

Apstiprināts

studiju virziena

„Vadība, administrēšana un nekustamo īpašumu pārvaldība”

10.01.2018. sēdē, Protokols Nr.2

**Studiju programma: Tirgzinība. Marketing**

**Studiju kursa nosaukums** – Mārketings

**RAIS piešķirtais studiju kursa kods:** EKON2015

**Zinātnes nozare:** Ekonomika

**Zinātnes apakšnozare:** Tirgzinība

**Kredītpunkti:** 4

**ECTS kredītpunkti** : 6

**Kopējais stundu skaits:** 160

**Lekciju skaits stundās:** 16

**Semināru, praktisko darbu stundu skaits:** 48

**Kursa izstrādātājs**: Mg.oec., lektore Iveta Dembovska

**Kursa anotācija:** Apgūstot kursu Tirgzinība studenti zinās tirgzinības būtības, mērķu, definīciju skaidrojumu, pratīs veikt tirgzinības darbības koncepciju analīzi, raksturot tirgzinības iekšējo un ārējo vidi, pētīt un analizēt tirgzinības informācijas un pētniecības sistēmas, pircēju rīcības modeli un pircēju rīcību ietekmējošo faktorus, biznesa un starpnieku tirgus īpatnības, pieprasījuma vērtēšanas un mērīšanas pamatprincipus, spēs prognozēt pieprasījumu, veikt tirgus segmentēšanu, veikt konkurentu analīzi, tirgzinības mix elementu –produkts, cenu veidošana produktu sadale, produktu virzīšana tirgū analīzi, plānošanu, ieviešanu, tirgzinības sistēmas kontroles jautājumus, spēs sastādīt tirgzinības plānu, kas ir ļoti svarīgi uzņēmuma mērķu sasniegšanā.

Studiju kurss tiek balstīts uz problēmiskās mācīšanās metodes elementiem. Studentiem tiek piedāvāta tirgzinības problēma ražošanas vai pakalpojumu uzņēmumā, kas jārisina gan teorētiski, gan praktiski, izsakot pieņēmumus par tās risinājumiem. Pētnieciskās darbības rezultātā students iegūst personīgi nozīmīgas zināšanas tirgzinībā, attīsta radošu domāšanu, veido savu un komandas pašnovērtējumu.

**Kursa mērķis:** Tirgzinības studiju kursa mērķis ir apgūt pamatzināšanas tirgzinības jautājumos, izprast konceptuālās pieejas tirgzinības kompleksa veidošanā, izprast konkurentu novērtēšanas metodes, mērķa tirgus noteikšanas un atlases principus, attīstīt prasmi izstrādāt mārketinga plānu, pieņemt tirgzinības lēmumus, lai sasniegtu uzņēmuma mērķus.

