

RTU studiju kurss "Mārketinga plānošana un stratēģija"

01B00 Rīgas Biznesa skola

Vispārējā informācija

Kods	BS0086
Nosaukums	Mārketinga plānošana un stratēģija
Studiju kursa statuss programmā	Obligātais/Ierobežotās izvēles
Atbildīgais mācītbspēks	Inese Eglīte - Docents (praktiskais)
Apjoms daļās un kredītpunktos	1 daļa, 6.0 kredītpunkti
Studiju kursa īstenošanas valodas	EN
Anotācija	Studiju kurss sniedz iespēju studentiem apgūt mārketinga stratēģijas metodes un paņēmienus un kā to pielietot lēmumu pieņemšanā. Studenti iemācīsies izmantot mārketinga pētījumu datus efektīvai lēmumu pieņemšanai un papildinās prasmes, kas iegūtas maģistrantūras pamatkursos (piemēram, statistikā, OB, mārketingā utt.). Studiju kursā tiks izmantota bezriskā platforma, lai pieņemtu mārketinga lēmumus simulētā vidē klasē.
Mērķis un uzdevumi, izteikti kompetencēs un prasmēs	Studiju kursa mērķis ir sagatavot studentus domāt analītiski un izvērtēt uzņēmuma mārketinga stratēģiju, izmēģinot neparedzētus gadījumus un scenārijus, izmantojot bezriskā platformu, kur nevienam netiek atlaists un netiek izmantots īsts budžets. Studiju kursa uzdevumi: - sniegt iespēju studentiem savos uzņēmumos izmantot mārketinga stratēģijas metodes un paņēmienus, kurus apguva lekciju laikā, un iesniegt savu analīzi; - atfīstīt analītisko domāšanu stratēģisku lēmumu pieņemšanā; - iepazīstināt un atfīstīt prasmes izmantot ar bezriskā platformu mārketinga lēmumu pieņemšanā, lai simulētu realitāti; - sniegt iespēju izaicinājumu pilnā vidē pieņemt lēmumus. Nodarbībā tiks radīta intensīvas konkurences, nenoteiktības, informācijas pārslodzes, laika spiediena un ierobežotu resursu vide.
Patstāvīgais darbs, tā organizācija un uzdevumi	Studenti patstāvīgi analizē studiju kursa literatūru, gatavojas pārbaudes darbiem, veido grupu prezentācijas par gadījuma analīzēm, raksta kursa darbu un projektu.
Literatūra	Obligātā/Obligatory: 1. Larreche, Gatignon, and Triolet (2015) Participant Handbook: Strategic Marketing-Durable Consumer Goods: StratX Simulations, Paris, France, 2015. Papildu/Additional: 1. HBR's 10 Must Reads on Strategic Marketing, Clayton M. Christensen, Theodore Levitt, Philip Kotler, Fred Reichheld (2013).
Nepieciešamās priekšzināšanas	Bakalaura līmeņa izglītība un priekšzināšanas tirgzinību vadīšanā.

Studiju kursa saturs

Saturs	Pilna un nepilna laika klātienēs studijas		Nepilna laika neklātienēs studijas	
	Kontakt stundas	Patstāv. darbs	Kontakt stundas	Patstāv. darbs
Stratēģiskā mārketinga plānošana.	4	8	0	0
Segmenta izvēle. Produktu izvietošana.	4	8	0	0
MARKSTRAT. Sava uzņēmuma vadīšana.	4	8	0	0
Tirgus analīze. Klientu analīze. Konkurentu analīze.	6	8	0	0
MARKSTRAT komandu izveide.	4	8	0	0
Tirgus līderība.	6	8	0	0
Kā palielināt NMC?	6	8	0	0
Gada mārketinga plāns un izpilde projekcijas.	6	8	0	0
MARKLAND tirgus dinamika.	6	8	0	0
Izmaksu dinamika. Resursu piešķiršana.	6	8	0	0
Tirgus iniciatori.	6	8	0	0
Tirgus vadība.	6	8	0	0
Kopā:	64	96	0	0

Sasniedzamie studiju rezultāti un to vērtēšana

Sasniedzamie studiju rezultāti	Rezultātu vērtēšanas metodes
Izprot mārketinga stratēģijas instrumentus un paņēmienus, kā arī tos pielietot lēmumu pieņemšanā.	Pārbaudes darbi, stratēģiskās piezīmes, grupas darbs "Uzņēmuma ekonomiskais sniegums", projekts "Stratēģiskais mārketinga plāns", kursa darbs, gala ziņojums, diskusijas klasē.
Spēj izmantot mārketinga pētījumu datus efektīvai lēmumu pieņemšanai un padziļināt iegūtās prasmes.	Pārbaudes darbi, stratēģiskās piezīmes, grupas darbs "Uzņēmuma ekonomiskais sniegums", projekts "Stratēģiskais mārketinga plāns", kursa darbs, gala ziņojums, diskusijas klasē.

Spēj pieņemt lēmumu intensīvas konkurences, nenoteiktības, informācijas pārslodzes, laika spiediena un resursu ierobežojuma apstākļos.	Pārbaudes darbi, stratēģiskās piezīmes, projekts "Stratēģiskais mārketinga plāns", kursa darbs, gala ziņojums, diskusijas klasē.
Izprot izmaksu dinamiku un resursu piešķiršanas principus.	Pārbaudes darbi, projekts "Stratēģiskais mārketinga plāns", kursa darbs, gala ziņojums, diskusijas klasē.

Studiju rezultātu vērtēšanas kritēriji

Kritērijs	% no kopējā vērtējuma
Pārbaudes darbi	5
Stratēģiskās piezīmes	20
Grupās darbs "Uzņēmuma ekonomiskais sniegums"	25
Projekts "Stratēģiskais mārketinga plāns"	15
Kursa darbs, gala ziņojums	30
Diskusijas klasē	5
Kopā:	100

Studiju kursa plānojums

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