

Studiju kursa nosaukums		E-KOMERCIJAS PAMATI	
Apjoms kredītpunktos/ ECTS)		2/3	Apjoms (stundās) 80
Priekšzināšanas		Nav nepieciešamas	
Zinātņu nozare		Vadībzinātne	
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		Iestāžu darba organizācija un vadība. Komercedarbība. Mikro, mazo un vidējo uzņēmumu vadība. Grāmatvedība un finanšu plānošana. Tiesību zinātnes. Tūrisma un viesnīcu serviss. Personāla psiholoģija un cilvēkresursu vadība.	
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 e-komercijas organizēšanu, lai attīstītu prasmes e-komercijā, analizē un realizēšanā.	
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 baļļu sistēmā, proporcionāli abu minēto aktivitāšu procentuālajam sadalījumam.</i>	
Studiju rezultāti			
1. Zināšanas: 1.1. Studējošais izvērtē un izklāsta e-komercijas teorētisko bāzi un tās pielietojumu dažādu uzņēmējdarbības modeļu analizē (diskusija); 1.2. Studējošais definē un salīdzina e-komerciju uzņēmumos, interpretē to lietojumu dažādās situācijās un pamato savu izvēli (noslēguma darbs). 2. Prasmes: 2.1. Studējošais spēt novērtēt preču/pakalpojumu e-komercijas ietekmi uz organizācijas struktūru un attīstības iespējām (diskusija). 3. Kompetence: 3.1. Studējošais demonstrē e-komercijas tirgus izpētes rezultātus un novērtē dažādu organizāciju piedāvātos e-komerciju risinājumus, nosaka priekšrocības un trūkumus e-komercijas vidē. (diskusija, noslēguma darbs).			
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.	E-komercijas ievads 1.1.Kas ir e-komercija. Priekšrocības, trūkumi. Pārdošanas veidi 1.2. E-komercijas risinājuma izvēle. E- komercijas priekšnoteikumi 1.3.Pārdošanas piltuves koncepts.	8	4	1	2	2
2.	Tirgus izpēte 2.1. Tirgus izpētes rīki internetā.		6	2	2	
3.	Mārketinga komunikācijas rīki e-komercijā		4	1	2	
4.	Pārdošanas mehānisma izvēle, izstrāde 4.1.Iespējas un riski 4.2. Norēķinu iespējas 4.3. Produktu piegāžu organizēšana 4.4. Iespējas un riski		4	2	2	
5.	Pēcpārdošanas serviss 5.1. Produktu atpakaļatgriešana. 5.2. Optimizācijas iespējas 5.3. Pārdošanas piltuves auditēšana		6	2	2	
6.	Drošības jautājumi e- komercijā 6.1.Norēķinu informācijas drošība 6.2. Drošība internetā 6.3. Likumdošanas nianse un prasības		6	2	2	
7.	Produktu pārdošanas analīze dažādiem e- komercijas risinājumiem		6	2	2	

8.	E-komercijas nākotne, tendenču izpēte, analīze, prognozēšana		4	2		
KOPĀ:		8		40	14	16
		80				

Apgūstot studiju kursu un sekmīgi nokārtojot pārbaudījumus, studējošais spēj:

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.	E-Commerce Strategy: Text and Cases, Springer. Mohapatra, S. 2013.
2.	E-komercija. Anita Rosena. Jautājumi un atbildes. 223 lpp.
3.	Handbook of electronic and digital acquisitions. The Haworth Press, 2006.

Papildliteratūra

1.	Satura mārketingu internetā. Valērijs Praude, Jeļena Šalkovska, 256 lpp.
2.	Marketing the e-business, Routledge, 2003

Ieteicamā periodika

1.	Dati par tirgu un pētījumiem: http://www.kantartns.lv
----	---