



VADĪBZINĀTNES NODAĻA

Vadības zinību bakalaura studiju programmas
Kursa darba mārketingā (Ekon3265) temati

Zinātniskais vadītājs	Temats
Dr.ekon., docente Jeļena Šalkovska	<p>Uzņēmuma "X" mārketinga ārējās vides faktoru analīze Uzņēmuma "X" mārketinga iekšējās vides faktoru analīze Uzņēmuma "X" mārketinga stratēģijas atbilstība tirgus situācijai un mērķauditorijai. Uzņēmuma "X" mārketinga vadīšanas sistēmas analīze un pilnveidošanas virzieni Uzņēmuma "X" mārketinga kompleksa elementu analīze un to pilnveidošanas virzieni Uzņēmuma "X" mārketinga komunikācijas sistēmas analīze un tās pilnveidošanas iespējas Zīmola "X" virzīšana Latvijas/Baltijas/ ES/... tirgū Tirgus segmentēšana un uzņēmuma "X" mērķtirgus noteikšana Uzņēmuma "X" pircēju rīcību ietekmējošo faktoru analīze Uzņēmuma "X" pircēju (klientu) lojalitātes analīze un nostiprināšanas iespējas Uzņēmuma "X" reklāmas stratēģijas analīze Latvijas/Baltijas/ ES/... tirgū Uzņēmuma "X" konkurētspējas analīze Latvijas/Baltijas/ ES/... tirgū Zīmola "X" mārketinga komunikāciju plāna izstrāde Jauna produkta pozicionēšana Latvijas/Baltijas/ ES/... tirgū Pircēju rīcību ietekmējošie faktori banku pakalpojumu tirgū/ pārtikas produktu tirgū/ kosmētikas un parfimērijas tirgū/ ... (pēc studenta izvēles) Kolektīvās iepirkšanās portāli un to attīstības perspektīvas Latvijas/Baltijas/ ES/... tirgū Uzņēmuma "X" interneta mārketinga stratēģijas analīze un tās pilnveidošanas iespējas Uzņēmuma "X" interneta mārketinga stratēģijas izstrāde Sociālo tīklu mārketinga Latvijā un to attīstības perspektīvas Uzņēmuma "X" tēls un tā ietekmējošie faktori Latvijas/Baltijas/ ES/... tirgū Uzņēmuma "X" klientu apmierinātības analīze Uzņēmuma „X” reklāmas stratēģijas analīze/izstrāde interneta vidē. Tematu piedāvā students, saskaņojot ar pasniedzēju KOPĀ:Studentu skaits 5</p>
Mg.komerc., lektore Laila Stabulniece	<p>Pieprasījumu ietekmējošie faktori . Piedāvājumu ietekmējošie faktori . Pieprasījums un piedāvājums kāda produkta tirgū* Mārketinga makrovide Latvijā** Firmas mārketinga mikrovide** Firmas mārketinga pasākumu komplekss (mārketinga-mix) . Firmas mārketinga stratēģija . Mārketinga procesa organizācija firmā . Mārketinga informācijas sistēma . Mārketinga pētījumi kāda produkta tirgū (vai uzņēmumā)* Tirgus segmentēšana kāda produkta tirgū* Firmas konkurences stratēģija . Firmas konkurences pozīciju novērtēšana .</p>

