

Studiju kursa nosaukums	STARPTAUTISKĀ TIRDZniecĪBA UN TIRGVEDĪBA		
Apjoms kredītpunktos/ ECTS	2/3	Apjoms (stundās)	80
Priekšzināšanas	-		
Zinātņu nozare	Sociālās zinātnes		
Zinātņu apakšnozare	Uzņēmējdarbības vadība		
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/Ieskaites darbs	2		
1. līmeņa profesionālās studiju programmas	Biznesa loģistika		
Studiju kursa autors(i)	Mg.sc.soc. Ligita Āzena		
Studiju kursa pasniedzējs(i)	Mg.sc.soc. Ligita Āzena		
Studiju kursa mērķis:	Palīdzēt studentiem veidot izpratni par starptautiskās tirdzniecības un tirgvedības nozīmi uzņēmuma darbībā, plānot un vadīt starptautiskās tirdzniecības un tirgvedības procesus dažādās jomās		
Prasības kredītpunktu iegūšanai (kursa novērtējuma struktūra):	Gala vērtējums tiek aprēķināts: Moodle diskusija/patstāvīgie darbi – 50 % Ieskaite – 50 % <i>Lai izliktu gala vērtējumu, abās aktivitātēs jāuzrāda sekmīgs vērtējums – ne zemāks kā 4 balles</i> <i>Gala vērtējums ir vidējā atzīme 10 baļļu sistēmā, proporcionāli abu minēto aktivitāšu procentuālajam sadalījumam</i>		
Studiju rezultāti			
1. <i>Zināšanas:</i> 1.1. Studējošais izvērtē un parāda padziļinās zināšanas starptautiskajā tirdzniecībā un tirgvedībā, demonstrē šo zināšanu kritisku izpratni, kuras nodrošina pamatu radošai domāšanai vai pētniecībai, tajā skaitā darboties dažādās jomās. 2. <i>Prasmes:</i> 2.1. Studējošais izmanto apgūtos teorētiskos pamatus, integrē zināšanas no dažādām jomām, pieņem lēmumus par atbilstošas tirdzniecības un tirgvedības stratēģijas izvēli starptautiskajam tirgum un izstrādāt risinājumus. 3. <i>Kompetence:</i> 3.1. Studējošais izmanto jaunas stratēģiskas pieejas prast attīstīt tirgvedības kompleksa un tirdzniecības organizēšanu mainīgajos un sarežģītajos nenoteiktības apstākļos, veic teorētisku ieguldījumu profesionālo zināšanu paaugstināšanā un praktisku ieguldījumu starptautiskā tirdzniecības un tirgvedības procesa uzlabošanā.			
Studiju kursa saturs			

N.p.k.	Temati	Kontaktstundas, video, audio nodarbības	Tālmācības nodarbības	Vingrinājumi, pašpārbaudes jautājumi un testi	Patstāvīgie darbi - attālinātās diskusijas. Patstāvīgā darba apraksts pieejams e- studiju vidē	Ieskaite
1.	Starptautiskās tirgvedības būtība 1.1. Starptautiskās tirgvedības cēloņi 1.2. Starptautiskās tirgvedības mērķi 1.3. Starptautiskās tirgvedības veidi	8	4	1	2	2
2.	Starptautiskās tirdzniecības nepieciešamības pamatojums 2.1. Vispārējais starptautiskās tirdzniecības pamatojums 2.2. Starptautiskās tirdzniecības teorijas		6	2	2	
3.	Starptautiskās tirdzniecības un tirgvedības politika 3.1. Starptautiskās tirdzniecības un tirgvedības politikas attīstība Latvijā 3.2. Starptautiskā tirgus izvēles kritēriji 3.3. Starptautiskā tirgus segmentu vērtējums		4	1	2	
4.	Eksporta un importa darījumi starptautiskajā tirgū 4.1. Preču eksports un preces eksporta vērtības noteikšana 4.2. Preču imports, tā būtība 4.3. Pakalpojumu eksports un imports		4	2	2	
5.	Starptautiskās		6	2	2	

	tirdzniecības un tirgvedības stratēģijas 5.1. Izplatīšanas stratēģijas 5.2. Cenu veidošanas stratēģijas 5.3. Virzīšanas stratēģijas					
6.	Norēķini starptautiskajos tirgos 6.1. Valūtas kurss un valūtas tirgus 6.2. Starptautiskā valūtas sistēma 6.3. Eiropas Monetārā savienība		6	2	2	
7.	Preču starptautiskās tirdzniecības galvenie pasaules līmeņa dalībnieki 7.1. Pasaules Tirdzniecības organizācija 7.2. ES preču ārējā un iekšējā tirdzniecība 7.3. Galveno preču tirdzniecības partneru analīze		6	2	2	
8.	Latvijas uzņēmumi Eiropas Savienībā un pasaulē 8.1. Latvija un Eiropas Savienība 8.2. Latvija un Pasaules Tirdzniecības organizācija 8.3. Latvija un Pasaules Banka 8.4. Latvija un Eiropas Rekonstrukcijas un attīstības banka 8.5. Latvija un Starptautiskais Valūtas fonds 8.5. Nozaru starptautiskās ekonomiskās organizācijas		4	2	2	
KOPĀ:		8		40	14	16
		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

Novērtēšanas metode	Studiju rezultāti		
	1.	2.	3.
Moodle diskusija/uzdevums	X	X	X
Ieskaite	X	X	X

Pamatliteratūra

1.	Blaits D. Mārketinga rokasgrāmata. Rīga: Zvaigzne ABC, 2004.
2.	Mooij M. Global marketing and advertising: understanding cultural paradoxes. Los Angeles: SAGE, 2010.
3.	Oļevskis G. Starptautiskā tirdzniecība. RISEBA, 2003.
4.	Goodman M., Kotler Ph., Brady M., Keller K.L., Hansen T. Marketing Management.- Pearson Education Limited, 2016

Papildliteratūra

1.	Autoru kolektīvs. Starptautisks bizness. LID, 2009.
2.	Niedrītis J. Ē. Mārketings. Biznesa augstskola Turība, 2008.
3.	Акулич И. Л. Международный маркетинг, BSA, 2009.

Ieteicamā periodika

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

Citi avoti

1.	www.latvijavar.lv
----	--

2.	www.liaa.lv
3.	https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/International trade in goods/ly
4.	http://bruksle.wikifoundry.com/page/Starptautisk%C4%81+tirdzniec%C4%ABba