

STUDIJU KURSA APRAKSTS

Studiju kursa nosaukums	E-komercija	
Programma	Uzņēmējdarbības vadīšana	
Studiju līmenis	Bakalaura studiju programma	
Studiju kursa kods	BV009	
Studiju kursa docētājs	Gundars Strazdiņš	
Kursa apjoms	3 KP	
Studiju īstenošanas valoda	Latviešu	
Studiju kursa veids (obligātais, izvēles)	Obligātais	
Studiju kursa īstenošanas veids	Docētāja klātbūtne	
Kursa īstenošanas mērķis	Pilnveidot studentu prasmju un zināšanu līmeni, kā paaugstināt uzņēmuma konkurētspēju, izmantojot interneta un mobilo tehnoloģiju visjaunākās iespējas uzņēmējdarbībā.	
Prasības studiju kursa apguves uzsākšanai	Informātika, uzņēmējdarbība, mārketingš	
Studiju kursa saturs	<ol style="list-style-type: none"> 1. E-komercijas un e-biznesa pamatjēdzieni, ievads 2. E-komercijas biznesa modeļi, mārketinga komunikācijas pamati, prospektu veidošana 3. Tirgus un mērķauditorijas izpētes rīki 4. Pārdošanas tehnoloģijas izvēle un norēķinu sistēmas 5. Piegāžu organizēšana un pēcservisa (<i>aftersales</i>) nodrošināšana 6. E-komercijas risinājuma optimizēšana, riski un iespējas 7. IT, datu drošības un juridiskie aspekti e-komercijā 8. E-komercijas nāktones tendences 	
Studējošo patstāvīgā darba organizācija un uzdevumi /Plānotās studiju formas un mācīšanas metodes	Kopīgo vērtējumu studiju kursa apguvei veido: 40% studiju procesa laikā veiktie patstāvīgie darbi un kontroldarbi, 60% eksāmena vērtējums (tests).	
	Studiju metodes	Studenta darba apjoms
	Lekcijas	20 %
	Pastāvīgā darba sagatavošana un prezentācija	20 %
	Darbs bibliotēkā, patstāvīgas studijas	60 %
	Kopā 100 %	
Plānotie studiju rezultāti (zināšanas, prasmes, kompetences)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Izvērtēt uzņēmuma iespējas uzsākt uzņēmējdarbību interneta vidē. 2. Spēt novērtēt produkta “derīgumu” e-komercijas videi konkrētos tirgus apstākļos 3. Mācēt veikt tirgus un mērķauditorijas izpēti interneta vidē 4. Spēt izvēlēties uzņēmumam, produktam un mērķauditorijai atbilstošu biznesa modeli, pārdošanas veidu un e-komercijas risinājumu 5. Spēt izvēlēties atbilstošu mārketinga komunikācijas, norēķinu, piegādes un pēcpārdošanas servisa risinājumu. 6. Izvērtēt ar internetu saistītos drošības riskus un juridiskās prasības. 7. Spēt izstrādāt e-komercijas stratēģijas galvenos virzienus. 	

Studiju rezultātu vērtēšanas metodes un kritēriji	Studiju rezultāti	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
	Pārbaudes forma							
	Semināri auditorijā	x	x	x	x	x	x	
	Patstāvīgais darbs un tā prezentācija			x				x
	Rakstisks eksāmens (tests)			x	x	x	x	x
Obligātā un papildliteratūra	<p>Obligātā literatūra:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Laudon, K., Guercio, C. T., <i>E-Commerce 2011</i>, Prentice Hall, 2011, 912 pp. 2. Turban, E., King, D., Lang, J., <i>Introduction to Electronic Commerce</i>, 3/E, Prentice Hall, 2011, 928 pp. 3. Chaffey, D., <i>E-Business and E-Commerce Management: Strategy, Implementation and Practice</i>, 4/E, Prentice Hall, 2009, 800 pp <p>Papildliteratūra:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kelly, N., <i>How to measure social media. QUE</i>: Pearson education, 2013, 342 pp 2. Tuten, T.L., Solomon, M.R., <i>Social media marketing</i>. East Caroline university: Pearson education international, 2013, 826pp 3. Aktuālākie interneta resursi 							