

BALTIJAS STARPTAUTISKĀS AKADEMIJAS



**Studiju virziens: Viesnīcu un restorānu servisa
un tūrisma un atpūtas organizācija**

Pašnovērtējuma ziņojums

par 2017./2018.māc.g.

7.līmenis

Otrā līmeņa profesionālās augstākās izglītības maģistra
studiju programma
“Komunikācijas vadība izklaides
un atpūtas industrijā”
kods: 47812

Rīgā, 2019

SATURA RĀDĪTĀJS

V. OTRĀ LĪMEŅĀ PROFESIONĀLĀS AUGSTĀKĀS IZGLĪTĪBAS MAĢISTRA STUDIJU PROGRAMMAS “KOMUNIKĀCIJAS VADĪBA IZKLAIDES UN ATPŪTAS INDUSTRIJĀ” RAKSTUROJUMS		3
5.1.	Studiju programmas nosaukums, iegūstamais grāds, profesionālā kvalifikācija vai grāds un profesionālā kvalifikācija, mērķi un uzdevumi.	3
5.2.	Studiju programmā paredzētie studiju rezultāti.	7
5.3.	Uzņemšanas noteikumi (īpaši norāda prasības, uzsākot studiju programmu). Ja studiju programmu paredzēts īstenot svešvalodās, ir noteikta reflektantu svešvalodu zināšanu pārbaude.	10
5.4.	Studiju programmas plāns (studiju kursu un studiju moduļu saraksts, to apjoms kredītpunktos, sadalījums pa studiju programmas obligātās, ierobežotās izvēles vai brīvās izvēles daļām, norādot to apjomu kredītpunktos, īstenošanas plānojumu).	11
5.5.	Studiju programmas praktiskā īstenošana (izmantotās studiju metodes un formas, tālmācības metožu izmantošana). Vērtēšanas sistēma (izglītības kritēriji un vērtēšanas metodes studiju rezultātu sasniegšanai un novērtēšanai, pārbaudes formas un kārtība).	20
5.6.	Studiju programmas absolventu nodarbinātības perspektīvas, pamatojot atzinumus ar atsaucēm uz informācijas avotiem.	26
PIELIKUMI STUDIJU PROGRAMMAS RAKSTUROJUMAM:		33
<i>Pielikums Nr.5.1</i>	Studiju kursu apraksti.	
<i>Pielikums Nr.5.2</i>	Studiju programmas satura atbilstība valsts akadēmiskās izglītības standartam vai profesijas standartam un profesionālās augstākās izglītības valsts standartam un citiem normatīvajiem aktiem augstākajā izglītībā, tai skaitā, ja iegūstamā kvalifikācija ir reglamentēta profesija.	
<i>PielikumsNr.5.3</i>	Informācija par studējošajiem visā pārskata periodā: - studējošo skaits, norādot sadalījumā pa studiju programmas īstenošanas veidiem, formām (atsevišķi norādot tālmācību), valodām, filiālēm; - pirmajā studiju gadā imatrikulēto studējošo skaits; - absolventu skaits (ja tādi ir).	
<i>PielikumsNr.5.4</i>	Aptauju rezultātu kopsavilkums par studējošo apmierinātību ar studiju kvalitāti un to izmantošana studiju programmu kvalitātes uzraudzībā.	
<i>PielikumsNr.5.5</i>	Aptauju rezultātu kopsavilkums par absolventu apmierinātību ar studiju kvalitāti un to izmantošana studiju programmu kvalitātes uzraudzībā.	

V. Otrā līmeņa profesionālā augstākās izglītības maģistra studiju programmas “Komunikācijas vadība izklaides un atpūtas industrijā” raksturojums.

Baltijas Starptautiskās akadēmijas (tālāk tekstā - BSA) maģistra studiju programma “Komunikācijas vadība izklaides un atpūtas industrijā” (programmas kods 47812) tika izstrādāta apzinoties darba tirgus vajadzības un jaunākās izklaides un atpūtas industrijas tendences Eiropā. Studiju programma izstrādāta, pamatojoties uz Latvijas Republikas reglamentējošajiem dokumentiem:

- 02.11.1995. likums „Augstskolu likums”,
- 20.11.2001. MK noteikumi Nr.481 „Noteikumi par otrā līmeņa profesionālās augstākās izglītības valsts standartu”,
- 30.08.2005. MK noteikumi Nr.650 „Augstākās izglītības programmu licencēšanas kārtība”,
- 25.09.2012. MK noteikumi Nr.668 "Augstskolu, koledžu un studiju virzienu akreditācijas noteikumi",
- 14.04.2005. likums „Zinātniskās darbības likums”.

Studiju programmas izveidē tika izmantots spēkā esošais profesijas standarts „Uzņēmumu un iestāžu vadītājs”, kas apstiprināts IZM 2002. gada 16.maijā ar rīkojumu Nr. 283, kā arī veikta jaunā profesijas standarta analīze, ietverot tā nosacījumus programmas izveidē, lai sekmētu programmas atbilstību „Uzņēmuma vadītāja/vadītāja vietnieka profesijas standarts”, kas saskaņots profesionālās izglītības un nodarbinātības trīspusējās sadarbības apakšpadomē 2011.gada 15.septembra sēdē, protokols Nr.7.

BSA maģistra studiju programma nodrošina augstākā līmeņa profesionālās studijas, kurās sagatavo speciālistus patstāvīgam, radošam un daudzpusīgam zinātniski pētnieciskajam darbam izklaides un atpūtas industrijā, pamatojoties uz Eiropas un pasaules jaunākajām tendencēm konkrētajā jomā. Augstskola rūpējas par jauno profesionāļu sagatavošanu un nodrošina viņiem iespēju iekļauties Eiropas kopējā izglītības telpā.

5.1. Studiju programmas nosaukums, iegūstamais grāds, profesionālā kvalifikācija vai grāds un profesionālā kvalifikācija, mērķi un uzdevumi.

<i>Studiju programmas nosaukums</i>	Otrā līmeņa profesionālā augstākās izglītības maģistra studiju programma “ Komunikācijas vadība izklaides un atpūtas industrijā”
<i>Studiju virziens</i>	Viesnīcu un restorānu servisa un tūrisma un atpūtas organizācija
<i>Studiju programmas kods saskaņā ar Latvijas izglītības</i>	47812

<i>klasifikatoru</i>	
<i>Studiju programmas apjoms, īstenošanas ilgums, studiju veids, forma</i>	*1,5 gadi (3 semestri), 60 kredītpunkti / 90 ECTS, pilna laika studijas; *2 gadi (4 semestri) 60 kredītpunkti / 90 ECTS, nepilna laika studijas un tālmācība; ** 2 gadi (4 semestri) 80 kredītpunkti / 120 ECTS, pilna laika studijas un tālmācība;
<i>Studiju programmas īstenošanas valoda</i>	Latviešu, krievu un angļu valodas
<i>Uzņemšanas prasības</i>	* profesionālās augstākās izglītības bakalaura grāds sociālās, humanitārās un mākslas zinātnēs * 2.līmeņa augstākā profesionālā kvalifikācija sociālās, humanitārās un mākslas zinātnēs * citās zinātnēs, ar nosacījumu, ka ir vismaz trīs gadu vadības pieredze vadītāja amatā ** profesionālās augstākās izglītības bakalaura grāds citās zinātnēs (pedagoģiskajā, tehniskajā, eksaktajā zinātnē utt.) ar nosacījumu, ka ir vismaz trīs gadu vadības pieredze vadītāja amatā (šajā gadījumā studentiem papildus ir jāapgūst daži studiju kursi sagatavošanas semestrī). ** akadēmisko bakalaura izglītību vai profesionālās augstākās izglītības bakalaura grāds citās zinātnēs (pedagoģiskajā, tehniskajā, eksaktajā zinātnē utt.) ar nosacījumu, ka ir vismaz trīs gadu vadības pieredze vadītāja amatā (šajā gadījumā studentiem papildus ir jāapgūst daži studiju kursi sagatavošanas semestrī).
<i>Iegūstamais grāds</i>	Profesionālais maģistra grāds atpūtas un izklaides industrijas uzņēmumu vadībā
<i>Profesionālā kvalifikācija</i>	Uzņēmuma vadītājs atpūtas un izklaides jomā
<i>Profesijas standarts</i>	Uzņēmuma vadītājs atpūtas un izklaides jomā
<i>Adreses, kur tiek īstenota studiju programma, norādot augstskolu un augstskolas filiāli</i>	BSA Rīgā Lomonosova iela 4, Rīga, Latvija, LV 1019,
<i>Studiju programmas direktora vārds uzvārds, kontaktinformācija</i>	<i>Docente, Dr.sc.pol. Marina Gunare,</i> <i>marina.gunare@gmail.com</i> <i>tālr.67100519, mob.tālr.26452527</i>

Maģistra studiju programmas "Komunikācijas vadība izklaides un atpūtas

industrijā” mērķis ir, saskaņā ar **Baltijas Starptautiskās akadēmijas darbības un attīstības ilgtermiņa stratēģiju 2009.-2015.gadam**¹, sagatavot kvalificētus speciālistus, lai sekmētu viņu konkurētspēju mainīgos sociālekonomiskajos apstākļos, t.i.:

sagatavot mūsdienīgi izglītotus, augsti kvalificētus, kompetentus un konkurētspējīgus profesionāļus, kuri spēj iniciēt un vadīt nozares uzņēmējdarbības izmaiņas, organizēt un plānot izmaiņas organizācijās un kopienā, iniciēt un vadīt dažāda mēroga projektus, sniegt atbalstu un veicināt nozares izmaiņas lokālā, reģionālā un starptautiskā mērogā, multikulturālā vidē, balstoties uz mūsdienu attīstības tendencēm Eiropā un pasaulē, dodot studentiem iespēju radoši risināt izvirzītos uzdevumus, strādāt starptautiskās komandās un efektīvi vadīt institūcijas, iegūt augstāko profesionālo izglītību komunikācijas, izklaides un atpūtas jomā, iegūstot maģistra grādu, sekmēt personības pašizaugsmi ar iespējām turpināt studijas doktora programmā.

Studiju programma ietver elementus, kas veicina studentu personības izaugsmi, attīsta organizatoriskās prasmes organizēt un vadīt komandas darbu, kā arī sekmē studējošo kritisku izpratni par jautājumiem saistībā ar uzņēmējdarbības problēmām lokālā, reģionālā un starptautiskā mērogā, lai spētu analītiski formulēt specifiskas problēmas un attīstīt vadības prasmes, izmantojot esošos un attīstot jaunus kopienas resursus.

Programma attīsta jaunas kompetences – pamatojoties uz pētījumiem un inovatīvu risinājumu pielietojumu praksē, uzņemties atbildību par ieguldījumu profesionālajās zināšanās un praksē, organizējot individuālo un komandas darbu vai vadot citu darbinieku darbu.

Lai sasniegtu programmas mērķi, ir izvirzīti šādi maģistra studiju programmas **uzdevumi**:

- Sagatavot augsti kvalificētus un konkurētspējīgus darbiniekus LR un ES tūrisma, atpūtas un izklaides jomas vajadzībām, kā arī sekmēt to konkurētspēju mainīgajos sociālekonomiskajos apstākļos un starptautiskajā darba tirgū;
- piedāvāt laikmetīgu, kvalitatīvu un sabalansētu apmācību, lai nodrošinātu teorētisko, pētniecisko un praktisko iemaņu apgūšanu, profesionālo tālākizglītību un zinātnisko pētniecību;
- nodrošināt programmā iegūstamās izglītības līmeņa atbilstību darba tirgus un darba devēju prasībām, sniedzot konkrētas un vispusīgas zināšanas un prasmes, kuras nepieciešamas modernajā uzņēmējdarbības vidē;
- attīstīt studentu radošās spējas uzņēmējdarbībā, uzņēmuma vadīšanā, kā arī prasmi attīstīt radošo potenciālu un veicināt atpūtas un izklaides industrijas produktu patēriņu sabiedrībā;
- attīstīt mūsdienu darba tirgū nepieciešamās prasmes un iemaņas – prezentācijas,

¹ *Baltijas Starptautiskās akadēmijas darbības un attīstības ilgtermiņa stratēģija 2009.-2015.gadam* . APSTIPRINĀTA BSA Senāta sēdē 2009. gada 13.janvārī. Protokols Nr.79/13.01.09 // <http://bsa.edu.lv/docs/strateg2015.doc>

- argumentēšanas, saskarsmes, informācijas ieguves un apstrādes, spēju radoši un kritiski domāt un analizēt nozares problēmas;
- attīstīt specifiskas problēmu risināšanas prasmes, kas vajadzīgas pētījumiem un/vai inovācijai, lai radītu jaunas zināšanas un procedūras, integrētu zināšanas no dažādām jomām tūrisma, atpūtas un izklaides industrijā;
 - īstenot attīstības tendenču atpūtas un izklaides jomā Latvijā un Eiropā, padziļināt apguvi komunikācijas zinātnes kontekstā;
 - sniegt iespēju gūt pieredzi atpūtas un izklaides pasākumu un projektu plānošanā, organizēšanā un izvērtēšanā;
 - pilnveidot studējošo radošo spēju attīstīšanu, izmantojot mūsdienīgas studiju metodes sadarbībā ar partneraugstskolām, organizējot pieredzes apmaiņu ar partneriem atbilstoši globālā tūrisma, atpūtas un izklaides tirgus standartiem;
 - veidot studentos interesi par tālākizglītību, profesionālās kvalifikācijas celšanu un studiju turpināšanu doktora studiju programmā.

5.2. Studiju programmā paredzētie studiju rezultāti.

Studiju programmas misija

Sagatavot studentus darbam tūrisma un viesmīlības. atpūtas un izklaides jomā kopienā, attīstot vadītāja un līdera prasmes, uzņemties atbildību risināt esošās problēmas un attīstīt preventīvo darbu, sadarbojoties ar citiem partneriem un iesaistīt kopienas dalībniekus nozares vides pilnveidē un attīstībā.

SADARBĪBA UN PARTNERĪBA:

Indivīds

Sabiedrība

Partnerība ir definēta kā sadarbības princips, kas veicina partnerības resursu un risku izvērtēšanu institūcijā un kopienā. Partnerattiecība ir potenciāls, lai sekmētu vajadzības atbilstošu vidi, veicinot sociālo un ekonomisko taisnīgumu un palielinātu cilvēku potenciālu līdzdarboties un iesaistīties.

Lai to paveiktu, akcentē: (1) stiprināt indivīda labklājību, (2) stiprinot attiecības ar institūcijas un kopienas dalībniekiem (a) un starp sabiedrības grupām, (b) starp kopienas organizācijām, un (c) starp sabiedrības grupām un kopienas organizācijām, un (3) radot jaunus kopienas resursus.

Līdzdarbība



Koordinēšana



Sadarbība

Attīstība

Plānošana

Līdzdalība

Pārvalde un administrēšana

KOMPETENCES

1. Biznesa novērtējums un attīstība	2. Starpkultūru un partneru komunikācija	3. Līderība un menedžments	4. Finanšu resursi	5. Pētniecība, novērtēšana, tehnoloģijas
Spēja veidot padziļinātu izpratni par izklaides un atpūtas industrijas procesiem un mijiedarbību, veidot radošu profesionālo darbību atpūtas un izklaides industrijā, izstrādāt un īstenot projektus atpūtas un izklaides jomā, novērtēt projektu atbilstību tirgus vajadzībām.	Spēja attīstīt publiskās uzstāšanās kultūras prasmes, pilnveidot komandas darba iemaņas un prasmes, veidot komunikāciju tehnoloģijas daudzkultūru sabiedrībā, veidot izpratni par dažādu mērķa grupu interesēm, tradīcijām, īpatnībām un vajadzībām, attīstīt starpprofesionālās komandas veidošanas principus.	Spēja iesaistīties, organizēt un vadīt biznesa aktivitātes, sintezēt zināšanas un prasmes projektu, partnerības un organizācijas vadībā, veicināt uzņēmējdarbību, inovāciju piesaisti atpūtas un izklaides jomā, veidot sadarbību ar citiem šīs jomas dalībniekiem, valsts, pašvaldības, nevalstiskajām un privātajām institūcijām.	Spēja veidot resursu attīstības stratēģiju un noteikt dažādus finansējuma avotus, rast risinājumus jaunu avotu piesaistei.	Spēja pielietot pētniecības metodes un tehnoloģiskos procesus, novērtējot darbu, organizāciju, integrēt dažādu jomu zināšanas pētniecībā, veikt pētniecisko darbību un ieviest inovatīvas idejas atpūtas un izklaides industrijā, izkopt ētisko un sociālo atbildību par zinātnes rezultātiem.

Studiju rezultāti – zināšanu, prasmju un kompetences kopums. Programmas plānotie rezultāti ir: maģistra programmas absolventi iegūst profesionālas zināšanas un iemaņas šādos virzienos: uzņēmuma stratēģiskā vadība, stratēģiskās mārketinga komunikācijas, līderība uzņēmumā un projektā, iemaņas darbā starptautiskajā komandā, uzņēmuma kvalitātes vadības sistēmas izveide, kas nodrošina vadošo pozīciju iegūšanu pakalpojumu tirgū, radot produktu, atbilstošu patērētāju vajadzībām un starptautiskajām kvalitātes prasībām, kā arī zināšanas un iemaņas nepieciešamas efektīvai darbībai atpūtas un izklaides industrijā.

Studiju programmas mērķi, uzdevumi un studiju rezultāti ir skaidri, sasniedzami un pārbaudāmi, ir saskaņā ar BSA izvirzītajiem mērķiem un uzdevumiem.

Programma ir veidota tā, lai tās obligātajā daļā tiktu apgūtas teorētiskās zināšanas un iegūtas pētnieciskās un pedagoģiskās prasmes un iemaņas, kuras veido pilnīgu pamatu patstāvīga zinātniskā pētījuma izstrādāšanai atpūtas un izklaides industrijā. Programmas izvēles daļa paver iespēju plašākām un padziļinātām studijām maģistrantu pētniecisko interešu jomās. Tas ļauj pamatojoties uz demogrāfisko, ekonomisko un tiesisko situāciju, veidot Latvijas iekšējam tirgum un starptautiskajai konkurencei atbilstīgu programmu, piesaistot kā Latvijas, tā arī ārvalstu studentus.

Vadlīnijas noteiktas MK noteikumu (2.12.2008.) Nr.990 „Noteikumi par Latvijas izglītības klasifikāciju” 1.pielikuma 2.tabulā (ar grozījumiem 05.10.2010.), kas ir pielietotas maģistra studiju programmā.

Saskaņā ar MK noteikumiem, studiju rezultāti programmai “Komunikācijas vadība izklaides un atpūtas industrijā” ir noteikti un precizēti:

Zināšanas: Maģistranti demonstrē padziļinātas zināšanas tūrisma izklaides un atpūtas jaunāko teorētisko atziņu jomā; demonstrē izpratni par komercdarbības vadības jaunākajiem atklājumiem; izmantojot apgūtās zināšanas, spēj veikt pētniecību un darboties izklaides un atpūtas jomu saskarē.

Prasmes: Programmas absolventi spēj patstāvīgi darboties izklaides un atpūtas jomā, pārzina vadības teorijas, lai risinātu aktuālas problēmas izklaides un atpūtas joma. Spēj argumentēti diskutēt par sarežģītiem un sistēmiskiem vadības aspektiem gan ar speciālistiem, gan ar nespēcīstiem. Spēj iekļauties darba grupās, veikt pētniecisku darbību un uzņemties atbildību par grupu darba rezultātiem. Spēj veikt profesionālos pienākumus, tālāku mācīšanos, meklēt risinājumus sarežģītos un neprognozējamos izklaides un atpūtas nozares uzņēmumu darbības (tai skaitā krīzes) apstākļos, lietot jaunas un radošas pieejas.

Kompetences: Izstrādājot maģistra darbu, spēj pastāvīgi formulēt un kritiski analizēt sarežģītas izklaides un atpūtas nozares un uzņēmumu profesionālās problēmas. Spēj integrēt nozares problēmu risināšanā dažādas ekonomikas, vadībzinātnes, tirgvedības, finanšu jomu zināšanas. Studiju programmu apguvušie augstskolas absolventi savā praktiskajā darbībā demonstrē un pielieto zemāk minētās zināšanas un prasmes, profesionālās kompetences:

Programmas plānotie rezultāti ir saistīti ar zināšanām, prasmēm un profesionālo kompetenci

<i>Kulturoloģiskās kompetences</i>	<ul style="list-style-type: none"> · uzkrāt un pilnveidot pieredzi starpkultūru komunikācijā · veidot izpratni par kultūru daudzveidību un to īpatnībām orientēties savas valsts un pasaules aktualitātēs kultūras, atpūtas un izklaides jomās · veidot starptautiskos projektus, ievērojot nacionālās un starpkultūru tradīcijas
<i>Intelektuālās kompetences</i>	<ul style="list-style-type: none"> · veidot padziļinātu izpratni par izklaides un atpūtas industrijas iespējām pasaules mērogā · pilnveidot zinātnisko potenciālu, kā arī izkopt spēju sniegt zināšanas citiem · attīstīt radošo potenciālu izvēlētajā specialitātē · pilnveidot profesionālo izaugsmi, izmantojot tālākizglītības un pētniecības iespējas
<i>Profesionālās kompetences</i>	<ul style="list-style-type: none"> · izmantot teorētiskās zināšanas profesionālajā darbībā · veidot padziļinātu izpratni par izklaides un atpūtas industrijas procesiem un mijiedarbību · pilnveidot izpratni par pašpilnveides procesiem profesionālajā darbībā · attīstīt starpprofesionālās komandas veidošanas principus integrēt dažādu jomu zināšanas pētniecībā, veikt pētniecisko darbību un ieviest inovatīvas idejas atpūtas un izklaides industrijā · izkopt ētisko un sociālo atbildību par zinātnes rezultātiem
<i>Praktiskās kompetences</i>	<ul style="list-style-type: none"> · attīstīt sociālo atbildību · izmantot mūsdienu tehnoloģiju iespējas · veicināt uzņēmējdarbību, inovāciju piesaisti atpūtas un izklaides jomā · veidot radošu profesionālo darbību atpūtas un izklaides industrijā · pilnveidot savu profesionālo kompetenci · izstrādāt un īstenot projektus atpūtas un izklaides jomā, novērtēt projektu atbilstību tirgus vajadzībām · veidot sadarbību ar citiem šīs jomas dalībniekiem, valsts, pašvaldības, nevalstiskajām un privātajām institūcijām
<i>Saskarsmes kompetences</i>	<ul style="list-style-type: none"> · attīstīt publiskās uzstāšanās kultūras prasmes · pilnveidot komandas darba iemaņas un prasmes · veidot komunikāciju tehnoloģijas daudz kultūru sabiedrībā · veidot izpratni par dažādu mērķa grupu interesēm, tradīcijām, īpatnībām un vajadzībām
<p>Studiju rezultāti ir definēti katram studiju kursam. Skatīt Pielikumu Nr.5.1.</p>	

5.3. Uzņemšanas noteikumi (īpaši norādot prasības, uzsākot studiju programmu). Ja studiju programmu paredzēts īstenot svešvalodās, ir noteikta reflektantu svešvalodu zināšanu pārbaude.

(atbilstoši Augstskolu likuma 55.panta 1.punktam: prasības attiecībā uz iepriekšējo izglītību)

Saskaņā ar Izglītības un zinātnes ministrijas prasībām (Augstskolu likuma 46. panta 5. daļa) un Izglītības un zinātnes ministrijas 2003.gada 27.novembra instrukciju Nr.8 "Uzņemšanas noteikumi Latvijas augstskolās". Uzņemšana studiju programmā notiek atbilstoši BSA uzņemšanas noteikumiem.

Programmas studentu imatrikulācijas principi:

1. Uzņemšanu BSA organizē un nodrošina Uzņemšanas komisija, kas tiek izveidota ar rektora rīkojumu.
2. Visas imatrikulētās personas ir BSA studenti.
3. Tiesības mācīties BSA ir LR pilsoņiem un pastāvīgajiem iedzīvotājiem, kā arī personām, kurām ir pastāvīgas uzturēšanās atļauja Latvijā, neatkarīgi no dzimuma, sociālā un īpašuma stāvokļa, rases un nacionālās piederības, politiskiem uzskatiem un reliģiskās pārliecības, nodarbinātības un dzīvesvietas. Ārvalstnieki var mācīties BSA saskaņā ar LR Augstskolu likuma 83.-85. pantu prasībām.

Imatrikulācija studiju programmā notiek saskaņā ar BSA dokumentu „Uzņemšanas noteikumi un imatrikulācijas kārtība BSA”, kas izdots saskaņā ar LR Augstskolu likuma 46. panta 1. daļu un 2006. gada 10. oktobra Ministru Kabineta noteikumiem Nr. "Prasības, kritēriji un kārtība uzņemšanai studiju programmās". Ar dokumentu var iepazīties BSA mājas lapā http://www.bsa.edu.lv/lang/latuzn_not.doc un Uzņemšanas komisijā Lomonosova ielā 4, 216. kabinetā.

Studiju programmā ir iespēja studēt **pilna/nepilna laika studiju formā klātienē/neklātienē**. Studiju ilgums ir **1,5 gadi** vai **2 gadi**.

Studiju programmas apguves laiks ir 1,5 gadi, ja iepriekš ir iegūts profesionālās augstākās izglītības bakalaura grāds sociālās, humanitārās un mākslas zinātnēs un/ vai 2.līmeņa augstākā profesionālā kvalifikācija sociālās, humanitārās un mākslas zinātnēs vai citās zinātnēs ar nosacījumu, ka ir vismaz trīs gadu vadības pieredze vadītāja amatā.

Studiju programmas apguves laiks ir 2 gadi, ja iepriekš ir iegūts profesionālās augstākās izglītības bakalaura grāds citās zinātnēs (pedagoģiskajā, tehniskajā, eksaktajā zinātnē utt.) ar nosacījumu, ka ir vismaz trīs gadu vadības pieredze vadītāja amatā. Šajā gadījumā studentiem papildus ir jāapgūst daži studiju kursi sagatavošanas semestrī; ja iepriekš ir iegūts profesionālās augstākās izglītības bakalaura grāds sociālās, humanitārās un mākslas zinātnēs, 2.līmeņa augstākā profesionālā kvalifikācija sociālās, humanitārās un mākslas zinātnēs, citās zinātnēs, ar nosacījumu, ka ir vismaz trīs gadu vadības pieredze vadītāja amatā.

Profesionālās augstākās izglītības bakalaura grāds citās zinātnēs (pedagoģiskajā,

tehniskajā, eksaktajā zinātnē utt.) ar nosacījumu, ka ir vismaz trīs gadu vadības pieredze vadītāja amatā. Personas ar iepriekšējo akadēmisko bakalaura izglītību vai profesionālo kvalifikāciju ar tūrisma nesaistītās jomās, studē 2 gadus, apgūstot 80 kredītpunktus (120 ECTS). Šīs personas, lai iegūtu profesionālo kvalifikāciju "Tūrisma un atpūtas organizācijas vadītājs", papildus iziet komercdarbības praksi (Prakse 1 - 6 nedēļas; Prakse 2 - 10 nedēļas) vizmas 10 KP 3.semestrī. Šajā gadījumā studentiem papildus ir jāapgūst daži studiju kursi sagatavošanas semestrī.

Nolikums par uzņemšanas noteikumiem un imatrikulācijas kārtību Baltijas Starptautiskajā akadēmijā 2016./2017. studiju gadam <http://www.bsa.edu.lv/lang/lat/abiturient.htm> ir iekļauts sekojošs formulējums "Iestāties BSA profesionālās maģistrantūras programmā "Komunikācijas vadība izklaides un atpūtas industrijā" ir tiesības personām, kuras ieguvušas profesionālā bakalaura grādu sociālās vai humanitārās, kā arī mākslas zinātnēs; 2. līmeņa augstāko profesionālo izglītību un profesionālo kvalifikāciju sociālās vai humanitārās, kā arī mākslas zinātnēs; profesionālā bakalaura grādu vai 2. līmeņa augstāko profesionālo izglītību citās zinātnēs ar nosacījumu, ka reflektantam ir vismaz trīs gadu darba pieredze vadītāja amatā. Personas, kuras ieguvušas augstāko profesionālo izglītību citās nozarēs, var tikt ieskaitītas profesionālās maģistrantūras programmā "Komunikācijas vadība izklaides un atpūtas industrijā" ar normatīvo ilgumu 2 gadi. Personas, kuras ieguvušas augstāko akadēmisko izglītību, var tikt ieskaitītas profesionālās maģistrantūras programmā "Komunikācijas vadība izklaides un atpūtas industrijā" ar normatīvo ilgumu 2 gadi, ar nosacījumu, ka reflektantam ir vismaz trīs gadu darba pieredze izklaides, atpūtas vai viesmīlības jomā."

Profesionālajā maģistratūras studiju programmā "Komunikācijas vadība izklaides un atpūtas industrijā", plānots organizēt iestājpārbaudījumu, kas balstās uz iesniegtu aprakstu par topošo maģistra darba tēmu un pārrunām.

2016./2017. akadēmiskajā gadā studenti ir uzņemti tikai Rīgā. Pielikumu Nr.6.5.

5.4. Studiju programmas plāns (studiju kursu un studiju moduļu saraksts un to apjoms kredītpunktos, sadalījums pa studiju programmas obligātās, ierobežotās izvēles vai brīvās izvēles daļām, norādot to apjomu kredītpunktos, īstenošanas plānojumu).

Studiju programmu struktūra

Studiju programma pilnā mērā atbilst Latvijas Republikas Ministru kabineta 2001.gada 20. novembra noteikumiem Nr. 481, kuri reglamentē profesionālās augstākās izglītības maģistra studiju programmas obligāto saturu, proti:

1. studiju kursi, kas nodrošina jaunāko sasniegumu apguvi nozares teorijā un praksē - vismaz 7 KP;
2. pētnieciskā, jaunrades un projektēšanas darba un vadībzinību kursi - vismaz 5 KP;

3. pedagoģijas un psiholoģijas studiju kursi – vismaz 2 KP;
 4. prakse – vismaz 6 KP;
 5. Valsts pārbaudījums – maģistra darbs – vismaz 20KP.
 Studiju programmas atbilstība valsts profesionālās izglītības standartam.
 Studiju programma ar 4 gadīgu bakalaura izglītību sociālās, humanitārās un mākslas zinātnēs

Nr.p.k.	Studiju kurss	Docētājs	KP/ECTS
1.	<i>Obligātie studiju kursi, kas nodrošina jaunāko sasniegumu padziļinātu apguvi teorijā un praksē (A daļa) 20 KP/30 ECTS</i>		
1.1.	<i>Globalizācija un kultūru dažādība</i>	Mg.art., Dr.iur. doc. I.J. Mihailovs Dr.paed., doc. I. Popova	2 KP/ 3 ECTS
1.2.	<i>Stratēģiskā vadība atpūtas un izklaides industrijā I</i>	Dr. admin., viesdoc. R. Kočanova Dr.oe.c.. vieslek. G. Glebova	5 KP/ 7,5 ECTS
	<i>Stratēģiskā vadība atpūtas un izklaides industrijā II: Kvalitātes vadības sistēmas</i>	Dr. oec., viesdoc. G. Glebova	
	<i>Stratēģiskā vadība atpūtas un izklaides industrijā III: Intelektuāla kapitāla vadība</i>	Dr.oec., doc. S. Stradiņa	
1.3.	<i>Starptautiskais mārketinga I</i> <i>Starptautiskais mārketinga II: stratēģiskās mārketinga komunikācijas</i>	Dr.oec., doc. J. Vozņuka	4 KP/ 6 ECTS
	<i>Starptautiskais mārketinga III: e-mārketinga</i>	Dr.med., doc. D. Zagulova	
1.4.	<i>Atpūtas un izklaides industrija</i>	Dr.sc.polit., doc. M. Gunare Dr. art., doc. N. Pazuhina	3 KP/ 4,5 ECTS
1.5.	<i>Ilgspējīga attīstība tūrisma un atpūtas jomā</i>	Dr.sc.polit., doc. M. Gunare Mg. philol., Mg. MBA, doc. N.Sotikova Mg. philol., Mg. paed., doc. L. Bavrina	2 KP/ 3 ECTS

1.6.	<i>Biznesa angļu valoda multikultūras vidē</i>	Dr.paed., doc. I.Popova	4 KP/ 6 ECTS
2.	<i>Studiju kursi, kas nodrošina pētnieciskā darba, jaunrades darba, projektēšanas darba un vadībinību studiju kursi (B daļas izvēles studiju kursi) (10 KP/15 ECTS)</i>		
2.1.	<i>Sociāli ekonomiskie pētījumi un zinātniskā projektēšana atpūtas un izklaides jomā</i>	Dr.med., doc. D. Zagulova Dr.oec., doc. S. Stradiņa	4 KP/ 6 ECTS
2.2.	<i>Starptautisku projektu vadība atpūtas un izklaides nozarē</i>	Mg.sc.pol., doc.A. Mite Dr.oec. J. Popova Viesdocetaji	2 KP/ 3 ECTS
2.3.	<i>Budžeta plānošana un investīciju projektu novērtēšana</i>	Mg.oec. Doc. Ž. Černoštana Dr.oec. J. Popova	2 KP/ 3 ECTS
2.4.	<i>Inovātīvās tehnoloģijas atpūtas un izklaides jomā</i>	Dr.oec. vad. pētn. J. Popova Mg.sc.pol., doc. A. Mite	2 KP/ 3 ECTS
2.5.	<i>Kultūras tirgi un kultūras prakses</i>	Dr.art., doc. N. Pazuhina Mg. philol., viesdoc. I. Markina	4 KP/ 6 ECTS
2.6.	<i>Pieredzes mārketinga atpūtas un izklaides industrijā</i>	MBA, doc., N. Sotikova Dr.sc.polit., doc. M. Gunare	2 KP/ 3 ECTS
2.7.	<i>Producēšana</i>	Dr.sc.polit., doc. M. Gunare Viesdocetaji	2 KP/ 3 ECTS
3.	<i>Pedagoģijas un psiholoģijas kursi (B)</i>		
3.1.	<i>Starpprofesionāļu komandas vadība</i>	Dr.biol., doc. I. Kazanovska Viesdocetaji	2 KP/ 3 ECTS
3.2.	<i>Patērētāju uzvedība atpūtas un izklaides jomā</i>	Mg. philol.I. Markina Dr.psych.,Asoc.prof.O.Nikiforovs	2 KP/ 3 ECTS
3.3.	<i>Kreatīvas domāšanas</i>	Dr.sc.polit., doc. M. Gunare Mg. philol., viesdoc. I. Markina	2 KP/ 3 ECTS

	<i>tehnoloģijas</i>	Viesdocetāji	
3.4.	<i>Akmeoloģijas pamati</i>	Dr. paed., Prof. O. Filina Dr.psych.,Asoc.prof.O.Nikiforovs Dr.paed., doc. I. Popova	2 KP/ 3 ECTS
3.5.	<i>Spēļu teorija un prsakse</i>	Dr. sc. polit., doc. M. Gunare Viesdocetāji	2 KP/ 3 ECTS
4.	<i>Prakse: Atpūta un izklaide</i>	Dr. paed., Prof. O. Filina	6 KP/ 9 ECTS
5.	Valsts pārbaudījums		
5.1.	<i>Maģistra darbs</i>	Zinātniskā darba vadītājs	20 KP/ 30 ECTS

Analizējot profesionālo atpūtas un izklaides jomu un tajā nodarbinātos, ir nepieciešamība sniegt iespēju iegūt profesionālo maģistra grādu un kvalifikāciju – Uzņēmuma vadītājs atpūtas un izklaides jomā, citiem studēt gribētājiem ar citu 4 gadīgu bakalaura izglītību; prasmju apgūšanai tiek nodrošināts papildus semestris (Ps* - Papildus semestris).