**Studiju programmas rezultāti un mērķi: to saskarsme**

|  |  |
| --- | --- |
| **Studiju programmas studiju rezultāti** | **Studiju kursa mēķi** |
|  Zināt ekonomisko sistēmu attīstības tendences pasaulē un globalizācijas lomu ekonomisko procesu attīstībā, starptautisko komercdarbības vidi. | Zina tirgzinības jaunākās tendences, veidus un koncepcijas, to pielietojumu dažādos uzņēmumos dažādās pasaules valstīs. |
| Zināt uzņēmuma darbības ilgtspējīgas attīstības plānošanas, inovāciju vadīšanas, ražošanas un pakalpojumu organizēšanas, stratēģiskās vadīšanas principus. | Zina tirgzinības teorētiskos aspektus, dažādas pieejas un uzņēmumu pieredzi tirgzinības jautājumu risināšanā. |
| Zināt profesionālos terminus valsts valodā un vismaz divās svešvalodās, lietisķās komunikācijas un ētikas pamatprincipus. | Zina tirgzinības terminus valsts valodā un vismaz divās svešvalodās, lietišķās komunikācijas un tirgzinības ētikas pamatprincipus. |
| Izprast aktuālās ekonomiskās attīstības likumsakarības un principus, analizēt ekonomiskajā vidē notiekošos procesus un pieņemt lēmumus atbilstoši situācijas.  | Prot sistematizēt, klasificēt un analizēt informāciju par uzņēmuma tirgzinības aktivitāšu ietekmējošajiem faktoriem, pieņemt lēmumus atbilstoši situācijai. |
| Izprast uzņēmuma darbības kopsakarības, analizēt uzņēmuma darbību, identificēt problēmas un izstrādāt to risinājumus, analizēt, sistematizēt, sintezēt un integrēt uzņēmuma darbībai nepieciešamo informāciju, ieviest progresīvus risinājumus, patstāvīgi apgūt jaunas zināšanas, efektīvi plānot un organizēt savu darbu, sagatavot un sniegt prezentācijas. | Izprot tirgzinības darbību kopsakarības ar uzņēmuma kopējo darbību, spēj identificēt tirgzinības problēmas uzņēmumā un izstrādāt to risinājumus.Pārzina un spēj analizēt konkurējošo uzņēmumu tirgzinību darbības, novērtēt konkurentu darbību iespējamās sekas.Patstāvīgi apgūt jaunas zināšanas, efektīvi plānot un organizēt savu darbu, sagatavot un sniegt prezentācijas. |
| Izprast tirgvedības principus un tās lomu uzņēmuma stratēģiskajā attīstībā. | Izprot un spēj izstrādāt un vadīt tirgzinības kompleksa elementu pielietošanu uzņēmējdarbībā. |
| Spēj izmantot teorētiskās un praktiskās zināšanas un prasmes uzņēmuma un tā struktūrvienību efektīvā vadīšanā, spēj izstrādāt uzņēmuma darbības stratēģiju, misiju un mērķus valsts, īpašnieku un sabiedrības interesēs, spēj plānot, prognozēt un organizēt uzņēmuma efektīvu darbību atbilstoši noteiktajiem mērķiem, ekonomiskajai videi un darba tirgus situācijai. | Spēj izmantojot iegūtās teorētiskās zināšanas un prasmes tirgzinībā, analītiski aprakstīt informāciju, problēmas, diskutēt par tām un rast to risinājumu.Prot izstrādāt tirgzinības plānu, to aizstāvēt un piedalīties tā īstenošanā. |
| Spēj strādāt individuāli un grupā, izmantojot savas zināšanas un līdera prasmes, spēj uzņemties atbildību par savas darbības rezultātiem, spēj lietot informācijas tehnoloģijas savas darbības veikšanai. | Spēj strādāt individuāli un grupā, izmantojot savas tirgzinības zināšanas un līdera prasmes, spēj uzņemties atbildību par savas darbības rezultātiem, spēj lietot informācijas tehnoloģijas savas darbības veikšanai. |
| Spēj pārstāvēt uzņēmumu darījumos ar citiem uzņēmumiem, organizācijām, iestādēm, ieskaitot pašvaldības un valsts institūcijas, spēj sadarboties ar citiem uzņēmumiem, īpašniekiem un citām ieinteresēto personu grupām uzņēmuma mērķu sasniegšanai. | Spēj pārstāvēt uzņēmumu darījumos par tirgzinības jautājumiem ar citiem uzņēmumiem, organizācijām, iestādēm, ieskaitot pašvaldības un valsts institūcijas, spēj sadarboties ar citiem uzņēmumiem, īpašniekiem un citām ieinteresēto personu grupām uzņēmuma mērķu sasniegšanai. |
| Spēj veikt pētījumus ar zinātnisko vērtību vadībzinību jomā. | Pēj veikt pētījumus ar zinātnisko vērtību tirgzinības jomā. |

**Studiju kursa plāns**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Galveno tēmu nosaukums** | **Akadēmisko stundu struktūra** | **Kopā** |
| **Teorētis-kās lekcijas** | **PBL semināri** | **Konsultācijas** | **Darba grupas (workshops)** | **Patstāvī-gais darbs** |
| 1.Tirgzinības būtība, pamatelementi, mērķi, darbības koncepcijas, attīstības faktori. Tirgzinības iekšējās vides faktori, tirgzinības darbības vide, tirgzinību ietekmējošā makrovide.Tirgzinības process uzņēmumā. | 4 |  |  | 2 | 6 | 12 |
| 2.Tirgzinības pētījumi - uzņēmuma tirgus iespēju noteikšanas pamati. Tirgzinības pētījumu būtība, saturs un uzdevumi. Tirgzinības pētniecības virzieniTirgzinības pētījumu process.Informācijas vākšana. Informācijas novērtēšana.  | 2 | 2 | 2 | 2 | 16 | 24 |
| 3.Pircēju rīcības modelis, pircēju rīcības faktori, pirkšanas lēmuma pieņemšana patēriņa tirgū. Pircēju lēmuma pieņemšana par jaunie produktiem | 2 | 2 |  | 2 | 6 | 12 |
| 4.Tirgus segmentēšanas būtība un mērķi. Tirgus segmentu vērtēšana. Tirgzinības stratēģija mērķtirgū. | 2 |  | 2 | 2 | 14 | 20 |
| 5.Tirgzinības situācijas novērtēšana. Informācija par tirgu un klientiem. Konkurentu analīze - Portera modelis.Stipro/vājo vietu profils. Bostonas matrica. Ansofa matrica. Pozicionēšana attiecībā pret klientiem un konkurentiem. | 2 |  |  | 4 | 10 | 16 |
| 6.Uzņēmuma tirgzinības stratēģijas veidošana. Tirgzinības stratēģijas plānošana un budžets. |  | 2 |  | 2 | 6 | 10 |
| 7. Tirgzinības kompleksa elementi. Produkta būtība, struktūra, produkta dzīves cikls. Produkta stratēģijas veidošana. Cenu stratēģija uzņēmumā. Cenu veidošanas metodes izvēle. Virzīšanas stratēģija uzņēmumā. Tirgzinības komunikāciju būtība. Noieta stratēģijas izstrādāšana uzņēmumā. Produkta noieta kanāli.  | 2 | 4 | 2 | 4 | 14 | 26 |
| 8.Tirgzinības plāna izstrāde, tā sastāvdaļas. | 2 | 4 | 2 | 4 | 14 | 26 |
| 9.Tirgzinības organizācija uzņēmumā. Tirgzinības sistēmas kontrole. |  | 2 |  | 2 | 10 | 14 |
| **Kopējais akadēmisko stundu skaits**  | **16** | **16** | **8** | **24** | **96** | **160** |