	<p>Konkurences analīze kāda produkta tirgū*</p> <p>Patērētāju uzvedība kāda produkta tirgū*</p> <p>Pirkšanas lēmuma pieņemšanas process .</p> <p>Produkcijas sortimenta analīze .</p> <p>Jauna produkta attīstīšanas stratēģija .</p> <p>Cenu veidošana kāda produkta tirgū (vai kādā firmā) *</p> <p>Mazumtirdzniecības attīstība Latvijā.</p> <p>Tirdzniecības uzņēmuma mārketinga pasākumu komplekss .</p> <p>Mazumtirdzniecības uzņēmuma tēls (imidžs) .</p> <p>Savstarpējo attiecību mārketinga mazumtirdzniecībā .</p> <p>Tirdzniecības tīkla attīstība Latvijā .</p> <p>Patērētāju uzvedības īpatnības digitālajā vidē.</p> <p>Temats pēc studenta izvēles .</p> <p>*) produkta (vai firmas) – pēc studenta izvēles</p> <p>**) vai kāda atsevišķa faktora analīze</p> <p>KOPĀ:Studentu skaits 8</p>
<p>Mg.soc.zin., lektore</p> <p>Andžela Veselova</p>	<p>Efektīva preču iesaiņojuma raksturojums. Tā nozīme uzņēmējdarbībā.</p> <p>Iepakojums un tā ietekme uz pircēju rīcību.</p> <p>Preču/pakalpojumu kvalitātes raksturlielumu ietekme uz pircēju rīcību.</p> <p>Klientu apkalpošanas kvalitāte uzņēmumā X.</p> <p>Uzņēmuma “X” produkta markas(zīmola) veidošana, lietošana un efektivitāte.</p> <p>Uzņēmuma “X” preču sortimenta analīze pēc visiem galvenajiem rādītājiem.</p> <p>Zīmola “X” priekšrocību un trūkumu analīze.</p> <p>Preces dzīves cikla posmu realizācija uzņēmumā “X”.</p> <p>Sadales(izplatīšanas) kanālu organizēšana uzņēmumā “X”.</p> <p>Kvalitātes sistēmas ieviešana uzņēmumā “X”.</p> <p>Eiropas izcilības modelis. Tā ieviešana uzņēmumā “X”.</p> <p>Reklāma un reklāmas līdzekļu izvēle uzņēmumā “X”.</p> <p>Reklāmas kampaņas novērtējums uzņēmumā “X”.</p> <p>Uzņēmuma ”X” mārketinga darbības īpatnības ekonomiskās krīzes apstākļos.</p> <p>Eiropas Savienības Vienotā tirgus ietekme uz uzņēmuma “X” darbību.</p> <p>Sociālie tīkli un to izmantošana uzņēmumā X.</p> <p>Sociālo tīklu ietekme uz pircēju rīcību.</p> <p>Pēc studentu izvēles.</p> <p>KOPĀ:Studentu skaits 7</p>



VADĪBZINĀTNES NODAĻA

Vadības zinību bakalaura studiju programmas
Kursa darba organizāciju vadībā (VadZ3038) temati

Zinātniskais vadītājs	Temats
Dr.ekon., profesors Andris Deniņš	Uzņēmuma „X” mērķu virzības sistēma. Uzņēmuma „X” aktīvu vērtības palielināšanas virzieni. Uzņēmuma stratēģiskās vadības problēmas. Uzņēmuma „X” vadības sistēmas pilnveidošana. Plānošanas nozīme uzņēmējdarbībā. Stratēģiskā plānošana uzņēmumā. Inovācijas, to nozīme uzņēmējdarbībā. Darbinieku motivēšana uzņēmumā “X”. Darba samaksas sistēmas pilnveidošana uzņēmumā “X”. Investīciju vadīšana. Personāla vadīšana uzņēmumā “X”. Uzņēmuma vērtības paaugstināšanas vadīšana. Resursu nodrošinājuma vadīšana uzņēmumā. Uzņēmuma “X” darbības efektivitātes novērtēšana. Uzņēmumu “X” stratēģiskās vadības pilnveidošana. Intelektuālais kapitāls, tā loma uzņēmumā. Finanšu vadīšana uzņēmumā “X”. Uzņēmējdarbības efektivitātes paaugstināšanas virzieni. Mazo un vidējo uzņēmumu darbības vadīšana. Ražošanas procesu organizācija un vadība uzņēmumā “X”. Darba produktivitāte, tās paaugstināšanas virzieni uzņēmumā. Ražošanas resursu izmantošanas efektivitātes paaugstināšanas virzieni uzņēmumā. Uzņēmuma „X” visaptverošās kvalitātes vadīšanas sistēmas ieviešana. Uzņēmuma finansiālās darbības vadības pilnveidošanas virzieni. Vides aizsardzība, tās nozīme uzņēmējdarbībā. Uzņēmumu attīstības stratēģijas. Uzņēmuma konkurētspēja, tās nodrošināšanas faktori. Mārketinga loma uzņēmējdarbībā. Sociālā atbildība, tās vadīšana uzņēmumā. Temats pēc studenta izvēles, saskaņojot ar vadītāju. KOPĀ:Studentu skaits 3

