



BA SCHOOL OF
BUSINESS AND FINANCE

Prof. Bakalaura studiju programma ``Biznesa procesu vadība``

STUDIJU KURSA APRAKSTS

Studiju kursa nosaukums	Mārketinga pamati			
Programma	Biznesa procesu vadība			
Studiju gads	2			
Akadēmiskais gads	2022./2023.			
Studiju līmenis	Bakalaura			
Studiju kursa kods	BP021			
Studiju kursa docētājs/i				
Kursa apjoms, KP	2			
ECTS kredītpunktu apjoms (1 Latvijas KP atbilst 1,5 ECTS)	3			
Studiju īstenošanas valoda	Latviešu vai angļu			
Studiju kursa veids	Obligāts			
Semestris, kad kurss tiek īstenots	3			
Studiju kursa īstenošanas veids	Klātie			
Kursa īstenošanas mērķis	Iepazīstināt studentus ar mārketinga pamatkoncepcijām un to attīstības vēsturi, radīt izpratni par mārketinga vietu sabiedrībā un uzņēmumā, sniegt zināšanas par mārketinga kompleksa darbību uzņēmumā un klientorientētu mārketingu, iemācīt definēt produktu, noteikt tā mērķauditoriju, tirgū virzīšanas pasākumus un ar tiem saistītās izmaksas; radīt izpratni par mārketinga budžeta sastādīšanas nozīmi.			
Prasības studiju kursa apguves uzsākšanai	Angļu valoda	Biznesa angļu valoda		

Studiju kursa saturs	Nr.p.k.	Nosaukums	
	1	Mārketinga jēdzieni, to attīstība un nozīme sabiedrībā.	
	2	Tirgus veidi. Tirgus segmentācija un mērķauditorijas noteikšana.	
	3	Mārketinga komplekss un tā raksturojums.	
	4	Tirgus pētījumi un pircēju rīcība tirgū.	
	5	Mārketinga plāns kā biznesa plāna sastāvdaļa.	
Studiju kursa kalendārs	Nr.p.k.	Tēma	Pārbaudes veids
	1	Pamata definīcijas mārketīngā	Diskusija par izlasīto literatūru
	2	Tendences mārketīnga aktualitātē un izmantošanas efektivitātē	Diskusija par izlasīto literatūru
	3	Tirgus veidi, segmentācija, informācijas iegūšanas un analīzes nozīme	Patstāvīgs individuālais darbs un prezentācija
	4	Mārketīnga komplekss un praktiskais pielietojums	Eseja
	5	Mērķa auditorijas noteikšana un sasniegšana	Patstāvīgs grupas darbs un prezentācija
	6	Mārketīnga virziņšanas kanāli	Patstāvīgs individuālais darbs un prezentācija
	7	Tirgus pētījumi un to nozīme patērētāju uzvedības noteikšanā	Diskusija par izlasīto literatūru
8	Mārketīnga plāna izstrāde	Patstāvīgs grupas darbs un prezentācija	

Studējošo patstāvīgā darba organizācija un uzdevumi / Plānotās studiju formas un mācīšanas metodes	Studiju vērtēšanas metode		Sadalījums (%)			
	Diskusija par izlasīto literatūru		20%			
	Patstāvīgs individuālais darbs un prezentācija		25%			
	Aktīva dalība nodarbībā		10%			
	Eseja		10%			
	Patstāvīgs grupas darbs un prezentācija		35%			
	Kopā (%):		100%			
	Studiju metodes		Studenta darba apjoms stundās (h)			
	Lekcija auditorijā		30			
	Diskusija auditorijā, ko vada lektors		10			
	Gadījumu analīze		8			
	Lekcija-demonstrācija, ko vada industrijas pārstāvis		3			
	Darbs bibliotēkā		16			
	Grupu patstāvīgie uzdevumi, ko vada lektors		7			
	Individuāli patstāvīgie uzdevumi, ko vada lektors		6			
Kopā (h):		80				
Plānotie studiju rezultāti (zināšanas, prasmes, kompetences)	Nr.p.k.	Nosaukums			SP rez. nr.	
	1	Izprot mārketinga jēdzienus, darbības principus un mārketinga miksa sastāvdaļu nozīmi.			1, 2	
	2	Prot definēt produkta mērķauditoriju un izstrādāt atbilstošus produkta virzīšanas paņēmienus.			3, 9	
	3	Spēj izstrādāt biznesa plānam mārketinga sadaļu, spēj to prezentēt un pārliecināt mērķauditoriju.			7, 10	
Studiju rezultātu vērtēšanas metodes un kritēriji	Studiju rezultāti		1	2	3	4
	Vērtēšanas metode					
	Diskusija par izlasīto literatūru		•	•		
	Patstāvīgs individuālais darbs un prezentācija		•	•		
	Aktīva dalība nodarbībā		•	•	•	
	Eseja		•	•		
Patstāvīgs grupas darbs un prezentācija		•	•	•		
Obligātā un ieteicamā literatūra	Obligātā literatūra: 1. Ph.Kotler, G.Armstrong, Principles of Marketing, Fourteenth Edition. Pearson Education Ltd, 2012 2. Materials placed in studies.ba.lv Ieteicamā literatūra: Bryman, A., Bell, E., Business Research Methods. Second edition. Oxford University Press. 2007 J.Blythe, Principles and Practice of Marketing, 2nd Edition. Cengage Learning EMEA, 2009 Internet resources:					
Vērtēšanas kritēriji						

Vērtējums	Skaidrojums
10 (<i>izcili</i>)	zināšanas, prasmes un kompetence pārsniedz studiju kursa apguves prasības, liecina par spēju veikt patstāvīgus pētījumus un dziļu problēmu izpratni
9 (<i>teicami</i>)	zināšanas, prasmes un kompetence pilnībā atbilst studiju kursa apguves prasībām, iegūta prasme patstāvīgi lietot iegūtās zināšanas
8 (<i>ļoti labi</i>)	pilnīgi izpildītas studiju kursa apguves prasības, tomēr atsevišķos jautājumos nav pietiekami dziļas izpratnes, lai zināšanas patstāvīgi lietotu sarežģītāku problēmu risināšanā
7 (<i>labi</i>)	kopumā izpildītas studiju kursa apguves prasības, tomēr dažkārt konstatējama neprasme iegūtās zināšanas izmantot patstāvīgi
6 (<i>gandrīz labi</i>)	izpildītas studiju kursa apguves prasības, tomēr vienlaikus konstatējama nepietiekami dziļa problēmas izpratne un neprasme izmantot iegūtās zināšanas
5 (<i>viduvēji</i>)	kopumā apgūts studiju kurss, tomēr konstatējama nepietiekama dažu problēmu pārzināšana un neprasme izmantot iegūtās zināšanas
4 (<i>gandrīz viduvēji</i>)	kopumā apgūts studiju kurss, tomēr konstatējama nepietiekama dažu pamatkonceptiju izpratne, ir ievērojamas grūtības iegūto zināšanu praktiskā izmantošanā
3 (<i>gandrīz vāji</i>)	zināšanas ir virspusējas un nepilnīgas, studējošais nespēj tās lietot konkrētās situācijās
2 (<i>vāji</i>)	ir virspusējas zināšanas tikai par atsevišķām problēmām, lielākā daļa studiju kursa nav apgūta
1 (<i>ļoti, ļoti vāji</i>)	nav izpratnes par priekšmeta pamatproblemātiku, nav gandrīz nekādu zināšanu studiju kursā