

RTU studiju kurss "Uzņēmējdarbība e-vidē"

0R000 Rēzeknes akadēmija

Vispārējā informācija

Kods	RA0124
Nosaukums	Uzņēmējdarbība e-vidē
Studiju kursa statuss programmā	Obligātais/Ierobežotās izvēles
Atbildīgais mācītspēks	Inta Kotāne - Doktors, Docents
Apjoms daļās un kredītpunktos	1 daļa, 6.0 kredītpunkti
Studiju kursa īstenošanas valodas	LV, EN
Anotācija	Studiju kursā ietver tēmas par uzņēmējdarbības e-vidē būtību un likumsakarībām, norēķinu iespējām, interneta mārketinga risinājumiem un tiesisko regulējumu. Apgūstot studiju kursu studenti spēs analizēt un novērtēt uzņēmuma darbību e-vidē, t.sk. uzņēmējdarbības uzsākšanas iespējas e-vidē, e-vidē izmantotās maksājumu sistēmas un interneta mārketinga risinājumus.
Mērķis un uzdevumi, izteikti kompetencēs un prasmēs	Studiju kursa mērķis ir veidot izpratni, attīstīt iemaņas un prasmes novērtēt uzņēmuma darbību e-vidē. Studiju kursa uzdevumi: - veidot daudzpusīgu izpratni par uzņēmējdarbības attīstības virzieniem e-vidē; - pilnveidot spēju izvērtēt uzņēmējdarbības e-vidē biznesa modeļus un to piemērotību dažādās nozarēs un tirgos; - attīstīt prasmi analizēt un formulēt uzņēmējdarbības uzsākšanas soļus e-vidē, iekļaujot nepieciešamos tehniskos, juridiskos un finanšu aspektus; - veicināt kritisko domāšanu, analizējot interneta mārketinga rīku efektivitāti un to stratēģisku pielietošanu uzņēmuma virzībai e-vidē; - attīstīt spēju patstāvīgi iegūt, atlasīt un analizēt uzņēmuma darbību e-vidē, identificēt problēmas un meklēt to risinājumus.
Patstāvīgais darbs, tā organizācija un uzdevumi	Studiju kursa apguves laikā studējošie patstāvīgā analizē studiju kursa literatūru, situāciju analīzes, izstrādā prezentācijas, gatavojas starpposmu pārbaudes testiem, kontroldarbiem un eksāmenam.
Literatūra	Obligātā / Obligatory: 1.Kütz, M. (2016). Introduction to E-commerce: Combining Business and Information Technology (1st ed.). The eBook Company.. Retrieved from https://irp-cdn.multiscreensite.com/1c74f035/files/uploaded/introduction-to-e-commerce.pdf 2.Solomons, D., Kliphuis, T., & Wadley, M. (2022). eMarketing. The essential guide to marketing in a digital world (7th ed.). The Red & Yellow Creative School of Business. https://www.redandyellow.co.za/wp-content/uploads/2022/11/R_Y_eMarketing_ed7.pdf 3.Turban, E., Outland, J., King, D., Lee, J.K., Liang, T. P., & Turban, D.C. (2018). Electronic Commerce: A Managerial and Social Networks Perspective (9th ed.). Springer International Publishing AG. GCTU Repository. https://repository.gctu.edu.gh/items/show/452 Papildu / Additional: 1.Jones, A., Malczyk, A., Beneke, J. (2011). Internet Marketing: a highly practical guide to every aspect of internet marketing. Textbook. University of Cape Town. https://vula.uct.ac.za/access/content/group/95dfae58-9991-4317-8a1d-e2d58f80b3a3/Published%20OER%20UCT%20Resources/Internet%20Marketing%20textbook.pdf 2.Ryan, D. (2020). Understanding Digital Marketing: A complete guide to engaging customers and implementing successful digital campaigns (5th ed.). Kogan Page. 3.Schneider, G. (2017). Electronic Commerce (12th ed.). Cengage Learning. 4.Tassabehji, R. (2003). Applying e-commerce in business. Sage Publications Ltd. retrieved from https://epdf.pub/search/Applying+E-Commerce+i
Nepieciešamās priekšzināšanas	Pamatzināšanas ekonomikā, mārketingā un informācijas un komunikāciju tehnoloģijās (IKT), prasme apkopot un analizēt informāciju.

