

Studiju kursa nosaukums	PĀRDOŠANAS VEICINĀŠANA		
Apjoms kredītpunktos/ ECTS)	2/3	Apjoms (stundās)	80
Priekšzināšanas	Ekonomika vidusskolas kursa apjomā		
Zinātņu nozare	Ekonomika		
Zinātņu apakšnozare	Tirgzinības		
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)	Agnese Kovaļenko		
Studiju kursa pasniedzējs(i)	Agnese Kovaļenko		
Studiju kursa mērķis:	Sagatavot studentus darbam pārdošanas veicināšanā konkurences apstākļos, attīstot un radot izpratni un zināšanas par tirdzniecības veicināšanas nozīmīgumu kopējā pārdošanas procesā.		
Prasības kredītpunktu iegūšanai (kurša novērtējuma struktūra):	Gala vērtējums tiek aprēķināts: Moodle diskusija/uzdevums – 60% Ieskaite – 40% <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 definē tirdzniecības veicināšanas nozīmi uzņēmuma darbībā; 1.2.Studējošais definē pārdošanas veicināšanas budžeta jēdzienu; 1.3.Studējošais raksturo produkta/pakalpojuma cenas veidošanās pamatnostādnes; 1.4.Studējošais apraksta veikala telpas plānojuma un izvietojuma principus. 2. Prasmes: 2.1.Studējošais atpazīst iepakojumu veidus un spēj noteikt to nozīmi; 2.2.Studējošais analizē patērētāju rīcības modeļus pirkšanas procesos. 3. Kompetence: 3.1. Studējošais sasaista reklāmas materiālu izstrādi ar citiem pārdošanas veicināšanas pasākumiem; 3.2. Studējošais kombinē dažādas pārdošanas metodes mērķa sasniegšanai.			
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- ...	Ieskaite
1.	Pārdošanas veicināšanas būtība	8	4	1	2	2
2.	Pārdošanas veicināšanas budžets		6	2	2	
3.	Produkta/pakalpojuma cena		4	1	2	
4.	Veikala telpas plānojums un izvietojums		4	2	2	
5.	Iesaiņojuma nozīme tirdzniecības veicināšanā		6	2	2	
6.	Patērētāju rīcības modelis pirkšanas procesā		6	2	2	
7.	Reklāmas materiāli, veicināšanas pasākumi tirdzniecībā		6	2	2	
8.	Tiešā pārdošana		4	2	2	
<b>KOPĀ:</b>		8	40	14	16	2
<b>80</b>						
<b>Apgūstot studiju kursu un sekmīgi nokārtojot pārbaudījumus, studējošais spēj</b> <i>(zināšanas, prasmes un kompetences)</i>						
Studiju rezultāti:		Novērtēšanas kritēriji				
		(40-69%)	(70-89%)	(90-100%)		
<b>Zināšanas</b>		Ir vispārējās pamata zināšanas par tirdzniecības veicināšanas nozīmi uzņēmuma darbībā. Spēj raksturot produkta/pakalpojuma cenu veidošanās procesu. Teorētiski spēj iedomāties veikala plānojuma	Ir labas zināšanas par tirdzniecības veicināšanas nozīmi uzņēmuma darbībā. Spēj veiksmīgi raksturot produkta/pakalpojuma cenu veidošanās procesu. Spēj iedomāties veikala plānojuma un	Ir teicamas zināšanas par tirdzniecības veicināšanas nozīmi uzņēmuma darbībā. Teicami raksturot produkta/pakalpojuma cenu veidošanās procesu. Spēj aprakstīt veikala plānojuma un		

	un izvietojuma principus.	izvietojuma principus.	izvietojuma principus.
<b>Prasmes</b>	Ar grūtībām atpazīst iepakoju veidus, spēj nosaukt patērētāju rīcības modeļus pirkšanas procesā.	Veiksmīgi atpazīst iepakoju veidus, spēj nosaukt un analizēt patērētāju rīcības modeļus pirkšanas procesā.	Teicami atpazīst iepakoju veidus, spēj analizēt patērētāju rīcības modeļus pirkšanas procesā un izmantot iegūto informāciju.
<b>Kompetences</b>	Ir vērojamas grūtības reklāmas materiālu integrēšanā pārdošanas procesos. Spēj nosaukt dažādas pārdošanas metodes.	Spēj plānot reklāmas materiālu integrēšanu pārdošanas procesos. Veiksmīgi nosauc dažādas pārdošanas metodes.	Teicami integrē reklāmas materiālu izstrādi pārdošanas procesos. Nosauc dažādas pārdošanas metodes un to priekšrocības/trūku mus.
<b>Iegūto studiju rezultātu apliecinājums</b>			
<b>Studiju rezultāti</b>	<b>1.1.-1.4.</b>	<b>2.1.-2.2.</b>	<b>3.1.-3.2.</b>
<b>Novērtēšanas metode</b>			
Moodle diskusija/uzdevums	X	X	X
Ieskaite	X	X	X

**Pamatliteratūra**

1.	Daina Kaperkalēja "Merčendaizinga un pārdošanas mākslas pamati" 2011
2.	"Tirgzinības pamati" 2007
3.	Georgs Lībermanis "Tirgus, cenas, konkurence" 2007
4.	Grigorijs Oļevskis "Uzņēmējs un tirgus" 2007

**Papildliteratūra**

1.	Mišels Zavadskis "Pārdošanas meistarība" 2017
----	---