business, Series: At the Interface / Probing the Boundaries, Vol. 112. RTU abonētā datubāze: EBSCOhost, the Netherlands : Brill. 2019. Zahay, Debra. . Digital Marketing Management, Second Edition : A Handbook for the Current (or Future) CEO, RTU abonētā datubāze: ProQuest Ebook Central, Business Expert Press, 2020.</p> <p>.... Papildus literatūra/Additional literature: ... Muthu, Subramanian Senthilkannan. Circular economy in textiles and apparel : processing, manufacturing, and design /edited by Subramanian Senthilkannan Muthu., x, 226 lpp. : ilustrācijas ; 23 cm.</p> <p>Krieviņš, Ivars,. Apģērbu pārdevēju kompetence : lekciju konspekti "Tekstila un apģērbu tehnoloģijas" studiju priekšmetā "Modes tirgzinību un prečzinību pamati" /Ivars Krieviņš, Karīna Nikāze ; Rīgas Tehniskā universitāte. Apģērbu un tekstila tehnoloģiju katedra. Rīga : RTU, 2003., [62] lpp. : il.</p> <p>Crewe, Louise. . The Geographies of Fashion : Consumption, Space, and Value, Bloomsbury Publishing Plc, 2017. Motta, Giovanna, and Antonello Biagini.. Fashion Through History: Costumes, Symbols, Communication. Cambridge Scholars Publishing, 2017.</p> |
| Nepieciešamās priekšzināšanas | Nav nepieciešamas. |

Studiju kursa saturs

| Saturs | Pilna un nepilna laika klātienēs studijas | | Nepilna laika neklātienēs studijas | |
|---|---|----------------|------------------------------------|----------------|
| | Kontakt stundas | Patstāv. darbs | Kontakt stundas | Patstāv. darbs |
| Apģērbu patēriņa zinības. Garderobes. | 10 | 10 | 0 | 0 |
| Tērpsanās komponentu modelis. | 8 | 8 | 0 | 0 |
| Ieskats modes teorijās. | 8 | 8 | 0 | 0 |
| Prečzinību pamati. | 8 | 8 | 0 | 0 |
| Apģērbu u.c. tekstilpreču klasifikācijas un marķēšana. | 10 | 10 | 0 | 0 |
| Priekšstats par apģērbu preču konkurētspēju un kvalitāti. | 8 | 8 | 0 | 0 |
| Garderobju inventarizācijas metode. | 6 | 6 | 0 | 0 |
| Tirgzinību pamati. | 6 | 6 | 0 | 0 |
| Modes industrijas biznesa modeļi. | 10 | 10 | 0 | 0 |
| Patstāvīgā studiju darba prezentācijas. | 6 | 6 | 0 | 0 |
| Kopā: | 80 | 80 | 0 | 0 |

Sasniedzamie studiju rezultāti un to vērtēšana

| Sasniedzamie studiju rezultāti | Rezultātu vērtēšanas metodes |
|---|--|
| Pārzina tirgdarbības konceptuālos pamatus, apģērbu patēriņa likumsakarības un tērpsanās parādības vispārinošā makromodeļa nodēģumu. | Pārbaudes veids: patstāvīgais darbs un eksāmens. Kritēriji: spēj atpazīt un izvērtēt apģērba patēriņa likumsakarības, pārzina garderobju veidošanas pamatprincipus. |
| Prot izmantot apģērbu prečziniskās uzskaites, tirgvedības, katalogu, tehnisko specifikāciju u.tml. dokumentāciju. | Pārbaudes veids: patstāvīgais darbs un eksāmens. Kritēriji: students spēj patstāvīgi atrast un mērķtiecīgi pielietot dokumentācijās norādīto informāciju. |
| Māk pielietot apģērbu preču tirdzniecībai nepieciešamās prečziniskās elementārprasmes. | Pārbaudes veids: patstāvīgais darbs un eksāmens. Kritēriji: students spēj izskaidrot un pamatot priekšrocības un trūkumus modes industrijā pielietotajiem biznesa modeļiem. |

| | |
|---|--|
| Spēj patstāvīgi izvērtēt kāda apģērbu tirgus segmenta stāvokli. | Pārbaudes veids: patstāvīgais darbs un eksāmens. Kritēriji: pārzina faktorus, pēc kuriem nodala dažādus tirgus segmentus, spēj izvērtēt produkta pārdošanas stratēģiju. |
|---|--|

Studiju rezultātu vērtēšanas kritēriji

| Kritērijs | % no kopējā vērtējuma |
|--------------------|-----------------------|
| Patstāvīgais darbs | 50 |
| Eksāmens | 50 |
| Kopā: | 100 |

Studiju kursa plānojums

| Daļa | KP | Stundas | | | Pārbaudījumi | | |
|------|-----|----------|----------|---------|--------------|--------|-------|
| | | Lekcijas | Prakt d. | Laborat | Ieskaite | Eksām. | Darbs |
| 1. | 2.0 | 20.0 | 0.0 | 20.0 | | * | |
| 2. | 2.0 | 20.0 | 0.0 | 20.0 | | * | |