**PBL metodes pielietojums studiju kursā**

|  |
| --- |
| **Pamatprincips** |
| Studiju kurss Tirgzinība tiek balstīts *uz problēmiskās mācīšanās metodes* elementiem: (1) definēta vispārējā tirgzinības problēma uzņēmumā tiek izvēlēta par studiju priekšmeta pamatu; (2) problēma tiek analizēta, izmantojot projekta metodi kā mācību aktivitāti; (3) projekta aktivitāte tiek plānota kā darbību virkne, kas aptver esošo un trūkstošo zināšanu trūkumu, problēmu analīzes jautājumu formulēšanu un atbilžu atrašanu, integrējot teorētisko avotu pētījumus un praktiskās situācijas uzņēmumā analīzi, konkrētas atskaites sagatavošanu un prezentāciju (problēmu analīzes ziņojums); (4) problēmas analīze tiek veikta nelielā, līdz 5 cilvēkiem lielā grupā, pielietojot saziņas un sadarbības mācību metodes; (5) studentu mācīšanās pasākumus mērķtiecīgi atbalsta lektors, savlaicīgi sniedzot atgriezenisko saiti un konsultācijas par konkrēto tēmu un problēmu; (6) grupu un individuālais mācību progress tiek sistemātiski (paš-) novērtēts un pārdomāts.Tirgzinības priekšmets (6 ECTS kredītpunkti) tiek apgūts semestra laikā, vienu dienu nedēļā 4 stundas. Priekšmeta studijas sastāv no divām daļām: *teorētiskās lekcijas* (16 akadēmiskās stundas) un *praktiskās nodarbības* (48 akadēmiskās stundas), kuru laikā studenti mācās nelielās grupās, analizējot tirgzinības problēmu. Studentu piedalīšanās praktiskajās nodarbībās ir obligāta. |
| **Darba slodzes veids** | **Apraksts** |
| Teorētiskāslekcijas | Teorētisko lekciju laikā tiek dotas pamatzināšanas pat tirgzinības būtību, nepieciešamību, problēmām. Lekcijām ir studiju kursa ievada, konsultējoša, rezumējoša un izvērtējoša funkcija.Studenti patstāvīgi pēta tirgzinības teorētiskos aspektus, dažādas pieejas un uzņēmumu pieredzi tirgzinības jautājumu risināšanā. Studenti patstāvīgā izziņas darbībā nonāk pie subjektīvi jaunām zināšanām un atziņām.Teorētisko zināšanu pārbaudes formas:1. Studenti formulētās un gūtās atziņas, salīdzināšana dažādos avotos piemēram, mācību grāmatās, zinātniskajās monogrāfijās, zinātniskajos rakstos).2.Tests. |
| PBL semināri un darba grupas | Apgūstot tirgzinības kursu un demonstrējot apgūtās teorētiskās zināšanas (tiek veikti pārbaudes darbi), studenti turpina mācības, veicot uzņēmuma tirgzinības *problēmu/-as analīzi*.Katrai studentu grupai tiek dota sarežģīta tirgzinības problēma, kas ietver situāciju analīzi, konkurentu novērtēšanu, iespējamo risinājumu izvirzīšanu. Analizējot problēmu, studenti aktīvi mācās un apgūst tirgzinības tēmas uzņēmumā. Studenti paši plāno un organizē studijas un mācības grupā, problēmu analīze notiek praktisko nodarbību laikā, kuras nepārtrauc teorētiskās lekcijas, turklāt problēmu analīzei tiek dota vairāk nekā puse no patstāvīgā darba laika.Problēmu analīze nelielā grupā tiek veikta pēc noteiktas problēmu analīzes loģikas, kas sastāv no secīgiem soļiem/posmiem. Visus posmus uzrauga lektors, praktiskajās nodarbībās un konsultācijās studentiem tiek nodrošināts metodiskais un organizatoriskais atbalsts.Problēmu analīzes laikā tiek pielietots lektora formatīvais novērtējums, kā arī grupas mācību rezultātu un pašnovērtējuma uzraudzība.Problēmas analīzes rezultāti tiek apkopoti grupas problēmu analīzes ziņojumā un publiskoti. Grupas darbs beidzas ar grupas rezultātu novērtējumu, pamatojoties uz noteiktiem kritērijiem.Risinot problēmu grupā, individuālie mācību rezultāti tiek reģistrēti, veidojot personīgo mācību sasniegumu portfeli, iepazīstinot ar to un aizstāvot to eksāmena laikā. |
| Konsultācijas | Studentiem tiek piedāvātas individuālas un grupu konsultācijas (8 akadēmiskās stundas), kuru laikā studentiem tiek sniegts gan individuālais, gan grupu atbalsts. Tiek piedāvātas *individuālas konsultācijas* mācību sasniegumu portfeļa veidošanu).*Grupu konsultācijas* palīdz studentiem identificēt apgūtās un trūkstošās zināšanas problēmu analīzei, sastādīt grupu plānu problēmu analīzes vai mācību projektam un mainīt to un sagatavot galīgo problēmu analīzes ziņojumu un prezentāciju. |
| Patstāvīgais darbs | *Patstāvīgais darbs* (96 akadēmiskās stundas) sastāv no individuālajā un grupu darba. *Individuālais* darbs ietver lekciju materiālu un citu avotu izpēti, veidojot mācību sasniegumu portfeli, kuru prezentē un aizstāv eksāmena laikā.*Patstāvīgo grupu darbu,* pēc grupas kopīgas vienošanās, var organizēt kā individuālu, strādājot pa pāriem vai kopā ar visu grupu. Tā gaitā tiek veikts grupas uzdevums (-i) un notiek sagatavošanās kopīgajām praktiskajām nodarbībām. |

