

RTU studiju kurss "Mārketingis"

22000 Inženierekonomikas un vadības fakultāte

Vispārējā informācija

Kods	IV0713
Nosaukums	Mārketingis
Studiju kursa statuss programmā	Obligātais/Ierobežotās izvēles
Atbildīgais mācībspēks	Ieva Andersone - Doktors, Docents
Mācībspēks	Uldis Drišļuks - Lektors
Apjoms daļās un kredītpunktos	1 daļa, 5.0 kredītpunkti
Studiju kursa īstenošanas valodas	LV
Anotācija	Studiju kursā tiek aplūkotas galvenās mārketinga teorijas, jēdzieni un to pielietojums organizācijās, lai radītu izpratni par mārketingu kā vērtību dažādām ieinteresētajām pusēm. Studenti iegūst zināšanas un izpratni par mārketinga jēdzienu, mārketinga vadības filozofiju un tā attīstību, mārketinga stratēģijām un to novērtēšanu. Studiju kursā iespējams attīstīt prasmes, kas nepieciešamas efektīvai mārketinga lēmumu pieņemšanai. Studiju kurss ietver studiju darba izstrādi. Papildus studiju darba izpildei zināšanas tiek nostiprinātas patstāvīgo darbu ietvaros par studiju programmā iekļautajām tēmām.
Mērķis un uzdevumi, izteikti kompetencēs un prasmēs	Studiju kursa mērķis ir veidot izpratni par mārketinga būtību, principiem un stratēģijām, kas tiek izmantotas uzņēmējdarbības vidē. Studiju kursa uzdevumi: - attīstīt prasmi izvērtēt esošo situāciju un izvēlēties atbilstošo mārketinga metodi šīs situācijas veiksmīgai atrisināšanai; - attīstīt studentu prasmi generēt, grupēt, atlasīt, izvērtēt un izmantot dažādas idejas mārketinga jomā; - sniegt priekšstatu par plānošanas, vadīšanas un kontroles metodēm un to izmantošanas iespējām; - attīstīt teorētiskās zināšanas un to praktisko pielietojumu konkrētu uzdevumu veikšanai; - veicināt vispārējo mārketinga 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 pētījums ir jābalsta uz noteikta teorētiskā materiāla izskatīšanu, analīzi un teorētiskā materiāla aprobāciju uz reāli funkcionējoša uzņēmuma bāzes. Patstāvīgā pētījuma tematika ir aprakstīta metodiskajos norādījumos. Rezultāts – studiju darbs un pētījuma rezultātu prezentēšana auditorijā.
Literatūra	Obligātā/ Obligatory: 1. Kotler, Philip,. Principles of marketing / Philip Kotler, Gary Armstrong, Sridhar Balasubramanian., 768 lpp. :ilustrācijas ;28 cm 2. Kinneer, Thomas C.,. Principles of marketing / Thomas C. Kinneer, Kenneth L. Bernhardt. Glenview (Ill.) :Scott, Foresman,1983., 831 lpp. :ilustrācijas. Papildu/ Additional: 1. Chaffey, Dave,. Digital marketing excellence : planning and optimizing your online marketing /Dave Chaffey and P.R. Smith. Abingdon, Oxon ;New York :Routledge,2017., xxvii, 660 lpp. :ilustrācijas. 2. Gaile-Sarkane, Elīna., Situācijas un uzdevumi tirguzinībās : bakalaura studiju līmenim : mācību līdzeklis /Elīna Gaile-Sarkane, Ieva Andersone, Rita Greitāne ; Rīgas Tehniskā universitāte. Inženierekonomikas un vadības fakultāte. Ražošanas un uzņēmējdarbības ekonomikas katedra. Rīga :Rīgas Tehniskās universitātes izdevniecība,2013., 140 lpp. :diagr., tab. ;21 cm. 3. Dib, Allan. The 1-page marketing plan : get new customers, make more money, and stand out from the crowd /Allan Dib. [Miami, Florida] :Successwise,©2016., vi, 215 lpp. :ilustrācijas ;23 cm. 4. Marketing metrics : the definitive guide to measuring marketing performance /Paul W. Farris ... [et al.]. Upper Saddle River, N.J. :FT Press,c2010., xv, 414 lpp. :il. ;24 cm. 5. Sheridan, Marcus. They ask, you answer : a revolutionary approach to inbound sales, content marketing, and today's digital consumer /Marcus Sheridan ; foreword by Krista Kotrla., xii, 226 lpp. 6. McDonald, Malcolm.. Marketing Plans : How to Prepare Them, How to Use Them [elektronisks resurss] /M.Macdonald, H.Wilson Hoboken :Wiley,2011., 591 p.
Nepieciešamās priekšzināšanas	Nav nepieciešamas.