Papildus studiju semestris ar citu 4 gadīgu bakalaura izglītību.

Nr.p.k.	Studiju kurss	Docētājs	KP/ECTS
6.	** Studiju kursi, kas nodrošina izklaides un atpūtas pamati (20KP/30 ECTS)		
**6.1.	<i>Tūrisma, izklaides un atpūtas uzņēmumu vadība</i>	Dr. oec., viesdoc. G. Glebova Dr.oec., vad. petn. J. Popova	2 KP/ 3 ECTS
**6.2.	<i>Mārketings un mārketinga pētījumi</i>	Dr.oec., doc. J. Vozņuka Mg. philol., doc. L. Gorelkina	2 KP/ 3 ECTS
**6.3.	<i>Uzņēmējdarbības ekonomika atpūtas un izklaides jomā</i>	Dr.oec. vad.petn. J. Popova Dr. oec., viesdoc. G. Glebova	2 KP/ 3 ECTS
**6.4.	<i>Lietišķā komunikācija un publiskās uzstāšanās kultūra</i>	MBA, doc., N. Sotikova Dr.paed., doc. I. Popova	2 KP/ 3 ECTS
**6.5.	<i>Prezentācija, moderācija, animācija</i>	Dr. sc. polit., doc. M. Gunare Dr.med., doc. D. Zagulova	2 KP/ 3 ECTS
**7.	Prakse (10 KP/15 ECTS)		
**7.1.	<i>Prakse: Viesmīlība</i>	Dr. paed., Prof. O. Filina	10 KP/ 15 ECTS

Pilna laika studijās 30% apjoma ir jārealizē kā kontaktstundas. 1 KP = 12 st.

Programmas akadēmiskā personāla struktūra atbilst visām Latvijā nepieciešamajām prasībām par akadēmiskā personāla sastāvu augstākajās mācību iestādēs – akadēmijās: maģistra programmā ne mazāk kā 50% no programmas akadēmiskā personāla ir zinātņu doktori. Maģistra studiju programmā “Komunikācijas vadība izklaides un atpūtas industrijā” nodarbināti vairāk nekā 70% zinātņu doktori.

Studiju programmas plāns 1,5 gadiem

Studiju kursi	1.gads (KP)		2.gads (KP)
	1. sem.	2.sem.	3.sem.
<i>1. Studiju kursi, kas nodrošina jaunāko sasniegumu apguvi nozares teorijā un praksē (A daļa)</i>	10	10	-
<i>2.Pētnieciskā, jaunrades un projektēšanas darba un vadībzinību kursi (B daļa)</i>	4	6	-
<i>3. Pedagoģijas un psiholoģijas studiju kursi (B daļa)</i>	2	2	-
<i>4. Prakse</i>	4	2	-
<i>Maģistra darbs</i>	-	-	20
Studiju programmā KOPĀ:	20	20	20

Studiju programmas plāns 2 gadiem (pilna laika)

Studiju kursi	1.gads (KP)		2.gads (KP)	
	1.sem.	2.sem.	3.sem.	Ps*
<i>1.Studiju kursi, kas nodrošina jaunāko sasniegumu apguvi nozares teorijā un praksē (A daļa)</i>	12	8	-	-
<i>2. Pētnieciskā, jaunrades un projektēšanas darba un vadībzinību kursi (B daļa)</i>	4	6	-	-
<i>3.Pedagoģijas un psiholoģijas studiju kursi (B daļa)</i>	2	2	-	-
<i>4. Prakse</i>	2	4	-	-
<i>Maģistra darbs</i>	-	-	20	-
Studiju programmā KOPĀ:	20	20	20	20

Ps* - Papildus semestris

Studiju programmas plāns 2 gadiem (nepilna laika studijas un tālmācība)

Studiju kursi	1.gads (KP)		2.gads (KP)	
	1.sem.	2.sem.	3.sem.	4.sem.
1. Studiju kursi, kas nodrošina jaunāko sasniegumu apguvi nozares teorijā un praksē (A daļa)	8	7	5	-
2. Pētnieciskā, jaunrades un projektēšanas darba un vadībzinību kursi (B daļa)	2	2	6	-
3. Pedagoģijas un psiholoģijas studiju kursi (B daļa)		2	2	-
4. Praktise	2	2	2	-
Maģistra darbs	-	-	-	20
Studiju programmā KOPĀ:	12	13	15	20

Studiju programmas plāns 2 gadiem (citās zinātnēs)

Studiju kursi	1.gads (KP)		2.gads (KP)	
	1.sem.	2.sem.	3.sem.	Ps*1.sem.
1. Studiju kursi, kas nodrošina jaunāko sasniegumu apguvi nozares teorijā un praksē (A daļa)	12	8	-	
2. Pētnieciskā, jaunrades un projektēšanas darba un vadībzinību kursi (B daļa)	4	6	-	
3. Pedagoģijas un psiholoģijas studiju kursi (B daļa)	2	2	-	
4. Praktise	2	4	-	
Maģistra darbs	-	-	20	-
Studiju programmā KOPĀ:	20	20	20	20

Ps* - Papildus semestris

Izvērtējot iepriekšējo iegūto izglītību, profesionālos sasniegumus un mūžizglītības ietvaros apgūtos profesionālos izglītības kursus, studentam individuāli tiek izvērtēti studiju procesam nepieciešamie studiju kursi programmā. Pamatojoties uz 2004. gada 16. novembra MK noteikumiem Nr.932 "Studiju uzsākšanas kārtība vēlākos studiju posmos" un likuma „Augstskolu likums” 59.2 pantu, studijas ārpus studiju programmām (5) punktu, ir izstrādātas atbilstoši BSA noteikumiem.

Kopējais studiju apjoms programmā personām ar iepriekš iegūtu profesionālo augstāko izglītību tūrisma, kultūras vadības, uzņēmējdarbības un komunikācijas jomā

(tālāk tekstā personām ar profilējošo izglītību) atbilst 60 kredītpunktiem (90 ECTS).

Personām, kuras ieguvušas profesionālo bakalaura grādu vai profesionālo kvalifikāciju jebkurā citā zinātnes jomā (tālāk tekstā - personām ar neprofilējošo izglītību), kas piešķirta, pabeidzot vismaz četru gadu studiju programmu ar tiesībām studēt maģistrantūrā, studiju apjoms atbilst 80 KP (120 ECTS).

Pēc iepriekšējo sasniegumu izvērtēšanas ir noteikti studenti, kuri studijas sāk ar sagatavošanas semestri, lai apgūtu studiju kursus, saistītus ar atpūtas un izklaides industriju vai tūrisma un viesmīlības jomu. Šajā gadījumā kopējais studiju apjoms programmā atbilst 80 kredītpunktiem (KP) vai 120 ECTS. Personām, kuras izvēlas studiju veidu: nepilna laika klātiešana vai nepilna laika neklātiešana, studiju ilgums 80 (KP) 120 ECTS.

Studiju programmas plāns

profesionālā augstākās izglītības maģistra studiju programma
 "Komunikāciju vadība izklaides un atpūtas industrijā"
 Studiju ilgums - 1,5 gadi (3 semestri)
 Studiju veids - pilna laika klātiešana, pilna laika neklātiešana
 Rīga

N.p.k.	Studiju kursa nosaukums	Kredīt-punkti	ECTS	Sadalījums pa kursiem un semestriem			Kontroles forma		
				1.kurss		2.kurss	Eksāmens	Ieskaite	Aizstāvēšana
				1.sem.	2.sem.	3.sem.			
1.	Obligātie kursi, kas nodrošina jaunāko sasniegumu apguvi teorijā un praksē (A daļa) 20 KP								
1.1.	<i>Globalizācija un kultūru dažādība</i>	2	3	2			1		
1.2.	<i>Stratēģiskā vadība atpūtas un izklaides industrijā I</i>	5	7,5	2			1		
	<i>Stratēģiskā vadība atpūtas un izklaides industrijā II: Kvalitātes vadības sistēmas</i>				2		2		
	<i>Stratēģiskā vadība atpūtas un izklaides industrijā III: Intelektuāla kapitāla vadība</i>				1		2		

1.3.	<i>Starptautiskais mārketinga I</i> <i>Starptautiskais mārketinga II: stratēģiskās mārketinga komunikācijas</i>	4	6		2		2	
	<i>Starptautiskais mārketinga III: e-marketings</i>				2		2	
1.4.	<i>Atpūtas un izklaides industrija</i>	3	4,5	3			1	
1.5.	<i>Ilgspējīga attīstība tūrisma un atpūtas jomā</i>	2	3		2		2	
1.6.	<i>Biznesa angļu valoda multikultūras vidē</i>	4	6	2	2		2	1
		20	30	9	11	0	9	1
2.	<i>Pētnieciskā darba, jaunrades darba, projektēšanas darba un vadībzinību kursi (B daļas izvēles studiju kursi) 10 KP</i>							
2.1.	<i>Socio-economic studies and scientific designing in the industry of leisure and entertainment</i>	4	6	4				1
2.2.	<i>Starptautisku projektu vadība atpūtas un izklaides nozarē</i>	2	3		2			2
2.3.	<i>Budžeta plānošana un investīciju projektu novērtēšana</i>	2	3		2			2
2.4.	<i>Inovativās tehnoloģijas atpūtas un izklaides jomā</i>	2	3		2			2
2.5.	<i>Kultūras tirgi un kultūras prakses</i>	4	6	2	2			2
2.6.	<i>Pieredzes mārketinga</i>	2	3		2			2
2.7.	<i>Producēšana</i>	2	3	2				1
		18	27	8	10			2
3.	<i>Pedagoģijas un psiholoģijas kursi (B)</i>							
3.1.	<i>Starpprofesionāļu komandas vadība</i>	2	3		2			1
3.2.	<i>Kreatīvas domāšanas tehnoloģijas</i>	2	3	1				1

3.3.	<i>Patērētāju uzvedība atpūtas un izklaides jomā</i>	2	3	1				2
3.4.	<i>Akmeoloģijas pamati</i>	2	3		2			2
3.5.	<i>Spēļu teorija un praske</i>	2	3	1				1
4.	<i>Prakse</i>	6	9	2	4			1,2
		16	24	5	8	0		
5.	<i>Valsts pārbaudījums Maģistra darbs</i>	20	30	0	0	20		0 2
		84	126	21	33	20	0	14

Studiju programma ir starpdisciplinārā. Studiju programmas būtība apvieno dažādus virzienus, kuri ir iekļauti studiju programmas nosaukumā un studiju kursos, kuri tiek realizēti programmas ietvaros.

Studiju programmas moduļi

* Vadīšanas modulis	* Komunikācijas modulis	* Radošās industrijas un pētnieciskā darba modulis	* Starpkultūru un kulturoloģijas modulis
1. Stratēģiskā vadība atpūtas un izklaides industrijā I; 2. Stratēģiskā vadība atpūtas un izklaides industrijā II: Kvalitātes vadības sistēmas; 3. Stratēģiskā vadība atpūtas un izklaides industrijā III: Intelektuālā kapitāla vadīšana;	1. Biznesa angļu valoda multikultūras vidē; 2. Starptautiskais mārketingš I; 3. Starptautiskais mārketingš II: stratēģiskās mārketinga komunikācijas; 4. Starptautiskais mārketingš III: e-marketings; 5. Patērētāju uzvedība atpūtas un izklaides jomā; 6. Pieredzes mārketingš.	1. Atpūtas un izklaides industrija; 2. Kreatīvas domāšanas tehnoloģijas; 3. Geimifikācija biznesā; 4. Producēšana; 5. Akmeoloģijas pamati; 6. Sistēmas domāšana un pētījuma dizains, metodoloģija un publikācijas rakstīšana; 7. Inovatīvās tehnoloģijas atpūtas un	1. Globalizācija un kultūru dažādība; 2. Kultūras tirgi un kultūras prakses; 3. Biznesa angļu valoda multikultūras vidē; 4. Starptautisko projektu vadība atpūtas un izklaides jomā; 5. Atpūtas un izklaides industrija; 6. Starpprofesionāļu komandas vadība.

<p>4. Ilgtspējīgā attīstība atpūtas un izklaides jomā un vides aizsardzība;</p> <p>5. Budžeta plānošana un investīciju projektu novērtēšana.</p>		<p>izklaides jomā.</p>	
--	--	------------------------	--

5.5. Studiju programmas praktiskā īstenošana (izmantotās studiju metodes un formas, tālmācības metožu izmantošana). Vērtēšanas sistēma (izglītības kritēriji un vērtēšanas metodes studiju rezultātu sasniegšanai un novērtēšanai, pārbaudes formas un kārtība).

Studiju rezultāti – zināšanu, prasmju un kompetences kopums. Vadlīnijas noteiktas MK noteikumos (2.12.2008.) Nr.990 „Noteikumi par Latvijas izglītības klasifikāciju” (ar grozījumiem), kas ir pielietotas maģistra studiju programmā.

Zināšanas:

Spēj parādīt padziļinātas vai paplašinātas zināšanas un izpratni, no kurām daļa atbilst attiecīgās zinātnes nozares vai profesionālās jomas jaunākajiem atklājumiem, kuras nodrošina pamatu radošai domāšanai vai pētniecībai, tajā skaitā darbojoties dažādu jomu saskarē.

Prasmes:

Spēj patstāvīgi izmantot teoriju, metodes un problēmu risināšanas prasmes, lai veiktu pētniecisku vai māksliniecisku darbību, vai augsti kvalificētas profesionālas funkcijas. Spēj argumentēti izskaidrot un diskutēt par sarežģītiem vai sistēmiskiem attiecīgās zinātnes nozares vai profesionālās jomas aspektiem gan ar speciālistiem, gan ar nespeciālistiem. Spēj patstāvīgi virzīt savu kompetenču pilnveidi un specializāciju, uzņemties atbildību par personāla grupu darba rezultātiem un to analīzi, veikt uzņēmējdarbību, inovācijas attiecīgajā zinātnes nozarē vai profesijā, veikt darbu, pētniecību vai tālāku mācīšanos sarežģītos un neprognozējamos apstākļos, un, ja nepieciešams, tos pārveidot, lietojot jaunas pieejas.

Kompetence:

Spēj patstāvīgi formulēt un kritiski analizēt sarežģītas zinātniskas un profesionālas problēmas, pamatot lēmumus, un, ja nepieciešams, veikt papildus analīzi. Spēj integrēt dažādu jomu zināšanas, dot ieguldījumu jaunu zināšanu radīšanā, pētniecības vai profesionālās darbības metožu attīstībā, parādīt izpratni un ētisko

atbildību par zinātnes rezultātu vai profesionālās darbības iespējamo ietekmi uz vidi un sabiedrību.

Saskaņā ar MK noteikumiem, studiju rezultāti programmai “Komunikācijas vadība izklaides un atpūtas industrijā” ir noteikti un precizēti:

Zināšanas:

Maģistranti demonstrē padziļinātas zināšanas tūrisma izklaides un atpūtas jaunāko teorētisko atziņu jomā; demonstrē izpratni par komercdarbības vadības jaunākajiem atklājumiem; izmantojot apgūtās zināšanas, spēj veikt pētniecību un darboties izklaides un atpūtas jomu saskarē.

Prasmes: Programmas absolventi spēj patstāvīgi darboties izklaides un atpūtas jomā, pārzina vadības teorijas, lai risinātu aktuālas problēmas izklaides un atpūtas jomā. Spēj argumentēti diskutēt par sarežģītiem un sistēmiskiem vadības aspektiem gan ar speciālistiem, gan ar nespeciālistiem. Spēj iekļauties darba grupās, veikt pētniecisku darbību un uzņemties atbildību par grupu darba rezultātiem. Spēj veikt profesionālos pienākumus, tālāku mācīšanos, meklēt risinājumus sarežģītos un neprognozējamos izklaides un atpūtas nozares uzņēmumu darbības (tai skaitā krīzes) apstākļos, lietot jaunas un radošas pieejas.

Kompetences:

Izstrādājot maģistra darbu, spēj pastāvīgi formulēt un kritiski analizēt sarežģītas izklaides un atpūtas nozares un uzņēmumu profesionālās problēmas. Spēj integrēt nozares problēmu risināšanā dažādas ekonomikas, vadībzinātnes, tirgvedības, finanšu, sociālo jomu zināšanas.

BSA nolikums par augstākās izglītības kvalitātes nodrošināšanu (iekšējā kvalitātes vadības sistēma) nosaka 6 pamatkompetenču kopsakarību, kuras atbilst uz kompetencēm balstītajai Boloņas vienošanās ietvaros formulētajai mūsdienu izglītībai. Korelācija ir starp galvenajiem izglītošanas mērķiem akadēmijā un mērķiem, kuri noteikti BSA “Viesnīcu un restorānu servisa un tūrisma un atpūtas organizācija” virziena attīstības stratēģijā, kas cieši saistīta ar studiju programmas realizēšanu. Studiju programmu apguvušie augstskolas absolventi savā praktiskajā darbībā demonstrē un pielieto zemāk minētās zināšanas un prasmes, profesionālās kompetences:

BSA un “Komunikācijas vadība izklaides un atpūtas industrijā” virziena izglītošanas mērķu atbilstība

Izglītošanas mērķi BSA-attīstības programmā	Izglītošanas mērķi un uzdevumi BSA virzienā “Komunikācijas vadība izklaides un atpūtas industrijā”
1. Profesionālo kompetenci, kā spēju nodrošināt profesionālo darbību	1.1. izmantot teorētiskās zināšanas profesionālajā darbībā; 1.2. veidot padziļinātu izpratni par izklaides un atpūtas

<p>atbilstoši Latvijas darba tirgus prasībām.</p>	<p>industrijas procesiem un mijiedarbību; 1.3. pilnveidot izpratni par pašpilnveides procesiem profesionālajā darbībā; 1.4. attīstīt starpprofesionālās komandas veidošanas principus; 1.5. integrēt dažādu jomu zināšanas pētniecībā, veikt pētniecisko darbību un ieviest inovatīvas idejas atpūtas un izklaides industrijā; 1.6. izkopt ētisko un sociālo atbildību par zinātnes rezultātiem.</p>
<p>2. Instrumentālo kompetenci, kuras pamatā ir prasme operēt ar vispārzinātnisko un speciālo pētījumu metodēm, veikt problēmsituāciju analīzi un korekti noteikt problēmu, operēt ar lēmumu pieņemšanas tehnoloģijas metodēm un profesionālās darbības tehnoloģijām.</p>	<p>2.1. zinātnisko metožu apguve, praktiskā pielietošana un jaunu zināšanu radīšana, pētniecības un profesionālās darbības metožu attīstība izklaides un atpūtas nozarē; 2.2. tehnoloģiju apguve nozarē: komunikatīvā psihosociālā tehnoloģija, komandas veidošana, atlase un novērtēšana, konsultēšana stresa menedžmentā, personāla apmācība, jaunu personāla darbinieku adaptācija, saziņa uzņēmējdarbībā, sadarbība ar klientiem, profesionāla konsultēšana un atbalstīšana. 2.3. attīstīt prasmi risināt profesionālas problēmas, izmantojot apgūto teorētisko bāzi.</p>
<p>3. Pasaules uzskata kompetenci, kura pieņem sistēmisku pasaules uzskata iespējamību, kas savukārt veicina sev apkārt esošās vides izpratni un veiksmīgu adaptāciju tajā, kā arī vērtību orientieru un vērtību sistēmas esamību.</p>	<p>3.1. nodrošināt teorētisko bāzi, kura ir nepieciešama LR izglītības speciālistu sagatavošanas profesionālā standarta prasību realizēšanai; 3.2. attīstīt interesi par profesiju, veicināt dalību zinātniskajās konferencēs, kongresos, starptautiskajās asociācijās un projektos; 3.3. veicināt zinātnisko rakstu publikāciju.</p>
<p>4. Komunikatīvo kompetenci, kura paredz valodu zināšanas, prasmi strādāt grupā.</p>	<p>4.1. 4.1. motivēt attīstīt multilingvālismu, apgūt jaunas darba valodas (angļu un krievu); 4.2. attīstīt publiskās uzstāšanās kultūras prasmes; 4.3. pilnveidot komandas darba iemaņas un prasmes; 4.4. veidot komunikāciju tehnoloģijas daudz kultūru sabiedrībā.</p>
<p>5. Informācijas kompetenci,</p>	<p>5.1. attīstīt prasmi darbā ar starptautiskām datu bāzēm;</p>

<p>kuras pamatā ir prasme patstāvīgi meklēt, analizēt, pārveidot un izmantot nepieciešamo informāciju, kā arī IT tehnoloģiju pārvaldīšana.</p>	<p>5.2. datortehnoloģiju izmantošana darbā izklaides un atpūtas jomā, starpdisciplināro pētījumu veikšanai, to konstruēšanai un datu apstrādei; 5.3. mūsdienīgu zinātniski – pētniecisku informācijas tehnoloģiju izmantošana. (SPPS) projektu izveidē.</p>
<p>6. Personiskās izaugsmes kompetenci – refleksijas un pašanalīzes spējas, spēju attīstīt nepieciešamās personības raksturīpašības.</p>	<p>6.1. veicināt personiskās profesionālās izaugsmes; 6.2. attīstīt patstāvīgās mācīšanās prasmes, vajadzību un spēju patstāvīgi paplašināt zināšanas tūrisma un viesmīlības teorijas un prakses jomā, pilnveidot profesionālo kompetenci; 6.3. motivēt studentus turpināt izglītību.</p>

Studiju rezultāti ir definēti katram studiju kursam. Skatīt pielikumu Nr.6.1.

Prakse profesionālā maģistra studiju programmā “Komunikācijas vadība izklaides un atpūtas industrijā” ir obligāta sastāvdaļa, tās organizēšana notiek saskaņā ar “Nolikumu par praksēm Baltijas Starptautiskajā akadēmijā” (Apstiprināts BSA Senātā 24.04.2007). **Prakse** ir studiju apguves forma, kas noris ārpus izglītības iestādes, atbilstoši profesijai reālā darba vietā, vai citā veidā, atbilstoši prakses programmai. Atbilstoši Ministru kabineta 2001.gada 20 novembra noteikumiem Nr.481 “Noteikumi par otrā līmeņa profesionālās augstākās izglītības valsts standartu”, prakses apjoms ir 6 KP (9 ECTS).

Prakses **mērķis** ir sekmēt teorētisko zināšanu, profesionālo prasmju un iemaņu nostiprināšanu un attīstību, nostiprināt iegūtās zināšanas praksē, pētīt un analizēt institūcijas vai kopienas resursus, iespējas, tā attīstības virzienus, izstrādāt priekšlikumus, izmantojot alternatīvas un inovatīvas metodes. Prakses norise tiek organizēta saskaņā ar prakses programmu. Praksi īsteno saskaņā ar trīspusējo prakses līgumu par prakses vietas nodrošināšanu. Prakses līgumu augstskola slēdz ar darba devēju un studentu. Skatīt pielikumā Nr.6.10. Prakses mērķu un uzdevumu noteikšanā, kā arī prakses izvērtējumā, piedalās to organizāciju pārstāvji, ar kurām noslēgts līgums par prakses īstenošanu.

Prakses kopējie mērķi:

- sekmēt teorētisko zināšanu pielietošanu profesionālajā darbībā;
- pilnveidot prasmes izvēlēties problēmu risinājumus, kuros ir integrētas dažādu zinātņu atziņas;
- uzkrāt profesionālo pieredzi un veidot profesionālās kompetences atpūtas un izklaides industrijā;
- pilnveidot praktiskās prasmes un iemaņas atpūtas un izklaides jomā;
- novērtēt savu profesionālās sagatavotības līmeni atbilstoši mūsdienu darba

tirgus prasībām;

- pilnveidot profesionālo izaugsmi, izmantojot tālākizglītības un pētniecības iespējas.

Prakšu realizācijas resursi tiek reglamentēti atbilstoši studiju programmas prakšu nolikumiem, kas ir izstrādāti un saskaņoti ar Latvijas Republikas Profesiju standartu un metodiskiem norādījumiem (apstiprināti BSA Senātā un Virziena Padomē). Prakšu paredzētie rezultāti ir saskaņoti ar LR Profesijas standartu un BSA Prakšu nolikumu, apstiprināti BSA Senātā un Virziena Padomē. Atskaites formas, līgumi, prakses vietu datu bāze, uzdevumu lapas, instrukcijas un norādījumi ir pieejami un tiek kontrolēti (sk. Nolikumi, Prakse ārpus augstskolas: Metodiskie norādījumi; ar 2011./2012.gada prakses vietām var iepazīties pielikumā Nr 5. - Lomonosova 1, kab.210.), šie materiāli ir pieejami (sk. Nolikumi: Prakse ārpus augstskolas: Metodiskie norādījumi);

Profesionālā prakse tiek organizēta ārpus akadēmijas ar studentu apgūstamo profesiju saistītā iestādē (uzņēmumā, organizācijā), kurā tiek garantēta prakses metodiskajos norādījumos noteikto uzdevumu izpilde. Maģistra studiju programmā iekļautā prakse var notikt jebkuras nozares uzņēmumā. Ja studējošais ir nodarbināts kādā no uzņēmumiem, viņš par prakses vietu var izvēlēties savu darba vietu. Papildus prakses vietas nodrošina noslēgtie ilgtermiņa sadarbības līgumi ar uzņēmumiem, SA, kultūras, tūrisma, viesmīlības, atpūtas un izklaides jomā, kā arī prakses vietas, kuras apliecinājušas studentu uzņemšanu sekmīgas licencēšanas gadījumā savos uzņēmumos.

Pētnieciskā darbība praksē tiek realizēta visā studiju periodā. Pētījumu veido vairāki etapi:

- empīriskā materiāla vākšana;
- problēmas izvirzīšana;
- tēmai atbilstošās zinātniskās literatūras izpēte un analīze;
- empīriskā materiāla sistematizācija un analīze;
- secinājumi par problēmas iespējamajiem risinājumiem.

Studiju programmā praksi realizē vienkopus ar maģistra darba izstrādi, lai sekmētu profesionālās patstāvības pilnveides praksi (prakses realizēšanas laiks - ☺).

Prakses realizēšanas laiks

Studiju ilgums	Papild sem.	1.sem.	2.sem.	3.sem.	4.sem.
*1,5 gadi (3. semestri) pilna laika studijas		☺	☺		
*2 gadi (4. semestri) nepilna laika studijas, tālmācība			☺	☺	
** 2 gadi (4. semestri) pilna laika studijas	☺	☺	☺		

Studenta gatavību patstāvīgai profesionālai darbībai nosaka viņa sagatavotība:

zināšanas, prasmes, pieredze un vēlme realizēt profesionālos uzdevumus jeb darbības motīvus. Prakses efektivitāti nosaka:

- attieksmes pret profesiju;
- profesionālās zināšanas un prasmju līmenis;
- izzīņas aktivitāte;
- spēja radoši izmantot iegūtās zināšanas;
- patstāvīga darba intensitāte;
- atsaucīga un atbalstoša prakses vieta, kas atvērta alternatīviem risinājumiem un inovatīvām metodēm.

Prakses programma izstrādāta pamatojoties uz didaktiskiem principiem profesionālās pastāvības pilnveidei praksē.

Didaktiskas principi profesionālās pastāvības pilnveidei praksē

Prakses organizācijas didaktiskie principi	Didaktiskā principa nodrošinājums
PERSONISKĀ DIMENSIJA	
IZVĒLES princips	Prakses vietas izvēle notiek atbilstoši savām pētnieciskajām interesēm. Praktisko uzdevumu un atskaites dokumentācijas izstrāde, ņemot vērā studentu dažādo spēju līmeni, profesionālās intereses un perspektīvas; situāciju radīšana profesionālajiem izmēģinājumiem un pašpārbaudei; studentu radošās aktivitātes un pētnieciskās darbības veicināšana (prakses laikā izstrādāto radošo darbu prezentācija, autoru izstrādāto publicēšana u.tml.).
PATSTĀVĪBAS un ATBILDĪBAS princips	Vienošanās par trīspusēja prakses līguma slēgšanu, to sagatavošana un prakses dokumentācijas izstrāde.
LĪDZDALĪBAS, RADOŠĀS AKTIVITĀTES princips	Prakses uzdevumu izpilde. Alternatīvu un inovatīvu risinājumu piedāvājums. Kritiska pieredzes izvērtēšana, pašvērtējums, savas izglītības filozofijas veidošana.
SOCIĀLĀ DIMENSIJA	
SADARBĪBAS princips	Vadības komponentu mījsakarība (prakses uzdevumu, satura noteikšana, vadības formu un metožu izmantošana, vienotu prakses rezultātu

vērtēšanas kritēriju noteikšana); vadlīnijas prakses vadītājiem.

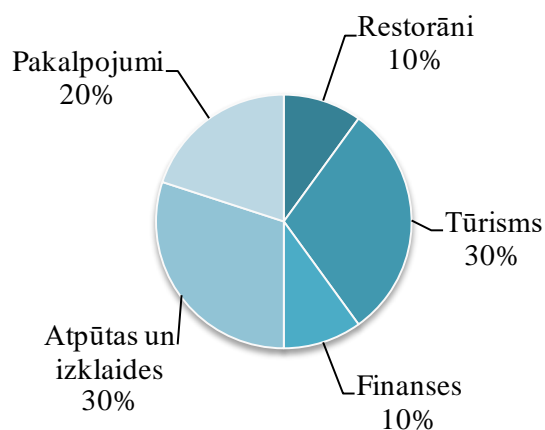
STUDIJU SATURA DIMENSIJA

INTEGRĀCIJAS princips	Prakses uzdevumu izpilde. Metodiskās, pētnieciskās darbības veikšana, profesionālo zināšanu un prasmju apguve, pētnieciskā darba - maģistra darba, izstrāde.
TEORIJAS UN PRAKSES VIENOTĪBAS princips	
REFLEKTIVITĀTES princips	Prakses dokumentācija – pašanalīze, pašvērtējuma formas.
DARBĪBAS princips	Līdzdalība un iesaistišanās prakses laikā kopiena vai institūcijā notiekošajos pasākumos, lēmumu pieņemšanās, prāta vētrās, u.c.
SISTEMĀTISKUMA, NEPĀRTRAUKTĪBAS, SAPROTAMĪBAS princips	Prakses metodiskie materiāli – uzdevumi, shēmas, vērtējuma lapas, vērtēšanas kritēriji u.tml. Vienotu prasību noteikšana studentiem.
KONTROLES princips	Prakses dokumentu sagatavošana, vadlīnijas prakses vadītājiem, prakses aizstāvēšana, vienotas prasības studentiem.
KOMPENSĀCIJAS princips	Prakses ievadlekcijas, konsultāciju grafiks augstskolā un prakses vietā.