<p>Dr.admin., asoc.profesors Andrejs Cekuls</p>	<p>Personāla motivēšanas politika organizācijā "X" Organizācijas dzīves cikls un vadīšana Vadīšanas lēmumu pieņemšanas informatīvais nodrošinājums organizācijā „X” Vadīšanas principi un metodes Vadīšanas organizatorisko struktūru pilnveide organizācijā "X". Kontroles vadība organizācijās Vadības lēmumu efektivitātes analīze organizācijā "X" Organizācijas konkurētspējas novērtēšana organizācijā "X" Līderības aspekts mūsdienu vadīšanā Komunikācijas procesa ietekme uz organizācijas vadīšanas efektivitāti Studenta izvēlēts un saskaņots ar darba vadītāju temats par vadīšanas problemātiku. KOPĀ:Studentu skaits 3</p>
<p>Dr.admin., asoc.profesors Gundars Bērziņš</p>	<p>Organizācijas attīstības iespēju izvērtējums. Organizācijas operatīvās vadības pētījums Latvijas organizācijām. Piegādes ķēdes vadības teorētiskie aspekti un prakse Latvijā. Organizāciju atrašanās vietas noteikšanas specifiskie nosacījumi. Organizāciju vides izvērtēšanas teorētiskie aspekti, metodes un praktiskais pielietojums organizāciju stratēģiju izveidei. Vides ietekme uz organizāciju attīstības tendencēm. Organizācijas ražošanas/pakalpojumu procesa organizācija. Izmaksu un rentabilitātes noteikšanas metodes pakalpojuma/ražošanas procesam, organizācijas piemērs. Pēc studenta izvēles, saskaņojot ar pasniedzēju. KOPĀ:Studentu skaits 3</p>
<p>M.b.v., lektore Irina Rezepina</p>	<p>Uzņēmuma X attīstības stratēģija. Pārmaiņu vadīšana uzņēmumā X. Jauno tehnoloģiju izmantošana Latvijas uzņēmumos. Uzņēmuma X sagādes procesa organizācija un plānošana. Kontroles sistēma uzņēmumā X un tās optimizēšanas iespējas. Uzņēmuma X iekšējās un ārējās vides analīze. Jaunu produktu izstrādāšana un ieviešana uzņēmumā X. Konkurences priekšrocības un konkurētspēju analīze uzņēmumā X. Kvalitātes vadības sistēmas ieviešana uzņēmumā X. Produkta dzīves cikls un tā vadīšana uzņēmumā X. Plānošanas process un plānu sistēma uzņēmumā X. Darba samaksas un motivācijas sistēmas organizācija uzņēmumā X. Inovātīvo uzņēmumu darbības analīze Latvijā. Investīciju piesaistes problēmas Latvijas uzņēmumos. Temats pēc studenta izvēles, saskaņots ar vadītāju. KOPĀ:Studentu skaits 4</p>
<p>M.b.v., lektore Jūlija Bulatova</p>	<p>Kreativitāte un kreatīvā klimata radīšana. Līderības ietekme uz organizācijas uzticību. Līderības ietekme uz radošā klimata izveidi. Apmierinātība ar darbu uzņēmumā „X”. Organizācijas kultūras novērtēšana un tās pilnveidošanas iespējas Motivācijas sistēmas pilnveidošana organizācijā “X”. Lojalitāte un apmierinātība organizācijā “X”. Temats pēc studenta izvēles, saskaņots ar vadītāju. KOPĀ:Studentu skaits 4</p>