**Studiju kursa un student integrācijas secība.**

|  |
| --- |
| ***Gatavošanās un uzsākšana***  |
| Tirgzinības priekšmets (6 ECTS kredītpunkti) tiek apgūts semestra laikā, vienu dienu nedēļā 4stundas.Priekšmeta studijas sastāv no divām daļām: *teorētiskās lekcijas* (16 akadēmiskās stundas) un *praktiskās nodarbības* (48 akadēmiskās stundas), kuru laikā studenti mācās nelielās grupās, analizējot tirgzinības problēmu. Studenti piedalās lekcijās, kurās tiek apspriesta un kritiski izvērtēta lektora sniegtā informācija, neatkarīga avotu izpēte, personīgo sasniegumu portfeļa izveide, sagatavošanās pārbaudes darbiem. |
| ***Grupu darbs PBL semināros*** |
| Katrai studentu grupai tiek dota sarežģīta tirgzinības problēma, kas ietver situāciju analīzi, konkurentu novērtēšanu, iespējamo risinājumu izvirzīšanu. Analizējot problēmu, studenti aktīvi mācās un apgūst tirgzinības tēmas uzņēmumā. Studenti paši plāno un organizē studijas un mācības grupā, problēmu analīze notiek praktisko nodarbību/semināru laikā, kuras nepārtrauc teorētiskās lekcijas. |
| ***Individuāls patstāvīgais darbs*** |
| Personīgā mācību sasniegumu portfeļa veidošana. Portfelis ir pārdomu kolekcija par veiktajiem individuālajiem uzdevumiem, faktu pētījumiem, individuālajiem mācību sasniegumiem un pieredzi, kas ļauj studentam demonstrēt priekšmeta izpratnes dziļumu. Portfeļa struktūra un apjoms tiek apspriesti pirmajā praktiskajā sesijā. Eksāmena laikā students prezentē un aizstāv savu portfeli. Individuālo rezultātu pašnovērtējums. |
| ***Darba grupas (workshops)*** |
| Problēmu analīze nelielā grupā tiek veikta pēc noteiktas problēmu analīzes loģikas, kas sastāv no secīgiem soļiem/posmiem. Problēmu analīzes plāna sagatavošana un īstenošana, kurā ietverti formulētie jautājumi un problēmu analīzes uzdevumi, aplēses, meklējamie informācijas avoti, katra grupas dalībnieka analīzes posmi un pienākumi. Visus posmus uzrauga lektors, praktiskajās nodarbībās un konsultācijās studentiem tiek nodrošināts metodiskais un organizatoriskais atbalsts. |