Studiju virziena “**Komunikācijas vadība izklaides un atpūtas industrijā**” vairāk kā 8 gadu darbības laikā ir noslēgti ģenerāllīgumi, kas sekmē prakses vietu nodrošināšanu. Prakses līgums un prakse vietu saraksts ar prakses vietām.

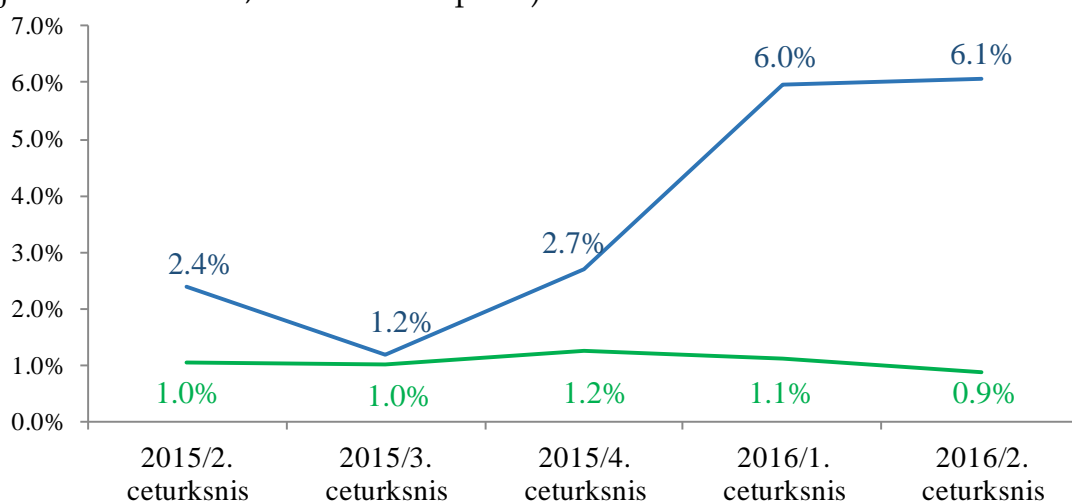
5.6. Studiju programmas absolventu nodarbinātības perspektīvas, pamatojot atzinumus ar atsaucēm uz informācijas avotiem.

Daudzi maģistranti uzsāk studijas maģistratūrā, lai paaugstinātu savu zināšanu līmeni un kompetenci, dažiem tā ir iespēja saņemt paaugstinājumu savā darba vietā, jo, visbiežāk, maģistrantiem jau ir stabila darba vieta. Maģistrantūrā studējošie praktiski visi strādā viesnīcu un restorānu servisa, tūrisma un atpūtas organizācijās vai pasākumu organizēšana uzņēmumos.



1. Attēls. Maģistra studiju programmas studentu sadale pa nozarēm %

Lai noteiktu, kādas ir nodarbinātības iespējas, vērā tiek ņemti 2015. gada pēdējā pusgada un 2016. gada pirmā pusgada LR NVA reģistrētais brīvo darba vietu pieaugums gan Latvijā kopumā, gan nozarēs ("Izmitināšana un ēdināšanas pakalpojumi" un "Māksla, izklaide un atpūta").²



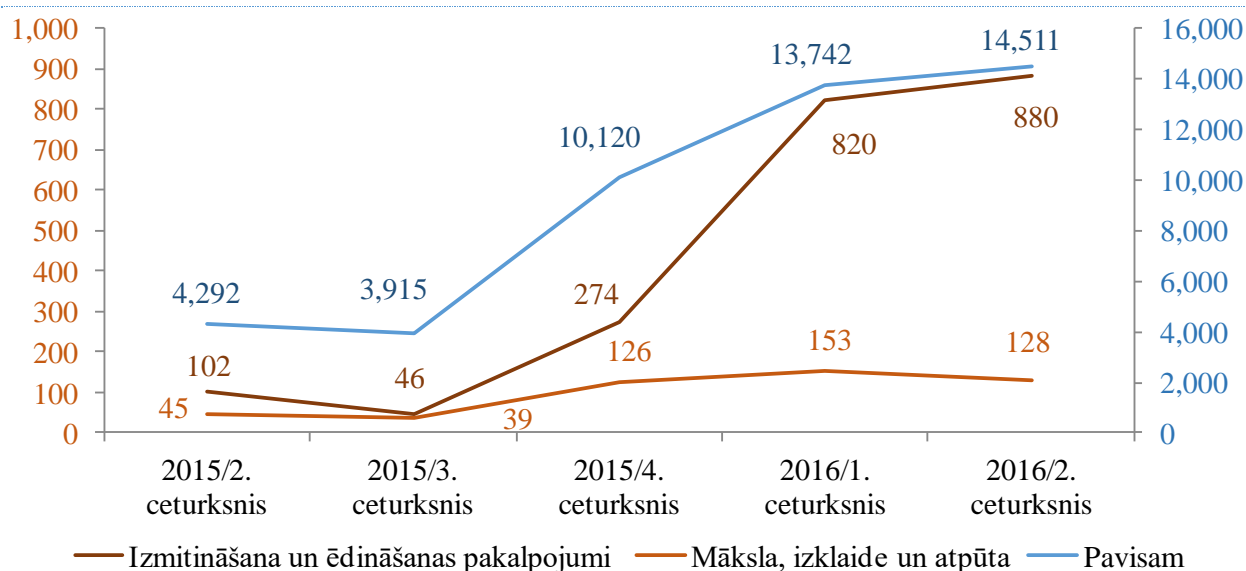
— (I) Izmitināšana un ēdināšanas pakalpojumi — (R) Māksla, izklaide un atpūta

2. Attēls. Brīvās darbvietas pa darbības veidiem ceturkšņa beigās (% no kopējā skaita)

Detalizēta analīze liecina, ka nozarē "Māksla, izklaide un atpūta" darba vietu skaits nemainās, salīdzinot ar kopējo izaugsmi, tajā pašā laikā nozarē "Izmitināšana un ēdināšanas pakalpojumi" ir ievērojams brīvo darba vietu pieaugums attiecībā uz to kopējo skaitu.

Tajā pašā periodā, nodarbināto vietu skaits praktiski nav mainījies, kā kopējos rādītājos, tā arī norādītajās nozarēs.

² <https://cvvp.nva.gov.lv/#/pub/pakalpojumi/prognozes/>

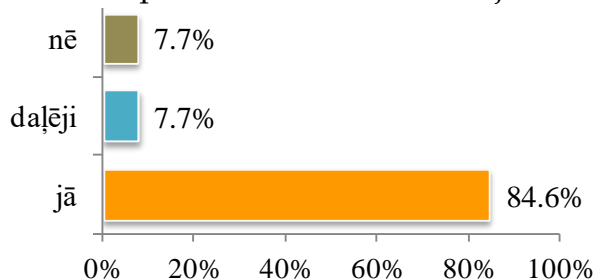


3. Attēls. Maģistra studiju programmas absolventu atbildes apgalvojumam, ka iegūtā izglītība BSA palīdz profesionālajā darbībā (arī tad, ja darbs nav saistīts ar viņu izglītību).

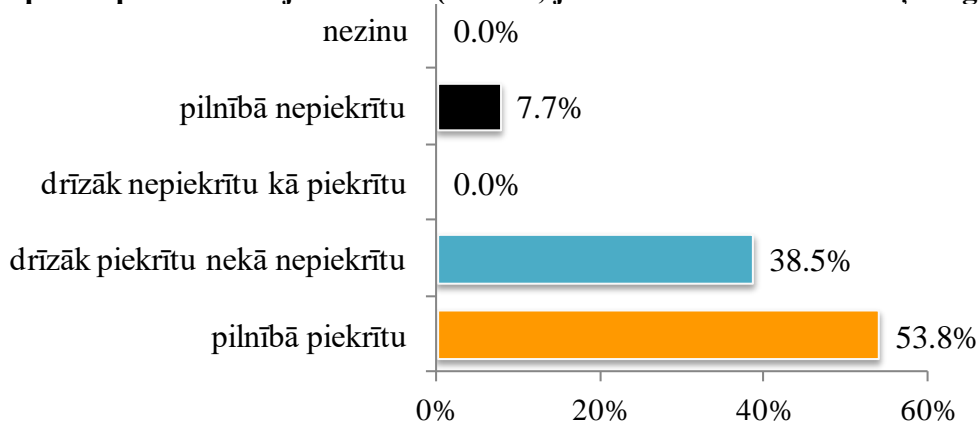
Kā paši absolventi vērtē savu sagatavotības līmeni un iespējas darba tirgū. Karjera un profesionālā izaugsme.

84,6% (11) absolventu uzskata, ka iegūtā izglītība BSA pilnībā vai daļēji palīdz viņu profesionālajā darbībā (pat tad, ja darbs nav saistīts ar iegūto izglītību). 92,3% (12) pilnībā vai drīzāk piekrīt, ka iegūtā izglītība veicināja iespēju iegūt darbu un/vai izveidot savu uzņēmumu.

Rādītājs par izglītības kvalitāti ir tas, ka studiju programmas absolventi ieņem diezgan augstus amatus, strādā par menedžeriem, ir vidējā un augstākā līmeņa vadītāji.



1. Attēls. Maģistra studiju programmas absolventu atbildes apgalvojumam, ka iegūtā izglītība BSA palīdz profesionālajā darbībā (arī tad, ja darbs nav saistīts ar viņu izglītību).



2. Attēls. Maģistra studiju programmas absolventu viedoklis, ka iegūtā izglītība veicināja

iespēju iegūt darbu un/vai izveidot savu uzņēmumu.

Pētījuma rezultāti liecina, ka absolventi, kuri ieguvuši izglītību maģistra studiju programmā "Komunikācijas vadība izklaides un atpūtas industrijā", atbilst šīm prasībām, ko apliecina šādi fakti:

1. Lielākā daļa absolventu, kuri ir dzimuši Latvijā, ir palikuši strādāt Latvijā.
2. Nozīmīga daļa absolventu strādā specialitātē vai pakalpojumu nozarē.
3. Lielākā daļa absolventu uzskata, ka iegūtā izglītība BSA palīdzēja profesionālajā darbībā (pat tad, ja darbs nav saistīts ar iegūto izglītību), kā arī palielināja iespēju dabūt darbu un/vai izveidot savu uzņēmumu.
4. Ir absolventi, kuri ir uzsākuši savu uzņēmējdarbību viesmīlības jomā.
5. Nav absolventu, kuri nebūtu dabūjuši darbu.
6. Liela daļa absolventu (gan Latvijā, gan ārvalstīs) ieņem diezgan augstus amatus.
7. Liela absolventu daļa atzīmēja, ka iegūtā izglītība ir veicinājusi profesionālās karjeras izaugsmi, ir uzlabojusi viņu konkurētspēju Latvijas un Eiropas Savienības darba tirgū, ir labi sagatavojusi darbam, kā arī to, ka iegūtās zināšanas var pielietot praksē.
8. Vairums absolventu augstu novērtēja iegūtās teorētiskās zināšanas un praktiskās iemaņas, kuras var pielietot praksē, - spēju novērtēt, analizēt un sistematizēt informāciju, kā arī atrast radošus risinājumus dažādu uzdevumu realizācijai un īstenošanai, pieņemt lēmumus, balstoties uz informācijas analīzi.
9. Īpaši augstu absolventi novērtēja prasmi plānot, organizēt un vadīt savu darbu, prezentēt informāciju, kā arī prasmi veidot komandas darbu, ko viņi apguva studiju procesā.
10. Turklāt, kā uzskata lielākā daļa absolventu, studijas palīdzēja attīstīt viņu spējas. Detalizētāk ar absolventu aptaujas rezultātiem var iepazīties pielikumā 5.7.

**Pielikumi studiju programmas
raksturojumam**

Pielikums Nr.5.1

Studiju kursu apraksti

STUDIJU KURSA APRAKSTS

<i>Studiju virziens:</i>	<i>Viesnīcu un restorānu servisa un tūrisma un atpūtas organizācija</i>
<i>Studiju kursa nosaukums latviešu valodā:</i>	<i>Globalizācija un kultūru dažādība</i>
<i>Studiju kursa nosaukums angļu valodā:</i>	<i>Globalisation and culture diversity</i>
<i>Studiju programma:</i>	<i>Profesionālā maģistra programma „Komunikācijas vadība izklaides un atpūtas industrijā”</i>
<i>Studiju programmas daļa:</i>	<i>Obligātā studiju daļa</i>
<i>Kredītpunkti:</i>	2
<i>ECTS:</i>	3
<i>Akadēmisko stundu skaits (1KP = 40 st.)</i>	80
<i>Studiju kursa īstenošanas valoda:</i>	<i>latviešu, krievu, angļu</i>
<i>Studiju kursu izstrādāja:</i>	<i>Dr.iur., Mg.art., Mg.man., viesdoc. I.J. Mihailovs</i>
<i>Studiju kursu docē:</i>	<i>Dr.iur., Mg.art., Mg.man., viesdoc. doc. I.J. Mihailovs Dr.paed., doc. I. Popova</i>
<i>Studiju kursa anotācija:</i>	<p>Studiju kurss piedāvā ieskatu mūsdienu aktuālākajās norisēs, analizējot daudzveidīgas globalizācijas procesu izpausmes, iedziļinoties kultūru dažādības un tās vadības problemātikā. Kurss sagatavots, lai veicinātu studentu izpratni par globalizāciju, tās procesiem un kultūru dažādību, kā arī, lai veicinātu dažādības vadības principu apguvi un vēlāko pielietojumu profesionālajā darbībā.</p>
<i>Studiju kursa mērķis:</i>	<p>Veicināt studentu izpratni un attīstīt prasmes pasaules, sabiedrības un kultūras procesu analīzē globalizācijas kontekstā, aplūkojot globalizācijas procesus kā daudzslāņainu fenomenu, kas izpaužas kultūrā, politisko lēmumu pieņemšanas procesā, komunikācijā un sociālajā telpā. Sniegt studentiem priekšstatu par kultūru dažādību un dažādības vadības (diversity management) principiem un aktuālākajām tendencēm, tostarp salīdzinot Eiropas Savienības un ASV pieredzi.</p>
<i>Studiju kursa uzdevumi :</i>	<ul style="list-style-type: none"> – Sniegt padziļinātu priekšstatu par globalizācijas procesiem un to izpausmēm Latvijā, Eiropas Savienībā un citos pasaules reģionos. – Iepazīstināt ar globalizācijas diskursa zinātnisko analīzi un t.s. globalizācijas „skolām” (transformisti, skeptiķi, hiperglobalisti). – Analizēt dažādu sociālu fenomenu transformācijas globalizācijas procesu rezultātā. – Veicināt prasmi apzināt kultūras dažādību un tās potenciālu, t.sk. profesionālā darba kontekstā. – Sekmēt studējošo kritisku domāšanu par dažādības attīstību mūsdienu sabiedrībā. – Attīstīt iemaņas analizēt nozares aktuālas problēmas un sniegt zināšanas par

pasaules reģionu pieredzi, veicinot dažādību darba tirgū, izglītībā un saskarsmē.

Studiju kursa apguves rezultāti: zināšanas, prasmes, kompetences

- Veidota izpratne par globalizāciju un kultūru dažādību.
- Pilnveidotas studējošā iemaņas globālo procesu analizē.
- Attīstītas prasmes apzināt dažādības potenciālu, t.sk. profesionālā darba kontekstā.
- Attīstīta kritiska spēja saskatīt globalizācijas un kultūru mijiedarbības likumsakarības profesionālā darba kontekstā.

Studiju kursa saturs:

- Ievads globalizācijas diskursa attīstībā: process vai notikums? Globalizācijas hronoloģijas problemātika. Globalizācija pasaules attīstības procesu dinamikā.
- Kas mainās globalizācijas procesā: laiks un telpa – antropoloģiskās kategorijas un to transformācija.
- Globalizācijas diskursīvā tradīcija: 3 globalizācijas analīzes „skolas”. hiperglobalisti, skeptiķi, transformisti. Antiglobālisma veidi, izpausmes.
- Ekonomikas dilemmas globalizācijas izaicinājumu kontekstā. Globalizācija un mūsdienu krīze.
- Globalizācija un kultūra. Patērētāju sabiedrība – globalizācijas aģents.
- Globālās komunikācijas mūsdienu pasaulē. Informatīva līdzdalība un komunikatīva atstumtība.
- Glokalizācijas fenomēns: globalizācijas atgriezeniska saikne ar ietekmējamām mērķgrupām un nozarēm. Reģionālās attīstības scenāriji Eiropas Savienības politikas kontekstā.
- Ievads dažādībā. Citāda sabiedrība un kultūrā.
- Dažādības jēdziens, principi. Dažādības vadības prakse.
- Kultūras kompetences jēdziens. Kultūrsensitīvā profesionālā darbība.

Pārbaudījuma forma:

eksāmens

Prasības kredītpunktu iegūšanai (kursa novērtējuma struktūra):

- Visu nodarbību apmeklēšana un aktīva līdzdalība tajās
- Piedalīšanās semināros un diskusijās
- atspoguļot savas zināšanas par kursa saturu

Novērtēšanas forma:

Skaits:

Īpatsvars:

Aktīva piedalīšanās lekcijās	2	10%
Referāts	1	30%
Eksāmens	1	60%

Studiju kursa apguvē izmantojamās metodes:

lekcijas, diskusijas, prezentācijas u.c..

Literatūra:

- Dažādības vadība – nākotnes potenciāls. – Rīga: Sabiedrības integrācijas fonds, 2015.
- Globāla dienaskārtība. – Rīga: Zinātne, 2007.
- Golubeva M., Kažoka I., Rastrigina O. Dažādības vadība publiskajā pārvaldē: attīstīto valstu pieredze un Latvijas situācijas novērtējums. – Rīga: Sabiedriskās politikas centrs Providus, 2011.
- Golubeva M., Zankovska-Odiņa S., Felsbergs I. Dažādības vadības situācijas izpēte uzņēmumos. – Rīga: Sabiedrības integrācijas fonds, 2015.
- Hanovs D. Šeit, visur un tagad... Globalizācija Latvijā: konteksti, diskursi un dalībnieki. – Rīga: Drukātava, 2008.
- Hanovs D., Laicāne M., Mihailovs I.J. Dažādības vadība multietniskā vidē. – Rīga: Drukātava, 2009.
- Hanovs D., Mihailovs I.J., Tēraudkalns V. Globalizācija: teorijas un prakses. – Rīga: [b.i.], 2006.
- Kolčanovs B., Zankovska-Odiņa S., Zālītis K. Atšķirīgs klients daudzveidīgajā Latvijā. – Rīga: Latvijas Cilvēktiesību centrs, 2010.

Papildus literatūra:

- Benhabib S. The Claims of Culture. Equality and Diversity in the Global Era. – Princeton: Princeton University Press, 2002.
- Castells M. Cities and Social theory. – Blackwell, 2002.
- Giddens A. Konsequenzen der Moderne. – Suhrkamp, 1995.
- Held H. Democracy and the Global Order. From the Modern State to Cosmopolitan Governance. – Polity, 2006.
- Stīgers M. Globalizācija. Ļoti saistošs ievads. – [b. v.]: ¼ satori, 2008.
- Stiglics Dž. Globalizācija un neapmierinātība ar to. – Rīga: BAT, 2010.
- Бауман З. Глобализация. Последствия для человека и общества. – Москва: 2004.
- Бергер П., Хантингтон С. Многоликая глобализация. – Москва: 2004.
- Хелд Д., Гольдблатт Д., Макгрю Э., Перратон Дж. Глобальные трансформации. – Москва: 2004.
- Уэбстер Ф. Теории информационного общества. – Москва: 2004.

Normatīvie akti:

- LR Satversme: LR likums. Latvijas Vēstnesis, 01.07.1993, Nr.43
- ANO Vispārējā cilvēktiesību deklarācija. LR Saeimas un MK ziņotājs 29.10.1992, nr.42,
- Starptautiskais pakts par ekonomiskajām, sociālajām un kultūras tiesībām: konvencija,
- Par Eiropas sociālo hartu: LR likums. Latvijas Vēstnesis. 18.12.2001, nr.183
- Par sociālo drošību: LR likums. Latvijas Vēstnesis, 21.09.1995, Nr.144
- Par valsts sociālo apdrošināšanu: LR likums. Latvijas Vēstnesis, 21.10.1997, Nr.274/276

- Sociālo pakalpojumu un sociālās palīdzības likums: LR likums. Latvijas Vēstnesis. 19.11.2002, nr.168
- Valsts sociālo pabalstu likums: LR likums. Latvijas Vēstnesis. 19.11.2002, nr.168
- Bezdarbnieku un darba meklētāju atbalsta likumu: LR likums. Latvijas Vēstnesis. 29.05.2002, nr.80
- Par pašvaldībām: LR likums. Latvijas Vēstnesis. 24.05.1994, nr. 61

Periodika un datu bāzes:

- <http://www.unesco.org/new/en/unesco/resources/online-materials/publications/unesdoc-database/>
- <http://www.mrglobalization.com/bk-globalization-and-culture>
- <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001393/139318e.pdf>
- <http://jp.poerf.de/papers/Pfau10globalizationand.pdf>
- <http://wlxt.whut.edu.cn/new/ddxfzsc/attachments/2/1/Many%20Globalizations.pdf>
- <http://www.ukessays.com/essays/cultural-studies/globalization-and-the-increased-diversity-cultural-studies-essay.php>
- http://www.eileentrauth.com/uploads/4/6/7/6/4676002/cultural_diversity_challenges.pdf
- www.politika.lv
- www.sif.lv
- EBSCO, Science Direct, Scopus

Aktualizēts	Apstiprināts
Dr.iur., Mg.art., Mg.man., viesdoc. doc. I.J. Mihailovs 17.08.2018.	Virziena „ Viesnīcu un restorānu servisa un tūrisma un atpūtas organizācija” padomes sēde protokols Nr.VRSTAO -2018/03 30.08.2018.

Studiju procesa laikā iespējamās izmaiņas un papildinājumi programmā un literatūras sarakstā.

STUDIJU KURSA APRAKSTS

Studiju virziens:	<i>Viesnīcu un restorānu servisa un tūrisma un atpūtas organizācija</i>
Studiju kursa nosaukums latviešu valodā:	<i>Stratēģiskā vadība atpūtas un izklaides industrijā</i>
Studiju kursa nosaukums angļu valodā:	<i>Strategic management in the field of leisure and entertainment</i>
Studiju programma:	<i>Profesionālā maģistra programma „Komunikācijas vadība izklaides un atpūtas industrijā”</i>
Studiju programmas daļa:	<i>Obligātā studiju daļa</i>
Kredītpunkti:	5
ECTS:	7,5

Akadēmisko stundu skaits (1KP = 40 st.)	200
Studiju kursa īstenošanas valoda:	<i>latviešu, krievu, angļu</i>
Studiju kursu izstrādāja:	<i>Dr. admin., vieslek.R. Kočanova Dr.oe.c.. vieslek. G. Glebova</i>
Studiju kursu docē:	<i>Dr. admin., vieslek.R. Kočanova Dr.oe.c.. vieslek. G. Glebova</i>
Studiju kursa anotācija:	
<p>Kurss ir sagatavots, lai maģistrantiem sniegtu specializētas zināšanas par stratēģisko menedžmentu kā vienu no pamata instrumentiem, kas nodrošina organizācijas darbības stabilitāti un attīstību. Stratēģiskais menedžments izveidots kā patstāvīga mācību disciplīna, sakarā ar ārējās vides nepārtrauktām un straujām izmaiņām uzņēmējdarbībā, kā savdabīga reakcija uz uzņēmējdarbību mūsdienu nenoteiktības apstākļos. Studiju procesā maģistranti iepazīstas ar stratēģiskā menedžmenta koncepciju, vadīšanas funkciju un principu pilnveidošanu, pēta kompāniju konkurētspējas paaugstināšanas iespējas un darbības efektivitātes uzlabošanas metodes, analizē un izstrādā stratēģisko vadības lēmumu pieņemšanas metodes, apgūst mērķu un uzdevumu izstrādāšanas mūsdienīgas metodes uzņēmuma stratēģiskajā un operatīvajā plānošanā.</p> <p>Kursā tiek aplūkotas dažādu valstu (ASV, Japāna, Vācija, Francija, ES) menedžmenta sistēmu veidošanas un kvalitātes attīstības jautājumi, starptautiskās ISO bāzes standartu prasības; vispārējās pārvaldes kvalitātes koncepcija, tās realizācijas metodes; mūsdienīgās kvalitātes pārvaldes sistēmas un organizāciju efektivitātes paaugstināšanas metodes, pamatojoties uz kvalitātes uzlabojumu bāzes.</p>	
Studiju kursa mērķis:	
<ul style="list-style-type: none"> – Iepazīstināt maģistrantus ar mūsdienu stratēģiskā menedžmenta metodēm, tehnoloģijām un instrumentiem, kompānijas stratēģiskās vadīšanas principiem. Sniegt maģistrantiem zināšanas uzņēmējdarbības administrēšanas praksē, radīt izpratni par būtiskiem vadīšanas procesa aspektiem, analizējot uzņēmuma darbību un prognozējot turpmāko pastāvēšanu. – Iepazīstināt studentus ar kvalitātes vadības sistēmām, metodēm un instrumentiem; kvalitātes vadības izstrādes, īstenošanas, izpildes novērtējuma un uzlabošanas metodēm, kas pamatojas uz starptautiskajiem standartiem; ņemt vērā pašreizējās kvalitātes vadības sistēmas tūrisma un viesmīlības pakalpojumu jomā. 	
Studiju kursa uzdevumi :	
<ul style="list-style-type: none"> – Sniegt zināšanas stratēģiskā menedžmenta jomā. – Veidot priekšstatu par stratēģiskā menedžmenta funkcijām un principiem. – Iepazīstināt ar kompānijas konkurētspējas un efektivitātes paaugstināšanas instrumentiem. – Veidot izpratni par uzņēmuma stratēģiskajiem mērķiem un uzdevumiem, palīdzēt izprast, kā novērst kļūdas stratēģiskajā un taktiskajā plānošanā. – Sniegt zināšanas par uzņēmuma stratēģijas izstādes, plānošanas, realizācijas un 	

kontroles mūsdienu metodēm.

- Iepazīstināt ar stratēģisko vadības lēmumu pieņemšanas informatīvo un analītisko nodrošinājumu organizācijā.

Studiju kursa apguves rezultāti: Zināšanas, Prasmes, Kompetences

- Pilnveidojas maģistranta zināšanas par uzņēmuma stratēģiskās vadīšanas tehnoloģijām, metodēm un instrumentiem.
- Rodas spēja patstāvīgi pieņemt vadības lēmumus uzņēmējdarbības administrēšanā.
- Rodas izpratne un spēja izstrādāt stratēģiskās vadības lēmumu pieņemšanas informatīvo un analītisko pamatojumu.
- Rodas prasme izstrādāt kompānijas konkurētspējas un efektivitātes paaugstināšanas risinājumus.
- Kvalitātes vadības attīstības, ieviešanas, izpildes novērtējuma un uzlabošanas prasmju iegūšana mūsdienu tūrisma un viesmīlības pasākumu organizācijā, pamatojoties uz starptautiskajiem standartiem.
- Konkrētas organizācijas kvalitātes vadības metožu un līdzekļu apraksts.
- Konkrētas organizācijas kvalitātes vadības sistēmas novērtējums.

Studiju kursa saturs:

1. daļa

- Organizācijas stratēģiskā vadīšana.
- Organizācijas konkurētspējas attīstība nacionālajā un ārvalstu tirgos.
- Organizācijas stratēģiskās vadīšanas mūsdienu koncepcijas un instrumenti.
- Latvijas mazā un vidējā biznesa attīstības specifika.
- Vadības specifika atpūtas un izklaides industrijā.

2. daļa

- Kvalitāte kā sociāli-ekonomiska kategorija un vadības objekts.
- Kvalitātes filozofijas attīstība.
- Vadības kvalitātes sistēmu galvenie attīstības posmi.
- Pakalpojumu kvalitāte tūrisma un viesmīlības nozares uzņēmējdarbības procesos.
- Tūrisma un viesmīlības uzņēmumā izmantojamās apkalpošanas kvalitātes novērtēšanas metodes.
- Kvalitātes sistēmas ieviešana tūrisma viesmīlības uzņēmumā.
- Tiesiskais normatīvais regulējums kvalitātes nodrošināšanā viesnīcu un tūrisma pakalpojumu nozarē Latvijas Republikā.

3. daļa

- Intelektuālā kapitāla būtība.
- Intelektuālā kapitāla audits.
- Intelektuālā kapitāla vadība.
- Nemateriālie aktīvi, reputācija un intelektuālais kapitāls.
- Uzņēmuma intelektuālā kapitāla novērtējums.
- Intelektuāla kapitāla aizsardzība.

– Intelektuālā kapitāla attīstība.		
Pārbaudījuma forma:	eksāmens	
Prasības kredītpunktu iegūšanai (kursa novērtējuma struktūra):		
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Visu nodarbību apmeklēšana un aktīva līdzdalība tajās ▪ Piedalīšanās semināros un diskusijās 		
Novērtēšanas forma:	Skaitis:	Īpatsvars:
Aktīva piedalīšanās lekcijās		30%
Izstrādāts projekta darbs	2	40%
Prezentēts projekta darbs seminārā		30%
Studiju kursa apgūvē izmantojamās metodes:		
lekcijas, darbs grupās, diskusijas, praktiskās nodarbības.		
Literatūra:		
1.Daļa		
<ul style="list-style-type: none"> – Аакер Д. Стратегическое рыночное управление. 7-е изд./ Пер. с англ. под ред. С.Г. Божук – СПб.: Питер, 2007. – 496 с.: ил.- (Серия «Теория менеджмента»). – Виханский О.С. Стратегическое управление. М.: Экономистъ. 2008.-292 с. – R.Daft «Management». Ninth Edition. South-Western Cengage Learning. 2004. – 668 p. – Evans, Nigel. Strategic Management for Travel and Tourism / Nigel Evans, David Campbell, George Stonehouse. - ELSEVIER, 2007. - 412 p. – David F.R., Kotler Ph., Armstrong G. Strategic Management. Pearson Education Ltd., 2007. – 704 p. 		
2.Daļa		
<ul style="list-style-type: none"> – Leilands J. Kvalitātes vadības sistēmas. – R.: Latvijas Vēstnesis, 2009. – 176 lpp. – Goetsch, D.L. Quality Management / David L. Goetsch, Stanley B. Davis – 4th ed. – Prentice Hall, 2003. – 858 p. – Foster, S.T. Managing Quality. An Integrative Approach / S. Thomas Foster. – 2nd ed. – Prentice Hall, 2004. – 518 p. + CD 		
3.Daļa		
<ul style="list-style-type: none"> – Питерс Т. Представьте себе! Превосходство в бизнесе в эпоху разрушений / Пер. с англ. – Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005. – 351с. – Руус Й., Пайк С., Фернстрём Л. Интеллектуальный капитал: практика управления / Пер. с англ. – СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента»; Изд. дом С.-Петербур. ун-та, 2008. – 436 с. – Стюарт Т. Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организаций / Пер. с англ. В.Ноздриной. – М.: Поколение, 2007. – 368с. – Питерс Т. Представьте себе! Превосходство в бизнесе в эпоху разрушений / Пер. с англ. – Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005. – 351с. 		

Papildus literatūra:

1.Daļa

- Olsen, Michael D. Strategic Management in the Hospitality Industry / Michael D. Olsen, Joseph J. West, Eliza Ching-Yick Tse. - 3rd ed. - Pearson Prentice Hall, 2008. - 358 p.
- Портер М.Э. Конкуренция. М. Издательский дом «Вильямс». 2001. - 495 с.
- Hill, Charles W.L. Strategic Management. An Integrated Approach / Charles W.L. Hill, Gareth R. Jones. - 8th ed. - Houghton Mifflin Company, 2008. - 491 p

2.Daļa

- Liepa L. Kvalitātes vadības sistēma. - R.: "Biznesa partneri", 2005. - 78 lpp.
 - Баумгартен Л.В. Управление качеством в туризме. - М.: Академия, 2010. - 304 с.
 - Деминг Э. Выход из кризиса. Новая парадигма управления людьми, системами и процессами. - М.: Альпина Паблишер, 2009. - 419 с.
 - Предводителева М., Балаева О. Подходы к управлению качеством услуг: фокус на потребителе. - www.dis.ru/library/manag/archive/2005/2/3758.html.
 - Флеминг Д., Асплунд Д. Управление качеством услуг. Метод Human Sigma. - М.: Альпина Бизнес Букс, Альпина Паблишер, 2009. - 224 с.
 - Liepa L. Kvalitātes vadības sistēma. - R.: "Biznesa partneri", 2005. - 78 lpp.
- 3.Daļa***
- Гарднер Г. Структура разума: теория множественного интеллекта. / Пер. с англ. - М.: Издательский дом «Вильямс», 2007. - 512с.
 - Лукичёва Л.И. Управление интеллектуальным капиталом: учебное пособие. - М.: Омега-Л, 2007. - 552 с.