Dr.ekon., profesore Inesa Vorončuka	<p>Organizācijas kultūru veidošanas elementi. Personāla novērtēšanas sistēma uzņēmumā “X” Personāla vadības efektivitāte organizācijā “X” Personāla adaptācijas process un tā ietekme uz darba ražīgumu Darbinieka iekšējie un ārējie motivācijas elementi uzņēmumā “Y” Temats pēc studenta izvēles, saskaņots ar vadītāju.</p> <p>KOPĀ:Studentu skaits 2</p>
Dr.ekon., profesore Biruta Sloka	<p>Mārketinga pētījumi organizācijā “X” Organizāciju loma augstākās izglītības eksportā Patērētāju apmierinātības novērtēšanas iespējas Mājaslapu un sociālo tīklu nozīme eksporta veicināšanā Temats pēc studenta izvēles, saskaņots ar vadītāju.</p> <p>KOPĀ:Studentu skaits 2</p>
Dr.ekon., asoc.profesore Džineta Dimante	<p>Korporatīvās sociālās atbildības izvērtējums uzņēmumā “X”. Uzņēmuma ilgspējas izvērtējums. Aprites ekonomikas principu ieviešana uzņēmumā “X”. Uzņēmumu stratēģijas dalīšanās ekonomikas kontekstā. Temats pēc studenta izvēles, saskaņots ar vadītāju.</p> <p>KOPĀ:Studentu skaits 2</p>
Dr.ekon., docents Kārlis Purmalis	<p>Plānošanas nozīme uzņēmējdarbībā. Stratēģiskās plānošanas nozīme uzņēmuma attīstībā. Darbinieku motivēšana uzņēmumā “X”. Darba samaksas sistēmas pilnveidošanas iespējas uzņēmumā “X”. Personāla vadīšanas analīze uzņēmumā “X”. Uzņēmumu “X” stratēģiskās vadības pilnveidošanas iespējas. Mazo un vidējo uzņēmumu nozīme tautsaimniecības attīstībā. Darba produktivitāte, tās paaugstināšanas iespējas uzņēmumā. Mārketinga nozīme uzņēmējdarbībā. Uzņēmuma X attīstības stratēģijas. Tirgus pieprasījuma elastības analīze un prognozēšana. Mārketinga stratēģija uzņēmējdarbībā. Uzņēmējdarbības vides faktori, to ietekme uz uzņēmuma darbību un analīze. Pēc studenta izvēles, saskaņojot ar pasniedzēju.</p> <p>KOPĀ:Studentu skaits 2</p>
Dr.ekon., profesore Daina Šķiltere	<p>Uzņēmuma attīstības ilgtermiņa prognozēšana. Uzņēmuma apgrozījuma analīze un prognozēšana. Tautsaimniecības attīstības rādītāju prognozēšana. Jaunu produktu pieprasījuma prognozēšana. Risku identifikācija un analīze uzņēmējdarbībā. Vadības lēmumu pieņemšanas metodes. Ekspertmetožu pielietošana lēmumu pieņemšanā. Tirgus konjunktūras analīze un prognozēšana. Pieprasījuma elastības analīze un prognozēšana. Pēc studenta izvēles.</p> <p>KOPĀ:Studentu skaits 2</p>

Mg.soc.zin., lektors Mārtiņš Danusēvičs	<p>Mārketinga stratēģija uzņēmējdarbībā. Mārketinga funkciju realizācija uzņēmumā X. Uzņēmējdarbības vides faktori, to analīze. Uzņēmuma X iekšējās vides analīze. Uzņēmuma X ārējās vides analīze. Mazumtirdzniecības uzņēmumu darbības organizācija. Mazumtirdzniecības vides attīstības tendences. Klientu apmierinātība, to ietekmējošie faktori. Klientu lojalitātes programmas izveide un novērtējums. Klientu apkalpošanas process uzņēmumā X. Pārdošanas personāla darbības organizēšana. Pēcpārdošanas pakalpojumu organizēšana uzņēmumā X. Jaunu produktu attīstīšana un ieviešana uzņēmumā X. Uzņēmumu ilgtspējīgas attīstības problēmas. Temats pēc studenta izvēles, saskaņojot ar vadītāju.</p> <p>KOPĀ:Studentu skaits 2</p>
Mg.komerc., lektore Laila Stabulniece	<p>Mārketinga stratēģija uzņēmējdarbībā. Mārketinga funkciju realizācija uzņēmumā X. Uzņēmējdarbības vides faktori, to analīze. Uzņēmuma X iekšējās vides analīze. Uzņēmuma X ārējās vides analīze. Mazumtirdzniecības uzņēmumu darbības organizācija. Mazumtirdzniecības vides attīstības tendences. Klientu apmierinātība, to ietekmējošie faktori. Klientu lojalitātes programmas izveide un novērtējums. Klientu apkalpošanas process uzņēmumā X. Pārdošanas personāla darbības organizēšana. Pēcpārdošanas pakalpojumu organizēšana uzņēmumā X. Jaunu produktu attīstīšana un ieviešana uzņēmumā X. Uzņēmuma ilgtspējīgas attīstības problēmas. Temats pēc studenta izvēles, saskaņots ar vadītāju.</p> <p>KOPĀ:Studentu skaits 1</p>
Mg.soc.zin., lektore Andžela Veselova	<p>Pārmaiņu vadība uzņēmumā X un to uzlabošanas iespējas. Monētārās un nemonētārās motivācijas raksturojums uzņēmumā X Korporatīvā sociālā atbildība uzņēmumā X. Kvalitātes vadība uzņēmumā X. Personāla vadīšana un tās uzlabošana uzņēmumā X. Pēc studenta izvēles, saskaņojot ar pasniedzēju.</p> <p>KOPĀ:Studentu skaits 1</p>

Vadības zinību bakalaura SP 3.kurss (6-sem.)

