

RTU studiju kurss "Mārketinga pētījumi"

0R000 Rēzeknes akadēmija

Vispārējā informācija

Kods	RA0109
Nosaukums	Mārketinga pētījumi
Studiju kursa statuss programmā	Obligātais/Ierobežotās izvēles
Atbildīgais mācītspēks	Ēvalds Višķers - Lektors
Apjoms daļās un kredītpunktos	1 daļa, 3.0 kredītpunkti
Studiju kursa īstenošanas valodas	LV
Anotācija	Studiju kursā tiek padziļinātas tirgzinības kursā iegūtās teorētiskās zināšanas tirgus pētījumos un veidotas prasmes izmantot kvantitatīvās un kvalitatīvās metodes tirgus procesu analizē.
Mērķis un uzdevumi, izteikti kompetencēs un prasmēs	Studiju kursa mērķis ir attīstīt studējošo zināšanas un prasmes mārketinga pētījumu jomā, nodrošinot spēju patstāvīgi plānot un veikt pētījumus, analizēt iegūto informāciju, pieņemt lēmumus un izvērtēt pētījumu ietekmi uz uzņēmējdarbību, sabiedrību un vidi, balstoties uz profesionālās ētikas principiem.
Patstāvīgais darbs, tā organizācija un uzdevumi	Nodarbību tematiskais plāns, diskusiju temati un uzdevumi tiek darīti zināmi caur ORTUS un ir atrodamī literatūrā. Gatavojoties kārtējai praktiskai nodarbībai patstāvīgi jāstudē lekciju materiāli, ieteiktie avoti vai ORTUS materiāli.
Literatūra	1.Laura R. Oswald.Creating Value: The Theory and Practice of Marketing Semiotics Research - Oxford University Press 2015. ISBN10: 0199657270 2.Paul A. Scipione. A Nation of Numbers: The Development of Marketing Research in America - Quirk's Marketing Research Media 2015. ISBN-13: 978-0985248222 3.F. Annie Pettit.People Aren't Robots: A practical guide to the psychology and technique of questionnaire design - CreateSpace Independent Publishing Platform 2016. ISBN10: 1539730646 Citi avoti: 1. https://www.daytranslations.com/blog/global-market-research/ 2. https://regionalbusiness.ca/wp-content/uploads/2021/03/market_research_guide.pdf 3. https://www.iibms.org/wp-content/uploads/2015/05/Marketing-Research.pdf
Nepieciešamās priekšzināšanas	Tirgzinības, statistika

Studiju kursa saturs

Saturs	Pilna un nepilna laika klātienes studijas		Nepilna laika neklātienes studijas	
	Kontakt stundas	Patstāv. darbs	Kontakt stundas	Patstāv. darbs
Tirgus pētījumu process	4	4	2	10
Tirgus pētījumu veidi un datu avoti	6	10	2	10
Datu vākšanas metodes	8	10	2	16
Izlašu veidi un nozīme tirgzinības pētījumos	4	6	2	10
Datu analīze	6	8	2	10
Pētījuma rezultātu interpretācija un prezentēšana	4	8	2	10
Kopā:	32	46	12	66

Sasniedzamie studiju rezultāti un to vērtēšana

Sasniedzamie studiju rezultāti	Rezultātu vērtēšanas metodes
Studējošais kursa noslēgumā spēj kritiski vērtēt uzņēmuma iekšējās un ārējās vides faktoros un to ietekmi uz uzņēmuma darbību.	Summatīvā vērtēšana sniegs iespēju integrēti novērtēt visus kritērijus: gan praktisko pielietojumu un spēju izmantot teorētiskās zināšanas reālās situācijās
Studējošais kursa noslēgumā prot patstāvīgi iegūt, atlasīt un analizēt informāciju. Izmantot to risinot problēmas uzņēmējdarbības nozarē	Summatīvā vērtēšana sniegs iespēju integrēti novērtēt visus kritērijus: gan praktisko pielietojumu un spēju izmantot teorētiskās zināšanas reālās situācijās
Studējošais kursa noslēgumā pārzina pētniecības metodes, apkopo, sistematizē un analizē datus. Spēj veikt statistisko datu apstrādi.	Formatīvā vērtēšana veicinās radošuma un komunikācijas prasmju attīstīšanu. Tā arī ļauj uzlabot loģisko argumentāciju un analīzi, pakāpeniski attīstot spēju pamatot savu viedokli.
Studējošais kursa noslēgumā spēj efektīvi sadarboties komandā, pildot profesionālos darba uzdevumus. Spēj veikt lietišķos pētījumus, sagatavot publikācijas un prezentēt tās.	Formatīvā vērtēšana veicinās radošuma un komunikācijas prasmju attīstīšanu. Tā arī ļauj uzlabot loģisko argumentāciju un analīzi, pakāpeniski attīstot spēju pamatot savu viedokli.

Studiju rezultātu vērtēšanas kritēriji

Kritērijs	% no kopējā vērtējuma
Kontroldarbs	25
Patstāvīgā darba vērtējums	25
Praktisko darbu vērtējums	25
Gala eksāmens	25
Kopā:	100

Studiju kursa plānojums

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