

Studiju kursa nosaukums	TIRDZNIECĪBAS VADĪBA		
Apjoms kredītpunktos/ ECTS)	2/3	Apjoms (stundās)	80
Priekšzināšanas	Nav nepieciešamas		
Zinātņu nozare	Vadības		
Zinātņu apakšnozare			
Akadēmisko stundu kopsavilkums		Apjoms (akadēmiskās stundas)	
Tālmācības nodarbības		40	
Kontaktstundas / video lekcijas		8	
Vingrinājumi, pašpārbaudes jautājumi un testi		14	
Patstāvīgie darbi/attālinātās diskusijas		16	
Eksāmena/Ieskautes darbs		2	
1. līmeņa profesionālās studiju programmas	Mārketinga un tirdzniecība		
Studiju kursa autors(i)	Mg.sc.soc. Ligita Āzena		
Studiju kursa pasniedzējs(i)	Mg.sc.soc. Ligita Āzena		
Studiju kursa mērķis:	Studējošajos radīt izpratni par tirdzniecības procesu vadīšanu, lai attīstītu prasmes tirdzniecības procesa organizēšana un realizācijā.		
Prasības kredītpunktu iegūšanai (kursa novērtējuma struktūra):	<u>Gala vērtējums</u> tiek aprēķināts: Moodle diskusija/patstāvīgie darbi – 50 % Eksāmens – 50 % <i>Lai izliktu gala vērtējumu, abās aktivitātēs jāuzrāda sekmīgs vērtējums – ne zemāks kā 4 balles.</i> <i>Gala vērtējums ir vidējā atzīme 10 balļu sistēmā, proporcionāli abu minēto aktivitāšu procentuālajam sadalījumam.</i>		
Studiju rezultāti			
1. Zināšanas: 1.1. Studējošais izvērtē un izklāsta par tirdzniecības procesu organizēšanu dažādu jomu organizācijās un dažādās situācijās (<i>diskusija</i>); 1.2. Studējošais definē un salīdzina pircēja un tirdzniecības darbinieka savstarpējo attiecību līmeņus un to ietekmējošos faktorus, un interpretē to lietojumu dažādās situācijās un pamato savu izvēli (<i>noslēguma darbs</i>). 2. Prasmes: 2.1. Studējošais analizē tirdzniecības darba organizēšanu dažādu jomu organizācijās un dažādās situācijās, un raksturo izmantotās metodes (<i>diskusija</i>). 3. Kompetence: 3.1. Studējošais novērtē un sistematizē mūsdienu tirdzniecības darba organizēšanas principus tendences un pielietotās jaunākās tehnoloģijas, pamato savu viedokli, lai ilustrētu tirdzniecības procesu efektivitāti (<i>diskusija, noslēguma darbs</i>).			
Studiju kursa saturs			

N.p.k.	Temati	Kontaktstundas, video, audio lekcijas	Tālmācības nodarbības	Vingrinājumi, pašpārbaudes jautājumi un testi	Patstāvīgie darbi - attālinātās diskusijas. Patstāvīgā darba apraksts pieejams e- studiju vidē	Eksāmens
1.	Tirdzniecības vadīšanas būtība 1.1. Apmaiņas procesa būtība, dalībnieki un kultūra 1.2. Situācijas analīze sistēmas izveidei 1.3. Tirdzniecības vieta uzņēmuma struktūrā 1.4. Tirdzniecības elementi un resursi	8	4	1	2	2
2.	Veikala telpas un to plānojums 2.1. Tirdzniecības zāles plānojums un iekārtu izvietojuma veidi 2.2. Tirdzniecības mēbeles un inventārs 2.3. Svaru iekārtu nozīme tirdzniecībā 2.4. Elektroniskās norēķinu sistēmas tirdzniecībā		6	2	2	
3.	Tirdzniecības komandas izveides pamatnostādnes 3.1. Komandas izveides nosacījumi 3.2. Motivācijas ietekme uz tirdzniecības procesu 3.3. Tirdzniecības darbinieku pienākumi un atbildība 3.4. Tirdzniecības darbinieku apmācības sistēmas ieviešana un uzturēšana		4	1	2	
4.	Preču izplatīšanas kanāla dalībnieki, starpnieki		4	2	2	

