

RTU studiju kurss "Tirgzinību vadīšana"

01B00 Rīgas Biznesa skola

Vispārējā informācija

Kods	BS0059
Nosaukums	Tirgzinību vadīšana
Studiju kursa statuss programmā	Obligātais/Ierobežotās izvēles
Atbildīgais mācītbspēks	Inese Eglīte - Docents (praktiskais)
Apjoms daļās un kredītpunktos	1 daļa, 4.0 kredītpunkti, 6.0 EKPS kredītpunkti
Studiju kursa īstenošanas valodas	LV, EN
Anotācija	Ievads lēmumos tirgzinības jomā un pieejas šo lēmumu pieņemšanā. Apskatītās tēmas:mazumtirdzniecības un vairumtirdzniecības struktūras; pircēju uzvedība un asortiments; tirdzniecības veicināšana; cenu noteikšana; piegādes lēmumi un stratēģijas.
Mērķis un uzdevumi, izteikti kompetencēs un prasmēs	Mērķis ir iepazīstināt studentus ar mārketinga stratēģiju ieviešanu dažādās vidēs. Tiks apskatītas labākās prakses Eiropā un Ziemeļamerikā ar mērķi pielāgot tās Latvijas biznesa vidē.
Patstāvīgais darbs, tā organizācija un uzdevumi	Lekciju apmeklējums, literatūras pārskati, pārbaudes darbi, mājas darbi, prezentācijas, starpsemestra eksāmens, gala eksāmens.
Literatūra	Kotler, Philip, Keller Kelvin, Mairead Brady, Malcolm Goodman. (2019). Marketing Management. 4th edition, ISBN 9781292248448
Nepieciešamās priekšzināšanas	Pamatzināšanas mārketingā bakalaura izglītības līmenī

Studiju kursa saturs

Saturs	Pilna un nepilna laika klātienēs studijas		Nepilna laika neklātienēs studijas	
	Kontakt stundas	Patstāv. darbs	Kontakt stundas	Patstāv. darbs
Ievads. Mārketinga vadības izprašana	4	10	0	0
Tirgus informācija, tirgus izpētes metodes	4	9	0	0
Tirgus izpētes metodes	4	9	0	0
Konkurence. Produkta dzīves cikla stratēģijas	4	9	0	0
Mārketinga un klienta vērtība. Klienta un tirgus analīze. Uzvedības pirkšana	4	9	0	0
Tirgus segmentācija, mērķēšana un pozicionēšana. Zīmols	4	9	0	0
Mārketinga mix: cena un vērtība	4	9	0	0
Produkta pieejamība	4	10	0	0
Mārketinga komunikācijas efektivitātes attīstība. Mediju plāns un budžetēšana	4	10	0	0
Publicitāte un SA stratēģijas	4	9	0	0
Efektīva mārketinga komunikācija. Netradicionālās mārketinga metodes	4	10	0	0
Mārketinga efektivitātes novērtēšana	4	9	0	0
Kopā:	48	112	0	0

Sasniedzamie studiju rezultāti un to vērtēšana

Sasniedzamie studiju rezultāti	Rezultātu vērtēšanas metodes
Spēj uzskaitīt jēdzienu, teoriju, faktu, analītisko procedūru, paņēmieni un modeļu daudzveidību un to pielietojumu biznesa organizācijās ar skatu uz Latvijas uzņēmējdarbības vidi	Pārbaudes darbi, mājas darbi, prezentācijas, starpsemestra eksāmens, gala eksāmens.
Spēj analītiski domāt un analizēt mārketinga biznesa vidi Latvijā	Pārbaudes darbi, mājas darbi, prezentācijas, starpsemestra eksāmens, gala eksāmens.
Spēj izskaidrot mārketinga segmentācijas, mērķauditorijas atlasē, pozicionēšanas un zīmolu veidošanas principus	Pārbaudes darbi, mājas darbi, prezentācijas, starpsemestra eksāmens, gala eksāmens.
Spēj izveidot integrētas mārketinga komunikācijas programmas, kurās integrēti galvenie mārketinga stratēģijas elementi ilgtermiņa konkurences priekšrocību nodrošināšanai	Pārbaudes darbi, mājas darbi, prezentācijas, starpsemestra eksāmens, gala eksāmens.
Spēj novērtēt un kontrolēt mārketinga programmas	Pārbaudes darbi, mājas darbi, prezentācijas, starpsemestra eksāmens, gala eksāmens.

Studiju rezultātu vērtēšanas kritēriji

Kritērijs	% no kopējā vērtējuma
Grupu projekts	30
Gadījumu analīzes	24
Grupu prezentācija	6
Starpeksāmens	30
Dalība lekcijās	10

Studiju kursa plānojums

Daļa	KP	Stundas			Pārbaudījumi		
		Lekcijas	Prakt d.	Laborat	Ieskaite	Eksām.	Darbs
1.	4.0	64.0	0.0	0.0		*	