 **Novērtēšanas sistēma.**

|  |
| --- |
| **Studentu sasniegumu un progresa galvenie principi.**  |
| Tirgzinības kursa rezultātu novērtēšanai tiek izmantots *uz kritērijiem balstīts novērtējums* un *kumulatīvās novērtēšanas sistēmas*. Visu sasniegumu (progresa) novērtējumiem (personīgo zināšanu pārbaudei, grupu problēmu analīzei un prezentācijai, personīgajam mācību sasniegumu portfelim un tā prezentācijai) jābūt pozitīviem. Ja viens vai vairāki vērtējumi ir negatīvi, tad arī galīgā atzīme ir negatīva.Studiju laikā tiek izmantotas šādas vērtēšanas stratēģijas:*Neformāla vērtēšana* sastāv no pasniedzēja diagnostiskiem un formatīviem verbāliem vērtējumiem un studenta pašnovērtējuma. Diagnostiska novērtēšana palīdz identificēt studentu zināšanu un prasmju līmeni mācību priekšmeta sākumā un risinot problēmas grupā.Formatīva novērtējuma mērķis ir noteikt studentu progresu (gan individuālo, gan grupas), pielāgot mācību procesu un norādīt turpmākos problēmu analīzes virzienus. Studentu pašnovērtējums tiek veikts, izmantojot individuālu un grupu refleksiju. Individuālā pašnovērtējuma mērķis ir novērtēt personīgo mācību progresu, pielāgot studiju plānus un izveidot mācību sasniegumu mapi. Grupas refleksija ļauj novērtēt kopējo studiju progresu, noteikt katra grupas dalībnieka ieguldījumu sasniegtajā rezultātā un pielāgot grupas mācību procesu.*Kopvērtējums* atspoguļo mācību sasniegumu līmeni un balstās uz vērtēšanas kritēriju sistēmu, ko apspriež, sākot apgūt mācību priekšmetu. Uz kritērijiem balstīts novērtējums tiek izmantots, lai novērtētu testu, problēmu analīzes procesu un ziņojumu, kā arī personīgo mācību sasniegumu portfeli. |

|  |
| --- |
| **Novērtēšanas procesa dalībnieki, viņu lomas un funkcijas** |
| **Dalīgnieki** | **Apraksts** |
| Pasniedzējs | Mainās pasniedzēja loma, tas kļūst par mentoru/novērotāju. Studentu mācīšanās pasākumus mērķtiecīgi atbalsta docētājs, savlaicīgi sniedzot atgriezenisko saiti un konsultācijas par konkrēto tēmu. |
| Students (komandas dalīgnieki) | Studenti paši plāno un organizē studijas un mācības grupā, problēmu analīze notiek praktisko nodarbību/semināru laikā, kuras nepārtrauc teorētiskās lekcijas. |

|  |
| --- |
| **Novērtēšanas elementi** |
| **Kompetenču grupas**  | **Novērtēšanas formas un tipi** | **Novērtējuma vērtība,%** |
| Teorētiskās zināšanas un sapratne | Izpratne par priekšmeta zināšanām tiek pārbaudīta, izmantojot slēgta tipa pārbaudes. | 20% |
| Profesionālās kompetences, praktiskās iemaņas un prasmes | Darbs un aktivitāte problēmu risināšanas mācību semināros | Procesa kvalitāte un konkrētas problēmas analīzes rezultāts tiek novērtēts saskaņā ar kritērijiem. Uzmanība tiek pievērsta problēmas analīzes mērķtiecībai, visaptveramībai un konsekvencei, teorētisko zināšanu un faktiskās tirgzinības prakses saikņu noteikšanai atbilstoši teorētisko un empīrisko pētījumu rezultātiem. Problēmas analīzes rezultāti tiek vērtēti ar kopēju atzīmi, kuru studenti sadala savā starpā saskaņā ar individuālā ieguldījuma noteikšanas kritērijiem un grupas pašnovērtējuma par mācību sasniegumiem: atsevišķu grupas dalībnieku rezultāti var atšķirties no kopējās atzīmes. | 40% |
| Problēmu analīzes prezentācija | Studentiem nobeiguma eksāmenā jāuzrāda problēmu analīze vai problēmas risinājums. Problēmu analīzes ziņojuma apjoms nedrīkst pārsniegt 20 lappuses, pielikumu apjoms ir neierobežots. Tiek vērtēta arī ziņojuma prezentācija; tās ilgums nedrīkst pārsniegt 15 minūtes.  | 40% |
|  **Kopā** | **100** |