	4.1. Mazumtirdzniecība 4.2. Vairumtirdzniecība					
5.	Preču izvietošana tirdzniecības zāles iekārtās 5.1. Preču sortimenta veidošana veikalā 5.2. Preču izvietošana tirdzniecības iekārtās (plauktos) 5.3. Preču izkārtojuma veidi tirdzniecības iekārtās 5.4. Jauna produkta izvietošanas īpatnības 5.5. Atsevišķo preču grupu pārdošanas noteikumi		6	2	2	
6.	Patērētāja rīcības modelis pirkšanas procesā 6.1. Mārketingā pieņemtā preču klasifikācija 6.2. Patērētāja lēmuma pieņemšanas procesa posmi 6.3. Tiešās pārdošanas posmi mazumtirdzniecībā un to psiholoģiskās īpatnības		6	2	2	
7.	Preču un reklāmas materiālu izplatīšanas optimizācija 7.1. Reklāmas veidi tirdzniecības zālē 7.2. Veikalu skatlogu tipi un nozīme 7.3. Skatlogu ierīkošana un iekārtošana		6	2	2	
8.	Pārdošanas veicināšanas pasākumi tirdzniecībā 8.1. Pārdošanas veicināšanas līdzekļu veidi 8.2. Aktīvie piedāvājumi – konkursi, spēles, loterijas un balvas 8.3. Ražotāju un starpnieku sadarbība jaunu preču pārdošanas veicināšanā 8.4. Uzņēmuma nosaukums – zīmols		4	2	2	

KOPĀ:	8	40	14	16	2
	80				

Apgūstot studiju kursu un sekmīgi nokārtojot pārbaudījumus, studējošais spēj (*zināšanas, prasmes un kompetences*)

Studiju rezultāti:	Novērtēšanas kritēriji		
	(40-69%)	(70-89%)	(90-100%)
Zināšanas	nosaukt un atpazīt terminus	definēt un atpazīt terminoloģiju	izprast un piedāvāt situāciju risinājumu
Prasmes	lietot un pamatot terminu pielietojumu	pārbaudīt un analizēt terminu pielietojumu praksē	sintezēt, modelēt un diskutēt par reālām problēmsituācijām
Kompetences	atbildība, iniciatīva un radošums novērtējot reālas problēmsituācijas	lēmumu pieņemšana, kritiskā domāšana reālās problēmsituācijās, prezentācijas prasmes piedāvājot risinājumus problēmsituācijās	organizēšanas un plānošanas prasmes un pašdisciplīna risinot dažādas sarežģītības jautājumus un pieņemt pamatotus lēmumus

Iegūto studiju rezultātu apliecinājums

Studiju rezultāti	1.	2.	3.
Novērtēšanas metode			
Attālinātā diskusija	X	X	X
Eksāmens	X		X

Pamatliteratūra

1.	Bariševa A. Pārdošana radošā lidojumā / Asja Bariševa ; no krievu val. tulk. Sandra Priedīte. - Rīga: LID, 2009. - 174 [1] lpp. - (Biznesa romāns). ISBN 9789984826370.
2.	Fisks P. Klientu apkalpošanas ģēnijs. – Lietišķās Informācijas dienests: 2010., 345 lpp.
3.	Kaparkalēja D Merčendazinga un pārdošanas mākslas pamati: RTT, 2011, 151 lpp.

Papildliteratūra

1.	Feltenstein Tom. 401 Killer Marketing Tactics to Increase Sales, Maximize Profits, and Stomp Your Competition / Tom Feltenstein. - New York : McGraw-Hill, 2005. - viii, 355 p. - Includes index. ISBN 0-07-144137-9
2.	Stratēģiskā pārdošanas vadība / tulkojums no angļu valodas, [Inese Bernsone]. - Rīga : Lietišķās informācijas dienests, 2008. - 175 lpp.

Ieteicamā periodika

1.	www.tirgzinis.lv
----	--

Vispārējai lietošanai	Spēkā ar 01.03.2021.	Versija 3	lpp 4 no 5
-----------------------	----------------------	-----------	------------