2. Kurša darba temati

apakšprogrammas Starptautiskais bizness studentiem

GLOBALĀS EKONOMIKAS STARPDISCIPLINĀRO STUDIJU NODAĻA

Zinātniskais vadītājs	Temata nosaukums	Studentu skaits
Doc. Ilze Medne	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jauna produkta izveide un virzīšana starptautiskā tirgū 2. Klientu attiecību vadība (CRM) "N" uzņēmumā 3. Patērētāju apmierinātības mērīšana un vadīšana „N” uzņēmumā 4. Pakalpojumu kvalitātes vadīšanas sistēmas un to pielietojuma efektivitāte viesnīcā 5. Klientu attiecību vadīšana (CRM) tūrisma uzņēmumos 6. Pilsētu tūrisma produkta attīstības iespējas Latvijā un tā virzīšana starptautiskā tūrisma tirgū 	6

	<p>7. Kultūras tūrisma produkta attīstības iespējas Latvijā un tā virzīšana starptautiskā tūrisma tirgū</p> <p>8. Latvijas tūrisma produkts un tā virzīšana starptautiskā tūrisma tirgū</p> <p>9. Rīgas tūrisma produkts un tā virzīšana starptautiskā tūrisma tirgū</p> <p>10. Tūrisma / viesnīcas produkta izveide un tā virzīšana starptautiskā tūrisma tirgū</p> <p>11. Tirdzniecības pasākumu komplekss (mārketinga mix) tūrisma uzņēmumā</p> <p>12. Komunikāciju pasākumu komplekss (komunikāciju mix)</p>	
<p>Lekt. Kristīne Bērziņa</p>	<p>1. Starptautiska tūrisma uzņēmuma personāla motivācijas sistēmas pilnveidošana</p> <p>2. Uzņēmuma „N” konkurētspējīgā priekšrocība ES tirgū</p> <p>3. Starptautiska tūrisma produkta veidošana un virzīšana tirgū</p> <p>4. Latvijas kā tūrisma vietas virzīšana starptautiskā tirgū</p> <p>5. Sadarbības tīklu analīze (PPP, asociācijas, u.c.)</p> <p>6. Sadarbības tīkla paplašināšana starptautiskā līmenī</p> <p>7. Starptautiskā darījumu tūrisma attīstības iespējas Latvijā</p> <p>8. Tūrisma starpniecības sektora ieiešanas stratēģijas starptautiskā tirgū</p> <p>9. Tehnoloģisko sasniegumu pielietojums tūrisma uzņēmumu attīstībai</p> <p>10. Inovācijas starptautiskā tūrisma uzņēmuma darbībā</p>	4
<p>Pasn. Santa Sproģe-Rimša</p>	<p>1. Ārvalstu tiešās investīcijas -starptautiskās biznesa stratēģijas sastāvdaļa;</p> <p>2. X uzņēmuma pieejamo resursu analīze konkurētspējas paaugstināšanas aspektā;</p> <p>3. Eiropas Savienības ietekme uz X uzņēmuma biznesa stratēģiju;</p> <p>4. Zināšanu pārneses nozīme starptautiskajā uzņēmējdarbībā;</p> <p>5. X uzņēmuma biznesa stratēģijas novērtējums. Tēma pēc studenta izvēles saskaņojot ar vadītāju.</p>	2
<p>Lekt. Egīls Fortiņš</p>	<p>1. Firmas ieiešanas stratēģijas citu valstu tirgos</p> <p>2. Starptautiskā preču mix stratēģijas</p> <p>3. Starptautiskie tirdzniecības darījumi</p> <p>4. Valūtas kursa ietekme uz valsts ārējo tirdzniecību</p> <p>5. Valsti raksturojošie indeksi</p> <p>6. Starptautiskās sadales stratēģijas</p>	4
<p>Doc. Inese Kalniņa</p>	<p>1. Elektroniskās naudas izmantošanas priekšrocības starptautiskā biznesa attīstībai.</p> <p>2. Eiropas Centrālās Bankas digitālās valūtas ieviešanas iniciatīvas attīstības scenāriji un iespējas.</p> <p>3. Dubultās nodokļu aplikšanas novēršanas aspekti uzņēmējdarbības veikšanai Eiropas Savienības dalībvalstīs</p>	5

* **Konsultāciju laikiem sekojiet līdzi informācijai BVEF mājas lapā**

<https://www.bvef.lu.lv/par-fak/katedras/>