**Novērtēšanas metodes, kritēriji un atsauksmes**

|  |  |
| --- | --- |
| **Studiju rezultātu novērtēšanas objekts** | **Vērtēšanas kritēriji un atsauksmes** |
| *Tests* | 10-0 | Pārbaudes darbs ( tests) tiek vērtēts 10 ballu sistēmā. Atzīme ir atkarīga no pareizo atbilžu skaita. Lai saņemtu minimālo pozitīvo vērtējumu, nepieciešams atbildēt uz 50% jautājumu. Vērtējums tiek paziņots 3 darba dienu laikā pēc pārbaudījuma, notiek kļūdu analīze. |
|  ***Problēmiskās mācīšanās grupas sasniegumu vērtēšana*** |
| *Analīzes process* | 10-9 | Grupa spēj patstāvīgi formulēt hipotēzes problēmas būtības identificēšanai, veikt gan teorētiskos, gan empīriskos pētījumus, lai tās apstiprinātu/noraidītu, izvēlēties piemērotus informācijas avotus, ņemot vērā mācību mērķus.Grupa pastāvīgi sadala problēmu nozīmīgās daļās, identificē un definē kritiskos analīzes aspektus, mērķtiecīgi atgriežas pie problēmas formulējuma, un pielāgo analīzes mērķus.Grupa pastāvīgi uzdod jautājumus un meklē atbildes, kritiski novērtē analīzes rezultātus, maina pētniecības stratēģijas un, ja nepieciešams, izvēlas jaunas metodes. |
|  | 8-7 | Grupa spēj formulēt hipotēzes ar pasniedzēja palīdzību, lai identificētu problēmas būtību, plānot gan teorētiskos, gan empīriskos pētījumus, lai tos apstiprinātu/noraidītu, un izvēlēties piemērotus informācijas avotus.Grupa pastāvīgi sadala problēmu nozīmīgās daļās, identificē un definē kritiskos analīzes aspektus, mērķtiecīgi atgriežas pie problēmas formulējuma, un pielāgo analīzes mērķus.Konsultējies ar pasniedzēju, grupa izvirza jautājumus un meklē atbildes, kritiski novērtē analīzes rezultātus, maina pētniecības stratēģijas un, ja nepieciešams, izvēlas citas metodes. |
| 6-5 | Grupa nespēj formulēt hipotēzes problēmas būtības identificēšanai, izvēlas pasniedzēja formulētās hipotēzes, veic tikai teorētiskus pētījumus, lai apstiprinātu/noraidītu hipotēzes. Tā analizē tikai dotos informācijas avotus. Grupa strādā tikai ar problēmas sākotnējo formulējumu, nespēj novērtēt analīzes starpposma rezultātus, neizmanto iespējas pielietot dažādas pētniecības stratēģijas un metodes. |
| *Zināšanu veidošana*  | 10-9 | Grupa spēj patstāvīgi atpazīt teorētiskos jēdzienus problēmas formulējumā un vajadzību pēc trūkstošajām zināšanām un kompetencēm. Informācijas meklēšana analīzei veido plašu un vispusīgu zināšanu bāzi par visiem problēmas aspektiem. Tā pastāvīgi izvirza un uzdod jautājumus. Grupas kolektīvajā mācību procesā dominē padziļināta pieeja, galvenā uzmanība tiek pievērsta izpratnei, nevis iegaumēšanai. Grupa patstāvīgi atrod zināšanas, pilnveido jēdzienus un kompetences, kas ļauj efektīvi rīkoties un risināt problēmsituācijas , ar kurām var saskarties nākotnē. |
| 8-7 | Grupa spēj atpazīt teorētiskos jēdzienus problēmas formulējumā, noteikt vajadzību pēc trūkstošajām zināšanām un kompetencēm un dara to diezgan patstāvīgi. Informācijas meklēšana analīzei veido plašu un vispusīgu zināšanu bāzi par visiem problēmas aspektiem. Grupa izvirza un uzdod jautājumus, atrod zināšanas diezgan neatkarīgi, apgūst jēdzienus un kompetences, kas ļauj efektīvi rīkoties un risināt problēmsituācijas, ar kurām var saskarties nākotnē. |
| 6-5 | Grupa nespēj atpazīt teorētiskos jēdzienus problēmas formulējumā un noteikt vajadzību pēc trūkstošām zināšanām un kompetencēm bez pasniedzēja palīdzības. Informācijas meklēšana veido fragmentāru zināšanu bāzi. Grupa izvirza un uzdod jautājumus tikai pasniedzēja mudināta, ne vienmēr atrod informāciju un pilnveido jēdzienus un prasmes, kas ļauj efektīvi rīkoties un risināt problēmsituācijas, ar kurām var saskarties nākotnē. |
| *Grupas darba organizācija* | 10-9 | Grupa atbildīgi un radoši plāno un organizē kolektīvo darbu, gatavojas praktiskajām nodarbībām un konsultācijām, dokumentē problēmas analīzes gaitu, visi grupas dalībnieki piedalās visās praktiskajās nodarbībās, grupā dominē tikai pozitīva savstarpēja saikne un konstruktīva mācīšanās, konstruktīvs un pastāvīgs kontakts ar pasniedzēju. |
