

## RTU studiju kurss "Starptautiskā tirgzinību vadīšana"

01B00 Rīgas Biznesa skola

**Vispārējā informācija**

Kods	BS0082
Nosaukums	Starptautiskā tirgzinību vadīšana
Studiju kursa statuss programmā	Brīvās izvēles
Atbildīgais mācībspēks	Inese Eglīte - Docents (praktiskais)
Mācībspēks	Valters Kaže - Doktors, Docētājs
Apjoms daļās un kredītpunktos	1 daļa, 6.0 kredītpunkti
Studiju kursa īstenošanas valodas	LV, EN
Anotācija	Šī kursa mērķis ir iepazīstināt biznesa studentus ar līdzībām un atšķirībām tirgus sistēmās, kas eksistē dažādās valstīs. Tiks analizēta dažādu tirgus sistēmu ietekme uz dažādiem tirgus funkciju produktiem, cenu, sadali un realizēšanu.
Mērķis un uzdevumi, izteikti kompetencēs un prasmēs	Galvenais mērķis ir attīstīt savu izpratni un vadības prasmes starptautiskajā tirdzniecības vadībā
Patstāvīgais darbs, tā organizācija un uzdevumi	Pārbaudes darbi, situāciju analīze, lekciju apmeklējums, literatūras pārskati, mājas darbu, prezentācijas, starpsemestra eksāmens, gala eksāmens
Literatūra	1. Kotler P.T., Keller K.L. Marketing Management. Global Edition (15th Ed.) Addison Wesley, 2015 – 832 p., ISBN: 978-1292092621 2. Hollensen, S. Global Marketing (7th Edition). Pearson, 2016 – 872 p., ISBN: 978-1292100111 3. Steenkamp J.B. Global Brand Strategy: World-wise Marketing in the Age of Branding. Palgrave Macmillan UK, 2017 – 319 p., ISBN: 978-1349949939
Nepieciešamās priekšzināšanas	Bakalaura izglītība, priekšzināšanās tīgzinību vadīšanā

**Studiju kursa saturs**

Saturs	Pilna un nepilna laika klātienes studijas		Nepilna laika neklātienes studijas	
	Kontakt stundas	Patstāv. darbs	Kontakt stundas	Patstāv. darbs
Mārketinga stratēģiju pārskats	4	9	0	0
Ģeogrāfija/vēsture	4	9	0	0
Kultūra	4	10	0	0
Biznesa paradumi	4	9	0	0
Sabiedriskā kārtība, kukuļošana un ētika	4	9	0	0
Starptautiskā mārketinga izpēte	4	10	0	0
Reģionālā tirgus grupas	4	9	0	0
Stratēģiskais mārketingas	4	10	0	0
Produkta politika	4	9	0	0
Industriālie produkti, sadales sistēmas, eksporta mehānismi	4	9	0	0
Globālā reklāma	4	10	0	0
Cenošana	4	9	0	0
<b>Kopā:</b>	<b>48</b>	<b>112</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

**Sasniedzamie studiju rezultāti un to vērtēšana**

Sasniedzamie studiju rezultāti	Rezultātu vērtēšanas metodes
Izprot starptautiskās tirdzniecības galvenos principus un svarīgākos spēkus, kas šodien veido starptautisko tirgu	Pārbaudes darbi, situāciju analīze, literatūras pārskati, mājas darbu, prezentācijas, starpsemestra eksāmens, gala eksāmens
Izprot galvenos pasākumus un plānoto ārvalstu uzņēmējdarbības izveides procesu;	Pārbaudes darbi, situāciju analīze, literatūras pārskati, mājas darbu, prezentācijas, starpsemestra eksāmens, gala eksāmens
Izprot nozīmīgākos starptautiskā mārketinga pamatprincipus, dominējošās un topošās paradigmas,	Pārbaudes darbi, situāciju analīze, literatūras pārskati, mājas darbu, prezentācijas, starpsemestra eksāmens, gala eksāmens
Izprot būtiskākās problēmas saistībā ar starptautisko tirgu pievienošanu;	Pārbaudes darbi, situāciju analīze, literatūras pārskati, mājas darbu, prezentācijas, starpsemestra eksāmens, gala eksāmens
Apzinās sociālo un kultūras vērtību ietekmi, kas ietekmē starptautisko tirgu un tā dalībniekus	Pārbaudes darbi, situāciju analīze, literatūras pārskati, mājas darbu, prezentācijas, starpsemestra eksāmens, gala eksāmens

Spēj analizēt uzņēmumu un starptautisko tirgu internacionalizācijas procesus;	Pārbaudes darbi, situāciju analīze, literatūras pārskati, mājas darbu, prezentācijas, starpsemestra eksāmens, gala eksāmens
Spēj atrisināt neatkarīgus starptautiskā mārketinga jautājumus un izstrādāt mārketinga risinājumus darbībām ārvalstu tirgos;	Pārbaudes darbi, situāciju analīze, literatūras pārskati, mājas darbu, prezentācijas, starpsemestra eksāmens, gala eksāmens
Prot izstrādāt, argumentēt un prezentēt starptautiskā mārketinga plānu;	Pārbaudes darbi, situāciju analīze, literatūras pārskati, mājas darbu, prezentācijas, starpsemestra eksāmens, gala eksāmens
Spēj strādāt komandā un vadīt mārketinga problēmu risinājumu ideju.	Pārbaudes darbi, situāciju analīze, literatūras pārskati, mājas darbu, prezentācijas, starpsemestra eksāmens, gala eksāmens
Prot kritiski izskatīt dažādus uzņēmējdarbības modeļus starptautiskam mārketingam	Pārbaudes darbi, situāciju analīze, literatūras pārskati, mājas darbu, prezentācijas, starpsemestra eksāmens, gala eksāmens
Spēj izvērtēt un salīdzināt tirgus iespējas un mārketinga aktivitātes, lai attīstītu veiksmīgu starptautisku uzņēmējdarbību	Pārbaudes darbi, situāciju analīze, literatūras pārskati, mājas darbu, prezentācijas, starpsemestra eksāmens, gala eksāmens
Spēj noteikt būtiskākos elementus konkurētspējīgākas starptautiskās mārketinga stratēģijas izveidei	Pārbaudes darbi, situāciju analīze, literatūras pārskati, mājas darbu, prezentācijas, starpsemestra eksāmens, gala eksāmens

### ***Studiju rezultātu vērtēšanas kritēriji***

Kritērijs	% no kopējā vērtējuma
Grupas projekts – Starptautiskā mārketinga plāns	30
Starpsemestra pārbaudījums	20
Gala eksāmens	20
2 situāciju analīžu apraksts (2 x 100)	20
Dalība klasē	10
<b>Kopā:</b>	<b>100</b>

### ***Studiju kursa plānojums***

Daļa	KP	Stundas			Pārbaudījumi			Brīvās izvēles pārbaudījumi		
		Lekcijas	Prakt d.	Laborat	Ieskaite	Eksām.	Darbs	Ieskaite	Eksām.	Darbs
1.	6.0	64.0	0.0	0.0		*				