Interneta resursi, periodika un datu bāzes:

- Selivanova L., Isakova O. Measuring retail services quality with SERVQUAL model. – 50. Scientific Conference on Economics and Entrepreneurship. – 2009. – P.230-236.
- The Total Quality Management – <http://work911.com/tqmarticles.htm>
- Методы менеджмента качества – <http://ria-stk.ru/mmq/>
- Туристическая библиотека. – <http://tourlib.net/lib.htm>
- <http://www.coolbookdb.com/booklist>
- Total quality management: text, cases, and readings. – http://books.google.com/books/about/Total_quality_management.html?id=NUrTWuZy_3YC
- Стандартизация системы менеджмента качества. – <http://www.standartization.com/>.
- Библиотека креативной экономики: интеллектуальный капитал. – <http://creativeconomy.ru/library/index.php?id=11>
- Исследование процесса формирования интеллектуальных активов фирмы и моделирование механизмов их влияния на эффективность функционирования – http://intel-assets.h1.ru/projects_rus.htm
- Корпоративный менеджмент. – <http://www.cfin.ru>
- Datu bāze EBSCO <http://search.ebscohost.com>,
- Datu bāze SCOPUS <http://www.scopus.com>

Aktualizēts	Apstiprināts
Dr. admin., vieslek.R. Kočanova Dr.oe.c.. vieslek. G. Glebova 17.08.2018.	Virziena „ Viesnīcu un restorānu servisa un tūrisma un atpūtas organizācija” padomes sēde protokols Nr.VRSTAO -2018/03 30.08.2018.

Studiju procesa laikā iespējamās izmaiņas un papildinājumi programmā un literatūras sarakstā.

STUDIJU KURSA APRAKSTS

<i>Studiju virziens:</i>	<i>Viesnīcu un restorānu servisa un tūrisma un atpūtas organizācija</i>
<i>Studiju kursa nosaukums latviešu valodā:</i>	<i>Starptautiskais mārketings I Starptautiskais mārketings II: stratēģiskā mārketinga komunikācija Starptautiskais mārketings III: e-mārketings</i>
<i>Studiju kursa nosaukums angļu valodā:</i>	<i>International marketing I International marketing II: strategic marketing communications International marketing III: e-marketing</i>
<i>Studiju programma:</i>	<i>Profesionālā maģistra programma „Komunikācijas vadība izklaides un atpūtas industrijā”</i>
<i>Studiju programmas daļa</i>	<i>Obligātā studiju daļa</i>
<i>Kredītpunkti:</i>	<i>4</i>
<i>ECTS:</i>	<i>6</i>
<i>Akadēmisko stundu skaits (1KP = 40 st.)</i>	<i>160</i>
<i>Studiju kursa īstenošanas valoda:</i>	<i>latviešu, krievu, angļu</i>
<i>Studiju kursu izstrādāja:</i>	<i>Dr. oec., doc. J. Vozņuka</i>
<i>Studiju kursu docē:</i>	<i>Dr. oec., doc. J. Vozņuka Dr. oec., doc. J. Popova Dr.med., doc. D. Zagulova</i>

Studiju kursa anotācija:

Kursa pamatvirziens ir mūsdienu starptautiskā mārketinga un stratēģiskās komunikācijas attīstības tendences globalizācijas un informāciju tehnoloģiju attīstības kontekstā. Kurss ietver tādu jautājumu analīzi kā mūsdienu mārketinga koncepcijas un stratēģiskās mārketinga komunikācijas instrumenti un to pielietojšanas iespējas izklaides un atpūtas industrijā.

Studiju kursa mērķi:

Nodrošināt studiju kursa rezultātu sasniegšanu, kas ietver padziļināto teorētisku zināšanu iegūšanu un pētniecības iemaņu attīstīšanu starptautiska mārketinga un stratēģiskas mārketinga komunikācijas jomā.

Sniegt zināšanas elektroniskā mārketinga izmantošanā (internet-mārketings, mārketings, izmantojot datu bāzes, tiešais mārketings) atpūtas un izklaides nozarē. Attīstīt pirmatnējas iemaņas uzņēmuma mārketinga stratēģijas izstrādāšanai jaunajā digitālajā laikmetā.

Studiju kursa uzdevumi :

- Sniegt studējošajiem zināšanas par tradicionālajām un inovatīvajām mārketinga koncepcijām, un galvenajām tendencēm starptautiskajā tirgū.
- Padziļināt studējošo zināšanas par stratēģijām produkta, cenas un sadales kanālu politikas izstrādei.
- Sniegt studējošajiem zināšanas par mārketinga komunikācijas stratēģiskās plānošanas procesu tūrisma un atpūtas uzņēmumos, nekomerciālās organizācijās,

kā arī to īpatnībām starptautiskajā tirgū.

- Attīstīt studējošo informācijas vākšanas, apkopošanas un analīzes prasmi par mārketinga aktivitātēm un pastāvošām problēmām izklaides un atpūtas industrijā.
- Attīstīt studējošo prasmi analizēt uzņēmuma darbības pilnveides iespējas, izmantojot mārketinga komunikācijas tehnoloģijas.
- Attīstīt studējošo praktiskās iemaņas pielietot mārketinga komunikācijas daudzveidīgus instrumentus sociālā, kultūras, tūrisma, atpūtas un izklaides sfērā.
- Attīstīt studējošo prasmi argumentēt un prezentēt savu viedokli.

Studiju kursa apguves rezultāti:

Zināšanas:

- Par tradicionālajām un inovatīvajām mārketinga koncepcijām, galvenajām tendencēm starptautiskajā tirgū.
- Par stratēģijām produkta, cenas un sadales kanālu politikas izstrādei.
- Par mārketinga komunikācijas stratēģiskās plānošanas procesu tūrisma un atpūtas uzņēmumos un nekomerciālās organizācijās, kā arī to īpatnībām starptautiskajā tirgū.

Prasmes:

- Pielietot daudzveidīgus mārketinga komunikācijas instrumentus sociālā, kultūras, tūrisma, atpūtas un izklaides industrijā.
- Argumentēti diskutēt par starptautiskā mārketinga un stratēģiskā mārketinga komunikācijas pielietošanas jautājumiem izklaides un atpūtas industrijā.
- Prezentēt pētnieciskā un praktiskā darba rezultātus.

Kompetences:

- Iegūtās kompetences dod iespēju studentiem aizstāvēt klienta dzīves kvalitāti cilvēktiesību skatījumā, izmantojot Latvijas un pasaules praksi.
- Jābūt spējīgiem izstrādāt mārketinga stratēģiju interneta vidē un mārketinga plānu tās realizēšanai.

Studiju kursa saturs:

I.daļa: Starptautiskais mārketingis I

- Mārketinga teorijas pamati. Mārketinga koncepcija evolūcija un jaunās tendences globalizācijas apstākļos.
- Mārketinga kompleksa attīstība un attiecīgu stratēģiju daudzveidība; to pielāgošana starptautiskiem tirgiem.
- Konkurences stratēģijas starptautiskajā tirgū.
- Attiecības ar patērētājiem B2B un B2C tirgos izklaides un atpūtas industrijā.

II.daļa: Starptautiskais mārketingis I: stratēģiskā mārketinga komunikācija

- Mārketinga komunikācijas stratēģiskā plānošana izklaides un atpūtas industrijā; starptautiskās vides faktori.
- Integrētā mārketinga komunikācijas koncepcijas būtība un stratēģijas.
- Mārketinga komunikācijas instrumenti: *off-line* tehnoloģijas un to attīstība.
- Mārketinga komunikācijas instrumenti: *on-line* tehnoloģijas un to pielietošanas mūsdienīgas tendences.

III.daļa: e-Mārketinga pamatprincipi

- E-mārketinga pamatprincipi un tā saturs, ņemot vērā jauno informāciju tehnoloģiju attīstības un izmantošanas perspektīvas uzņēmuma darbībā.
- Mārketinga stratēģija jaunajā digitālajā laikmetā.
- Satura digitāla vizualizācija un informācijas komunikācijas Internetā.
- Dalības nodrošināšana e-mārketiņgā.
- SEO (mājas lapas optimizācija meklētājprogrammām), Web”analīze.
- Uzņēmuma mājas lapas reklāmas izvietošana meklētājsistēmās.
- Vīrusa mārketiņga un efektīvas interneta reklāmas stratēģijas satura izstrādāšana.

Pārbaudījuma forma: eksāmens

Prasības kredītpunktu iegūšanai (kursa novērtējuma struktūra):

- Visu nodarbību apmeklēšana un aktīva līdzdalība tajās
- Piedalīšanās semināros un diskusijās

Novērtēšanas forma: **Īpatsvars:**

Aktīva piedalīšanās lekcijās un praktiskajās nodarbībās 20%

Piedalīšanās seminārā ar patstāvīga darba rezultātiem 20%

Izstrādāti un auditorijā prezentēti patstāvīgie darbi 40%

Eksāmens 20%

Studiju kursa apguvē izmantojamās metodes:

lekcijas, darbs grupās, diskusijas, praktiskās nodarbības.

Literatūra:

- Brady, Donald, L. Essentials of International Marketing. Routledge, Business & Economics, 2014. – 432 p.
- Terence, Shimp, J., Craig Andrews, Advertising Promotion and Other Aspects of Integrated Marketing Communications. – 9th ed., Cengage Learning, 2013, 752 p.
- Yeshin, Tony, Integrated Marketing Communications, Routledge, 2012, 320 p.
- Лаутерборн Роберт Ф. Новая парадигма маркетинга. Интегрируемые маркетинговые коммуникации. – М.: Инфра-М, 2004. – 232 с.
- Brady, Donald, L. Essentials of International Marketing. Routledge, Business & Economics, 2014. – 432 p.
- David Meerman Scott. The New Rules of Viral Marketing: How word-of-mouth spreads your ideas for free. – 2008.
- David Meerman Scott. The New Rules of Marketing and PR: How to use news releases, blogs, podcasts, viral marketing and online media to reach your buyers directly (Wiley, 2007)
- Kotler F. Principles of Marketing. – London: Prentice Hall, 2005.
- Севостьянов Иван Олегович Поисковая оптимизация. Практическое руководство по продвижению сайта в Интернете. – СПб.: «Питер», 2010.

- Брайан Халлиган, Дхармеш Шах Маркетинг в Интернетe: как привлечь клиентов с помощью Google, социальных сетей и блогов = Inbound Marketing: Get Found Using Google, Social Media, and Blogs (The New Rules of Social Media). – М.: «Диалектика», 2011.

Papildus literatūra:

- Dombrova, E. Radošais mārketingš. – Rīga: Turība, 2008 – 196 lpp.
- Cateora, Ph., Gilly, M., Graham J. International marketing, McGraw-Hill Education 2012. – 672 p.
- Godins Sets, Pievienotā vērtība. Ieejas nākotnes mārketingam. Rīga, Zoldnera izdevniecība, 2014., 254 lpp.
- Manns I. Bezbudžeta mārketingš, Rīga, Zvaigzne ABC, 2013., 232 lpp.
- Praude, V., Šalkovska, J. Integrēta mārketinga komunikācija 1 / V. Praude, J. Šalkovska – Rīga: Burtene, 2015. - 464 lpp.
- Praude, V., Šalkovska, J. Integrētā mārketinga komunikācija 2 / V. Praude, J. Šalkovska – Rīga: Burtene, 2015. - 416 lpp.
- Skots Deivids Mērmans, Jaunie mārketinga un sabiedrisko attiecību likumi, Rīga, Lietišķās informācijas dienests, 2009., 296.lpp.
- Божук С.Г. Маркетинг: Учебник для вузов. 4-е изд. Стандарт третьего поколения, Издательский дом "Питер", 2011. – 448 с.
- Карпова С.В. Практикум по международному маркетингу. 2-е издание. Учебное пособие, "Издательство "Проспект", 2013. – 89 с.
- Rob Stokes. eMarketing: The Essential Guide to Online Marketing. – Quirk eMarketing (Pty) Ltd., 2010.
- David Meerman Scott. Cashing in with Content: How innovative marketers use digital information to turn browsers into buyers. (CyberAge Books, 2014)

Interneta resursi, periodika un datu bāzes:

- Communications, Marketing, and Branding Articles, <http://www.guidestar.org/rxg/news/articles/communications-marketing-and-branding-articles.aspx>
- Guerrilla marketings, <http://www.gmarketing.com/articles>
- Integrated Marketing Communications - Then And Now, <http://www.forbes.com/sites/marketshare/2012/05/31/integrated-marketing-communications-then-now/>
- Marketing communications, http://www.linkedin.com/skills/skill/Marketing_Communications
- Marketing Communications Blog, <http://www.marketingcommunicationsblog.com/>
- PR, public relations & communications, news, opinions & analysis/ PR week UK, <http://www.prweek.com/uk/>
- 7 Ways to Create a Successful Integrated Marketing Campaign. - <http://www.cio.com/article/2377257/online-marketing/7-ways-to-create-a->

successful-integrated-marketing-campaign.html

– Datu bāze EBSCO <http://search.ebscohost.com>,

– Datu bāze SCOPUS <http://www.scopus.com>

Aktualizēts	Apstiprināts
Dr. oec., doc. J. Vozņuka 17.08.2018.	Virziena „ Viesnīcu un restorānu servisa un tūrisma un atpūtas organizācija” padomes sēde protokols Nr.VRSTAO -2018/03 30.08.2018.

Studiju procesa laikā iespējamās izmaiņas un papildinājumi programmā un literatūras sarakstā.

STUDIJU KURSA APRAKSTS

Studiju virziens:	<i>Viesnīcu un restorānu servisa un tūrisma un atpūtas organizācija</i>
Studiju kursa nosaukums latviešu valodā:	<i>Atpūtas un izklaides industrija</i>
Studiju kursa nosaukums angļu valodā:	<i>Leisure and entertainment industry</i>
Studiju programma:	<i>Profesionālā maģistra programma „Komunikācijas vadība izklaides un atpūtas industrijā”</i>
Studiju programmas daļa	<i>Obligātā studiju daļa</i>
Kredītpunkti:	<i>3</i>
ECTS:	<i>4,5</i>
Akadēmisko stundu skaits (1KP = 40 st.)	<i>120</i>
Studiju kursa īstenošanas valoda:	<i>latviešu, krievu, angļu</i>
Studiju kursu izstrādāja:	<i>Dr.sc.pol. M. Gunare</i>
Studiju kursu docē:	<i>Dr.sc.pol. M. Gunare Dr. art., doc. N. Pazuhina</i>
Studiju kursa anotācija:	<p>Šis kurss dod iespēju maģistrantiem izprast atpūtas un izklaides industrijas darbības principus mūsdienu pasaulē. Kursa uzdevums ir sniegt studentiem zināšanas par atpūtas un izklaides industriju kopumā, tās darbības mijiedarbību tūrisma un viesmīlības jomā, kā akadēmisku disciplīnu un nodrošina spēju pielietot teorētiskās zināšanas praksē.</p>
Studiju kursa mērķi:	<p>Pamatojoties uz tādu jēdzienu kā "civilizēts brīvā laika pavadīšanas veids", veidot izpratni un darbības iespējas atpūtas un izklaides industrijas jautājumos mūsdienu sociāli-politiskajos, ekonomiskajos un kultūras apstākļos.</p>
Studiju kursa uzdevumi :	<ul style="list-style-type: none">– Veidot izpratni par aktivitāšu īstenošanu radošās ekonomikas ietvaros.– Parādīt darba principus pastāvīgi mainīgajos ekonomikas, politiskās un kultūras

situāciju apstākļos.

- Parādīt atpūtas un izklaides industrijas aktivitāšu iespēju dažādību.
- Iepazīstināt ar mūsdienu darbības pieejām atpūtas un izklaides industrijā.
- Veidot gatavību īstenot tehnoloģiju menedžmentu atpūtas un izklaides industrijā.

Studiju kursa apguves rezultāti:

Zināšanas:

- Par jaunām darbības pieejām atpūtas un izklaides industrijā radošās ekonomikas ietvaros.
- Par atpūtas un izklaides industrijas mijiedarbības attiecībām ar citiem sociāli-ekonomiskajiem un kultūras darbības veidiem, mūsdienu terminoloģijas zināšanas šajā jomā.
- Par sociāliem, ekonomiskiem un citiem faktoriem kas vada atpūtas un izklaides industrijas tirgus procesus.

Prasmes:

- Izmantot mūsdienu kultūras teorijas un socioloģijas jēdzienisko aparātu.
- Kritiski analizēt teorētisko literatūru, lai patstāvīgi rastu izvirzītās problēmas risinājumu.
- Argumentēti diskutēt par aktuālām problēmām atpūtas un izklaides jomā.
- Analizēt atpūtas un izklaides industrijas darbības veidus un to efektivitāti Latvijas un Eiropas tirgū.
- Pielietot analītiskās pētījumus metodes, pētot mūsdienu atpūtas un izklaides nozares procesus un iespējas.

Kompetences:

- Spēja analizēt mūsdienu atpūtas tirgus tendences, korekti formulēt savu viedokli, analizēt aktuālo tirgus situāciju atpūtas un izklaides nozarē.
- Iespēja interpretēt jaunus darbības veidus atpūtas un izklaides nozares tirgū.
- Prasme producēt idejas un izstrādāt programmas atpūtas un izklaides nozares darbības attīstības veicināšanai.

Studiju kursa saturs:

- Definīcijas, jēdzieni un to veidi atpūtas un izklaides nozarē.
- Teorētiskie aspekti atpūtas un izklaides nozarē.
- Vēsturiskie aspekti atpūtas un izklaides nozarē.
- Sabiedrības un kultūras potenciāls atpūtas un izklaides nozarē.
- Atpūtas un izklaides industrija kā ekonomikas sastāvdaļa.
- Atpūtas un izklaides industrijas attīstības tendences globalizācijas kontekstā.
- Pasaules atpūtas un izklaides industrijas pārskats:
 - Tematiskie parki;
 - Spēļu industrija;
 - Festivāli, šovi, lielā mēroga pasākumi;
 - Klubu izklaide;
 - Muzeji;
 - Restorāni;
 - Tūrisms;
 - Nakts mītnes;
 - Lietišķie pasākumi.

Pārbaudījuma forma:

eksāmens

Prasības kredītpunktu iegūšanai (kursa novērtējuma struktūra):

- Nodarbību apmeklēšana un aktīva līdzdalība tajās
- Piedalīšanās semināros un diskusijās

Novērtēšanas forma:

Īpatsvars:

Aktīva piedalīšanās lekcijās un praktiskajās nodarbībās

10%

Patstāvīgo darbu izpilde un savlaicīga nodošana

20%

Seminārs, case situāciju risinājumā un citu interaktīvo nodarbību formas līdzdalība

20%

Rakstiskais eksāmens

50%

Studiju kursa apguvē izmantojamās metodes:

lekcijas, darbs grupās, diskusijas, praktiskās nodarbības.

Literatūra:

- Guillet De Monthoux P. The Art Firm/ Aesthetic Management and Metaphysical Marketing. Stanford Business Book, Stanford University Press, 2010.
- Hesmondhagh D. The Cultural Industries. - SAGE Publications of London, 2014
- Howkins J. The Creative Economy. - Penguin Books, 2011.
- Темный Ю.В. Индустрия развлечений: состояние, особенности менеджмента. Монография. - Набережные Челны, 2005. - 363 с.
- Покровский Н.Е., Черняева Т.И. Туризм: от социальной теории к практике управления. - М.: Логос, 2009. - 400 с.
- Асанова И.М., Дерябина С.О. Организация культурно-досуговой деятельности. - М.: Академкнига, 2011. - 192 с.

Papildus literatūra:

- Александрова А.Ю., Сединкина О.Н. Тематические парки мира. – М.: КноРус, 2011. – 208 с.
- Жигульский К. Праздник и культура. Праздники старые и новые. Размышления социолога. М.: Прогресс, 2010. – 336 с.
- Власова Т.И., Шарухин А.П., Панов Н.И. Анимационный менеджмент в туризме. – М.: Академикнига, 2010. – 320 с.
- Болушевский С.В., Андрушкевич Ю.П. Календарь путешествий: Лучшие места для отдыха на каждый месяц. – М.: Эксмо, 2011. – 272 с.
- Пигулевский В. Дизайн и культура. – Харьков: Гуманитарный центр, 2014.
- Meere K. 2001. Tourist attractions and events of the world. Stephens&George, Wales.

Interneta resursi, periodika un datu bāzes:

- www.unwto.org
- http://mirknig.com/jurnaly/bissnes_jurnaly/1181434372-katalog-industrii-razvlecheniy-2-2011.html (каталоги «Индустрия развлечений» рус. и англ.)
- Žurnāls "Индустрия Туризма"
- Туристический Бизнес
- Žurnāls "Events"
- Leisure Studies
- World Leisure Organzaion <http://www.worldleisure.org/membership-application.php>
- Datu bāze EBSCO <http://search.ebscohost.com>,
- Datu bāze SCOPUS <http://www.scopus.com>

Aktualizēts	Apstiprināts
Dr. sc.pol., doc. M. Gunare 17.08.2018.	Virziena „Viesnīcu un restorānu servisa un tūrisma un atpūtas organizācija” padomes sēde protokols Nr.VRSTAO -2018/03 30.08.2018.

Studiju procesa laikā iespējamās izmaiņas un papildinājumi programmā un literatūras sarakstā.

STUDIJU KURSA APRAKSTS

Studiju virziens:	<i>Viesnīcu un restorānu servisa un tūrisma un atpūtas organizācija</i>
Studiju kursa nosaukums latviešu valodā:	<i>Ilgtermiņā attīstība tūrisma un atpūtas jomā</i>
Studiju kursa nosaukums angļu valodā:	<i>Sustainable development and environmental protection in the field of leisure and entertainment</i>
Studiju programma:	<i>Profesionālā maģistra programma „Komunikācijas vadība izklaides un atpūtas industrijā”</i>

Studiju programmas daļa	Obligātā studiju daļa
Kredītpunkti:	2
ECTS:	3
Akadēmisko stundu skaits (1KP = 40 st.)	80
Studiju kursa īstenošanas valoda:	latviešu, krievu, angļu
Studiju kursu izstrādāja:	Dr. sc.pol., doc. M. Gunare Mg. philol., Mg. Admin., doc. N.Sotikova
Studiju kursu docē:	Dr. sc.pol., doc. M. Gunare Mg. philol., Mg. Admin., doc. N.Sotikova Mg. philol., Mg. paed., doc. L. Bavrina
Studiju kursa anotācija:	<p>Stabils/ilgtspējīgs tūrisms ir tāds attīstības virziens, kurš ļauj apzināties patreizējās tūrisma, atpūtas un izklaides vajadzības, ņemot vērā reģiona intereses, saglabāt šo iespēju realizēšanu nākotnē.</p> <p>Kopš 20. gadsimta 90. gadu vidus tūrisma ilgtspējīga attīstība ir kļuvusi par ES institūciju prioritāti. Eiropas Komisija savā komunikācijā "Strādājot kopā Eiropas tūrisma nākotnei", ierosināja tālāk „sekmēt tūrisma aktivitāšu ilgtspējīgu attīstību Eiropā, definējot un ieviešot Agenda 21”.</p>
Studiju kursa mērķis:	Izklāstīt studentiem pamatvirzienus tūrisma ilgtspējīgai attīstībai, veidot studentu izpratni par tūrisma un izklaides industrijas uzņēmuma sociālo atbildību pakalpojuma saņēmējiem/patērētājiem.
Studiju kursa uzdevumi :	<ul style="list-style-type: none"> – Iepazīstināt ar ilgtspējīgas attīstības pamatvirzieniem tūrisma, atpūtas un izklaides industrijā. – Rādīt ilgtspējīgas attīstības pamatvirzienus un indikatorus. – Izklāstīt pasaules pamatproblēmas, kuras traucē/bremzē attīstību tūrisma, atpūtas un izklaides industrijā. – Izskatīt stabilas savstarpējās saiknes/attiecības tūrisma, atpūtas un izklaides industrijā. – Izskaidrot tūrisma industrijas lomu atpūtas un izklaides industrijā reģionu ilgtspējīgā attīstībā. –
Studiju kursa apguves rezultāti:	<p>Zināšanas:</p> <p>Disciplīnas apguves rezultātā maģistrantam ir jāzina: zinātniski pētnieciskā darba principi un plānošanas posmi; tūrisma un kultūras produkta izveides pamata un specializētas metodes; pakalpojumu tirgus konjunktūru atpūtas un izklaides nozarē, tūrisma un viesmīlības jomā; galveno tūrisma reģionu mikro un makro attīstības dinamiku; patērētāju psiholoģisko vēlmju prioritātes; tūrisma nozares likumus, nolikumus, tiesību aktus utt.</p>
Prasmes:	

Disciplīnas apgūves rezultātā maģistrantam ir jāprot: plānot, realizēt un novērtēt projekta pētnieciskā darba rezultātus; formulēt uzdevumus, ņemot vērā dinamiski mainīgos sociālos, kultūras un ekonomiskos aspektus un situācijas; veidot un izmantot, pamatojoties uz perspektīvajām menedžmenta teorijām un metodēm tūrisma jomā, nepieciešamos sociālos rīkus un tehnoloģijas, lai veiktu praktiskās darbības atpūtas un izklaides nozarē ekonomisko ierobežojumu apstākļos; integrēt dažādas eksperimentālo pētījumu metodes un metodikas, lai risinātu konkrētus uzdevumus; modernizēt statistikas datu saņemšanas un apstrādes metodikas; izvēlēties un lietot mūsdienu metodes tūrisma aktivitāšu analizē; kritiski izvērtēt datus, kuri iegūti no plašsaziņas līdzekļiem, noteikt to izredzes un ticamību; atrast un izmantot pētāmās jomas aktuālo informāciju, izmantojot dažādus resursus, tostarp angļu valodā.

Kompetences:

Maģistrants ir kompetents ilgtspējīgos un stabilos tūrisma jomas attīstības dinamikas procesos atpūtas un izklaides industrijas ietvaros; tūrisma-rekreācijas projektu modernajās tehnoloģijās; teoriju apgūves mērķis – ilgtspējīgi stabilas attīstības veicināšana; zināšanas par tūrisma pieprasījuma un piedāvājuma teritoriālo diferenciāciju; zināšanas par novatoriskiem veidiem atpūtas un izklaides nozares darbības ilgtspējīgai attīstībai; zināšanas par rekreācijas un tūrisma jomas ilgtspējīgas attīstības bāzes normatīvajiem noteikumiem.

Studiju kursa saturs:

- Tūrisma, atpūtas un izklaides attīstības tendences pasaulē.
- Mūsdienu sabiedrības problēmas, kā faktors pārējai uz ilgtspējīgas attīstības koncepciju.
- Ilgtspējīga attīstība – indikatori un virzieni.
- Dabas un ekotūrisma iespējas.
- Racionālas dabas izmantošanas, veselības un kultūras mantojuma saglabāšanas problēmas.
- Tūrisma, atpūtas un izklaides industriju mijiedarbība.
- Mārketinga un SA plāni atpūtas un izklaides industrijā.
- Tūrisma resursu kompleksa apgūšana.
- ES politikas un tiesību akti, kas regulē ilgtspējīgu tūrismu, atpūtas un izklaides industriju.
- Stratēģiskais vides novērtējums.
- Eiropas tūrisma ilgtspējīgas attīstības virzieni.

Pārbaudījuma forma:

eksāmens

Prasības kredītpunktu iegūšanai (kursa novērtējuma struktūra):

- Visu nodarbību apmeklēšana un aktīva līdzdalība tajās
- Piedalīšanās semināros un diskusijās
- Argumentētā esejā atspoguļot savas zināšanas par kursa saturu

Novērtēšanas forma:

Īpatsvars:

Visu nodarbību apmeklēšana un aktīva līdzdalība tajās

30%

Piedalīšanās semināros un diskusijās

40%

Eksāmens	30%
Studiju kursa apguvē izmantojamās metodes:	
lekcijas, darbs grupās, diskusijas, praktiskās nodarbības.	
Literatūra:	
<ul style="list-style-type: none"> – William F. Theobald <i>Global Tourism, Third edition</i> Butterworth-Heinemann; 3 edition 2004 – Chhabra D. <i>Sustainable Marketing of Cultural and Heritage Tourism (Routledge Critical Studies in Tourism, Business and Management)</i> by Routledge; 2010 – The Economics of Tourism And Sustainable Development (The Fondazione Eni Enrico Mattei (Feem) Series on Economics and the Environment) by Alessandro Lanza, Anil Markandya and Francesco Pigliaru ,2005 – Sustainable Tourism by David B. Weaver. 20012 – Tourism Development and the Environment: Beyond Sustainability? (Tourism Environment and Development) by Richard Sharpley , 2014 – Slow Travel and Tourism (Tourism Environment and Development) by Janet Dickinson and Les Lumsdon, 2010. 	
Papildus literatūra:	
<ul style="list-style-type: none"> – <i>Cultural Tourism and Sustainable Local Development (New Directions in Tourism Analysis)</i> by Luigi Fusco Girard and Peter Nijkamp, 2009. – <i>Rural Tourism Development: Localism and Cultural Change (Tourism and Cultural Change)</i> by E. Wanda George, Heather Mair and Donald G. Reid, 2009 – <i>Sustainable Strategies in Travel & Tourism</i> by Ph.D. Mark Esposito, 2009 – <i>Sustainable Marketing of Cultural and Heritage Tourism (Routledge Critical Studies in Tourism, Business and Management)</i> by Deepack Chhabra, 2010. – Темный Ю.В., Темная Л.Р. Экономика туризма. – М.: Финансы и статистика, 2010. – 448 с. 	
Interneta resursi, periodika un datu bāzes:	
<ul style="list-style-type: none"> – Черняева Т. И. Туризм как потребление: тренды виртуализации и конструирование туристического ландшафта // <i>Философские науки</i>. 2007. №7. – Петрасов И. Концепция устойчивого развития применительно к мировому туризму // www.georpub.narod.ru o – Inese Sarmule TŪRISMA OZARES ILGTSPĒJĪGAS ATTĪSTĪBAS IESPĒJU – AALĪZE AGLOAS OVADĀ http://dukonference.lv/raksti_pdf/Sarmule+.pdf – http://vide.lu.lv/coastlearncd/tourism/con_policies_measures.htm – http://ecorussia.info/ru/ecopedia/sustainable-development-views-and-approaches#paragraph_1217 – http://www.wttc.org/ – http://unwto.org/ – Datu bāze EBSCO http://search.ebscohost.com, – Datu bāze SCOPUS http://www.scopus.com 	

Aktualizēts	Apstiprināts
Dr. sc.pol., doc. M. Gunare 17.08.2018.	Virziena „Viesnīcu un restorānu servisa un tūrisma un atpūtas organizācija” padomes sēde
	protokols Nr.VRSTAO -2018/03
	30.08.2018.

Studiju procesa laikā iespējamas izmaiņas un papildinājumi programmā un literatūras sarakstā.

STUDIJU KURSA APRAKSTS

Studiju virziens:	<i>Viesnīcu un restorānu servisa un tūrisma un atpūtas organizācija</i>
Studiju kursa nosaukums latviešu valodā:	<i>Biznesa angļu valoda multikultūras vidē</i>
Studiju kursa nosaukums angļu valodā:	<i>Business English in multicultural environment</i>
Studiju programma:	<i>Profesionālā maģistra programma „Komunikācijas vadība izklaides un atpūtas industrijā”</i>
Studiju programmas daļa:	<i>Obligātā studiju daļa</i>
Kreditpunkti:	4
ECTS:	6
Akadēmisko stundu skaits (1KP = 40 st.)	160
Studiju kursa īstenošanas valoda:	<i>angļu</i>
Studiju kursu izstrādāja:	<i>Doc., Dr. paed. I. Popova</i>
Studiju kursu docē:	<i>Doc., Dr. paed. I. Popova</i>
Studiju kursa anotācija:	Programma ir paredzēta maģistrantūras studentiem, kuriem ir nepieciešamas specializētās jomās biznesa angļu valodas zināšanas, pievēršot īpašu uzmanību biznesa angļu valodai starpkultūras vidē.
Studiju kursa mērķis:	Iemācīt biznesa angļu valodas apguvējiem lietot valodu, lai sazinātos starpkultūru kontekstā un veiksmīgi sadarbotos ar citu kultūru pārstāvjiem biznesa vidē.
Studiju kursa uzdevumi :	<ul style="list-style-type: none"> – Iemācīt pienācīgu valodas lietošanu dažādos kontekstos. – Iemācīt izmantot efektīvas komunikatīvās stratēģijas starpkultūru biznesa vidē. – Uzlabot runāšanas, klausīšanas un savstarpējās saprašanas prasmes daudz kultūru biznesa vidē. – Īpaša uzmanība tiek pievērsta lasīšanas prasmēm un vārdu krājuma pilnveidei, kas ir nepieciešamas, darbojoties dažādu kultūru vidē.
Studiju kursa apguves rezultāti: Zināšanas, Prasmes, Kompetences	– Pilnveidotas studējošā zināšanas un iemaņas biznesa angļu valodā.