| 8-7 | Grupa pienācīgi plāno un organizē kolektīvo darbu, gatavojas praktiskajām nodarbībām un konsultācijām, dokumentē problēmas analīzes gaitu. Lielākā daļa no grupas dalībniekiem piedalās visās praktiskajās nodarbībās, grupas aktivitātēs dominē pozitīvas savstarpējās saiknes iezīmes, ir novērojami konstruktīvas mācīšanās elementi un kontakts ar pasniedzēju. |
| 6-5 | Grupa nav pietiekami atbildīga, plānojot un organizējot savu darbu, gatavojoties praktiskajām nodarbībām un konsultācijām, tikai fragmentāri dokumentē problēmas analīzes gaitu. Daļa grupas locekļu nepiedalās visās praktiskajās nodarbībās, grupas dalībnieki nespēj sadalīt pienākumus, mācīties kopā, viņi nesazinās ar pasniedzēju. |
| *Grupas darba pašnovērtējums* | 10-9 | Grupai ir perfekta vai ļoti laba izpratne par to, kādas metodes un paņēmienus tā izmantoja un kāpēc, analizējot un interpretējot problēmu teorētisko modeļu izteiksmē. Tā objektīvi novērtē kopējos mācību rezultātus. |
| 8-7 | Grupai ir laba izpratne par to, kādas metodes un paņēmienus tā izmantoja, zina, kurus teorētiskos modeļus tā izmantoja analīzē, salīdzinoši objektīvi novērtē kopējos mācību rezultātus. |
| 6-5 | Grupa ir tikai daļēji spējīga atpazīt teorētiskos modeļus, nosaukt, kādas metodes un paņēmienus tā izmantoja uzdevumu veikšanā, un tā novērtē kopējus mācību rezultātus tikai daļēji objektīvi. |
| *Rezultātu prezentācija* | 10-9 | Grupa spēj atbilstoši, konsekventi un pienācīgi prezentēt problēmas analīzes rezultātus, pilnīgi analizēt un interpretēt savākto materiālu, atbildēt uz pasniedzēja un kolēģu jautājumiem, sniedzot argumentus. Sagatavotais ziņojuma teksts atbilst visām akadēmiskā-informatīvā teksta prasībām. |
| 8-7 | Grupa spēj atbilstoši un konsekventi prezentēt problēmas analīzes rezultātus, diezgan labi interpretē iesniegto informāciju. Spēj atbildēt uz lektora un kolēģu jautājumiem. Sagatavotais ziņojuma teksts atbilst akadēmiskā un informatīvā teksta prasībām, tomēr tajā var atrast dažas interpretācijas un nebūtiskas tehniskas kļūdas. |
| 6-5 | Grupa spēj prezentēt problēmas analīzes rezultātus, taču tā slikti interpretē iesniegto informāciju, nevar atbildēt uz pasniedzēja un kolēģu jautājumiem. Sagatavotā ziņojuma teksts atbilst akadēmiski informatīvā teksta prasībām tikai daļēji, tajā ir atrodami būtiski priekšmetu, interpretācijas un tehniskā teksta sagatavošanas trūkumi. |
| **Individuālie mācību sasniegumi** |
| *Priekšmeta zināšanas un kompetences* | 10-9 | Students ir labi/ļoti labi apguvis priekšmeta teorijas un idejas, atpazīst un pielieto tās jaunu problēmu analīzei. Individuālajā mācīšanās procesā dominē neatkarīga mācīšanās. |
| 8-7 | Students ir daļēji apguvis priekšmeta teorijas un idejas, atpazīst un pielieto tās jaunu problēmu analīzei. Individuālā mācīšanās tikai daļēji balstās uz neatkarīgu mācīšanos. |
| 6-5 | Students zina dažas priekšmeta teorijas un idejas, tomēr viņš vāji var tos saistīt un pielietot jaunu problēmu analīzei. Mācās grupas kolēģu vai pasniedzēja uzraudzībā. |
| *Darbs grupā* | 10-9 | Students ir harmonisks un atbildīgs grupas līderis, kas plāno un organizē grupas darbu, izrāda iniciatīvu pārstāvēt grupu, lieliski sazinās un sadarbojas ar kolēģiem. |
| 8-7 | Students aktīvi piedalās grupas darbā, spēj uzņemties atbildību, pienācīgi pārstāv grupu, sazinās un sadarbojas ar kolēģiem, nav noslieces uz konfliktiem. |
| 6-5 | Students pasīvi piedalās grupas darbā, ne vienmēr uzņemas atbildību par viņam uzticēto darbu, neizrāda iniciatīvu pārstāvēt grupu, ne vienmēr sadarbojas ar kolēģiem, ir nosliece uz konfliktiem. |
| *Pārdomas par mācību sasniegumiem*  | 10-9 | Students ir teicami vai ļoti labi spējīgs apspriest savu mācīšanās pieredzi, pamanīt iegūtās kompetences un to trūkumu, pamatot, kā attīstījusies viena vai otra kompetence, var pilnīgi novērtēt uzdevumus, nosakot arī vājās puses. |
| 8-7 | Students spēj labi pārdomāt savu mācību pieredzi, pamanīt iegūtās kompetences un to trūkumu, spējīgs novērtēt paveiktos uzdevumus, nosaucot veiktā darba stiprās un vājās puses.  |
| 6-5 | Students daļēji spēj pārdomāt savu mācību pieredzi, pamanīt mācību priekšmeta laikā iegūtās kompetences un to trūkumu, nespēj novērtēt paveiktos uzdevumus. |