Studiju kursa saturs

Saturs	Pilna un nepilna laika klātienes studijas		Nepilna laika neklātienes studijas	
	Kontakt stundas	Patstāv. darbs	Kontakt stundas	Patstāv. darbs
Digitalizācija un uzņēmējdarbība e-vidē.	8	12	0	0
Uzņēmējdarbības uzsākšana e-vidē.	16	24	0	0
E-vidē izmantotās maksājumu sistēmas.	8	12	0	0
Interneta mārketinga risinājumi e-vidē.	22	34	0	0
Uzņēmumu tiesiskais regulējums e-vidē.	8	12	0	0
Kopā:	62	94	0	0

Sasniedzamie studiju rezultāti un to vērtēšana

Sasniedzamie studiju rezultāti	Rezultātu vērtēšanas metodes
1. Zināšanas:	1. Zināšanas:

1.1. Izprot uzņēmējdarbības e-vidē attīstības tendences.	Tests, prezentācija, situāciju analīze, individuāli / grupās veicami uzdevumi, kontroldarbs, eksāmens. Precizitāte un atbilstība, loģiska argumentācija un analīze, praktisks pielietojums, prezentācijas un komunikācijas prasmes.
1.2. Orientējas uzņēmējdarbības e-vidē pamatjēdzienos, likumsakarībās un tiesiskajā regulējumā.	Tests, prezentācija, situāciju analīze, individuāli / grupās veicami uzdevumi, kontroldarbs, eksāmens. Precizitāte un atbilstība, loģiska argumentācija un analīze, praktisks pielietojums, prezentācijas un komunikācijas prasmes.
2. Prasmes:	2. Prasmes:
2.1. Spēj formulēt un analītiski aprakstīt uzņēmējdarbības uzsākšanu e-vidē, maksājumu sistēmas, tiesisko vidi un interneta mārketinga pielietošanas iespējas.	Tests, prezentācija, situāciju analīze, individuāli / grupās veicami uzdevumi, kontroldarbs, eksāmens. Precizitāte un atbilstība, loģiska argumentācija un analīze, praktisks pielietojums, prezentācijas un komunikācijas prasmes.
2.2. Spēj analizēt un novērtēt uzņēmumu darbību, problēmas un risinājumus e-vidē.	Tests, prezentācija, situāciju analīze, individuāli / grupās veicami uzdevumi, kontroldarbs, eksāmens. Precizitāte un atbilstība, loģiska argumentācija un analīze, praktisks pielietojums, radošums un oriģinalitāte, prezentācijas un komunikācijas prasmes
3. Kompetence:	3. Kompetence:
3.1. Spēj patstāvīgi analizēt interneta mārketinga instrumentus un novērtēt to izmantošanas iespējas uzņēmuma virzībai e-vidē.	Tests, prezentācija, situāciju analīze, individuāli / grupās veicami uzdevumi, kontroldarbs, eksāmens. Precizitāte un atbilstība, loģiska argumentācija un analīze, praktisks pielietojums, radošums un oriģinalitāte, prezentācijas un komunikācijas prasmes

Studiju rezultātu vērtēšanas kritēriji

Kritērijs	% no kopējā vērtējuma
Aktīva dalība praktiskajās nodarbībās un vērtējums par praktisko darbu izpildi.	15
Patstāvīgais darbs (prezentācijas/ situāciju analīze/ individuāli / grupās veicami uzdevumi/ testi).	30
Kontroldarbi.	15
Eksāmens.	40
Kopā:	100

Studiju kursa plānojums

Daļa	KP	Stundas			Pārbaudījumi		
		Lekcijas	Prakt d.	Laborat	Ieskaite	Eksām.	Darbs
1.	6.0	31.0	31.0	0.0		*	