- Uzlabota studējošā komunikatīva kompetence svešvalodā profesionālās darbības sfērās: lingvistiskas kompetences, diskursīvas kompetences un starpkultūras kompetences.
- Izveidotas studentiem nepieciešamas un noderīgas biznesa angļu valodas prasmes un praktiskās iemaņas, kas ir tieši pielietojami profesionālajā darbībā, pievēršot īpašu uzmanību runāšanas, lasīšanas un klausīšanas prasmēm.

Studiju kursa saturs:

- Darbs dažādu kultūru vidē.
- Uzņēmējdarbība ārvalstu tirgos.
- Starptautiskā uzņēmumu apvienošanās.
- Dzīve un darbs ārvalstīs.
- Darbs starptautiskajās komandās.
- Apmācība un attīstība.

Pārbaudījuma forma: eksāmens

Prasības kredītpunktu iegūšanai (kursa novērtējuma struktūra):

- Visu nodarbību apmeklēšana un aktīva līdzdalība tajās
- Piedalīšanās semināros un diskusijās
- Oriģinālliteratūras lasīšana
- Pastāvīgais darbs ar vārdnīcām
- Izlasīta materiāla prezentācija nodarbības laikā

Novērtēšanas forma:	S kaits:	Īpatsva rs:
Prezentācija	1	20%
Aktīva piedalīšanās praktiskās nodarbībās	1	30%
Kontroldarbi	1	30%
Eksāmens	1	20%

Studiju kursa apguvē izmantojamās metodes:

lekcijas, darbs grupās, seminārs, diskusijas, praktiskās nodarbības (analizējot datus, meklējot pētījumus datu bāzēs, e-žurnālos un pārskatos), prezentācijas u.c.

Literatūra:

- Adrian Pilbeam. Working Across Cultures: Business English. Market Leader. Pearson, Longman. 2010
- Cotton D., Falvey D., Kent S., Market Leader, Harlow, Longman, 2000
- Laura Monahon English, Sarah Lynn. Business Across Culture: Effective Communication Strategies (English for Business Success). Pearson. 2000
- English Dictionary for Advanced Learners, International student Edition, Macmillan, 2002
- Oxford Dictionary of Business English, Oxford University Press.

Papildus literatūra:

- 1. Gesteland Richard R. (2005) Cross-Cultural Business Behavior: Negotiating, Selling, Sourcing and Managing Across Cultures. Copenhagen BS School Press
- 2. Lewis Richard D. (2005) When Cultures Collide, 3rd Edition: Leading Across Cultures. Nicholas Brealey Publishing
- 3. Moran R, Harris P, Moran S (2011) Managing Cult. Differ.. Elsevier Inc., USA

Interneta resursi, periodika un datu bāzes:

- The Economist
- International Business
- Datu bāze EBSCO <http://search.ebscohost.com>,
- Datu bāze SCOPUS <http://www.scopus.com>

Aktualizēts	Apstiprināts
Doc., Dr. paed. I. Popova 17.08.2018.	Virziena „ Viesnīcu un restorānu servisa un tūrisma un atpūtas organizācija” padomes sēde protokols Nr.VRSTAO -2018/03 30.08.2018.

Studiju procesa laikā iespējamās izmaiņas un papildinājumi programmā un literatūras sarakstā.

STUDIJU KURSA APRAKSTS

Studiju virziens:	<i>Viesnīcu un restorānu servisa un tūrisma un atpūtas organizācija</i>
Studiju kursa nosaukums latviešu valodā:	<i>Sociāli ekonomiskie pētījumi un zinātniskā projektēšana atpūtas un izklaides nozarē</i>
Studiju kursa nosaukums angļu valodā:	<i>Socio-economic studies and scientific designing in the industry of leisure and entertainment</i>
Studiju programma:	<i>Profesionālā maģistra programma „Komunikācijas vadība izklaides un atpūtas industrijā”</i>
Studiju programmas daļa:	<i>Studiju kursi, kas nodrošina pētnieciskā darba, jaunrades darba, projektēšanas darba un vadībzinību studiju kursi (B)</i>
Kredītpunkti:	4
ECTS:	6
Akadēmisko stundu skaits (1KP = 40 st.)	160
Studiju kursa īstenošanas valoda:	<i>latviešu, krievu, angļu</i>
Studiju kursu izstrādāja:	<i>Dr.med. D. Zagulova</i>
Studiju kursu docē:	<i>Dr.med. D. Zagulova</i>
Studiju kursa anotācija:	Pēdējā laikā arvien vairāk tūrisma un servisa nozares speciālistu dažādos veidos aktīvi iesaistās pētnieciskās darbības procesos. Uz to viņus mudina mūsdienu tūrisma un servisa jomas aktivitāšu procesu neparastā komplicētība, dinamiskums, dialektiskums. Savā darbībā tūrisma speciālisti balstās uz zinātnes sasniegumiem, ieteikumiem, kas ietver prakses pieredzi, pamatojoties uz zinātnes sasniegumu norādēm. Zinātne norāda

tikai kopējo "vidējo" ceļu uz mērķi. Bet tūrisma speciālistiem ir jāstrādā ar reāliem, konkrētiem cilvēkiem. Šajā lekciju kursā tiek veikts mēģinājums saistīt dažus zinātniskās izpētes heuristiskos elementus, piemēram, zinātniskās idejas, hipotēzes virzība, ar radošu praktiskās darbības pētījumu rezultātu pielikumu. Tomēr jāuzsver, ka piedāvātais kurss ir daudzšķautņains, kas ietver metodoloģiskos, organizatoriskos, informatīvos, metodiskos un citus zinātnisko pētījumu aspektus.

Studiju kursa mērķis:

Izpratne par teorētisko un metodisko pieeju, lai iegūtu empiriskās zināšanas par apstākļiem, likumsakarību veidošanos, sociālo parādību attīstību un procesiem, kā arī iegūtas prasmes par zinātnisko pieeju projektēšanu, izmantojot sistemātisku pieeju un kritisko domāšanu atpūtas un izklaides nozarē.

Studiju kursa uzdevumi:

- Izzinošie - veidot priekšstatu par zinātnisko pētījumu metodēm, kā neatņemamu zinātniskās izziņas sastāvdaļu, zinātnisko pētījumu pētniecisko metožu specifiku, attīstību, informēt par teorijas un metodoloģijas priekšmeta noteiktas informācijas summas apkopošanas veidiem un iespējām.
- Praktiskie - veidot zinātniskās projektēšanas prasmes, izmantojot sistemātisku pieeju un kritisko domāšanu atpūtas un izklaides nozarē.
- Metodoloģiskie - apmācīt studentus izmantot dažādas pētniecības metodes, to pielietojamība, risinot praktiskus uzdevumus.

Studiju kursa apguves rezultāti:

Zināšanas:

- Vispārējie domāšanas un radošo procesu principi.
- Par radošās iztēles lomu jomas profesionālo problēmu nestandarta risinājumu formulēšanā.
- Tehnoloģiskās jaunrades metožu būtība.
- Radošās domāšanas aktivizācijas metodes.
- Zinātnisko pētījumu metodes.
- Inovācijas pamati.

Prasmes:

- Informācijas analīze un metožu izvēle, radošo uzdevumu risināšanai.
- Izvirzīt mērķus un formulēt uzdevumus to sasniegšanai; analīzes procesā izmantot metodes psiholoģiskās inerces pārvarēšanai.
- Profesionālo nestandarta uzdevumu risinājumu sintēze.
- Izvēlēties optimālo risinājumu metodi ārkārtas situācijas rašanās gadījumā.

Kompetences:

- Prasmes apkopot, analizēt, uztvert informāciju, nosakot tās mērķus un izvēlēties veidus, kā tos sasniegt.
- Radošo procesu aktivizācijas paņēmieni un projekta darbības rezultatīvās ietekmes palielināšana.

Studiju kursa saturs:

- Zinātnes funkcijas.

- Ievadkurss. Zinātnes teorētiskie pamati. Zinātniskās pētniecības metodoloģija un metodes.
- Sistemātiska pieeja. Jēdziens "sistēma".
- Kritiskā domāšana: jēdziens, būtība, raksturojums.
- Atpūtas un izklaides nozares speciālista kritiskās domāšanas iezīmes un īpatnības.

Pārbaudījuma forma: Eksāmens

Prasības kredītpunktu iegūšanai (kursa novērtējuma struktūra):

- Visu nodarbību apmeklēšana un aktīva līdzdalība tajās
- Piedalīšanās semināros un diskusijās

Novērtēšanas forma:	S kaits:	Īpatsva rs:
Aktīva piedalīšanās lekcijās		30%
Izstrādāts projekta darbs	1	30%,
Prezentēts projekta darbs seminārā	1	20%
Eksāmens	1	20%

Studiju kursa apgūvē izmantojamās metodes:

lekcijas, darbs grupās, diskusijas, praktiskās nodarbības.

Literatūra:

- Новиков А.М., Новиков Д.А. Методология научного исследования, М.: Либроком, 2-е изд., 2013 г. 272 с.
- О'Коннор Джозеф, Макдермотт Иан. Искусство системного мышления. Необходимые знания о системах и творческом подходе к решению проблем. М.: Альпина Паблишер. 2013. 256 с.
- Хомяков П.М. Системный анализ: краткий курс лекций / П.М. Хомяков; под ред. В.П. Прохорова. – М.:КомКнига, 2006. – 216 с.
- Петровский, А.Б. Теория принятия решений. М.: Академия, 2011.
- Рузавин Г.И. Методология научного познания: Учебное пособие для вузов. М.: Издательство: ЮНИТИ-ДАНА, 2012 г. 287 с.

Papildus literatūra:

- Волкова В.Н. Теория систем: учебное пособие / В.Н. Волкова, А.А. Денисов. – М.: Высш. шк., 2006. – 511 с.
- Анфилатов В.С. Системный анализ в управлении: учебное пособие / В.С. Анфилатов, А.А. Емельянов, А.А. Кукушкин; под ред. А.А. Емельянова. – М.: Финансы и статистика, 2009. – 368 с.
- Сорина Г.В. Критическое мышление: история и современный статус // Вестник Московского университета. Серия 7. Философия. № 6. 2003. С. 97-110.
- Critical Thinking Skills Success in 20 Minutes a Day, by Lauren Starkey, 2004.
- Frameworks for Thinking. A Handbook for Teaching and Learning. David Moseley, Vivienne Baumfield, Julian Elliott. Cambridge University Press, 2005.
- Халперн Д. Психология критического мышления. СПб.: Издательство «Питер», 2000.
- 29. Ходос Е.А., Бутенко А.В. Критическое мышление: метод, теория, практика. Учебно-метод. пособие. Красноярск, 2002.
- Клустер Д. Что такое критическое мышление / Дэвид Клустер // Критическое мышление и новые виды грамотности. М. : ЦГЛ, 2005. – С. 5–13.

Interneta resursi, periodika un datu bāzes:

- Международный научно-технический журнал «Системные исследования и информационные технологии» – <http://journal.iasa.kpi.ua/>
- Научная электронная библиотека eLIBRARY – <http://elibrary.ru>
- Datu bāze EBSCO <http://search.ebscohost.com>,
- Datu bāze SCOPUS <http://www.scopus.com>

Aktualizēts	Apstiprināts
Dr.med., doc. D. Zagulova 17.08.2018.	Virziena „Viesnīcu un restorānu servisa un tūrisma un atpūtas organizācija” padomes sēde protokols Nr.VRSTAO -2018/03 30.08.2018.

Studiju procesa laikā iespējamās izmaiņas un papildinājumi programmā un literatūras sarakstā.

STUDIJU KURSA APRAKSTS

Studiju virziens:	<i>Viesnīcu un restorānu servisa un tūrisma un atpūtas organizācija</i>
Studiju kursa nosaukums latviešu valodā:	<i>Starptautisku projektu vadība tūrisma un izklaides nozarē</i>
Studiju kursa nosaukums angļu valodā:	<i>Management of international projects in the field of leisure and entertainment</i>
Studiju programma:	<i>Profesionālā maģistra programma „Komunikācijas vadība izklaides un atpūtas industrijā”</i>
Studiju programmas daļa:	<i>Studiju kursi, kas nodrošina pētnieciskā darba,</i>

	<i>jaunrades darba, projektēšanas darba un vadībinību studiju kursi (B)</i>
Kredītpunkti:	2
ECTS:	3
Akadēmisko stundu skaits (1KP = 40 st.)	80
Studiju kursa īstenošanas valoda:	<i>latviešu, krievu, angļu</i>
Studiju kursu izstrādāja:	<i>Mg.sc.pol. A. Mite</i>
Studiju kursu docē:	<i>Mg.sc.pol. A. Mite Dr.oec. J. Popova</i>
Studiju kursa anotācija:	Kurss sagatavots, lai sniegtu specializētās praktiskas zināšanas maģistrantūras studentiem visu deviņu projektu vadības sfēru zināšanu apgabalos - projektu izstrāde/integrācija, ietvara, laika, izmaksu, kvalitātes, personāla, komunikāciju, risku un sagādes pārvaldē, pievēršot īpašu uzmanību sadarbībai ar dažādu līmeņu starptautiskajiem spēlētājiem, ņemot vērā tūrisma un izklaides nozaru specifiskus nosacījumus.
Studiju kursa mērķis:	Iepazīstināt ar tūrisma un izklaides nozares projektu vadības metodēm un specifiku, dot nepieciešamās iemaņas pielietot tās dažādās reālās situācijās, iepazīstināt ar kultūras un biznesa vadības atšķirībām dažādās valstīs un dažāda sadarbības līmeņa projektos. Dot studentiem nepieciešamās zināšanas un starppersoniskās un personīgās prasmes efektīvai projekta komandas vadīšanai, kas ļauj maksimalizēt projekta cilvēkresursu atdevi un sasniegt labākus rezultātus. Radīt izpratni par būtiskāko komunikācijas procesos starptautiskajos projektos – komunikācija ar transnacionāla, nacionālā un lokāla mēroga spēlētājiem, valsts, pašvaldību un privāta sektora pārstāvjiem.
Studiju kursa uzdevumi :	<ul style="list-style-type: none"> – Padziļināt zināšanas par projektu vadības metodēm tūrisma un izklaides jomā. – Veidot priekšstatu par dažādu līmeņu spēlētājiem politikas, ekonomikas, kultūras un sociālajā jomā. – Veidot priekšstatu par tūrisma un izklaides nozares projektu specifiku. – Iepazīstināt ar starptautiskā projekta komandas izveidošanas un darba organizēšanas pamatprincipiem, trenēt to grupu darbos. – Palīdzēt apgūt komunikācijas struktūras projekta organizācijās un orientēties komunikācijas procesu specifiskā dažādu līmeņu projektos. – Iepazīstināt ar projekta uzsākšanas, kontroles un noslēgšanas procesiem un to standartiem pasaulē. – Palīdzēt apgūt komplekso pieeju projekta kontrolei. – Trenēt projektu noformēšanas un izvērtēšanas iemaņas, to apspriešanu auditorijas priekšā. – Pārbaudīt un nostiprināt saņemtās zināšanas un iemaņas ar pašpārbaudes

jautājumiem.

Studiju kursa apguves rezultāti:

Zināšanas:

- Par kultūras projektu nozīmi un potenciālu mūsdienu kultūras procesā.
- Par Latvijas, Eiropas un ASV projektu veidošanas un realizācijas pieredzi dažādās sfērās.
- Par projekta struktūru, dzīves ciklu, ārējo un iekšējo projekta vidi.
- Par projekta pamatiezīmēm un projekta izveides algoritmu.

Prasmes:

- Izmantojot apgūtās teorētiskās zināšanas un prasmes, spēj veikt profesionālu un inovatīvu darbību, formulēt un analītiski aprakstīt informāciju, problēmas un risinājumus, izstrādājot programmas un projektus atpūtas un izklaides nozarē.
- Spēj prezentēt savas idejas un argumentēti diskutēt par tām gan ar speciālistiem, gan ar nespeciālistiem.
- Spēj uzņemties atbildību un iniciatīvu, veicot darbu individuāli, komandā vai vadot citu cilvēku darbu.

Kompetences:

- Spēja iniciēt, dokumentēt, un praktiski izstrādāt projektu kādā no kultūras jomām.
- Spēja pārzināt projekta tiesisko bāzi, starptautiskos un nacionālos projektu vadīšanas standartus.

Studiju kursa saturs:

- Ievads projekta vadībā. Projekta vadības instrumenti. Projekta vadības metodes. Plānošana, monitoring un analīze kā projekta vadības procesa fāzes.
- Projekta cikli.
- Projekta kritēriji, mērķi un budžets.
- Projekta īstenotāji un patērētāji.
- Projekta pārvalde.
- Izklaides un atpūtas nozares specifika.

Pārbaudījuma forma:

Aizstāvēšana ar atzīmi

Prasības kredītpunktu iegūšanai (kursa novērtējuma struktūra):

- Visu nodarbību apmeklēšana un aktīva līdzdalība tajās
- Piedalīšanās semināros un diskusijās

Novērtēšanas forma:	Skaits	Īpatsvars:
Grupu darbs – projekta noformēšana uz Granta/Kredīta devēja veidlapas un projekta prezentācija	1	20%
Aktīva piedalīšanās praktiskajās nodarbībās	1	20%
Kontroldarbs par projekta posmiem	1	20%
Aizstāvēšana ar atzīmi	1	40%

Studiju kursa apguvē izmantojamās metodes:

lekcijas, darbs grupās, diskusijas, lomu spēles, mākslas filmas analīze, praktiskās

nodarbības, prezentācijas u.c.

Literatūra:

- Ilmete Ž. „Praktiskā projektu vadīšana”,
- LN projektu vadīšanas asociācija. Projekta vadīšanas nacionālās kompetences vadlīnijas. Versija 3.0. 2010.
- The Logical Framework Approach, Handbook for objectives-oriented planning
- A guide to the Project Management Body of Knowledge, Project Management Institute. 490 lp. 2008.
- Geipele I., Tambovceva T. Projektu vadīšana: studijām un biznesam. Rīga: Valters un Rapa. 2004. 189 lp.

Papildus literatūra:

- Jangs T.L. (2009) Kā vadīt projektu.
- Forands I. (2006) Projektu menedžments.
- Tambovceva T., Geipele I. (2004) Projektu vadīšana studijām un biznesam.
- Uzulāns J. (2004) Projektu vadība.
- Litke D.H., Kunova I. (2003) Projektu vadība.
- Мартин П., Тейт К (2006) Управление проектами.
- Бэґьюли Ф. (2004) Управление проектом.

Periodika un datu bāzes:

- Management Today
- Business Strategy Review
- Biznesa psiholoģija
- Datu bāzes bibliotēkas EBSCO, SCOPUS, SIENCE DIRECT

Aktualizēts	Apstiprināts
Doc., Mg.sc.pol.,A.Mite 17.08.2018.	Virziena „ Viesnīcu un restorānu servisa un tūrisma un atpūtas organizācija” padomes sēde protokols Nr.VRSTAO -2018/03 30.08.2018.

Studiju procesa laikā iespējamās izmaiņas un papildinājumi programmā un literatūras sarakstā.

STUDIJU KURSA APRAKSTS

<i>Studiju virziens:</i>	<i>Viesnīcu un restorānu servisa un tūrisma un atpūtas organizācija</i>
<i>Studiju kursa nosaukums latviešu valodā:</i>	<i>Budžeta plānošana un investīciju projektu novērtēšana</i>
<i>Studiju kursa nosaukums angļu valodā:</i>	<i>Budget planning and evaluation of investment projects</i>
<i>Studiju programma:</i>	<i>Profesionālā maģistra programma „Komunikācijas vadība izklaides un atpūtas industrijā”</i>
<i>Studiju programmas daļa:</i>	<i>Studiju kursi, kas nodrošina pētnieciskā darba, jaunrades darba, projektēšanas darba un vadībzinību studiju kursi (B)</i>
<i>Kredītpunkti:</i>	<i>2</i>
<i>ECTS:</i>	<i>3</i>
<i>Akadēmisko stundu skaits (1KP = 40 st.)</i>	<i>80</i>
<i>Studiju kursa īstenošanas valoda:</i>	<i>latviešu, krievu, angļu</i>
<i>Studiju kursu izstrādāja:</i>	<i>Mg.oec., doc. Ž. Černoštana</i>
<i>Studiju kursu docē:</i>	<i>Mg.oec., doc. Ž. Černoštana Dr.oec. J. Popova</i>
<i>Studiju kursa anotācija:</i>	<p>Kurss sagatavots, lai sniegtu praktiskas zināšanas studentiem par uzņēmuma budžeta sagatavošanu un plānošanu, lai sekmētu procesa un projektu novērtēšanu. Pēc kursa apguves students prot kontrolēt finanšu plūsmu un novērtēt sasniegtos rezultātus.</p>
<i>Studiju kursa mērķis:</i>	<p>Iepazīstināt studentus ar budžeta izstrādāšanas tehnoloģijām un metodēm, dot nepieciešamās iemaņas tās pielietot uzņēmumos. Dot studentiem nepieciešamās zināšanas, kas ļauj praktiskās situācijās pareizi novērtēt uzņēmuma finansiālo stāvokli, kā arī efektīvi pārvaldīt investīciju projektus.</p>
<i>Studiju kursa uzdevumi :</i>	<ul style="list-style-type: none"> – Iepazīstināt ar uzskaites uzdevumiem un pamatprincipiem. – Izskatīt finanšu pārskata sastāvdaļas un to nozīmi budžeta izstrādāšanas procesā. – Veidot priekšstatu par budžeta plānošanas nozīmi uzņēmumā. – Veidot priekšstatu par budžeta izstrādāšanas mērķiem, uzdevumiem un veidiem. – Iepazīstināt ar budžeta izstrādāšanas procesu. – Dot praktiskās iemaņas konkrētā budžeta sastādīšanā. – Sniegt praktiskās darba iemaņas budžeta noviržu analizē.
<i>Studiju kursa apguves rezultāti: Zināšanas, Prasmes, Kompetences</i>	<ul style="list-style-type: none"> – Sastādīt uzņēmuma plānoto bilanci un plānoto peļņas vai zaudējumu aprēķinu un noteikt finansējuma nepieciešamību. – Sastādīt uzņēmuma naudas plūsmas prognozi. – Sastādīt uzņēmuma kopējo finanšu budžetu.

<ul style="list-style-type: none"> – Novērtēt investīciju projekta izdevīgumu, veicot kvalitatīvo situācijas analīzi. – Izmantot investīciju projektu pieņemšanas lēmumos kvantitatīvās metodes. 		
Studiju kursa saturs:		
<ul style="list-style-type: none"> – Finanšu vadības sistēmas informatīvais nodrošinājums. – Uzņēmuma budžeta sastādīšana, kā uzņēmuma finanšu vadības sastāvdaļa. – Funkcionālo budžetu izstrādāšanas process. – Finanšu budžetu sastādīšana. – Budžeta izpildes kontrole un analīze. Investīciju projektu novērtēšana. – Projektu izvērtēšanas metožu priekšrocības un trūkumi (ARR, NPV, IRR, ROI) 		
Pārbaudījuma forma:	Dif. ieskaite	
Prasības kredītpunktu iegūšanai (kursa novērtējuma struktūra):		
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Visu nodarbību apmeklēšana un aktīva līdzdalība tajās ▪ Piedalīšanās semināros un diskusijās 		
Novērtēšanas forma:	S kaits:	Īpatsva rs:
Kontroldarbi:	4	40%
<ul style="list-style-type: none"> – Kontroldarbs par naudas līdzekļu budžeta sagatavošanu – Kontroldarbs par kopbudžetu sagatavošanu, – Kontroldarbs par finanšu pārskatu datu novērtēšanu, izmantojot finanšu koeficientus, – Kontroldarbs par investīciju projektu novērtēšanu. 		
Aktivitāte un dalība semināros un praktiskajos darbos		20%
Dif. ieskaite	1	20%
Studiju kursa apguvē izmantojamās metodes:		
lekcijas, darbs grupās, diskusijas, praktiskās nodarbības.		
Literatūra:		
<ul style="list-style-type: none"> – KIF „biznesa komplekss”, 2009. – 268 lpp. – Bojarenko J., Beļavska L., Tjurina A. Finanšu grāmatvedība: teorija un prakse. 2.daļa.R., KIF „biznesa komplekss”, 2009. – 292 lpp. – Raņķevica V., Korsaka T. Ievads grāmatvedībā. – Latvijas Komercbanku asociācijas Konsultāciju un mācību centrs SIA, Rīga, 2008. – 260 lpp. – Rurāne M. Finanšu menedžments. Rīga.Rīgas Starptautiskā ekonomikas un biznesa administrācijas augstskola, 2005. – 384 lpp. – Saksonova S. Uzņēmumu finanšu vadības praktiskās metodes. –Rīga, Merkūrijs Lat. -225 lpp. – Бюджетирование: теория и практика (+CD): учебное пособие/Л.С.Шаховская, В.В.Хохлов, О.Г.Кулакова (и др.). – М.: КНОРУС, 2009. – 400 с. 		
Papildus literatūra:		

- Бланк И.А. Основы финансового менеджмента. – В 2-х томах. 2-е изд. – Киев: Ника-центр, 2004. – 618 с.
- Бригхем Ю., Гапенски Л. Финансовый менеджмент: Полный курс: В 2-х томах/Пер.с англ.под ред.В.В.Ковалева. СПб.: Экономическая школа, 2004 г. - Т.1. 497 с.
- Концепция контроллинга: Управленческий учет. Система отчетности. Бюджетирование / Horvath& Partners; Пер. с нем. – 2-е изд. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 269 с.
- Финансовый менеджмент: Учебник для вузов/ Под ред.акад.Г.П.Поляка. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. -527 с.
- Этрилл П. Финансовый менеджмент для неспециалистов. 3-е изд./Пер.с англ.под ред. -Е.Н.Бондаревской. –СПб.: Питер,2006. -608 с.: ил.

Interneta resursi, periodika un datu bāzes:

- Zinātnisko konferenču rakstu krājumi
- Žurnāls “Bilance”
- Žurnāls “Grāmatvedība un ekonomika”
- Žurnāls The Economist www.economist.com
- Žurnāls Финансы www.finance-journal.ru
- Datu bāze EBSCO <http://search.ebscohost.com>
- Datu bāze SCOPUS <http://www.scopus.com>

Aktualizēts	Apstiprināts
Mg.oec., doc. Ž. Černoštana 17.08.2018.	Virziena „ Viesnīcu un restorānu servisa un tūrisma un atpūtas organizācija” padomes sēde
	protokols Nr.VRSTAO -2018/03
	30.08.2018.

Studiju procesa laikā iespējamas izmaiņas un papildinājumi programmā un literatūras sarakstā.

STUDIJU KURSA APRAKSTS

Studiju virziens:	<i>Viesnīcu un restorānu servisa un tūrisma un atpūtas organizācija</i>
Studiju kursa nosaukums latviešu valodā:	<i>Inovatīvās tehnoloģijas atpūtas un izklaides jomā</i>
Studiju kursa nosaukums angļu valodā:	<i>Innovative technologies in the field of leisure and entertainment</i>
Studiju programma:	<i>Profesionālā maģistra programma „Komunikācijas vadība izklaides un atpūtas industrijā”</i>
Studiju programmas daļa	<i>Studiju kursi, kas nodrošina pētnieciskā darba, jaunrades darba, projektēšanas darba un vadībzinību studiju kursi (B)</i>
Kreditpunkti:	2
ECTS:	3
Akadēmisko stundu skaits (1KP = 40 st.)	80
Studiju kursa īstenošanas valoda:	<i>latviešu, krievu, angļu</i>
Studiju kursu izstrādāja:	<i>Dr. oec., petn. J. Popova</i>
Studiju kursu docē:	<i>Dr. oec., petn. J. Popova Mg.sc.pol., doc. A. Mite</i>
Studiju kursa anotācija:	<p>Stabilu konkurētspējīgu pozīciju iegūšanai tirgū ir nepieciešams sekot nozares jauninājumiem, iepazīties ar jaunām tehnoloģijām, idejām; inovācijas darbības būtības izpratne. Priekš tam studentiem jāapzinās, kā plānot inovācijas uzņēmumā un kā vadīt inovācijas darbību.</p>
Studiju kursa mērķis:	<p>Apgūt teorētiskās zināšanas un praktiskās iemaņas, kuras nepieciešamas, lai vadītu inovāciju procesus pakalpojumu, tūrisma un viesmīlības vadības uzņēmumā, uzlabot saikni starp zinātni un praksi.</p>
Studiju kursa uzdevumi :	<ul style="list-style-type: none"> – Iepazīstināt ar cilvēktiesību vēsturi. – Iepazīstināt ar galvenajiem cilvēktiesību katalogiem un aizsardzības mehānismiem. – Radīt izpratni par cilvēktiesību piemērošanas praksi. – Radīt priekšstatu par cilvēktiesību tiesisko bāzi Latvijā un pasaulē.
Studiju kursa apguves rezultāti:	<p>Zināšanas:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Par inovāciju sasniegumiem tūrisma nozares attīstības procesos ārvalstīs. – Galvenie un nozīmīgākie inovāciju regulēšanas mehānismi uzņēmumā. – Inovatīva uzņēmuma organizācijas un vadības formas.
Prasmes:	<ul style="list-style-type: none"> – Analizēt inovāciju tirgus attīstības un vajadzību dinamiku. – Organizēt un vadīt inovatīvu uzņēmumu.

- Veikt inovatīvu projektu auditu un ekspertīzi.
- Inovatīvas darbības resursu formēšana un izmantošana.

Kompetences:

- Inovatīvas uzņēmējdarbības tūrisma, atpūtas un izklaides nozarē pamatdarbības principu izstrāde.
- Inovāciju stratēģisko pamatelementu izstrāde un veidošana, ņemot vērā iekšējos un ārējos faktorus.
- Inovāciju ieviešanas paņēmieni un risku samazināšana.
- Investīciju piesaistes un formēšanas veidi, lai attīstītu inovatīvo uzņēmējdarbību.

Studiju kursa saturs:

- Inovāciju teorija.
- Inovāciju klasifikācija un inovācijas procesa struktūra.
- Inovāciju ieviešanas un izplatīšanas īpatnības; faktori, kuri ietekmē inovāciju procesu sekmību.
- Inovatīvas darbības pamatmodeļi.
- Inovācijas procesa posmi.
- Uzņēmumu inovatīvas stratēģijas atpūtas un izklaides industrijā.
- Inovācijas projekti.
- Atpūtas un izklaides industrijas inovatīvais potenciāls.
- Jaunās tendences atpūtas un izklaides uzņēmumu darbībā.
- Inovatīvas uzņēmējdarbības formas tūrismā, atpūtas un izklaides industrijā.
- Teātra un lomas spēles kā jaunu darbības formu piemērs atpūtas un izklaides industrijā.
- Jaunu projektu izstrāde.

Pārbaudījuma forma:

Dif. ieskaite

Prasības kredītpunktu iegūšanai (kursa novērtējuma struktūra):

- Visu nodarbību apmeklēšana un aktīva līdzdalība tajās
- Piedalīšanās semināros un diskusijās

Novērtēšanas forma:	S kaits:	Īpatsva rs:
Visu nodarbību apmeklēšana un aktīva līdzdalība tajās	1	30%
Piedalīšanās semināros un diskusijās	3	40%
Dif. ieskaite	1	30%

Studiju kursa apguvē izmantojamās metodes:

Iekcijas, darbs grupās, diskusijas, praktiskās nodarbības.