 **Literatūra**

|  |
| --- |
| **Pamata atsauces** |
| **Nr.** | **Izdevuma gads** | **Autors un nosaukums**  | **Izdevnie-cība** | **Izmantot-ās lpp** |
|  | 2011. | Praude V. Mārketings: teorija un prakse. Trešais pārstrādātais un papildinātais izdevums. 1. grāmata. ISBN 978-9984-833-03-3. | Rīga, Burtene, |  |
|  | 2011 | Praude V. Mārketings: teorija un prakse. Trešais pārstrādātais un papildinātais izdevums. 2. grāmata.-ISBN 978-9984-833-04-03. | Rīga, Burtene |  |
|  | 2006. | Blythe, Jim. [Marketing](http://biblio.ru.lv/Alise/lv/book.aspx?id=20866). ISBN 141291034X | London, Sage Publications, |  |
|  | 2004.- | [Kotler, Philip](http://biblio.ru.lv/Alise/lv/advancedsearch.aspx?crit0=auth&op0=%25LIKE%25&val0=Kotler%2c+Philip&bop1=AND&crit1=auth&op1=%3D&val1=&c=1&c=2&c=3). Marketing management / Philip Kotler, Peggy Cunningham. 11th ISBN 9780130397133 , 013039713X | Canadian ed.,Toronto [Pearson/Prentice Hall](http://biblio.ru.lv/Alise/lv/advancedsearch.aspx?crit0=publ&op0=%25LIKE%25&val0=Pearson%2fPrentice+Hall&bop1=AND&crit1=auth&op1=%3D&val1=&c=1&c=2&c=3), |  |
| **Papildditeratūra** |
| **Nr.** | **Izdevuma gads** | **Autors un nosaukums**  | **Izdevnie-cība** | **Izmantot-ās lpp** |
|  | 2012. | Alvin C. Burns, Ronald F. Bush. Marketing Research. 7th- ISBN-13: 9780133074673 | Revised edition. Prentice Hall. |  |
|  | 2012 | V. Kumar, Werner Reinartz. Customer Relationship Management 2nd ed - ISBN-10: 364220130X  | . Springer-Verlag Berlin and Heidelberg GmbH & Co. K |  |

Internetresursi:

1. American Marketing Association. Resource library. <http://www.marketingpower.com/ResourceLibrary/Pages/default.aspx>
2. EBSCO Publishing database. <http://www.epnet.com/database.html>
3. Business Marketing Association. <http://www.marketing.org/i4a/pages/index.cfm?pageid=1>
4. Customer relationship management terms. <http://www.webopedia.com/TERM/C/CRM.html>

**Pasniedzējs:** Mg.oec. **Iveta Dembovska**

Projekts “Nodarbinātības kompetenču uzlabošana pārdošanas laboratorijās/ SalesLabs” Nr. LLI-184. tiek īstenots ar Interreg V-A Latvijas – Lietuvas programmas 2014-2020 atbalstu, Rēzeknes Tehnoloģiju akadēmijā.

Kopējās projekta izmaksas ir **524 866,73** EUR. Projekta līdzfinansējums no Eiropas Reģionālās attīstības fonda ir **447 223.32** EUR”

Šis kursa apraksts ir sagatavots ar Eiropas Savienības finansiālo atbalstu. Par šī dokumenta saturu pilnībā atbild Rēzeknes Tehnoloģiju akadēmija, un tas nekādos apstākļos nav uzskatāms par Eiropas Savienības oficiālo nostāju.