

Studiju kursa nosaukums		LOĢISTIKAS EKONOMIKA UN TIRGZINĪBAS	
Apjoms kredītpunktos/ ECTS		2/3	Apjoms (stundās) 80
Priekšzināšanas			
Zinātņu nozare		Ekonomika un uzņēmējdarbība	
Zinātņu apakšnozare		Ekonomika un tirgzinība	
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	Biznesa loģistika		
Studiju kursa autors(i)	Mg.oec. Svetlana Polovko		
Studiju kursa pasniedzējs(i)	Mg.oec. Svetlana Polovko		
Studiju kursa mērķis:	Sniegt studentiem teorētiskas zināšanas par ekonomiku un tirgzinībām, uzsverot to nozīmi loģistikas procesā, kā arī praktiskas iemaņas ekonomiskās situācijas analīzē un mārketinga aktivitāšu ieviešanā		
Prasības kredītpunktu iegūšanai (kursa novērtējuma struktūra):	<u>Gala vērtējums</u> tiek aprēķināts: Moodle diskusija/uzdevums – 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. <i>Zināšanas:</i> 1.1. Studējošie nosauc, skaidro profesionālo terminoloģiju un definīcijas ekonomikā un tirgzinībās, makro- un mikroekonomisko procesu būtību nacionālajā un globālajā ekonomikā. 1.2. Studējošie nosauc ekonomikas indikatorus un to ietekmi uz loģistikas procesu. 1.3. Studējošie nosauc dažādus mārketinga elementus, to galvenos realizēšanas principus. 2. <i>Prasmes:</i> 2.1. Studējošie analizē ekonomisko situāciju tautsaimniecībā. 2.2. Studējošie attēlo un analizē ekonomiskus procesus un novērtēt to ietekmi uz uzņēmuma loģistikas procesu. 2.3. Studējošie pielieto kādu no mārketinga elementiem un metodēm uzņēmumā. 3. <i>Kompetence:</i> 3.1. Studējošie argumentē ekonomikas sistēmas darbību un ietekmi uz uzņēmuma darbību, spēj patstāvīgi analizēt, salīdzināt un vērtēt šodienas ekonomiskās problēmas, balstoties uz iegūtajām zināšanām. 3.2. Studējošie izstrādā mārketinga aktivitāšu sistēmu uzņēmumā, pielietojot vairākas mārketinga metodes.			
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	Eksāmens
1.	Ekonomikas pamatproblēma. Resursi. Tirgus un ekonomikas sistēmas. Latvijas ekonomikas sistēma un tās īpatnības.	8	5	1	2	2
2.	Makroekonomikas mērķi un sektori. Makroekonomikas pamatradītāji. Ekonomisko pamatradītāju izmaiņu ietekme uz iedzīvotāju labklājību. Fiskālā un monetārā politika.		5	1	2	
3.	Ekonomikas cikliskā attīstība. Inflācija. Nodarbinātība un bezdarbs.		5	2	2	
4.	Starptautiskās ekonomiskās attiecības. Ārējās tirdzniecības politika un tās ietekme uz loģistikas procesiem. Starptautiskās tirdzniecības ierobežošanas cēloņi.		5	2	2	
5.	Mārketinga jēdziens un būtība: mērķi; funkcijas; vēsturiskā attīstība.		5	2	2	
6.	Mārketinga vide un tās analīze loģistikas uzņēmumā.		5	2	2	
7.	Mērķa tirgus noteikšana. Tirgus segmentēšana. Pozicionēšana.		5	2	2	
8.	Produkta definīcija, produktu klasifikācija. Produkta raksturlielumi. Pakalpojumu mārketinga. Mārketinga elementu komplekss. Produktu portfolio analīze.		5	2	2	
<b>KOPĀ:</b>		8	40	14	16	2
<b>80</b>						

