

**STUDIJU KURSA APRAKSTS**

<b>Studiju kursa nosaukums</b>	<b>Praktiskais mārketing</b>			
<b>Programma</b>	Grāmatvedība un finanses			
<b>Studiju gads</b>	2.			
<b>Studiju līmenis</b>	Īsā cikla studiju programma			
<b>Studiju kursa kods</b>	PG036			
<b>Studiju kursa docētājs</b>	Katrīna Lapiņa			
<b>Kursa apjoms</b>	3KP			
<b>Studiju īstenošanas valoda</b>	latviešu			
<b>Studiju kursa veids (obligātais, izvēles)</b>	izvēles			
<b>Semestris, kad kurss tiek īstenots</b>	4., 5.			
<b>Studiju kursa īstenošanas veids</b>	Docētāja klātbūtne			
<b>Kursa īstenošanas mērķis</b>	Padziļināti apgūt mārketinga elementus, raksturot mūsdienu starptautisko mārketinga vidi, mārketinga stratēģijas un tirgus izpētes metodes. Attīstīt studentos analītiskās spējas identificēt mārketinga problēmas un piedāvāt risinājumus situācijas uzlabošanai.			
<b>Prasības studiju kursa apguves uzsākšanai</b>	Uzņēmējdarbība, Lietišķā un speciālā lietojuma angļu valoda, Informātika un informācijas un komunikācijas tehnoloģijas			
<b>Studiju kursa saturs</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Starptautiskais mārketing</li> <li>2. Zīmola izveide</li> <li>3. Produktu pozicionēšana tirgū</li> <li>4. Produktu izplatīšanas kanāli un Pārdošana</li> <li>5. Zīmola un produkta kopējās komunikācijas stratēģijas</li> <li>6. Jaunu produktu izstrāde</li> <li>7. Mārketinga plāns</li> </ol>			
<b>Studējošo patstāvīgā darba organizācija un uzdevumi</b>	Students apmeklē nodarbības: aktīvi piedalās lekcijās un diskusiju semināros, veic patstāvīgos un grupas darbus. Kopīgo vērtējumu studiju kursa apguvei veido: 35% nodarbību apmeklētība, līdzdalība diskusijās/semināros; 25% patstāvīgais darbs; 20% grupas darbs; 20% rakstiskais eksāmens kursa noslēgumā.			
<b>Plānotās studiju formas un mācīšanas metodes</b>	<b>Studiju metodes</b>	<b>Studenta darba apjoms</b>		
		Pilns laiks	Nepilns laiks	tālmācība
	Lekcijas	10%	10%	5%
	Semināri	5%	5%	-
	Praktiskie darbi	10%	5%	15%
	Patstāvīgā darba/prezentācijas sagatavošana	30%	30%	30%
	Darbs bibliotēkā, patstāvīgas studijas	45%	50%	50%
<b>Kopā 100%</b>				

<b>Plānotie studiju rezultāti (zināšanas, prasmes, kompetences)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Spēj noteikt savas uzņēmējdarbības modeli un pielāgot mārketinga plānus izvirzīto mērķu sasniegšanai.</li> <li>Spēj izvērtēt mārketinga vidi, definēt produktu un raksturot tā patērētāju.</li> <li>Prot identificēt un analizēt tirgus situācijas izmaiņas un novērtēt mērķu un plānu izmaiņu nepieciešamību.</li> <li>Spēj sastādīt un analizēt organizācijas mārketinga plānu.</li> </ol>			
<b>Studiju rezultātu vērtēšanas metodes un kritēriji</b>	Studiju rezultāti			
	Pārbaudes forma	1.	2.	3.
	Rakstveida individ. darbs	●		
	Patstāvīgā darba prezentācija	●		
	Grupas darba prezentācija	●		●
Rakstisks eksāmens	●	●	●	
<b>Obligātā un papildliteratūra</b>	<p>Obligātā literatūra</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Kotler, Philip Principles of marketing. Pearson, 2014.</li> </ol> <p>Papildliteratūra</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Bly, R. W., <i>The Marketing Plan Handbook: Develop Big-Picture Marketing Plans for Pennies on the Dollar</i>. Entrepreneur Press, 2010.</li> <li>Lovelock, C., Wirtz, J. C., <i>Essentials of Services Marketing</i>. Prentise Hall Pearson Education South Asia Pte Ltd, Singapour 2009.</li> </ol> <p><u>Interneta resursi</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· <a href="http://lat.best-marketing.com/">http://lat.best-marketing.com/</a></li> <li>· <a href="http://www.warc.com">http://www.warc.com</a> (the global provider of ideas and evidence for marketing people)</li> <li>· <a href="http://www.salesandmarketing.com">http://www.salesandmarketing.com</a> (SMM: Sales &amp; Marketing Management )</li> <li>· <a href="http://www.marketingpower.com">http://www.marketingpower.com</a> (American Marketing Association)</li> </ul>			
<b>Rekomendējamie izvēles kursa elementi</b>	Tiek saskaņots, uzsākot studiju kursu			