Literatūra:

- [Tourism and Innovation \(Contemporary Geographies of Leisure, Tourism and Mobility\) by Michael C. Hall and Williams Allan, Routledge, 2008](#)
- [Entertainment and Society: Influences, Impacts, and Innovations by Shay Sayre and Cynthia King Routledge; 2 edition, 2010](#)
- [Воскресенский В.Ю. Международный туризм. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 463 с.](#)
- [Изотова М.А., Матюхина Ю.А. Инновации в социокультурном бизнесе и туризме. – М.: Советский спорт, 2006. – 224 с.](#)
- [Малахова Н.Н., Ушаков Д.С. Инновации в туризме и сервисе. – Ростов н/Д.: Феникс, 2010. – 244 с.](#)

Papildus literatūra:

- [Tourism and Innovation \(Contemporary Geographies of Leisure, Tourism and Mobility\) by Michael C. Hall and Williams Allan, Routledge, 2008](#)
- [Entertainment and Society: Influences, Impacts, and Innovations by Shay Sayre and Cynthia King Routledge; 2 edition, 2010](#)
- [Воскресенский В.Ю. Международный туризм. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 463 с.](#)
- [Духовная Л.Л., Холодцова И.И. Инновационные технологии в гостиничном бизнесе // Сервис в России и за рубежом. 2014. № 7 \(54\). С. 166-178. Доступно он-лайн: <http://elibrary.ru/download/79219033.pdf>](#)

Interneta resursi, periodika un datu bāzes:

- Маклашина Л.Р. Роль инноваций в развитии туризма // Креативная экономика, 2011, №12, с.130-136. Доступно он-лайн: <http://elibrary.ru/download/61772744.pdf>
- Полухина А.Н. Инновации в сфере туризма: модели, технологии и направления внедрения // Инновационное развитие экономики. 2015, №3 (27), с.41-47. Доступно он-лайн: <http://elibrary.ru/download/55671212.pdf>
- Коновалова Е.Е., Силаева А.А. Инновации на предприятиях туризма и сервиса // Сервис в России и за рубежом. 2014, №3 (50), с.96-105. Доступно он-лайн: <http://elibrary.ru/download/43369271.pdf>.
- Абульян Ю.И. Особенности инноваций в туризме // Экономика. Право. Печать. Вестник КСЭИ. 2013, №3, с.241-250. Доступно он-лайн: <http://elibrary.ru/download/71231973.pdf>
- Datu bāze EBSCO <http://search.ebscohost.com>
- Datu bāze SCOPUS <http://www.scopus.com>

Aktualizēts	Apstiprināts
Dr. oec., vad.petn. J. Popova 17.08.2018.	Virziena „ Viesnīcu un restorānu servisa un tūrisma un atpūtas organizācija” padomes sēde

Studiju procesa laikā iespējamās izmaiņas un papildinājumi programmā un literatūras sarakstā.

STUDIJU KURSA APRAKSTS

Studiju virziens:	<i>Viesnīcu un restorānu servisa un tūrisma un atpūtas organizācija</i>
Studiju kursa nosaukums latviešu valodā:	<i>Kultūras tirgi un kultūras prakses</i>
Studiju kursa nosaukums angļu valodā:	<i>Cultural markets and cultural practices</i>
Studiju programma:	<i>Profesionālā maģistra programma „Komunikācijas vadība izklaides un atpūtas industrijā”</i>
Studiju programmas daļa	<i>Studiju kursi, kas nodrošina pētnieciskā darba, jaunrades darba, projektēšanas darba un vadībinību studiju kursi (B)</i>
Kredītpunkti:	4
ECTS:	6
Akadēmisko stundu skaits (1KP = 40 st.)	160
Studiju kursa īstenošanas valoda:	<i>latviešu, krievu, angļu</i>
Studiju kursu izstrādāja:	<i>Dr. art., doc. N. Pazuhina Mg. philol., viesdoc. I. Markina</i>
Studiju kursu docē:	<i>Dr. art., doc. N. Pazuhina Mg. philol., viesdoc. I. Markina</i>
Studiju kursa anotācija:	<p>Kursa ietvaros tiek analizēti aktuālās kultūras fenomeni un mehānismi mūsdienu socioloģijas un kultūras teorijas koncepciju kontekstā, sniedzot kā teorētisko ieskatu pētnieciskajās pieejās, tā arī attīstot studējošo praktiskās iemaņas, rosinot viņus pētīt konkrētas kultūrsociālās situācijas, izmantojot iegūto teorētisko bāzi un jēdzienisko aparātu.</p>
Studiju kursa mērķis:	<p>Veidot studējošajiem izpratni par kultūras produkta izveidi un funkcionēšanu mūsdienu kultūrsociālajā situācijā, kā arī veicināt studējošo prasmi patstāvīgi analizēt laikmetīgās kultūras fenomenus no kultūras produkta patērēšanas viedokļa, orientēties kultūras produktu ražošanā un tirgū, kultūras patērēšanas un kultūras prakšu mijiedarbībā.</p>
Studiju kursa uzdevumi :	<ul style="list-style-type: none"> – Veicināt zināšanu apguvi par mūsdienu kultūras produkta un kultūras tirgu pētījumu koncepcijām, kultūras fenomenu un kultūras prakšu apraksta veidiem. – Radīt izpratni par mūsdienu kultūras procesiem, to pretrunīgumu un savdabīgumu, par kultūras stāvokli globalizētajā pasaulē. – Izskaidrot kultūras prakšu iedarbību socializācijas un komunikācijas procesā,

kultūrsociālā diferencēšanas un saliedētības veidošanās ar kultūras prakšu palīdzību.

- Nodrošināt iespējas apgūt prasmi orientēties mūsdienu kultūras daudzveidībā, kultūras produktu patērēšanas procesos un kultūras produktu patērētāju uzvedības specifikā.
- Attīstīt prasmi analizēt kultūras parādības Latvijas un Eiropas kultūras tirgu kontekstā.
- Izkopt kritisko un dialogisko domāšanu.
- Pilnveidot racionālās un patstāvīgās domāšanas prasmes loģiski spriest un secināt, argumentēti aizstāvēt savu pozīciju.

Studiju kursa apguves rezultāti:

Zināšanas:

- Kultūras fenomenu un kultūras prakšu apraksta veidiem.
- Kultūras prakšu veidiem un funkcijām tradicionālajā un modernajā kultūrā.
- Mūsdienu kultūras teorijas un socioloģijas terminoloģiju.
- Atšķirībām kultūras produkta kategorijas izpratnē ekonomikā, kultūras socioloģijā un kultūras teorijā.
- Par sociāliem, ekonomiskiem un citiem faktoriem, kas ietekmē kultūras produkta izveidi un kultūras tirgu funkcionēšanu.

Prasmes:

- Izmantot mūsdienu kultūras teorijas un socioloģijas jēdzienisko aparātu.
- Kritiski analizēt teorētisko literatūru, lai patstāvīgi rastu izvirzītās problēmas risinājumu.
- Argumentēti diskutēt par aktuālām kultūras problēmām patēriecības situācijā.
- Analizēt kultūras prakses socializācijas un komunikācijas procesā.
- Analizēt kultūras parādības Latvijas un Eiropas kultūras tirgu apstākļos.
- Pielietot analītiskās metodes, analizējot kultūras produkta funkcionēšanu un patērētāju uzvedības specifiku konkrētajās situācijās.
- Korekti izvērtēt kultūras produkta piedāvājumu un pieprasījumu.

Kompetences:

- Korekti formulēt savu viedokli, analizējot aktuālo kultūras tirgu situāciju.
- Pielietot pētnieciskas un analītiskas metodes aktuālās kultūras fenomenu interpretācijā un izvērtējumā.
- Atrast korektus risinājumus, virzot tirgū kultūras produktu.
- Piedalīties kultūrvides veidošanā atbilstoši sabiedrības prasībām.

Studiju kursa saturs:

I daļa

- Kultūra un kultūras produkts. Mūsdienu pieejas situācijas definēšanai un izvērtēšanai.
- Kultūra kā simboliskais kapitāls. Kultūras teksti kultūras tirgū.
- Kultūra kā prece (patērēšanas priekšmets): adresāts un patērētājs. Vērtības

veidošanās, lietošanas vērtība, simboliskā vērtība. Kultūras komodifikācija un komoditizācija.

- Kultūras un kultūras produkta funkcijas (patēriecības situācija). Vērtību sistēma un vajadzību sistēma. Kultūrproduktu „hierarhija”. Masveidīgais produkts.
- Kultūras produkta ražošanu un virzīšanu ietekmējošie faktori. Standarti, prototipi, formāti, tiražēšana.
- Kultūras produkta pamatražotāji. Kultūras industrijas.
- Kultūras pamattirgi. Kultūrtirgu tipoloģijas veidi. Kultūrtirgi un kultūras industrijas. Izklaides industrija un izklaides tirgus. Art tirgus.
- Elitārā kultūra un tirgus. „Luksus klases” kultūras produkts.

II daļa

- Kultūras prakses jēdziens. Pētniecisko pieeju spektrs prakšu teorijas ietvaros.
- Kultūras prakses un identitāte. Kultūrsociālā diferencēšana un saliedētības veidošanās ar kultūras prakšu palīdzību: sociālās grupas, kopienas, communities.
- Kultūra kā sociālā telpa: konstruēšanas iespējas un pētnieciskās pieejas.
- Kultūras prakšu veidi: mākslinieciskās prakses, reliģiskās prakses, intelektuālās prakses, ķermeņa prakses dažādās kultūrās.
- Kultūras prakšu funkcija tradicionālajā un modernajā kultūrā.
- Kultūras prakses socializācijas un komunikācijas procesā: uzvedības, uztveres, saskarsmes taktikas un kultūras atmiņa
- Kultūras prakses un sociālās institūcijas. Kultūras prakšu leģitimācijas mehānismi.
- „Centra” un „marginālās” kultūras prakses: to specifika un izplatīšanas mehānisms.
- Kultūras prakšu noturīguma problēma: tradīcijas un to izmaiņas aktuālajā kultūras situācijā. Tradīciju muzejizēšanās, komercializācija, stilizācija, rekonstrukcija un konstruēšana.
- Kultūras prakses mediju vidē, kultūras pieredze virtualizētajā pasaulē. „Kultūras paaudzes” problēma postindustriālajā sabiedrībā.
- „Veco” un „jauno” kultūras prakšu konflikts.

Pārbaudījuma forma:

eksāmens

Prasības kredītpunktu iegūšanai (kursa novērtējuma struktūra):

- Aktīva piedalīšanās lekcijās
- Piedalīšanās semināros un diskusijās
- Patstāvīgo mājas darbu un grupas darbu sagatavošana, prezentēšana

Novērtēšanas forma:

Īpatsvars:

Aktīva piedalīšanās lekcijās

20%

Patstāvīgo mājas darbu un grupas darbu sagatavošana, prezentēšana

30%

Eksāmens

50%

Studiju kursa apguvē izmantojamās metodes:

lekcijas, darbs grupās, diskusijas, praktiskās nodarbības.

Literatūra:

- Cultures and Globalization: The Cultural Economy (The Cultures and Globalization Series) by Helmut K Anheier (Editor), Yudhishtir Raj Isar (Editor). 1st Edition SAGE publications Ltd, 2008. 670 p. ISBN 978-1-4129-3473-2.
- Ģircs Kl. Kultūru interpretācija. Rīga, 1998. ISBN10: 9984928810
- Henry C., De Bruin A. Entrepreneurship and the Creative Economy: Process, Practice and Policy. Edward Elgar Publishing, 2011.
- Волков В., Хархордин О. Теория практик. Санкт-Петербург, 2008. ISBN 978-5-94380-078-8
- Долгин А.Б. Экономика символического обмена. – М.: Инфра-М, 2006.
- Долгин А.Б. Манифест новой экономики. М., АСТ, 2010. 224 с. ISBN 978-5-17-06939-1
- Культура и рынок. Опекаемые блага. Под ред. А. Рубинштейна, В. Музычук. – СПб., Алетейя, 2013. 400 с. ISBN 978-5-91419-939-2
- Тросби Д. Экономика и культура. М. ИШЭ, 2013. 256 с. ISBN 978-5-7598-0836-7, 0-521-58639-9
- Хезмондалш Д. Культурные индустрии / пер. с англ. И. Кушнарева; под науч. ред. А. Михалевой М.: Изд. ВШЭ, 2014. 456 с. ISBN 978-5-7598-0837-4

Papildus literatūra:

- Theodor Adorno and Max Horkheimer (1944) The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception. Transcribed: by Andy Blunden 1998. 2nd Edition. ISBN-13: 978-0415253802 available at <https://www.marxists.org/reference/archive/adorno/1944/culture-industry.htm>
- Anderson J., Reckhenrich J., Kupp M. The Fine Art of Success: How Learning Great Art Can Create Great Business. - John Wiley & Sons, 2011.
- David Hesmondhalgh and Andy C. Pratt Cultural industries and cultural policy Available in LSE Research Online: September 2008 http://eprints.lse.ac.uk/15478/1/Cultural_industries_and_cultural_policy_%28LSE%29.pdf
- Moeran B., Pedersen J. Negotiating Values in the Creative Industries: Fairs, Festivals and Competitive Events. - Cambridge University Press, 2011.
- Бурдые П. Социальное пространство: поля и практики. М., 2005.
- Ньюбайджин Дж. Введение в креативную экономику. - М.: Креативная экономика, 2011. цены // Беккер Г. Человеческое поведение: экономический подход. Избранные труды по экономической теории. М., 2003, с. 271–280.
- Серто М., де. Изобретение повседневности. 1. Искусство делать. СПб., 2013.
- Флиер А.Я. культурные индустрии в истории и современности: типы и технологии
- Информационный гуманитарный портал «Знание. Понимание. Умение» / № 3 2012 ISSN 1998-9873 (print) ISSN 2218-9238 (online) available at http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2012/3/Flier_Cultural-Industries

- Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. Москва, 2007.
- Хальбвакс М. Потребности и устремления в социальной экономике // Хальбвакс М. Социальные классы и морфология / Пер. с фр. под ред. А.Т. Бикбова. М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2000.

Interneta resursi, periodika un datu bāzes:

- American Journal of Cultural Sociology
- Economic Development and Cultural Change,
- European Journal of Cultural Studies
- Datu bāze EBSCO <http://search.ebscohost.com>,
- Datu bāze SCOPUS <http://www.scopus.com>

Aktualizēts	Apstiprināts
Dr. art., doc. N. Pazuhina Mg. philol.viesdoc. I. Markina 17.08.2018.	Virziena „Viesnīcu un restorānu servisa un tūrisma un atpūtas organizācija” padomes sēde protokols Nr.VRSTAO -2018/03 30.08.2018.

Studiju procesa laikā iespējamas izmaiņas un papildinājumi programmā un literatūras sarakstā.

STUDIJU KURSA APRAKSTS

<i>Studiju virziens:</i>	<i>Viesnīcu un restorānu servisa un tūrisma un atpūtas organizācija</i>
<i>Studiju kursa nosaukums latviešu valodā:</i>	<i>Pieredzes mārketing</i>
<i>Studiju kursa nosaukums angļu valodā:</i>	<i>Experiential marketing</i>
<i>Studiju programma:</i>	<i>Profesionālā maģistra programma „Komunikācijas vadība izklaides un atpūtas industrijā”</i>
<i>Studiju programmas daļa</i>	<i>Studiju kursi, kas nodrošina pētnieciskā darba, jaunrades darba, projektēšanas darba un vadībinību studiju kursi (B)</i>
<i>Kredītpunkti:</i>	<i>2</i>
<i>ECTS:</i>	<i>3</i>
<i>Akadēmisko stundu skaits (1KP = 40 st.)</i>	<i>80</i>
<i>Studiju kursa īstenošanas valoda:</i>	<i>latviešu, krievu, angļu</i>
<i>Studiju kursu izstrādāja:</i>	<i>Mg. philol., MBA, doc. N. Sotikova</i>
<i>Studiju kursu docē:</i>	<i>Mg. philol., MBA, doc. N. Sotikova Dr.sc.pol., doc. M. Gunare</i>
<i>Studiju kursa anotācija:</i>	
<p>Kurss sagatavots, lai studentiem sniegtu praktiskas zināšanas par pieredzes projektēšanu un dizainu, tās izstrādes posmiem un realizācijas procesiem. Iegūtās zināšanas un iemaņas palīdzēs uzņēmējiem organizēt komunikāciju ar klientiem, izmantojot jaunas tehnoloģijas.</p>	
<i>Studiju kursa mērķi:</i>	
<p>Iepazīstināt ar pieredzes projektēšanas un dizaina tehnoloģijām. Dot studentiem nepieciešamās zināšanas un prasmes efektīvas komunikācijas ar klientiem organizēšanai, kas ļauj sasniegt labākus rezultātus uzņēmējdarbībā. Radīt izpratni par būtiskākajiem procesiem uzņēmējdarbībā un komunikācijā ar klientiem, izmantojot pieredzes/iespaidu projektēšanas un dizaina tehnoloģijas.</p>	
<i>Studiju kursa uzdevumi :</i>	
<ul style="list-style-type: none"> – Iepazīstināt ar pieredzes ekonomikas jēdzienu, projektēšanu, dizainu un iemācīt pielietot to. – Veidot priekšstatu par pieredzes radišanas algoritmu, to izmantošanu komunikācijā ar mērķauditoriju. – Veidot priekšstatu par pieredzes radišanas priekšrocībām un trūkumiem, stimulu un kanālu izvēli. – Palīdzēt apgūt prasmes, lai izstrādātu projektus pieredzes radišanai konkrētam uzņēmumam. – Reālas pieredzes projektēšanas un dizaina piemēru izvērtēšana un apspriešana. 	

<ul style="list-style-type: none"> – Pārbaudīt un nostiprināt saņemtās zināšanas un iemaņas ar pašpārbaudes jautājumiem. 		
Studiju kursa apguves rezultāti:		
Zināšanas:		
<ul style="list-style-type: none"> – Sniegtas zināšanas par pieredzes mārketingu un tā izmantošanu komunikācijā ar klientiem. 		
Prasmes:		
<ul style="list-style-type: none"> – Pilnveidotas studējošā iemaņas pieredzes projektēšanas un dizaina izstrādes etapos un realizācijas procesos; spēja analizēt pieredzes projektēšanas un dizaina izstrādes algoritmu, pielietojot teorētiskās zināšanas un dažādus paņēmienus. 		
Kompetences:		
<ul style="list-style-type: none"> – Analizēt un sniegt konkrētu novērtējumu pieredzes projektēšanā un dizainā; interpretēt un noteikt priekšrocības un trūkumus, izstrādāt rekomendācijas. – Izstrādāt optimālu pieredzes radīšanas projektu konkrētam uzņēmumam. 		
Studiju kursa saturs:		
<ul style="list-style-type: none"> – Pieredzes (iespaidu) ekonomika. Vērtība pieredzes ekonomikā. Vērtības modelis. Vērtības veidošana, izmantojot pieredzi/iespaidu. – Atšķirības ekonomikas piedāvājumā. Četri ekonomikas piedāvājumu posmi. Priekšnosacījumi pieredzes ekonomikas veidošanai. – Pieredzes tēmas. Pasākumi – pieredze. Klientu iesaiste pieredzes veidošanā. Pieci pieredzes veidi un to kanāli. – Masu personalizācija. Klientu vajadzību noteikšana. Komunikācijas atbilstība klientu vajadzībām. Masu personalizācijas iespējas. Modelēšanas un mijiedarbības instrumenti. Personalizācijas veidi. – Patērētāju koncesija. Patērētāju uzvedība un atgriezeniskā saite. Patērētāju pieredzes uztvere. – Darbs kā teātra priekšnesums. Bizness kā skatuve. Pieredzes bagātināšana. Algoritms pieredzes veidošanā. – Pilsēta kā teātris. Radošais priekšnesums. Radošais kvartāls kā kultūras fenomēns. – Komunikācijas modeļi pieredzes mārketingā. Komunikācijas satura noteikšana. Komunikācijas kanālu izvēle. 		
Pārbaudījuma forma:	Dif. ieskaite	
Prasības kredītpunktu iegūšanai (kursa novērtējuma struktūra):		
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nodarbību apmeklēšana un aktīva līdzdalība tajās ▪ Piedalīšanās semināros un diskusijās 		
Novērtēšanas forma:	S	Īpatsvars:
Aktīva piedalīšanās lekcijās – 30%,		30%
Izstrādāti un aizstāvēti divi patstāvīgie darbi	2	40%
Dif. ieskaite	1	30%
Studiju kursa apguvē izmantojamās metodes:		
lekcijas, darbs grupās, diskusijas, praktiskās nodarbības.		
Literatūra:		

- Schmitt, B. H. (2010). Experience Marketing: Concepts, Frameworks and Consumer Insights. *Foundations and Trends in Marketing*, Vol. 5, No. 2, pp. 55-112.
- B. Joseph Pine, Jame H. Gilmore The Experience Economy. 2005
- Max Lenderman Experience the Message: How Experiential Marketing Is Changing the Brand World
- J. Pine, B. Joseph, James H. Gilmore Authenticity: What Consumers Really Want
- Shaz Smilansky Experiential Marketing: A Practical Guide to Interactive Brand Experiences
- Goffman E. (1959) Presentation of Self in Everyday Life. New York, p.80
- Goffman E. (1974) Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience. New York, p.575

Papildus literatūra:

- Kolb B.M. (2006) Tourism Marketing For Cities and Towns. Butterworth-Heinemann: Elsevier. 310 pp.
- Mills C. (1951) White Collar: The American Middle Class. New York, XV
- McLuhan M., Fiore Q. (2005) The Medium is the Massage. Gingko Press, 160 p.
- Wright J. (2006). Blog Marketing. The Revolutionary New Way to Increase Sales, build Your Brand, and Get Exceptional Results. NY: McGraw-Hill. 269 pp.
- Jang, Y. J., Jung, E. C. (2013). Studies on the Design Marketing Strategies in the Experiential Economy through the Case Study of „the Starbucks Company”, in Aaron, M. Design, User Experience, and Usability. Second International Conference, DUXU 2013, Las Vegas, NV, Proceedings, Par IV, pp. 30 – 36.
- Lagiewski, R., Zekan, B. (2006). Experiential marketing of tourism destinations. [tiešsaiste]. <http://scholarworks.rit.edu>
- Lee, M. S., Hsiao, H. D., Yang, M. F. (2011). The study of the relationships among experiential marketing, service quality, customer satisfaction and customer loyalty. *The International Journal of Organizational Innovation*, 3(2), pp. 353-379.
- Same, S. Understanding Experience Marketing: Conceptual Insights and Differences from Experiential Marketing. (2012).

Interneta resursi, periodika un datu bāzes:

- Gentile, C., Spiller, N., Noci, G. (2007). How to sustain the customer experience: An overview of experience components that co-create value with the Customer. *European Management Journal*, 25(5), pp. 95-110.
- Datu bāze EBSCO <http://search.ebscohost.com>,
- Datu bāze SCOPUS <http://www.scopus.com>

Aktualizēts	Apstiprināts
Mg. philol., MBA, doc. N. Sotikova 17.08.2018.	Virziena „Viesnīcu un restorānu servisa un tūrisma un atpūtas organizācija” padomes sēde protokols Nr.VRSTAO -2018/03 30.08.2018.

Studiju procesa laikā iespējamas izmaiņas un papildinājumi programmā un literatūras sarakstā.

STUDIJU KURSA APRAKSTS

Studiju virziens:	<i>Viesnīcu un restorānu servisa un tūrisma un atpūtas organizācija</i>
Studiju kursa nosaukums latviešu valodā:	<i>Producēšana</i>
Studiju kursa nosaukums angļu valodā:	<i>Producing</i>
Studiju programma:	<i>Profesionālā maģistra programma „Komunikācijas vadība izklaides un atpūtas industrijā”</i>
Studiju programmas daļa	<i>Studiju kursi, kas nodrošina pētnieciskā darba, jaunrades darba, projektēšanas darba un vadībzinību studiju kursi (B)</i>
Kredītpunkti:	<i>2</i>
ECTS:	<i>3</i>
Akadēmisko stundu skaits (1KP = 40 st.)	<i>80</i>
Studiju kursa īstenošanas valoda:	<i>latviešu, krievu, angļu</i>
Studiju kursu izstrādāja:	<i>Dr. sc.pol. M. Gunare</i>
Studiju kursu docē:	<i>Dr. sc.pol. M. Gunare Viespasniedzēji</i>
Studiju kursa anotācija:	<p>Šis kurss ir veidots, lai veicinātu darbību ar radošiem projektiem dažādās darbības jomās un aktivitātēs, to virzīšanu, darbu ar auditoriju, radošo projektu formātu izstrādi, darbu ar ikvienu, kas ir iesaistīts kultūras produkta izveides procesā. Tā ir iespēja izprast kultūras projektu tirgu atpūtas un izklaides nozarē, šīs nozares tendences, uzzināt esošos formātus un modeļus. Kurss piedāvā apzināt potenciālās auditorijas interešu un vajadzību pētījuma nozīmi, projekta attīstības stratēģijas virzību, ideoloģiski-māksliniecisko, organizatorisko, finanšu un tiesību kontroli – galvenos producēšanas jēdzienus. Šis kurss ir vērsts uz uzņēmēja veidošanas procesu ar radošo ekspertīzi, kas ļauj profesionāli izvērtēt, apspriest un pieņemt radošus vadības lēmumus.</p>
Studiju kursa mērķis:	<p>Dot priekšstatu par specifiskajām producēšanas īpatnībām dažādu radošo darbību kontekstā un parādīt šīs jomas speciālista darbības principus.</p>
Studiju kursa uzdevumi :	<ul style="list-style-type: none">– Sniegt studentiem priekšstatu par šovbiznesa īpatnībām.– Analizēt aktuālo situāciju tirgū.– Palīdzēt studentiem orientēties mūsdienu radošo profesiju spektrā.– Attīstīt praktiskās iemaņas programmu veidošanā un administrēšanā.
Studiju kursa apguves rezultāti:	
Zināšanas	

- Pārzināt maksimāli plašu mūsdienu iespēju un prasmju paleti, kuras ir raksturīgas galvenajiem nepieciešamību virzieniem atpūtas un izklaides nozarē.
- Par prasību formatētu satura sistēmu attiecībā pret kontentu.
- Ir izpratne par bāzes metodēm, kuras stimulē kreativitātes klātbūtni.

Prasmes

- Prezentēt dažādus formātus producentu piedāvājumos.
- Dažādu mediju tekstu radīšanas procesa sadale starp visiem dalībniekiem, radošajām un ražošanas grupām.
- Dažādu formātu programmu budžeta plānošana.

Kompetences

- Izmantot radoši-tehnoloģiskos instrumentus, kurus pielieto veidojot oriģinālu kontentu patstāvīgas mediju plūsmas apstākļos, izmantot tādas raksturīgas īpašības, kā pastāvīgs laika deficīts, informācijas un finanšu resursi, kā arī izmantot kolektīvā darba sinerģiju.
- Izmantot kreatīvā kontentmenedžmenta resursus, produktīvi integrēties iespējamajās sarežģītajās radošajās darba attiecībās ar kolēģiem, strādāt kopējā rezultāta interesēs, veidot profesionālas attiecības ar grupas dalībniekiem, panākt kopīgo pūļu maksimālu efektivitāti un atdevi.

Studiju kursa saturs:

- Producēšana: kopīgais visās jomās.
- Teatrālā producēšana.
- Muzikālā producēšana.
- TV un kino producēšana.
- Izglītības programmu producēšana.
- Šovu producēšana.

Pārbaudījuma forma:

Prasības kredītpunktu iegūšanai (kursa novērtējuma struktūra):

- Visu nodarbību apmeklēšana un aktīva līdzdalība tajās
- Piedalīšanās semināros un diskusijās

Novērtēšanas forma:	S kaits:	Īpatsva rs:
Darbs grupās (lietišķa spēle)	1	20%
Aktivitāte un dalība semināros un praktiskajos darbos	1	20%
Eseja	1	30%
Eksāmens - diskusija	1	30%

Studiju kursa apguvē izmantojamās metodes:

lekcijas, darbs grupās, diskusijas, praktiskās nodarbības.

Literatūra:

- Иванова Г.П. Огурчикова П.К. Сидорченко В.И. Основы продюсерства . – М., 2003
- Корнеева С. Как зажигают звезды: технологии музыкального продюсирования. – СПб.: Питер 2004
- Жданова Е.И., Иванов С.В., Кротова Н.В. Управление и экономика в шоу-

бизнесе. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 176 с.

- Морозова Е.Я., Тихонова Э.Д. Экономика и организация предприятий социально-культурной сферы. – СПб.: Издательство Михайлова В.А., 2002. – 318 с.
- Черняк Ю. М. Режиссура праздников и зрелищ. - Мн. ТетраСистемс, 2004. - 224 с.
- Sonder M. Event Entertainment and Production. - The Wiley Event Management Series , 2003

Papildus literatūra:

- Келлисон К. Продюсирование на телевидении. Практический подход, Издательство: Гревцов Паблишер, 2008
- Лурье А.С. Специфика концертной деятельности.: Лекция-М., 1996
- Лурье А.С. Управление концертным делом. М., 1998
- Handbook of image and video processing/ ed. Al Bovik. San Diego, 2000.
- Worthen W. Shakespeare and the force of modern performance. Cambridge, 2003.
- Makkerčers V., Krosa H. Kultūras tūrisms. Tūrisma un kultūras mantojuma pārvaldības partnerība. - Rīga, Neptuns, 2007.
- Келлисон К. Продюсирование на телевидении. Практический подход, Издательство: Гревцов Паблишер, 2008

Interneta resursi, periodika un datu bāzes:

- www.aspekte-salzburg.at
- [www. Efa-aef.org](http://www.efa-aef.org) (Европейская фестивальная ассоциация)
- Британская ассоциация фестивалей (British Arts Festivals Association) [www. Artsfestivals.co.uk](http://www.Artsfestivals.co.uk)
- Европейская конференция промоутеров новой музыки (European Conference of Promoters of New Music – ECPNM) – www.ecpnm.com
- Datu bāze EBSCO <http://search.ebscohost.com>,
- Datu bāze SCOPUS <http://www.scopus.com>

Aktualizēts	Apstiprināts
Dr. sc.pol., doc. M. Gunare 17.08.2018.	Virziena „ Viesnīcu un restorānu servisa un tūrisma un atpūtas organizācija” padomes sēde protokols Nr.VRSTAO -2018/03 30.08.2018.

Studiju procesa laikā iespējamas izmaiņas un papildinājumi programmā un literatūras sarakstā.

STUDIJU KURSA APRAKSTS

Studiju virziens:	<i>Viesnīcu un restorānu servisa un tūrisma un atpūtas organizācija</i>
Studiju kursa nosaukums latviešu valodā:	<i>Starpprofesionāļu komandas veidošana</i>
Studiju kursa nosaukums angļu valodā:	<i>Inter-professional Team Building</i>
Studiju programma:	<i>Profesionālā maģistra programma „Komunikācijas vadība izklaides un atpūtas industrijā”</i>
Studiju programmas daļa:	<i>Pedagoģijas un psiholoģijas kursi (B)</i>
Kreditpunkti:	2
ECTS:	3
Akadēmisko stundu skaits (1KP = 40 st.)	80
Studiju kursa īstenošanas valoda:	<i>latviešu, krievu, angļu</i>
Studiju kursu izstrādāja:	<i>Doc., Mg.psych. Larisa Ābelīte</i>
Studiju kursu docē:	<i>Doc., Mg.psych. Larisa Ābelīte Viesdocētāji</i>
Studiju kursa anotācija:	Kursa saturs ietver sevī pamatjautājumus par mazo grupu psiholoģiju – to veidošanās likumsakarībām, par noteicošajiem priekšnoteikumiem grupu atbilstībai, darba komandas nosacījumiem, par komandas vadītāja lomu un funkcijām, kā arī par komandas locekļu izturēšanās stiliem un to ietekmi saskaņotas rīcības nodrošināšanai komandas mērķu sasniegšanai.
Studiju kursa mērķis:	Dot studentiem priekšstatu par starpprofesionāļu komandas veidošanas pamatprincipiem.
Studiju kursa uzdevumi :	<ul style="list-style-type: none"> – Integrēt zināšanas par uzņēmējdarbības darba teorijām, principiem, metodēm, saistībā ar starpprofesionāļu komandas darbību. – Iepazīt starpprofesionāļu komandas darbu kā efektīvu darbinieka profesionālās darbības īstenošanas instrumentu. – Attīstīt studentu izpratni par komandas darbu un starpprofesionāļu komandas darba būtību. – Veidot studentiem izpratni par dažādu speciālistu profesionālās darbības robežām un starpprofesionāļu komandas kopīgo mērķi darbam ar klientu. – Attīstīt studentiem prasmes praktiski izmantot komandas darba teoriju. – Veidot iemaņas novērtēt savu ieguldījumu komandas darbā. – Attīstīt prasmes un spējas organizēt starpprofesionāļu komandas izveidi un nodrošināt tās funkcionēšanu.
Studiju kursa apguves rezultāti:	
Zināšanas:	<ul style="list-style-type: none"> – Studenti iegūs sapratni par līderību kā profesionāļu komandas efektīvās darbības

nodrošināšanas instrumentu, lēmumu pieņemšanu, kā arī deleģēšanas mehānismiem, kā arī zināšanas par līderības lomu un vadības struktūrās, līdztiesības pamatprincipiem un veidiem kā tos īstenot praksē.

Prasmes:

- Spēj, izmantojot apgūtos teorētiskos pamatus un prasmes, veikt profesionālu darbību, veidojot komandu, formulēt un analītiski aprakstīt informāciju, problēmas un risinājumus, tos izskaidrot un argumentēti diskutēt par tiem gan ar speciālistiem, gan ar nespeciālistiem.
- Parādīt zinātnisku pieeju problēmu risināšanā, uzņemt atbildību un iniciatīvu, veicot darbu individuāli, komandā vai vadot citu cilvēku darbu, pieņemt lēmumus un rast radošus risinājumus mainīgos vai neskaidros apstākļos.
- Atzīstot vadības un līderības nozīmi komandas darbā un efektīvi izmantojot iegūtas zināšanas, šis kurss aprīkos studentus ar prasmēm, kuras ir nepieciešamas, lai efektīvi vadītu profesionālu komandu, gan savas institūcijas ietvaros, gan starp-profesionālu komandu, nodrošinot sadarbības kvalitatīvus rezultātus atpūtas un izklaides pakalpojumu lietotājiem. Tiks iegūtas prasmes un iemaņas, nepieciešamas vadot komandas, kurā sastāvā ir kolēģi no vairākām institūcijām, dažādu profesiju pārstāvji u.c.

