

RTU studiju kurss "Tirgus organizācija un vadīšana"

22000 Inženierekonomikas un vadības fakultāte

Vispārējā informācija

Kods	IV0462
Nosaukums	Tirgus organizācija un vadīšana
Studiju kursa statuss programmā	Obligātais/Ierobežotās izvēles
Atbildīgais mācībspēks	Rita Greitāne - Doktors, Docents
Mācībspēks	Judīte Jakubāne - Docents (praktiskais)
Apjoms daļās un kredītpunktos	1 daļa, 3.0 kredītpunkti
Studiju kursa īstenošanas valodas	LV, EN
Anotācija	Tirgus elementu un procesu organizēšana un vadīšana. Uzņēmuma produkcijas realizācijas programmas noteikšana. Produkcijas tirgus nišas atrašana un definēšana: cena, kvalitāte, servisa līmenis, noieta tirgus sadales kanāli, komunikācija tirgū. Preču virzīšana. Uzņēmuma dzīves cikls un tā loma tirgū.
Mērķis un uzdevumi, izteikti kompetencēs un prasmēs	Iegūt zināšanas un veidot izpratni par tirgus pamatjēdzieniem un procesiem tirgū. Veidot priekšstatu par tirgzinības nozīmi uzņēmējdarbībā. Sniegt zināšanas tirgus elementu un procesu organizēšanā un vadīšanā, kā arī to pielietojumu praktiskā situāciju analīzē, kas vērsta uz patērētāju vajadzību apmierināšanu.
Patstāvīgais darbs, tā organizācija un uzdevumi	Patstāvīgie darbi ietver individuālus un grupu darbus (grupas lielums 3-5 cilvēki), pētījumu un situācijas uzdevumu risināšanu nodarbībās atbilstoši nodarbību tematikai. Patstāvīgie darbi tiek balsīti uz noteikta teorētiskā materiāla izskatīšanu, analīzi un teorētiskā materiāla aprobāciju.
Literatūra	Pamatliteratūra: 1. Liniņa, I. Kā piesaistīt un noturēt pircēju. Rīga : Biznesa augstskola Turība, 2018., 187 lpp. 2. Praude, V., Liniņa, I. Pārdošanas vadība. Rīga : Biznesa augstskola Turība, 2018, 407 lpp. 3. Kotler, Ph. Marketing 4.0 : moving from traditional to digital / Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan. Hoboken, New Jersey : Wiley, 2017., 184 lpp. Papildliteratūra: 1. McDonald, M. Marketing plans : how to prepare them, how to profit from them / Malcolm McDonald, Hugh Wilson. Hoboken : Wiley, 2016., 2. Pinkoon, D. Product marketing. Bangkok : Damrong Pinkoon Company Limited, 2017., 191 lpp. 3. Praude V. Mārketing : teorija un prakse. Rīga : Burtene, 2011. 4. Patens Deivs. Kā veidot mārketingu. - Rīga: Lietišķās informācijas dienests, 2009.- 264 lpp. 5. Kotlers Filips. Kotlers par mārketingu. - Rīga: Lietišķās informācijas dienests, 2007.- 272 lpp. 6. Autoru kolektīvs. Tirgzinību pamati. - Rīga: Jumava, 2007.-312 lpp. 7. Kaparkalēja D. Tirgzinības. - Rīga: Jumava, 2002 8. Hamblina K. Īsi par mārketingu. - Rīga: Jumava, 1995.
Nepieciešamās priekšzināšanas	nozaru ekonomika

Studiju kursa saturs

Saturs	Pilna un nepilna laika klātienes studijas		Nepilna laika neklātienes studijas	
	Kontakt stundas	Patstāv. darbs	Kontakt stundas	Patstāv. darbs
Tirgus jēdziens. Tirgus pamatelementi, to raksturojums	2	2	1	5
Tirgus vides ietekmējošie faktori	4	4	1	5
Tirgus pasākuma komplekss (mix) organizēšana un vadīšana uzņēmumā	10	10	6	10
Tirgus pētījumu procesa organizēšana. Informācijas vākšana	4	4	2	6
Pircēju rīcības modelis patērētāja tirgū.	4	4	2	6
Pircēju rīcības psiholoģija	2	2	1	4
Pircēju lēmumu pieņemšanas posmi, to raksturojums.	2	2	1	4
Tirgus segmentēšanas būtība un mērķi.	4	4	2	4
Preces dzīves cikla koncepcija.	2	2	1	6
Produkta pozīciju nostiprināšana tirgū.	6	6	3	10
Kopā:	40	40	20	60

Sasniedzamie studiju rezultāti un to vērtēšana

Sasniedzamie studiju rezultāti	Rezultātu vērtēšanas metodes
Pārzinās tirgus veidus, to pamatelementu organizēšanu un mērķus. Spēs analizēt tirgu ietekmējošos iekšējos un ārējos faktorus. Pārzinās tirgus vadīšanas pamatprincipus.	Patstāvīgais darbs - vides faktoru analīze konkrētā uzņēmumā. Grupas darbs. Darbs auditorijā
Pārzinās tirgus pasākuma kompleksa elementu organizēšanu - produktu, tā jēdzienu, klasifikāciju, raksturlielumus un sortimentu. Pārzinās cenu veidošanas metodes un galvenos ietekmējošos faktorus.	Patstāvīgais darbs - sortimenta un cenu veidošana.

Pārzinās sadales kanālu sastāvdaļas un sadales kanālu funkcijas. Izpratīs komunikāciju sistēmu tirgū.	Kontroldarbs par produkta, cenas, sadales kanālu un komunikācijas izpratni un pielietojumu konkrētā uzņēmumā
Spēs vadīt tirgus pētījumu procesu. Spēs veikt informācijas vākšanu tirgū un doto rezultātu analīzi	Patstāvīgais darbs - informācijas vākšana, to apstrāde un analīze, situācijas analīze.
Pārzinās pircēju rīcības modeli patēriņa tirgū un pircēju rīcības psiholoģiju. Pārzinās pircēju lēmumu pieņemšanas posmus un varēt tos analizēt.	Kontroldarbs par pircēju rīcību tirgū un to ietekmējošo faktoru analīze
Pārzinās tirgus segmentēšanas būtību un to mērķus. Spēs noteikt preces dzīves ciklu un raksturot preces dzīves stadijas .	Patstāvīgais darbs - noteikt konkrēta uzņēmuma segmentu un tā raksturojumu. Grupas darbs. Darbs auditorijā.
Spēs teoriju saistīt ar praktisko darbību.	Ieskaite

Studiju rezultātu vērtēšanas kritēriji

Kritērijs	% no kopējā vērtējuma
Patstāvīgie darbi	20
Grupu darbi	20
Kontroldarbi	30
Ieskaite	30
Kopā:	100

Studiju kursa plānojums

Daļa	KP	Stundas			Pārbaudījumi		
		Lekcijas	Prakt d.	Laborat	Ieskaite	Eksām.	Darbs
1.	3.0	16.0	0.0	16.0	*		