



BA SCHOOL OF  
BUSINESS AND FINANCE

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

### STUDIJU KURSA APRAKSTS

Studiju kursa nosaukums	<b>Patērētāju uzvedība</b>			
Programma	<b>Biznesa procesu vadība</b>			
Studiju gads	<b>3</b>			
Akadēmiskais gads	<b>2022./2023.</b>			
Studiju līmenis	<b>Bakalaura</b>			
Studiju kursa kods	<b>BP050</b>			
Studiju kursa docētājs/i	<b>Eduards Aksjoņenko</b>			
Kursa apjoms, KP	<b>2</b>			
ECTS kredītpunktu apjoms (1 Latvijas KP atbilst 1,5 ECTS)	<b>3</b>			
Studiju īstenošanas valoda	<b>Latviešu vai angļu</b>			
Studiju kursa veids	<b>Obligāts</b>			
Semestris, kad kurss tiek īstenots	<b>6</b>			
Studiju kursa īstenošanas veids	<b>Klātie</b>			
Kursa īstenošanas mērķis	<b>Studiju kursa ietvaros tiek apskatīta patērētāju uzvedība, lai noteikti vajadzības un vēlmes, kā arī uzvedības novērošanas vide un patērētāju apmierinātība. Kursa mērķis ir iepazīstināt studentus ar konceptiem, kas ir saistīti ar patērētāju uzvedību un attīstīti ekonomikā, psiholoģijā un socioloģijā. Studiju kursa ietvaros studentam ir jāspēj interpretēt un izdarīt secinājumus no mārketinga aktivitātēm un mijiedarbības ar patērētāju, lai jauniegūtās zināšanas varētu izmantot organizācijas mērķu sasniegšanā.</b>			
Prasības studiju kursa apguves uzsākšanai	<b>Mārketinga pamati</b>	<b>Ekonomika</b>	<b>Pašizaugsme un mācīšanās tehnikas II</b>	<b>Līderība un pārmaiņu vadība I - Organizāciju līderības pamati un sistēmiskā pieeja</b>

Studiju kursa saturs	Nr.p.k.	Nosaukums	
	1	Patērētāju uzvedības teorija.	
	2	Patērētāju uzvedības loma un nozīme mārketinga vadībā.	
	3	Informācijas meklēšana un saistītās problēmas.	
	4	Psiholoģiskā un sociālā ietekme uz patērētāju izvēles veikšanu.	
	5	Patērētāju uzvedības konceptu pielietošana mārketinga procesos.	
Studiju kursa kalendārs	Nr.p.k.	Tēma	Pārbaudes veids
	1	Patērētāju uzvedības teorija. Pamata koncepti un definīcijas.	Diskusija par izlasīto literatūru
	2	Patērētāju uzvedības loma un nozīme mārketinga vadībā un ikdienas dzīvē.	Diskusija par izlasīto literatūru
	3	Patērētājs un viņa vieta tirgū.	Patstāvīgs individuālais darbs un prezentācija
	4	Problēmas saistībā ar informācijas meklēšanu, iegūšanu un uzturēšanu.	Patstāvīgs individuālais darbs un prezentācija
	5	Psiholoģiskā ietekme uz patērētāja rīcību un lēmumiem.	Patstāvīgs grupas darbs un prezentācija
	6	Socioloģiskā ietekme uz patērētāju izvēli.	Patstāvīgs grupas darbs un prezentācija
	7	Ētiskie apsvērumi un tiesiskie faktori saistībā ar informācijas iegūšanu par patērētāju.	Eseja
	8	Starptautiskā patērētāju uzvedība.	Diskusija par izlasīto literatūru
9	Patērētāju uzvedības konceptu pielietošana mārketinga vadībā.	Rakstiskais eksāmens	

Studējošo patstāvīgā darba organizācija un uzdevumi / Plānotās studiju formas un mācīšanas metodes	Studiju vērtēšanas metode		Sadalījums (%)			
	Patstāvīgs individuālais darbs un prezentācija		25%			
	Patstāvīgs grupas darbs un prezentācija		25%			
	Aktīva dalība nodarbībā		15%			
	Eseja		10%			
	Rakstiskais eksāmens		25%			
	Kopā (%):		100%			
	Studiju metodes		Studenta darba apjoms stundās (h)			
	Lekcija auditorijā		26			
	Grupu patstāvīgie uzdevumi, ko vada lektors		15			
	Individuāli patstāvīgie uzdevumi, ko vada lektors		14			
	Lekcija-demonstrācija, ko vada industrijas pārstāvis		3			
	Simulācija		3			
	Debates		3			
	Eseja par izvēlētu tēmu		3			
	Darbs bibliotēkā		13			
Kopā (h):		80				
Plānotie studiju rezultāti (zināšanas, prasmes, kompetences)	Nr.p.k.	Nosaukums			SP rez. nr.	
	1	Students spēj analizēt un interpretēt patērētāju uzvedības konceptus.			1, 3, 9	
	2	Studentam ir izpratne un spēa izmantot patērētāju uzvedības konceptu iespējas operatīvu un stratēģisku mārketinga vadības lēmumu pieņemšanā.			6, 7, 8	
	3	Students spēj paskaidrot ētiski korektas uzvedības nozīmi no tirgotāju puses.			6, 10	
Studiju rezultātu vērtēšanas metodes un kritēriji	Studiju rezultāti		1	2	3	4
	Vērtēšanas metode					
	Patstāvīgs individuālais darbs un prezentācija		•	•	•	
	Patstāvīgs grupas darbs un prezentācija			•		
	Aktīva dalība nodarbībā		•	•	•	
	Eseja		•		•	
Rakstiskais eksāmens		•	•			
Obligātā literatūra	<b>Obligātā literatūra:</b> <b>1. Stephes D (2016), Essential of consumer behavior. Routledge, New York.</b> <b>2. Mācību materiāli, kas ievietoti studies.ba.lv</b> <b>Ieteicamā literatūra:</b>					

	<p><b>1. Close, A. (2012), Online consumer behavior - theory and research in social media, advertising, and e-tail. Routledge, London.</b></p> <p><b>2. Dirty Money (Netflix TV Series).</b></p> <p><b>3. Zinātniskie raksti un pētījumi: EBSCO and EMERALD insight datu-bāzēs.</b></p>
<b>Vērtēšanas kritēriji</b>	
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