Kompetences:

- Spēj patstāvīgi iegūt, atlasīt un analizēt informāciju un to izmantot, pieņemt lēmumus un risināt problēmas, parādīt, ka izprot profesionālo ētiku, izvērtēt savas profesionālās darbības ietekmi uz sabiedrību un piedalīties attiecīgās profesionālās jomas attīstībā.
- Studenti prātīs noteikt efektīvās ētiski pamatotas vadības īpašības un stratēģijas un efektīvi realizēt savu līdera pozīciju, vadot profesionālu komandu, vienlaikus ievērojot ētiskuma principus un vērtības, uzsverot kolēģu viedokļu daudzveidību.

Studiju kursa saturs:

- Starpprofesionālu komandas vadīšanas būtība.
- Organizācijas iekšējā un ārējā vide.
- Vadīšanas procesa organizēšana.
- Līderim piemītošas īpašības; komandas vadība un līdera spēju attīstība.
- Vadības izaicinājumi nozares darba sfērā.
- Līderība un vadība starp-profesionālu darba grupās, kur nozares pakalpojumu sniedzēji nav primārie lēmuma pieņēmēji.
- Pārmaiņu vadība komandā. Individīda loma vadības jautājumos.
- Komandas darba plānošana un darbības novērtēšana.
- Starpprofesionālu un starpinstitucionālā sadarbība.

Pārbaudījuma forma:

diferencēta ieskaite

Prasības kredītpunktu iegūšanai (kursa novērtējuma struktūra):

- Visu nodarbību apmeklēšana un aktīva līdzdalība tajās
- Piedalīšanās semināros un diskusijās

Novērtēšanas forma:

Skaitis

Īpatsvars:

	:	
Pirmais stappārbaudījums	2	20%
Otrais starppārbaudījums	1	30%
Gala pārbaudījums	1	20%
Patstāvīgā darba vērtējums	1	20%
Aktivitāte nodarbības	1	10%
Studiju kursa apguvē izmantojamās metodes:		
Iekcijas, darbs grupās, diskusijas, praktiskās nodarbības, prezentācijas u.c.		
Literatūra:		
<ul style="list-style-type: none"> – Briede D. Komandas darba principi. Dzīves jautājumi XI.- Rīga: SDSPA „Attīstība”, 2006. – Briede D. Komandas darba modeļi. Dzīves jautājumi X.- Rīga: SDSPA „Attīstība”, 2005. – Gorlava D. Komandas funkcionēšanas uzlabošana. Dzīves jautājumi VIII.- Rīga: SDSPA „Attīstība”, 2003 – Volfgangs Krigers ; tulk. Ineta Dubava. Komandas vadība . - Rīga : De novo, 2003. - 126, [1] lpp. : il. - (Rokasgrāmata ; 4) – Столяренко, Л. Д. Психология и педагогика : краткий курс лекций / Л. Д. Столяренко, В. Е. Столяренко. — 4-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2015. 		
Papildus literatūra:		
<ul style="list-style-type: none"> – Pļaveniece M., Škuškovnika. Sociālā psiholoģija pedagogiem. R. 2002. – Reņģe V. Organizācijas psiholoģija. – R.: “Kamene”, 1999. – Reņģe V. Sociālā psiholoģija. R.2002. – Т.Д. Зинкевич-Евстигнеева, Д.Ф. Фролов, Т.М. Грабенко. - Теория и практика командообразования. Современная технология создания команд Санкт-Петербург: Речь, 2004. - 304 – Omārova S. Cilvēks dzīvo grupā. Sociālā psiholoģija. R. 1999. – Omārova S. Cilvēks runā ar cilvēku. Saskarsmes psiholoģija. R. 1996; – Pļaveniece M., Škuškovnika. Sociālā psiholoģija pedagogiem. R. 2002. – Майерс Д. Социальная психология. С-П.2000. – Урбанович А. Психология управления. Минск 2001 – Хансейкер Ф., Алессандра Э. Искусство управления людьми. М.2004. – Джордж Дж.М., Джоунс Г.Р. Организационное поведение. Основы управления. М.2003. – Пайнс Э., Маслач К. Практикум по социальной психологии Питер 2001. – Vorobjovs A. Sociālā psiholoģija. R. 2002. – Woods R.H. Human Resources Management. – Ed.Institute. USA, 1997. 		
Periodika un datu bāzes:		

- Žurnāls „Sociālais darbinieks” - visi izdevumi
- Psihologija mums
- Psihologijas pasaule
- European Journal of Social Psychology
- Journal of Experimental Social Psychology
- Visas iespējas, ko piedāvā bibliotēkas EBSCO, SCOPUS, SIENCE DIRECT
- Радугин А.А. Психология и педагогика - Учебное пособие – онлайн,
<http://uchebnik-online.net/book/522-psixologiya-i-pedagogika-uchebnoe-posobie-radugin-aa/11-1-psixologiya-konstitucionalnyx-razlichij.html>

Aktualizēts	Apstiprināts
Viesdocētāji	Virziena „Viesnīcu un restorānu servisa un tūrisma un atpūtas organizācija” padomes sēde protokols Nr.VRSTAO -2018/03 30.08.2018.

Studiju procesa laikā iespējamas izmaiņas un papildinājumi programmā un literatūras sarakstā.

STUDIJU KURSA APRAKSTS

Studiju virziens:	<i>Viesnīcu un restorānu servisa un tūrisma un atpūtas organizācija</i>
Studiju kursa nosaukums latviešu valodā:	<i>Kreatīvas domāšanas tehnoloģijas</i>
Studiju kursa nosaukums angļu valodā:	<i>Technologies of creative thinking</i>
Studiju programma:	<i>Profesionālā maģistra programma „Komunikācijas vadība izklaides un atpūtas industrijā”</i>
Studiju programmas daļa	<i>Pedagoģijas un psiholoģijas kursi (B)</i>
Kredītpunkti:	2
ECTS:	3
Akadēmisko stundu skaits (1KP = 40 st.)	80
Studiju kursa īstenošanas valoda:	<i>latviešu, krievu, angļu</i>
Studiju kursu izstrādāja:	<i>Dr. sc.pol., doc. M. Gunare</i>
Studiju kursu docē:	<i>Dr. sc.pol., doc. M. Gunare Mg. philol., viesdoc. I. Markina Viesdocētāji</i>
Studiju kursa anotācija:	Mūsdienu ekonomikā galvenais attīstības faktors, ekonomiskās izaugsmes avots ir zināšanas. Augstskolas absolventu konkurences priekšrocība mūsdienu ekonomiskajos apstākļos ir ne tikai censties iegūt kādu zināšanu kopumu, bet spēja pastāvīgi ģenerēt un ieviest šīs zināšanas un idejas reālajā dzīvē.

Galvenais cilvēka, uzņēmuma, ekonomikas un valsts konkurētspējas radītājs, - nepārtraukta radošā attīstība.

Augstskolas Absolventam ir nepieciešams jauns domāšanas veids - radošais. Formējot kreatīvi domājoša cilvēka tipu (homo creator), jāņem vērā principiāli jauna domāšanas kultūra. Šādā kultūrā uzsvars tiek likts ne tik daudz uz zināšanu apkopojumu un apstrādi, cik uz to ģenerēšanu.

Studiju kursa mērķis:

Kursa mērķis ir stiprināt spēju pieņemt nestandarta risinājumus (individuālus un kolektīvus);

tehnoloģiju, kuras ir paredzētas, lai risinātu uzdevumus un problēmas (nelielas, liela mēroga, vadības) pētījums.

Studiju kursa uzdevumi :

- Studijas par iesaistītās personības kapacitātes identifikāciju un labākas izmantošanas metodēm un formām, procesā, kurš saistīts ar intelektuālā produkta veidošanu.
- Zināšanas par jautājumiem, kuri ir saistīti ar personības un kolektīva radošo vadības potenciāla uzlabošanu.
- Analīze par praktiskajiem novērtējumiem un attīstības (pieauguma) radošo potenciālu.

Studiju kursa apguves rezultāti:

Zināšanas:

- Par tehnoloģiskās domāšanas evolūciju.
- Par pamatrādītājiem, kuri nosaka piemērotību darbam, psihiskās sagatavotības līmeni.
- Par lineārās un nelineārās domāšanas modeļiem.
- Par radošumu teorijām: zinātniski-tehniskajām, mākslinieciskajām un tml.
- Par kreatīvā procesa struktūru.
- Par radošā procesa intensifikācijas metodēm.
- Par ekspertu grupu formēšanas principiem un metodēm, kuri novērtē dažādus iepriekš izstrādātos priekšlikumus.
- Par jautājumiem, kas saistīti ar personības un kolektīva radošā vadības potenciāla uzlabošanu.
- Par pagaidu radošo kolektīvu komplektēšanas metodēm, kuru sastāvā ir personas, kas spēj efektīvi piedalīties grupas radošajā procesā.

Prasmes:

- Producēt jaunas idejas, atrast nestandarta risinājumus grūtu uzdevumu risināšanai.
- Veikt esošo radošo iespēju analīzi.
- Organizēt radošo procesu.
- Pielietot universālus paņēmienus pretrunu risināšanas procesos.

Kompetences:

- Problēmu risināšana; loģiskā argumentācija, saistošas idejas; brīvās asociācijas.

- Radošā procesa intensifikācija: aktīvās risinājumu variantu ģenerēšanas metožu lietošana, to izvēle un salīdzinājums.
- Nestandarta paņēmieni apkopojums, kuri pierāda savu efektivitāti konkrētā jomā, to izplatība uz plašāku noteikto uzdevumu grupu.
- Praktiskā radošā potenciāla novērtējuma un attīstības (pieauguma) analīze.
- Radošas atmosfēras izveidošana kolektīvā un radošo procesu organizācija.
- Komunikāciju mijiedarbības risinājumu realizācijas scenārija izstrāde un attīstība.
- Demonstrē savas spējas un gatavību dažādos procesos.
- Spēja efektīvi organizēt grupas darbu, izmantojot zināšanas par procesiem, kas ir grupas dinamika un komandas veidošanas principi.

Studiju kursa saturs:

- Domāšana kā ekonomiskās darbības pamats.
- Radošās domāšanas psiholoģiskais raksturojums.
- Jaunrades fenomens. Radošā iztēle un jaunrades tehnika.
- Radošās domāšanas veidošanas posmi un mehānismi.
- Profesionāļa radošās domāšanas treniņš.
- Spēju tehniku iespējas radošās profesionālās domāšanas veidošanā.
- Radošā procesa vadība uzņēmumā.
- Radošas pieejas un paņēmieni praktiskajā darbībā.

Pārbaudījuma forma: Dif. Ieskaite

Prasības kredītpunktu iegūšanai (kursa novērtējuma struktūra):

- Visu nodarbību apmeklēšana un aktīva līdzdalība tajās
- Piedalīšanās semināros un diskusijās
- Lomu spēles

Novērtēšanas forma:	S kaits:	Īpatsva rs:
Aktīva piedalīšanās lekcijās		10 %
piedalīšanās semināros un diskusijās		20%
Darbs grupās	3	30%
Referāts	1	20%
Dif. Ieskaite	1	20%

Studiju kursa apguvē izmantojamās metodes:

lekcijas, darbs grupās, diskusijas, praktiskās nodarbības.

Literatūra:

- Goldenberg J., Nazursky D. Creativity in product innovation, Cambridge University Press, New York, 2002.
- Hughson N.I., Hughson R.T. Psychology of creativity 5-ed. Amazing Books, Tempe, Arizona, 2003.
- Kaufmann J.C., Sternberg R.J. eds. The International Handbook of Creativity. Cambridge University Press, New York, 2006.
- Paulus P.B.. Fostering Creativity in Groups and Teams In: Handbook of Organizational Creativity. Laurence Erlbaum Associates, New York, London, 2008.

- Lauren, P.G. The Evolution of International Human Rights, Philadelphia, 1998.

Papildus literatūra:

- Richards R., red. Everyday Creativity and New Views of Human Nature. Psychological, Social and Spiritual Perspectives, American Psychological Association, Washington, 2007.
- Загашев И.О., Заир-Бек С.И. Критическое мышление: технологии развития. СПб. Скифия.2003.
- Зильберман М., Ауэрбах К. Активный тренинг: универсальный подход к обучению. М.Изд.Юрайт, 2010
- Трайнев В.А. Учебные деловые игры в педагогике, экономике, менеджменте, управлении, маркетинге, социологии, психологии. М.Владос.2005.
- Панфилова А.П. Мозговые штурмы в коллективном принятии решений: учебное пособие. М.: МПСИ, 2007.

Interneta resursi, periodika un datu bāzes:

- креативный менеджмент - <http://www.bizeducation.ru/library/management/innov/vanyurihin.htm>
- Метод Сильва - www.metodsilva.ru/
- методы творчества - geniusrevive.com/ru/metody-tvorchestva шесть шляп мышления - kolesnik.ru/2005/de-bono-six-hats/
- Эврика СМК - <http://ewrikasmc.ru/>
- Datu bāze EBSCO <http://search.ebscohost.com>
- Datu bāze SCOPUS <http://www.scopus.com>

Aktualizēts	Apstiprināts
Dr. sc.pol., doc. M. Gunare 17.08.2018.	Virziena „Viesnīcu un restorānu servisa un tūrisma un atpūtas organizācija” padomes sēde
	Viesdocētāji
	Viesdocētāji

Studiju procesa laikā iespējamas izmaiņas un papildinājumi programmā un literatūras sarakstā.

STUDIJU KURSA APRAKSTS

<i>Studiju virziens:</i>	<i>Viesnīcu un restorānu servisa un tūrisma un atpūtas organizācija</i>
<i>Studiju kursa nosaukums latviešu valodā:</i>	<i>Patērētāju uzvedība atpūtas un izklaides jomā</i>
<i>Studiju kursa nosaukums angļu valodā:</i>	<i>Consumer behaviour in leisure and entertainment industry</i>
<i>Studiju programma:</i>	<i>Profesionālā maģistra programma „Komunikācijas vadība izklaides un atpūtas industrijā”</i>
<i>Studiju programmas daļa</i>	<i>Pedagoģijas un psiholoģijas kursi (B)</i>
<i>Kredītpunkti:</i>	<i>2</i>
<i>ECTS:</i>	<i>4</i>
<i>Akadēmisko stundu skaits (1KP = 40 st.)</i>	<i>80</i>
<i>Studiju kursa īstenošanas valoda:</i>	<i>latviešu, krievu, angļu</i>
<i>Studiju kursu izstrādāja:</i>	<i>Mg. philol., viesdoc. I. Markina</i>
<i>Studiju kursu docē:</i>	<i>Mg. philol., viesdoc. I. Markina Dr. psych., Asoc. prof. O. Nikiforovs</i>
<i>Studiju kursa anotācija:</i>	<p>Kurss sagatavots, lai veicinātu studējošo izpratni par patēriņa specifiku atpūtas un izklaides tirgū, patērētāja uzvedības būtību un to ietekmējošajiem faktoriem. Zināšanas par patērētājiem ir viens no būtiskākajiem nosacījumiem pamatotas biznesa stratēģijas izveidē. Kursa uzdevums ir sniegt studentiem zināšanas par patērētāju uzvedību kā akadēmisku disciplīnu un nodrošināt spēju pielietot teorētiskās zināšanas praksē.</p>
<i>Studiju kursa mērķi:</i>	<p>Kursa mērķis ir veicināt studentu izpratni par patērētāju uzvedības specifiku, aplūkojot patērētāju uzvedības modeļu dažādību, sniegt studentiem priekšstatu par patēriņa specifiku atpūtas un izklaides tirgū, iepazīstināt studentus ar patērētāju uzvedības pētīšanas teorētiskajiem un praktiskajiem aspektiem; kā arī veicināt studējošo prasmi patstāvīgi analizēt kā kultūras, sociālie un personīgie faktori ietekmē patērētāja lēmumu pieņemšanu, orientēties dažādu mērķa auditoriju izvēlē.</p>
<i>Studiju kursa uzdevumi :</i>	<ul style="list-style-type: none"> – Definēt un parādīt patērētāju uzvedības analīzes metodes. – Izskaidrot patērētāju uzvedības modeli tirgū, tā struktūru un to ietekmējošos faktoros. – Palīdzēt studentiem apgūt patērētāju uzvedības analīzes metodes. – Noskaidrot un raksturot patērētāju pirkšanas lēmuma pieņemšanas procesu. – Parādīt, kā patērētāju individuālās atšķirības un iekšējie faktori nosaka patērētāju uzvedību. – Izskaidrot kultūras, subkultūras, sociālo un ģimenes faktoru ietekmi uz patērētāju uzvedību.
<i>Studiju kursa apguves rezultāti:</i>	

Zināšanas:

- Par mūsdienu kultūras produkta un kultūras tirgus pētījumu koncepcijām, patērētāju uzvedības fenomena analīzes un apraksta veidiem.
- Par mūsdienu ekonomikas un kultūras socioloģiju, mārketinga un patērētāju psiholoģiju terminoloģiju.
- Par sociāliem, ekonomiskiem un citiem faktoriem, kas ietekmē patērētāju uzvedību atpūtas un izklaides tirgū.

Prasmes:

- Pārzināt informācijas avotus par kultūras produktu tirgu un patērētāju uzvedību.
- Kritiski analizēt teorētisko literatūru, lai patstāvīgi rastu izvirzītās problēmas risinājumu.
- Analizēt reālas kultūras parādības un kultūras produktu piedāvājums Latvijas un Eiropas kultūras tirgus apstākļos.
- Pielietot analītiskās metodes, analizējot produkta funkcionēšanu un patērētāju uzvedības specifiku konkrētajās situācijās.
- Korekti izvērtēt produkta piedāvājumu un pieprasījumu izklaides un atpūtas tirgu.

Kompetences:

- Spēja analizēt patērētāju uzvedības tendences, korekti formulēt savu viedokli, analizējot aktuālo tirgu situāciju atpūtas un izklaides jomā.
- Spēja izvērtēt patērētāju intereses un prasības; interpretēt un noteikt iekšējo un ārējo faktoru ietekmi uz patērētāja uzvedību.
- Prasme izstrādāt un prezentēt patērētājam optimālu finanšu, laika un attīstības modeli tūrisma un izklaides jomas projektos.

Studiju kursa saturs:

- Patērētāju uzvedības kursa ievads: teorijas pamatojums un metodoloģija; vieta starpnozaru sistēmā; attīstības posmi; vadošie pētnieki; kursa struktūra; uzdevumi, mērķis; pētīšanas priekšmets. Patērētāju uzvedības kursa un tirgvedības kursa mērķu un uzdevumu salīdzinājums.
- Pētīšanas metodes un informācijas avoti patērētāju uzvedības pētīšanā; metožu analītisks iespēju un trūkumu izvērtējums. Ekonomikas, socioloģijas un psiholoģijas zinātnes loma (nozīme) patērētāju uzvedības kursa teorētiskā pamatojuma izstrādē.
- Patēriņš un patērētājs. Patērētāja ekonomikas un socioloģijas teorijas. Patēriņa jēdziens. Klasiskais patēriņš. Patēriņš un vajadzības. Mārketinga revolūcija un patērētājsabiedrība. Patēriņa izpratne postmodernismā. Patērniecība kā zīmju apmaiņa. Patēriņa specifika patērniecības (konsumerisma) kontekstā.
- Patēriņa specifika izklaides un atpūtas nozarē. Kultūras produkts un kultūras tirgi. Izklaide kā kultūras produkts. Atpūta kā pakalpojums. Izklaides un atpūtas funkcijas un patērētāja vajadzības. Patērētāju uzvedības kultūra. Patērētāju intelektuālais potenciāls un mīļsakarības ar produkta pozicionēšanu tirgū.
- Patēriņu ietekmējošie faktori. Patēriņš kā sociālais process. Kultūras prakses kā

izklaides un atpūtas veidu izvēles faktors. Veblēna efekts. Pievienošanās vairākumam efekts. Demonstratīvais patēriņš. Snoba efekts.

- Patērētāju uzvedības specifika atpūtas un izklaides nozarē. Uzvedības racionalitāte un apmierinātības pakāpe. Uzvedības motīvi un motivācija atpūtas un izklaides jomā. Patērētāja lēmuma pieņemšanas process. Apkārtējā vide kā patērētāju uzvedību determinējošu faktoru kopums.
- Pircēju rīcību ietekmējošie faktori: Ekonomiskie (ienākumu līmenis, maksātspēja). Sociālie (piederība noteiktam sociālajam slānim, neformālai sociālajai grupai, ģimenes stāvoklis, statuss sabiedrībā). Kultūras (kultūras līmenis, izglītības līmenis, tautība, reliģija). Personiskie (vecums, dzīves cikla posms, profesija, dzīves veids, rakstura īpatnības, pašapziņa). Psiholoģiskie (motivējums, uztvere, pārliecība, nostāja, ieradumi). Patērētāju uzvedības modeļi.

Pārbaudījuma forma: Dif. ieskaite

Prasības kredītpunktu iegūšanai (kursa novērtējuma struktūra):

- Nodarbību apmeklēšana un aktīva līdzdalība tajās
- Piedalīšanās semināros un diskusijās

Novērtēšanas forma:

Īpatsvars:

Aktīva piedalīšanās	10%
Patstāvīgo darbu izpilde un savlaicīga nodošana	20%
Seminārs, case situāciju risinājumā un citu interaktīvo nodarbību formas līdzdalība	20%
Dif. ieskaite	50%

Studiju kursa apguvē izmantojamās metodes:

lekcijas, darbs grupās, diskusijas, praktiskās nodarbības.

Literatūra:

- Garleja R. Sociālā uzvedība patērētāju izvēles vadīšanā. – R.: RaKa, 2001, 179 lpp
- Krasko V., Voronovs V. Patērētāju uzvedība: sociālekonomisko faktoru reģionālā pētījuma pieredze. Daugavpils: Daugavpils Universitātes Akadēmiskais apgads „Saule”, 2012. 202 lpp.
- Lempert P. Being the Shopper: understanding the buyer’s choice.- New York: Wiley, 2002.- 245 P
- Peter P. and Olson J. Consumer Behaviour and Marketing Strategy, 7th Ed.- McGraw-Hill Irwin, 2005.
- Блэкуэлл Р., Миниард П., Энджел Дж. Поведение потребителей. 10-е изд. - СПб.: Питер, 2010. – 944 с

Papildus literatūra:

- Consumer Behavior and Culture : Consequences for Global Marketing and Advertising. Sage, 2011, 424 p.
- Martin Lindstrom. Buyology: Truth and Lies About Why We Buy New York : Broadway Books, 2010. 254 p.
- Nacionālā identitāte: Zimolu un patērētāju identitātes. Rakstu krājums. Rīga, LU SPPI, 2012.
- Урри Дж. Мобильности [Текст] пер. с англ. М., Праксис, 2012. 576 с.

- Б. Джозеф Пайн II, Джеймс Х. Гилмор «Экономика впечатлений. Работа – это театр, а каждый бизнес – сцена»: Издательство «Вильямс»; М.; 2005
- Радаев В.В. Экономическая социология.М., ГУ- ВШЭ,2004
- Джорж Ритцер. Макдонализация общества М.,Праксис 2011

Interneta resursi, periodika un datu bāzes:

- Consumer behaviour - a theoretical frame work.
http://shodhganga.inflibnet.ac.in/bitstream/10603/7102/12/12_chapter%202.pdf
- Jake Morris, Mariella Marzano, Norman Dandy, Liz O'Brien Theories and models of behaviour and behaviour change. Forestry, sustainable behaviours and behaviour change:
Theories | 2012. 27 p
[http://www.forestry.gov.uk/pdf/behaviour_review_theory.pdf/\\$file/behaviour_review_theory.pdf](http://www.forestry.gov.uk/pdf/behaviour_review_theory.pdf/$file/behaviour_review_theory.pdf)
- Factors That Influence Consumers' Buying Behavior: in Jeff Tanner, Mary Anne Raymond
Marketing Principles v.2.0 <http://2012books.lardbucket.org/books/marketing-principles-v2.0/s06-01-factors-that-influence-consume.html>
- Journal of Consumer Culture, EBSCO un Sage datu bāzēs
- Journal of Consumer Marketing
- Journal of Consumer Psychology
- Journal of Consumer Research www.ejcr.org EBSCO un Sage datu bāzēs
- Datu bāze EBSCO <http://search.ebscohost.com>,
- Datu bāze SCOPUS <http://www.scopus.com>

Aktualizēts	Apstiprināts
Mg. philol.viesdoc. I. Markina 17.08.2018.	Virziena „ Viesnīcu un restorānu servisa un tūrisma un atpūtas organizācija” padomes sēde protokols Nr.VRSTAO -2018/03 30.08.2018.

Studiju procesa laikā iespējamās izmaiņas un papildinājumi programmā un literatūras sarakstā.

STUDIJU KURSA APRAKSTS

Studiju virziens:	<i>Viesnīcu un restorānu servisa un tūrisma un atpūtas organizācija</i>
Studiju kursa nosaukums latviešu valodā:	<i>Akmeoloģijas pamati</i>
Studiju kursa nosaukums angļu valodā:	<i>Basic concepts of acmeology</i>
Studiju programma:	<i>Profesionālā maģistra programma „Komunikācijas vadība izklaides un atpūtas industrijā”</i>
Studiju programmas daļa	<i>Pedagoģijas un psiholoģijas kursi (B)</i>
Kredītpunkti:	2
ECTS:	3
Akadēmisko stundu skaits (1KP = 40 st.)	80
Studiju kursa īstenošanas valoda:	<i>latviešu, krievu, angļu</i>
Studiju kursu izstrādāja:	<i>Dr. Paed., prof. O. Fiļina</i>
Studiju kursu docē:	<i>Dr. Paed., prof. O. Fiļina Dr.psych., as.prof. J. Nikiforovs Dr.paed., doc. I. Popova</i>
Studiju kursa anotācija:	<p>Studiju kurss „Akmeoloģijas pamati” aktualizē uz personību orientētu pieeju maģistru izglītībai. No šīs pieejas skatu punkta, maģistru izglītības svarīgi kvalitātes rādītāji ir radoša potenciāla un personības pašregulēšanās iekšējo mehānismu dažādas izpausmes, kā arī personības spējas uz pašrealizāciju, sociālo un profesionālo mobilitāti. Profesionālisms programmā ir aplūkots no akmeoloģijas pozīcijas kā pašattīstošās personības, kura virzās uz „akme” vai meistarības virsotni profesijā, īpašība.</p> <p>Kursa „Akmeoloģijas pamati” saturs reprezentēts trijos savstarpēji saistītos moduļos – konceptuālajā, tehnoloģiskajā un projektēšanas refleksīvajā modulī.</p> <p><i>Konceptuālais modulis</i> atklāj teorētiski metodoloģiskus akmeoloģijas, kas pēta personības attīstības īpašības profesijā, pamatus. Tiek izskatīta akmeoloģijas kā zinātnes būtība, tiek izteiktas profesionāla attīstības akmeoloģijas koncepcijas pamata tēzes, kā arī tie faktori, nosacījumi un mehānismi, kuri nosaka personības uzlabošanas un pilnveidošanas veiksmīgumu profesijā un dzīvē.</p> <p><i>Tehnoloģiskais modulis</i> ir virzīts uz personības profesionāli un personiskas attīstības tehnoloģiju apgūšanu. Maģistranti analizē un aprobē meistarības virsotnes sasniegšanas tehnoloģijas profesijā, speciālista maksimālajā radošajā pašrealizācijā un augstākās dzīvības pašrealizācijas sasniegšanas tehnoloģijas.</p> <p><i>Projektēšanas refleksīvais modulis</i> attīsta personības profesionālo un personisko refleksiju. Maģistrantu uzmanības centrā nonāk profesionālās darbības modelēšanas un projektēšanas iespējas, tai skaitā personības pašprojektēšanas paņēmieni.</p>
Studiju kursa mērķis:	Radīt apstākļus maģistrantu kompetenču, kuras ir nepieciešamas, veiksmīgai pašrealizācijai sociokultūras darbības dažādās jomās, tai skaitā arī izvēlētās profesijas -

uzņēmuma vadītājs izklaides un atpūtas jomā, attīstībai.

Studiju kursa uzdevumi :

- Iepazīties ar mūsdienu zinātniskām pieejām nepārtrauktas profesionālās pilnveidošanas problēmām.
- Pilnveidot uzvedības problēmu analīzes pieredzi, kura izveidojas profesionālās prakses situācijās.
- Iemācīties pielietot profesionālajā sfērā akmeoloģijas personības profesionālo un personisko panākumu tehnoloģijas.
- Modelēt, projektēt un konstruēt dažāda veida un formas nodarbības ar personālu, kuras ir virzītas uz speciālista iekšējā potenciāla attīstību, profesionālisma un adaptācijas iespēju paaugstināšanu.
- Attīstīt pašiem savu kritisku un radošu domāšanu, kā arī pašaudzināšanas un pašizglītības (pilnveidošanās) vajadzību.

Studiju kursa apguves rezultāti:

Zināšanas:

- Zinās un izprātīs akmeoloģijas, kā zinātnes par personības pašrealizāciju, un tās potenciāla atklāšanas iespējām.
- Zinās un izprātīs akmeoloģijas teorētiskos pamatus un novitātes.
- Zinās mūsdienu akmeoloģijas terminoloģiju.

Prasmes:

- Apkopos un popularizēs savu jauniegūto akmeoloģisko pieredzi.
- Pilnveidos saskarsmes prasmes ar kolēģiem un sabiedrību.
- Pilnveidos spējas īstenot profesionālo un personisko pašizglītību.

Kompetences:

- Bagātinās un izvērtēs problēmu risināšanas pieredzi, iepazīsies ar profesionālo, psiholoģisko, uzvedības un mācību inovatīvo situāciju un ar citu maģistrantu pieredzi (kreatīva kompetence).
- Pilnveidos spējas projektēt tālāku izglītojošu maršrutu un profesionālo karjeru (profesionālā kompetence).
- Vairos radošumu, kritisko un radošo domāšanu, iniciatīvu un uzdrīkstēšanos piedāvāt jaunas idejas (pašuzlabošanās kompetence).

Studiju kursa saturs:

Konceptuālais modulis.

Akmeoloģijas priekšmets un jēdzienu sistēma. Akmeoloģijas vieta sabiedriskās zinātnes un cilvēkzinātnes sistēmā. Akmeoloģijas uzdevumi. Cilvēka kā indivīda, personības un subjekta izpratne akmeoloģijā. „Akme” fenomens un tā galvenie raksturojumi. „Akme” cilvēka profesionālajā attīstībā. „Akme” cilvēka dzīves gaitas kontekstā. „Akme” cilvēka personiskajā attīstībā. „Akme” cilvēka individualitātes attīstības kontekstā.

Tehnoloģiskais modulis.

Apmācības un audzināšanas akme tehnoloģiju būtība – iekšējā potenciāla attīstība, profesionālisma un adaptācijas iespēju paaugstināšana. Akmeoloģisko tehnoloģiju struktūra: mērķis un uzdevumi; metodoloģijas pamats; izstrādes principi; tehnoloģiskā

procesa noteikumi; konkrētās situācijas analīze; tehnoloģijas subjekta un objekta raksturojumi, to mijiedarbības īpašības; mērķa sasniegšanas posmi un paņēmieni (stratēģiskie, taktiskie); rezultātu prognozēšanas veidi; ieviešanās. Spēles akme tehnoloģijas (didaktiskā spēle, spēles modelēšanas tehnoloģijas). Treiņa akme tehnoloģijas. Uz personību orientētas apmācības akme tehnoloģijas. Projektu akme tehnoloģijas. Interneta komunikācijas akmeoloģijā.

Pārbaudījuma forma:

Dif.ieskaite

Prasības kredītpunktu iegūšanai (kursa novērtējuma struktūra):

- Visu nodarbību apmeklēšana un aktīva līdzdalība tajās
- Piedalīšanās semināros, diskusijās un praktiskās nodarbības

Novērtēšanas forma:

**Īpatsva
rs:**

Aktīva piedalīšanās lekcijās

10%

Izstrādāts projekta darbs

30%

Prezentēts projekta darbs seminārā

20%

Kontroldarbs

20%

Dif.ieskaite

20%

Studiju kursa apgūvē izmantojamās metodes:

kursu darba formas paredz gan informatīvās nodarbības (lekcijas-vizualizācijas), gan praktisko darbu, gan praktiskās pieredzes un ideju apmaiņu (problēmu sarunas un diskusijas). Programma ietver kontaktstundas un patstāvīgu darbu. Patstāvīgais darbs paredz sagatavošanos nodarbībām, dažādu uzdevumu izpildi, darbu ar literatūru un citiem informācijas avotiem.

