

RTU studiju kurss "Stratēģiskais mārketingis"

01B00 Rīgas Biznesa skola

Vispārējā informācija

Kods	PBM450
Nosaukums	Stratēģiskais mārketingis
Studiju kursa statuss programmā	Obligātais/Ierobežotās izvēles
Atbildīgais mācībspēks	Inese Eglīte - Docents (praktiskais)
Mācībspēks	Juris Ulmanis - Asistents
Apjoms daļās un kredītpunktos	1 daļa, 3.0 kredītpunkti, 4.5 EKPS kredītpunkti
Studiju kursa īstenošanas valodas	LV, EN
Anotācija	Kursā tiek apgūtas teorētiskās un praktiskās koncepcijas stratēģiskajos vadīšanas lēmumos tirguzinības jomā un apskata pieejas šo lēmumu pieņemšanā. Apskatītās tēmas: mārketinga stratēģija, mārketingis uzņēmuma organizatoriskajā struktūrā, mārketingis un uzņēmuma stratēģija.
Mērķis un uzdevumi, izteikti kompetencēs un prasmēs	Iepazīstināt ar teorētiskās un praktiskās pieejas galvenajiem jēdzieniem stratēģiskā mārketinga vadībā
Patstāvīgais darbs, tā organizācija un uzdevumi	Pārbaudes darbi, situāciju analīze, literatūras pārskati, mājas darbu, prezentācijas, gala eksāmens
Literatūra	International Marketing, 13th edition; Cateora, Graham; McGrawHill; 2007
Nepieciešamās priekšzināšanas	Baklaura izglītība un priekšzināšanas Finanšu vadīšanā un Mārketinga vadīšanā

Studiju kursa saturs

Saturs	Pilna un nepilna laika klātienē studijas		Nepilna laika neklātienē studijas	
	Kontakt stundas	Patstāv. darbs	Kontakt stundas	Patstāv. darbs
Kultūru dinamika	12	12	0	0
Starptautiskā mārketinga stratēģija	12	12	0	0
Starptautiskā izplatīšana	12	12	0	0
Starptautiskās mārketinga komunikācijas	12	12	0	0
Sociālais mārketingis, Korporatīvā atbildība. Globālā reklāma	12	12	0	0
Kopā:	60	60	0	0

Sasniedzamie studiju rezultāti un to vērtēšana

Sasniedzamie studiju rezultāti	Rezultātu vērtēšanas metodes
Izprot mārketinga vadības stratēģijas koncepcijas	Pārbaudes darbi, situāciju analīze, literatūras pārskati, mājas darbi, prezentācijas, gala eksāmens
Izprot kultūras ietekmi uz visiem starptautiskajiem (stratēģiskajiem) mārketinga lēmumiem	Pārbaudes darbi, situāciju analīze, literatūras pārskati, mājas darbi, prezentācijas, gala eksāmens
Spēj analizēt starptautisko vidi	Pārbaudes darbi, situāciju analīze, literatūras pārskati, mājas darbi, prezentācijas, gala eksāmens
Spēj attīstīt stratēģijas un mārketinga programmas, kas dod stingru ilgtermiņa konkurences priekšrocību	Pārbaudes darbi, situāciju analīze, literatūras pārskati, mājas darbi, prezentācijas, gala eksāmens

Studiju rezultātu vērtēšanas kritēriji

Kritērijs	% no kopējā vērtējuma
Integrētas reklāmas kampaņas izveide	40
Reklāmas plānošanas dokumentu izstrāde	50
Dalība lekcijās	10
Kopā:	100

Studiju kursa plānojums

Daļa	KP	Stundas			Pārbaudījumi		
		Lekcijas	Prakt d.	Laborat	Ieskaite	Eksām.	Darbs
1.	3.0	2.0	1.0	0.0		*	