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

Studiju rezultāti:	Novērtēšanas kritēriji		
	(40-69%)	(70-89%)	(90-100%)
<b>Zināšanas</b>	Zina un definē pamata jēdzienus	Spēj parādīt faktu, principu, procesu un likumsakarību zināšanas un izmanto tās mācībās	Spēj parādīt vispusīgas faktu, teorijas un likumsakarību zināšanas un izmanto tās mācībās un profesionālajā darbībā
<b>Prasmes</b>	Spēj risināt darba uzdevumus, izvēloties	Spēj patstāvīgi organizēt savu darbu,	Spēj efektīvi organizēt savu darbu, veikt

Vispārējai lietošanai	Spēkā ar 01.03.2021.	Versija 2	lpp 2 no 4
-----------------------	----------------------	-----------	------------

	<b>STUDIJU KURSA APRAKSTS</b>	<b>APSTIPRINĀTS</b> Biznesa vadības koledžas 18.01.2021. Studiju padomes sēdē Protokols Nr. VAD 4-03/18.01.2021
--	-------------------------------	--

	un piemērojot pamata metodes, līdzekļus, materiālus un tehnoloģijas	veikt darba uzdevumus, izvēlēties un piemērot atbilstošas metodes, līdzekļus, materiālus, informāciju un tehnoloģijas	darba uzdevumus un radoši risināt problēmas, izvēloties un piemērojot atbilstošas metodes, līdzekļus, materiālus, tehnoloģijas un informāciju
<b>Kompetence</b>	Spēj atbildēt par darba rezultātiem nemainīgā darba vidē, rīkojoties saskaņā ar instrukcijām	Spēj patstāvīgi plānot mācību un darba uzdevumu izpildi vai problēmu risināšanu mainīgā darba vidē, pielāgojot savu darbību apstākļiem	Spēj patstāvīgi un efektīvi plānot un organizēt radošo mācību un darba uzdevumu izpildi vai problēmu risināšanu mainīgā darba vidē, pielāgojot savu darbību apstākļiem

#### Iegūto studiju rezultātu apliecinājums

<div>Studiju rezultāti</div> <div>Novērtēšanas metode</div>	1.1.	1.2.	1.3.	2.1.	2.2.	3.1.	3.2.
Moodle diskusija/uzdevums	X	X	X	X	X	X	X
Eksāmens	X	X	X	X	X	X	X

#### Pamatliteratūra

1.	Bikse V. Ekonomikas teorijas pamatprincipi. Rīga : Izglītības soli.. 2007. 454 lpp.
2.	Praude V. Mārketing: teorija un prakse. 2. grāmata, 3. izd. Rīga: Burtene, 2011. 348 lpp.
3.	Latiševs V. Praktisks palīglīdzeklis ārējās tirdzniecības darījumu noformēšanai Merkurij. 2015

#### Papildliteratūra

1.	Makroekonomika (4.izd.). Rīga : RTU izdevniecība. Šenfelde M. 2012. 244 lpp.
2.	Biznesa ekonomika (2.izd.). Rīga : Jāņa Rozes apgāds. Hofš K.G., sadarbībā ar Alsīņu R. 2011. 603 lpp.
3.	Economics: principles, problems and policies. New York: McGraw-Hill. McConnell C.R., Brue S.L.2005. 733 p.
4.	Kotlers F. Mārketinga pamati. Rīga: Jumava, 2008, 648 lpp.
5.	Bizness pāri robežām: Praktisks ceļvedis jaunu tirgu apgūšanā. Sast. T.Volkova. Rīga: LU Akadēmiskais apgāds, 2010, 183 lpp.

#### Ieteicamā periodika un citi avoti

1.	Centrālā Statistikas pārvalde. Pieejams: <a href="http://www.csb.gov.lv">www.csb.gov.lv</a>
2.	Latvijas Banka. Pieejams: <a href="http://www.bank.lv">www.bank.lv</a>

Vispārējai lietošanai	Spēkā ar 01.03.2021.	Versija 2	lpp 3 no 4
-----------------------	----------------------	-----------	------------

3.	World Trade Organization Pieejams: <a href="https://www.wto.org">https://www.wto.org</a>
4.	European Union Statistics Pieejams: <a href="https://ec.europa.eu/eurostat/home">https://ec.europa.eu/eurostat/home</a>
5.	International Trade Statistics Trade Map. Pieejams: <a href="https://www.trademap.org">https://www.trademap.org</a>