Studiju kursa saturs

Saturs	Pilna un nepilna laika klātienes studijas		Nepilna laika neklātienes studijas	
	Kontakt stundas	Patstāv. darbs	Kontakt stundas	Patstāv. darbs
Ievadlekcija. Definīcijas, jēdzieni, mārketinga funkcijas, tirgus, mārketinga vide, SWOT, PEST analīze.	12	14	6	18
Konkurenti un konkurence, konkurences un konkurentu analīzes metodes.	8	6	4	14
Stratēģiskās biznesa vienības un to analīzes metodes (Bostonas konsultantu grupas matrica, General Electric modelis).	6	6	3	10

Patērētāju uzvedība. Segmentēšana, mērķtirgus noteikšana, pozicionēšana.	12	12	6	19
Mārketiņa informācijas sistēma, mārketiņa pētījumi.	10	8	5	16
Mārketiņa komplekss un tā elementi.	18	19	8	22
Eksāmens.	2	0	2	0
Kopā:	68	65	34	99

Sasniedzamie studiju rezultāti un to vērtēšana

Sasniedzamie studiju rezultāti	Rezultātu vērtēšanas metodes
Spēj noteikt un analizēt dažādus mārketiņa problēmsituācijas.	Studiju darbs.
Spēj analizēt konkrētu situāciju un izdarīt patstāvīgus secinājumus par mārketiņa kompleksa izmantošanu organizācijas mārketiņa procesā.	Praktiskie darbi: Nr.1 par mārketiņa vides analīzi, Nr.2 par konkurences analīzes metodēm, Nr.3 par segmentēšanu un pozicionēšanu nodarbībās. Starppārbaudījums. Eksāmens.
Spēj noteikt mārketiņa efektivitātes rādītājus vai tirgus rādītājus, aprēķināt uzņēmuma darbību raksturojošos rādītājus. Spēj analizēt iegūtos rezultātus un izdarīt secinājumus.	Praktiskais darbs Nr.4 par mārketiņa efektivitātes rādītājiem nodarbībā. Starppārbaudījums. Eksāmens.
Spēj patstāvīgi atrast nepieciešamo informāciju par konkrētu jautājumu. Spēj analizēt šo informāciju un prezentēt to citiem.	Patstāvīgie darbi: Nr.1 par patērētāju uzvedību tirgū, Nr.2 par mārketiņa mix elementiem un rezultātu prezentēšana nodarbībā.
Spēj risināt izvirzīto problēmu un sniegt priekšlikumus problēmas atrisināšanai.	Studiju darbs.

Studiju rezultātu vērtēšanas kritēriji

Kritērijs	% no kopējā vērtējuma
Praktiskie darbi nodarbībās un diskusijas (4 darbi – Nr.1 par mārketiņa vides analīzi, Nr.2- par konkurences analīzes metodēm, Nr.3 – par segmentēšanu un pozicionēšanu, Nr.4 – par mārketiņa efektivitātes rādītājiem)	20
Patstāvīgie darbi (2 darbi – Nr.1 par patērētāju uzvedību tirgū, Nr.2 par mārketiņa mix elementiem)	10
Starppārbaudījums	20
Studiju darbs	30
Eksāmens	20
Kopā:	100

Studiju kursa plānojums

Daļa	KP	Stundas			Pārbaudījumi		
		Lekcijas	Prakt d.	Laborat	Ieskaite	Eksām.	Darbs
1.	5.0	20.0	48.0	0.0		*	