Literatūra:

- Акмеология: учебник / Под ред. А.А. Деркача. М.: Издательство РАГС. 2006. <http://www.twirpx.com/file/849325/>
- Деркач А.А. Акмеологические основы развития профессионала. М. – Воронеж. 2004. <http://www.twirpx.com/file/237118/>
- Hergenhahn, B.R. An Introduction to Theories of Learning / B.R. Hergenhahn, Matthew H. Olson. - 7th ed. - Prentice Hall, 2005. - 506, [8] p.
- Акмеология: учебник / Под ред. А.А. Деркача. М.: Издательство РАГС. 2006. <http://www.twirpx.com/file/849325/>
- Деркач А.А. Акмеологические основы развития профессионала. М. – Воронеж. 2004. <http://www.twirpx.com/file/237118/>

Papildus literatūra:

- Бодалев А.А. (ред.) Смысл жизни и акме. Ч.1,2. <http://www.twirpx.com/file/870916/>
- Бодалев А.А. Вершина в развитии взрослого человека: характеристики и условия достижения. <http://www.twirpx.com/file/290026/>
- Вахромов Е.Е. Психологические концепции развития человека: теория самоактуализации. <http://www.twirpx.com/file/369016/>
- Козлова Н.В. Психолого-акмеологическое знание в системе высшего профессионального образования <http://www.twirpx.com/file/689184/>

– Ivans Vedins. Mācīšanas māksla.- Rīga : Avots, 2011. 359 lpp.

Periodika, interneta resursi un citi avoti

– Зазыкин В.Г. Краткий акмеологический словарь

<http://www.twirpx.com/file/67086/>

– Электронный журнал «Педагогическая наука и образование в России и за рубежом: региональные, глобальные и информационные аспекты».

http://rspu.edu.ru/university/publish/pednauka/2006_1/03ignatova.htm

– European Journal of Education. Online ISSN: 1465-3435.

[http://onlinelibrary.wiley.com/journal/10.1111/\(ISSN\)1465-3435](http://onlinelibrary.wiley.com/journal/10.1111/(ISSN)1465-3435)

Datu bāzes:

– Datu bāze EBSCO <http://search.ebscohost.com>,

– Datu bāze SCOPUS <http://www.scopus.com>

Aktualizēts	Apstiprināts
Dr. Paed., prof. O. Fiļina 17.08.2018.	Virziena „Viesnīcu un restorānu servisa un tūrisma un atpūtas organizācija” padomes sēde protokols Nr.VRSTAO -2018/03 30.08.2018.

Studiju procesa laikā iespējamās izmaiņas un papildinājumi programmā un literatūras sarakstā.

STUDIJU KURSA APRAKSTS

Studiju virziens:	<i>Viesnīcu un restorānu servisa un tūrisma un atpūtas organizācija</i>
Studiju kursa nosaukums latviešu valodā:	<i>Spēļu teorija un prakse</i>
Studiju kursa nosaukums angļu valodā:	<i>Game theory and practice</i>
Studiju programma:	<i>Profesionālā maģistra programma „Komunikācijas vadība izklaides un atpūtas industrijā”</i>
Studiju programmas daļa	<i>Pedagoģijas un psiholoģijas kursi (B)</i>
Kredītpunkti:	2
ECTS:	3
Akadēmisko stundu skaits (1KP = 40 st.)	80
Studiju kursa īstenošanas valoda:	<i>latviešu, krievu, angļu</i>
Studiju kursu izstrādāja:	<i>Dr. sc.pol. M. Gunare</i>
Studiju kursu docē:	<i>Dr. sc.pol. M. Gunare</i>
Studiju kursa anotācija:	Spēļu metožu izmantošana uzņēmējdarbībā – spēļu elementu pielietošana nespēļu

procesos. Šo metožu pareiza piemērošana ļauj ievērojami palielināt biznesa problēmu risināšanu efektivitāti. Šajā kursā tiek dotas zināšanas par to, kā spēļu metodikas var uzlabot darbu uzņēmumā, tiek izskatīti pamatjautājumi, kā veidot pašu spēli, kā arī sniegti piemēri par uzņēmumiem, kuros jau tiek novērtētas šo metožu priekšrocības, balstīti uz šo uzņēmumu praktisko pieredzi.

Studiju kursa mērķis:

Aplūkot spēli, kā kultūras fenomenu, demonstrēt spēles, kā inovatīvas tehnoloģijas iespējas, atpūtas un izklaides industrijā un biznesā, izmantojot piemērus un to pielietojamību atpūtas un izklaides jomā.

Studiju kursa uzdevumi :

- Iepazīstināt ar spēļu veidiem un demonstrēt to izmantošanu atpūtas un izklaides industrijā.
- Rādīt/izskaidrot spēles inovācijas potenciālu un to iespējas.
- Iepazīties ar pamatteorijām un zinātniskajiem darbiem.

Studiju kursa apguves rezultāti: Zināšanas, Prasmes, Kompetences

- Spēles klasifikācijas zināšanas un tās lomas inovācijas projektu izpratnē.
- Spēja izmantot spēles elementus praktiskajā darbā.
- Spēja iekļaut spēli dažādos darbības veidos (mārketinga, projekta u.c.).

Studiju kursa saturs:

- Spēles būtība sabiedrības attīstībā.
- Spēļu un spēlētāja klasifikācija, spēles būtība, spēles nosacījumu jēdzieni.
- Psiholoģiskās spēles.
- Politiskās spēles.
- Biznesa spēles un „gamification” teorija
- Spēļu teoriju izmantošana ekonomikā, mārketingā, tūrismā.
- Spēle kā sabiedrības modelis.

Pārbaudījuma forma:

Dif.ieskaite

Prasības kredītpunktu iegūšanai (kursa novērtējuma struktūra):

- Visu nodarbību apmeklēšana un aktīva līdzdalība tajās
- Piedalīšanās semināros un diskusijās

Novērtēšanas forma:	S kaits:	Īpatsva rs:
Darbs grupās (lietišķa spēle)	1	20%
Aktivitāte un dalība semināros, praktiskajos darbos	1	20%
Eseja	1	30%
Dif.ieskaite – projektu aizstāvēšana un prezentācija, diskusija	1	30%

Studiju kursa apguvē izmantojamās metodes:

lekcijas, darbs grupās, diskusijas, praktiskās nodarbības.

Literatūra:

- Кайуа Р. Игры и люди. – М.: ОГИ: Антропология, 2007.
- Хейзинга Й. "Homo ludens" ("Человек играющий"). – М.: Азбука-классика, 2007.
- Берн Э. Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры. – М.: Эксмо, 2007.
- Зикерманн Г., Линдер Д. Геймификация в бизнесе. – М.: «Манн, Иванов и Фербер», 2014.
- Стюарт Д., Браун П. Игра в бизнес. Идеи-спагетти, сборщики мусора, виагратор и другие ингредиенты творческого допинга. – М.: Альпина Паблишерз, 2012.

Papildus literatūra:

- Вербах К., Хантер Д. Вовлекай и властвуй. Игровое мышление на службе бизнеса. – М.: «Манн, Иванов и Фербер», 2015. – 224 с.
- Грин Р. Мастер игры. – М.: РИПОЛ Классик, 2015.
- Симмонс М., Стюарт Д. Игра в бизнес. – М.: Альпина Паблишер, 2012. – 252 с.
- Финк Э. Основные феномены человеческого бытия // <http://lib.ru/FILOSOF/FINK/fenomeny.txt>
- Яковлева Е.Л. ИГРА – УНИКАЛЬНЫЙ ФЕНОМЕН КУЛЬТУРЫ // http://vestnik.osu.ru/2010_7/25.pdf
- Zichermann G., Linder J. The Gamification Revolution: How Leaders Leverage Game Mechanics to Crush the Competition. – McGraw-Hill Education; 1 edition (2013)

Interneta resursi, periodika un datu bāzes:

- <https://www.youtube.com/watch?v=WzzhSbrt7N0> The Total Quality Management – <http://work911.com/tqmarticles.htm>
- Сайт, посвященный теории игр // <http://ecsocman.edu.ru/text/19918716/>
- Игра и культура человечества: к истории проблемы // <http://www.russiandickens.com/science/Essay/text9.htm>
- Игра. Новейший философский словарь // http://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_new_philosophy
- Datu bāze EBSCO <http://search.ebscohost.com>
- Datu bāze SCOPUS <http://www.scopus.com>

Aktualizēts	Apstiprināts
Dr. sc.pol. M. Gunare 17.08.2086.	Virziena „Viesnīcu un restorānu servisa un tūrisma un atpūtas organizācija” padomes sēde
	protokols Nr.VRSTAO -2018/03 30.08.2018.

Studiju procesa laikā iespējamas izmaiņas un papildinājumi programmā un literatūras sarakstā.

STUDIJU KURSA APRAKSTS

Studiju virziens:	<i>Viesnīcu un restorānu servisa un tūrisma un atpūtas organizācija</i>
Studiju kursa nosaukums latviešu valodā:	<i>Tūrisma, atpūtas un izklaides darbības organizēšana un vadīšana</i>
Studiju kursa nosaukums angļu valodā:	<i>Tourism business organization and management</i>
Studiju programma:	<i>Profesionālā maģistra programma „Komunikācijas vadība izklaides un atpūtas industrijā”</i>
Studiju programmas daļa	<i>Papildus studiju semestris ar citu 4 gadīgu bakalaura izglītību</i>
Kredītpunkti:	2
ECTS:	3
Akadēmisko stundu skaits (1KP = 40 st.)	80
Studiju kursa īstenošanas valoda:	<i>latviešu, krievu, angļu</i>
Studiju kursu izstrādāja:	<i>Dr.oec. G. Glebova</i>
Studiju kursu docē:	<i>Dr.oec. G. Glebova Dr.oec., vad. petn. J. Popova</i>
Studiju kursa anotācija:	<p>Studiju procesā tiek aplūkoti jautājumi par atpūtas un izklaides industrijas uzņēmuma darba organizāciju, kuriem ir dažādas darbības formas; vietējā un starptautiskā (izbraukuma) tūrisma organizēšanas funkcijas, ārvalstu tūristu apkalpošana (izbraukuma tūrisms) un veidi, kā organizēt viņu atpūtu un izklaides. Kursu programmā īpaša uzmanība tiek pievērsta jautājumiem, kas nodrošina pakalpojumu kvalitāti, to drošību; organizatoru sadarbības nozīmi organizācijas procesā un darbā ar klientiem. Studiju procesa gaitā ir paredzēta biznesa spēļu izmantošana, ārkārtas un nestandarta situāciju izskatīšana no vadītāja redzes viedokļa.</p>
Studiju kursa mērķi:	<p>Dod studentiem zināšanas par atpūtu kā cilvēku darbības sfēru. Uzsvars kursā tiek akcentēts uz tūrismu veicinošiem un bremzējošiem faktoriem, kas nosaka tūrisma attīstību Latvijā. Pēc kursa beigšanas studentam jāprot izmantot iegūtās zināšanas, sava uzņēmuma darbā novēršot tūrismu bremzējošos, ieviešot un veicinot stimulējošos faktorus.</p>
Studiju kursa uzdevumi :	<ul style="list-style-type: none"> – Dot maģistrantiem vispārīgas zināšanas par svarīgākajiem uzņēmējdarbības ekonomikas rādītājiem un to lomu tautsaimniecībā; preču un pakalpojumu cenu veidošanos un to ietekmi uz piedāvājumu un pieprasījumu. – Veidot izpratni par riska noteikšanas iespējam, par sakarībām, kas pastāv starp darba, darba samaksas un bezdarba problēmām. – Studenti jāiepazīstina ar inflācijas neizbēgamību, tās pozitīvajam un negatīvajam

pusēm. Jāveido izpratne par ekonomikas attīstības ciklisko raksturu, par valdības uzdevumiem, iespējām, lomu un metodēm ekonomikas ietekmēšanā, kā arī par starptautiskas tirdzniecības lietderību un to ietekmi uz nacionālo ekonomiku.

- Apgūt nepieciešamas informācijas saņemšanas un apstrādāšanas iemaņas uzņēmējdarbības vadīšanai.
- Dot jēdzienus par cēloņsakarībām tautsaimniecībā.
- Izdarīt apskatu par starptautisko ekonomisko sakaru nepieciešamību un radīšanu.
- Iemācīt uzņēmējdarbības jēdzieniem.

Studiju kursa apguves rezultāti:

Zināšanas:

- Atpūtas un izklaides uzņēmumu darba organizēšana.
- Izejošā, ienākošā, iekšējā un starptautiskā tūrisma īpatnības.
- Atpūtas un izklaides infrastruktūra un tūrisma resursi.
- Atpūtas un izklaides produkta veidošana.
- Attiecības ar pakalpojumu sniedzējiem.
- Projektēšana, kā tehnoloģiju pamats atpūtas un izklaides industrijā.

Prasmes:

- Spēja pielietot teorētiskās zināšanas un prasmes praksē.
- Spēja sadarboties ar citiem uzņēmumiem, īpašniekiem un citām ieinteresēto personu grupām uzņēmuma mērķu sasniegšanai.
- Spēja radīt oriģinālus atpūtas un izklaides produktus.

Kompetences:

- Analizēt, sistematizēt, sintezēt un integrēt uzņēmuma darbībai nepieciešamo informāciju.
- Komunicēt un sadarboties ar personālu, partneriem, īpašniekiem, masu saziņas līdzekļiem, valsts un nevalstiskajām institūcijām.
- Patstāvīgi apgūt jaunas zināšanas.
- Sagatavot un sniegt prezentācijas.

Studiju kursa saturs:

- Teorētiskie pamati uzņēmējdarbības organizācijā atpūtas un izklaides industrijā.
- Atpūtas un izklaides industrijas darbības veidu klasifikācija un raksturojums.
- Pakalpojumu programmu attīstības iezīmes.
- Atpūtas un izklaides industrija, nepieciešamā infrastruktūra.
- Pakalpojumu organizēšanas kvalitātes kontrole.
- Izklaides industrija un radošums.
- Pasaules atpūtas un izklaides industrijas pārskats.
- Jaunās atpūtas un izklaides industrijas iespējas tūrisma nozares attīstībai.

Pārbaudījuma forma:

Dif. ieskaite

Prasības kredītpunktu iegūšanai (kursa novērtējuma struktūra):

- Nodarbību apmeklēšana un aktīva līdzdalība tajās
- Piedalīšanās semināros un diskusijās

Novērtēšanas forma:

S

Īpatsva

	kaits:	rs:
Aktīva piedalīšanās lekcijās – 30%,		20%
Izstrādāti un aizstāvēti divi patstāvīgie darbi	2	30%
Kontroldarbs	1	30%
Dif. ieskaite	1	20%
Studiju kursa apguvē izmantojamās metodes:		
lekcijas, darbs grupās, diskusijas, praktiskās nodarbības.		
Literatūra:		
<ul style="list-style-type: none"> – Биржаков М.Б. Введение в туризм. – М., СПб.: «Невский Фонд», 2007. – Cooper Ch., Hall C. M. Contemporary Tourism: An International Approach. - Elsevier, 2016 p. – Veal A. J. Leisure, Sport and Tourism. - Pearson Education (US), 2010 – Morgan M. The Tourism and Leisure Experience. - Prentice Hall, 2010 – Holmes K. Events and Sustainability Prentice Hall, 2015 		
Papildus literatūra:		
<ul style="list-style-type: none"> – Yeoman I. Festival and Events Management, 2011 – McGillivray D. Event Policy, 2011 – Dr. David Picard Festivals, Tourism and Social Change, 2006 – Chris Newbold Focus on Festivals, 2015 		
Interneta resursi, periodika un datu bāzes:		
<ul style="list-style-type: none"> – https://www.journals.elsevier.com/tourism-management/recent-articles – http://www.wttc.org/research/economic-research/economic-impact-analysis/ – Региональная экономика = Regional economics : теория и практика: научно-практический и аналитический журнал, 2014, 2015, 2016. – Туризм: право и экономика www.lawinfo.ru – Datu bāze EBSCO http://search.ebscohost.com, – Datu bāze SCOPUS http://www.scopus.com 		

Aktualizēts	Apstiprināts
Dr.oec. G. Glebova 17.08.2018.	Virziena „ Viesnīcu un restorānu servisa un tūrisma un atpūtas organizācija” padomes sēde protokols Nr.VRSTAO -2018/03 30.08.2018.

Studiju procesa laikā iespējamās izmaiņas un papildinājumi programmā un literatūras sarakstā.

STUDIJU KURSA APRAKSTS

Studiju virziens:	<i>Viesnīcu un restorānu servisa un tūrisma un atpūtas organizācija</i>
Studiju kursa nosaukums latviešu valodā:	<i>Mārketings un mārketinga pētījumi metodes</i>
Studiju kursa nosaukums angļu valodā:	<i>Marketing and Research methods in marketing</i>
Studiju programma:	<i>Profesionālā maģistra programma „Komunikācijas vadība izklaides un atpūtas industrijā”</i>
Studiju programmas daļa	<i>Papildus studiju semestris ar citu 4 gadīgu bakalaura izglītību</i>
Kredītpunkti:	2
ECTS:	3
Akadēmisko stundu skaits (1KP = 40 st.)	80
Studiju kursa īstenošanas valoda:	<i>latviešu, krievu, angļu</i>
Studiju kursu izstrādāja:	<i>Dr.oec. , doc. J. Vozņuka</i>
Studiju kursu docē:	<i>Dr.oec. , doc. J. Vozņuka</i>
Studiju kursa anotācija:	<p>Kurss ietver tēmas par mārketinga pētījumu metožu būtību un to pielietojanas iespēju tūrisma un viesmīlības jomā. Tiek aplūkoti pētījuma veidi, kuru pamatā ir sekundāra un primāra informācija. Kursa ietvaros tiek attīstītas studējošo prasmes realizēt izpētes projektu mārketinga jomā.</p>
Studiju kursa mērķi:	<p>Nodrošināt studentus ar zināšanām, prasmēm un iemaņām, pielietot mārketinga pētījumu metodes uzņēmuma problēmu risināšanai un attīstības perspektīvu noteikšanai.</p>
Studiju kursa uzdevumi :	<ul style="list-style-type: none"> – Sniegt studentiem zināšanas par mārketinga pētījumu funkcijām, pētījumu metodēm un to veidiem. – Veidot izpratni par zinātnisko pētījumu principiem un nostādņēm. – Veidot izpratni par mārketinga pētījumu pielietojanas iespējām tūrisma un viesmīlības jomā. – Attīstīt studējošo prasmi izmantot sekundāro un primāro informāciju izpētes procesā. – Vākt, apkopot un analizēt uzņēmuma mārketinga darbības pilnveidei nepieciešamo informāciju. – Attīstīt studējošo prasmi realizēt pētniecisko projektu.
Studiju kursa apguves rezultāti:	
Zināšanas:	<ul style="list-style-type: none"> – Par mārketinga pētījumu metodēm, to būtību un veidiem. – Par mārketinga pētījumu metožu pielietojanas iespējām tūrismā un viesmīlības jomā.

- Par sekundāras un primāras informācijas izmantošanu izpētes procesa.

Prasmes:

- Parādīt iespējamo uzņēmuma mārketinga problēmu un mārketinga pētījumu virzienu un veidu likumsakarību izpratni.
- Piemērot zinātniskās pētījumu metodes konkurentu un patērētāju izpētei.
- Izstrādāt empīriskā pētījuma plānu attiecīgi problēmai, realizēt izpētes projektu, apstrādāt datus, interpretēt rezultātus un sagatavot atskaiti.
- Prezentēt patstāvīga pētījuma rezultātus un aizstāvēt to nozīmi un pielietošanas iespējas uzņēmuma mārketinga darbības pilnveidei.

Kompetences:

- Veikt mārketinga vides analīzi.
- Analizēt uzņēmuma mārketinga darbību, pielietojot zinātniskās pētījumu metodes, identificēt problēmas un izstrādāt to risinājumus.
- Meklēt, sistematizēt, sintezēt un integrēt uzņēmuma darbībai nepieciešamo informāciju.

Studiju kursa saturs:

- Izpētes vieta marketingā. Izpētes loma, principi un metodoloģija. Pētījuma plāna izstrāde. Izpētes problēmas un hipotēzes formulēšana. Izpētes objekts un priekšmets. Mārketinga pētījuma specifika. Mārketinga un tirgus izpēte. Mārketinga iespēju analīze.
- Izpētes veidi. Vispārzinātniskās izpētes metodes. Kvantitatīvās un kvalitatīvās metodes, to priekšrocības un trūkumi. Lauka izpētes metodes un kabineta (slēptās) izpētes metodes. Primārā un sekundārā informācija.
- Aptauja. Aptaujas process. Aptaujas veidi; to specifika, priekšrocības un trūkumi. Anketēšana. Anketas izstrādāšanas principi. Intervija un tās veidi. Fokusa grupa. Ekspertu aptauja. Panelveida aptauja. Aptaujas datu apstrāde un analīze. Statistikas metodes (aprakstošā un analītiskā statistika).
- Izlase. Izlases veidi. Izlases lielums. Izlases veidošanas metodes. Elektronisko kalkulatoru izmantošana izlases un reprezentativitātes kļūdas aprēķiniem.
- Citas primāras informācijas pētījumu metodes: sagatavošana, vadīšana un rezultātu analīze (eksperiments, novērojums).
- Sekundārās informācijas izmantošana. Slēptās pētījumu metodes. Dokumentu analīzes metodes. Kontenta analīze. Komunikatīvais audits.
- Konkurentu izpēte. Konkurences vide. Konkurentu līmeni. Konkurentu analīzes rādītāji. Uzņēmumu priekšrocību invertējums salīdzinājumā ar konkurentiem. Konkurentu kartes sastādīšana. Benčmarkings.
- Mārketinga pētījuma budžets un nepieciešamie resursi. Pētījuma atskaites izstrādāšanas principi. Latvijas uzņēmumi, kas piedāvā mārketinga pētījumu pakalpojumus. Pētījuma ētika.

Pārbaudījuma forma:

Dif. ieskaite

Prasības kredītpunktu iegūšanai (kursa novērtējuma struktūra):

- Nodarbību apmeklēšana un aktīva līdzdalība tajās

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Piedalīšanās semināros un diskusijās 		
Novērtēšanas forma:	S kaits:	Īpatsva rs:
Aktīva piedalīšanās lekcijās – 30%		20%
Izstrādāti un aizstāvēti divi patstāvīgie darbi	2	30%
Kontroldarbs	1	30%
Dif. ieskaite	1	20%
Studiju kursa apguvē izmantojamās metodes:		
lekcijas, darbs grupās, diskusijas, praktiskās nodarbības.		
Literatūra:		
<ul style="list-style-type: none"> – Дурович А.П. Маркетинговые исследования в туризме. - СПб: Питер, 2012. – Veal A. J. Leisure, Sport and Tourism. - Pearson Education (US), 2010 – Veal A. J. Research Methods for Leisure and Tourism. - FINANCIAL TIMES PRENTICE HALL, 2011 – Weiler B. Tour Guiding Research. - Channel View Publications Ltd, 2014 		
Papildus literatūra:		
<ul style="list-style-type: none"> – Yeoman I. Festival and Events Management, 2011 – McGillivray D. Event Policy, 2011 – Dr. David Picard Festivals, Tourism and Social Change, 2006 – Chris Newbold Focus on Festivals, 2015 		
Interneta resursi, periodika un datu bāzes:		
<ul style="list-style-type: none"> – Journal of Travel Research. Academic journal, ISSN 0047-2875. – Sage Publications Inc. Thousand Oaks, USA – Маркетинг журнал: www.4p.ru – Journal of Travel & Tourism Marketing. Academic journal, ISSN 1054-8408. Taylor & Francis Ltd, Abington, UK – Datu bāze EBSCO http://search.ebscohost.com, – Datu bāze SCOPUS http://www.scopus.com 		

Aktualizēts	Apstiprināts
Dr.oec., doc. J. Vozņuka 17.08.2018.	Virziena „ Viesnīcu un restorānu servisa un tūrisma un atpūtas organizācija” padomes sēde protokols Nr.VRSTAO -2018/03 30.08.2018.

Studiju procesa laikā iespējamās izmaiņas un papildinājumi programmā un literatūras sarakstā.

STUDIJU KURSA APRAKSTS

Studiju virziens:	<i>Viesnīcu un restorānu servisa un tūrisma un atpūtas organizācija</i>
Studiju kursa nosaukums latviešu valodā:	<i>Uzņēmējdarbības ekonomika atpūtas un izklaides jomā</i>
Studiju kursa nosaukums angļu valodā:	<i>Business Economics of recreation and entertainment</i>
Studiju programma:	<i>Profesionālā maģistra programma „Komunikācijas vadība izklaides un atpūtas industrijā”</i>
Studiju programmas daļa	<i>Papildus studiju semestris ar citu 4 gadīgu bakalaura izglītību</i>
Kredītpunkti:	2
ECTS:	3
Akadēmisko stundu skaits (1KP = 40 st.)	80
Studiju kursa īstenošanas valoda:	<i>latviešu, krievu, angļu</i>
Studiju kursu izstrādāja:	<i>Dr.oec. G. Glebova</i>
Studiju kursu docē:	<i>Dr.oec. G. Glebova Dr.oec., vad. petn. J. Popova</i>
Studiju kursa anotācija:	<p>Kursa saturs sagatavots tā, lai maģistranti iegūtu teorētiskās un praktiskas iemaņas un prasmes uzņēmējdarbības ekonomikas jautājumos atpūtas un izklaides jomā. Šī kursa ietvaros maģistranti uzzinās par svarīgākajiem uzņēmējdarbības ekonomikas rādītājiem un to lomu tautsaimniecībā; preču un pakalpojumu cenu veidošanās un to ietekmi uz piedāvājumu un pieprasījumu. Par valdības uzdevumiem, iespējām, lomu un metodēm ekonomikas ietekmēšanā, kā arī par starptautiskās tirdzniecības lietderību un to ietekmi uz nacionālo ekonomiku. Darba gaitā tiek izmantotas tādas metodes kā lomu spēles, testi, diskusijas, case study.</p>
Studiju kursa mērķi:	<p>Iepazīstināt studentus ar galvenajām likumsakarībām, kas ir saistītas ar saimnieciskās darbības vadīšanas motivāciju tirgus ekonomikā; apgūt ekonomisko zināšanu teorētiskos pamatus; izveidot priekšstatus par uzņēmuma darbības saturu un nozīmi tautsaimniecībā, kā arī par nepieciešamajiem nosacījumiem un resursiem uzņēmējdarbības īstenošanai.</p>
Studiju kursa uzdevumi :	<ul style="list-style-type: none"> – Dot maģistrantiem vispārīgas zināšanas par svarīgākajiem uzņēmējdarbības ekonomikas rādītājiem un to lomu tautsaimniecībā; preču un pakalpojumu cenu veidošanās un to ietekmi uz piedāvājumu un pieprasījumu. – Veidot izpratni par riska noteikšanas iespējām, par sakarībām, kas pastāv starp darba, darba samaksas un bezdarba problēmām. – Studenti jāiepazīstina ar inflācijas neizbēgamību, tās pozitīvajām un negatīvajām pusēm. Jāveido izpratni par ekonomikas attīstības ciklisko raksturu, par valdības uzdevumiem, iespējām, lomu un metodēm ekonomikas ietekmēšanā, kā arī par

starptautiskās tirdzniecības lietderību un to ietekmi uz nacionālo ekonomiku.

- Apgūt nepieciešamās informācijas saņemšanas un apstrādāšanas iemaņas uzņēmējdarbības vadīšanai.
- Dot jēdzienus par cēloņsakarībām tautsaimniecībā.
- Izdarīt apskatu par starptautisko ekonomisko sakaru nepieciešamību un radīšanu.
- Iemācīt uzņēmējdarbības jēdzieniem.

Studiju kursa apguves rezultāti:

Zināšanas:

- Profesionālās darbības pamatuzdevumu veikšanai nepieciešamās zināšanas priekšstata līmenī par:
 - Ekonomisko sistēmu attīstības tendencēm pasaulē.
 - Par globalizācijas lomu ekonomisko procesu attīstībā.
 - Uzņēmuma darbības ilgtspējīgas attīstības plānošanu.

Prasmes:

- Pielietot uzņēmējdarbības ekonomikas kategorijas un metodes biznesā.
- Analizēt, risināt uzņēmuma ekonomiskās problēmas; darboties kā ekonomisko resursu vadītājam analītiskā līmenī.
- Analizēt ekonomisko situāciju uzņēmumā, jāprot lietot ekonomiskās definīcijas un uzņēmējdarbības vadīšanas metodes.
- Spēja plānot un prognozēt uzņēmuma efektīvu darbību atbilstoši noteiktajiem mērķiem, ekonomiskajai videi un darba tirgus situācijai.

Kompetences:

- Izprast aktuālās ekonomiskās attīstības likumsakarības un principus.
- Analizēt ekonomiskajā vidē notiekošos procesus un pieņemt lēmumus atbilstoši situācijas izmaiņām.
- Jāprot izmantot investēšanas un inovatīvas aktivitātes novērtēšanas principus un metodes.
- Analizēt, sistematizēt, sintezēt un integrēt uzņēmuma darbībai nepieciešamo informāciju.

Studiju kursa saturs:

- Ievads uzņēmējdarbības ekonomikā. Ekonomiskās teorijas metodoloģija. Ekonomiskās politikas pamatojums (tiesiskais, politiskais, nacionālais, ģeogrāfiskais, sociālais). Ekonomikas pamata definīcijas un ekonomiskie mērķi. Ekonomikas un politikas mijiedarbība un savstarpēja ietekme. Valsts, kā tirgus reformu galvenais subjekts. Makrosistēmas konflikta cēloņi starp uzņēmējdarbību un politisku eliti.
- Latvijas Republikas uzņēmējdarbības vides raksturojums. Uzņēmējdarbības un uzņēmēja definīcijas. Latvijas Republikas uzņēmējdarbības vide, vides un uzņēmējdarbības izvēles faktori. Mūsdienu uzņēmējdarbības ideoloģija. Uzņēmējdarbības organizatoriskās formas Latvijā.
- Valsts ekonomiskā politika. Valsts ekonomiskā politika: objekti, subjekti, mērķi un metodes. Mērķu koks.
- Ekonomisko interešu nesēji, paudēji un izpildītāji. Valsts ekonomiskās politikas administratīvās un ekonomiskās metodes. Valsts ekonomikas regulēšana kā neatdalāma tirgus daļa, valsts iejaukšanas robežas saimnieciskā dzīvē. Ekonomiskās politikas metodēs. Liberāla un “dirigenta” politika.
- Tirgus teorijas pamati. Pieprasījuma un piedāvājuma likumi. Pieprasījuma un piedāvājuma elastība. Tirgus cenas būtība, cenu līdzsvarošana. Tirgus jēdziens un tirgus veidi. Tirgus sistēmas funkcionēšana. Konkurences vide.
- Ražošana, resursi un izmaksas. Ražošana (faktori, stadijas, uzdevumi). Resursi (darbs, zeme, kapitāls, dabas resursi, uzņēmējdarbības spēja). Kapitāla un tā sastāvdaļu raksturojums. Ražošanas izmaksu veidi. Pašizmaksas jēdziens. Cena, ienākumi un peļņa. Ražošanas apjomi un resursu sadale.
- Uzņēmuma attīstības stratēģija. Koncentrētas, integrētas un diversificētas izaugsmes stratēģija. Ierobežošanas stratēģija. Firmas stratēģiskā politika. Stratēģijas modeļi: Harvarda skola, franču skola, japāņu skola. Stratēģisko lēmumu veidi.
- Investīciju darbība. Investīciju darbības veidi un mērķi. Investēšanas stratēģija un faktori. Investēšanas etapi. Uzņēmuma kā investēšanas objekta pētījums. Investīciju projekta analīze un efektivitāte.
- Inovācijas uzņēmumā un komerciāls aprēķins. Inovācijas pieejas. Inovāciju lēmumu ceļi un rezultāti. Inovāciju avoti un ekonomiskā efektivitāte. Uzņēmuma adaptācija. Komerciāls aprēķins (līmeņi, principi, nolikums).
- Biznesa plāna izstrāde. Biznesa idejas formulējums. Tirgus mārketinga pētījumi. Biznesa struktūras vadības modelis. Biznesa struktūras informācijas plūsmu vadība. Risku novērtējums. Finanšu plāns un finanšu ekonomisko rādītāju aprēķins. Biznesa projekta finansējuma avotu meklēšana. Biznesa plāna juridiskais nodrošinājums.

Pārbaudījuma forma:

Dif. ieskaite

Prasības kredītpunktu iegūšanai (kursa novērtējuma struktūra):

- Nodarbību apmeklēšana un aktīva līdzdalība tajās

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Piedalīšanās semināros un diskusijās 		
Novērtēšanas forma:	S kaits:	Īpatsva rs:
Aktīva piedalīšanās lekcijās – 30%,		20%
Izstrādāti un aizstāvēti divi patstāvīgie darbi	2	30%
Kontroldarbs	1	30%
Dif. ieskaite	1	20%
Studiju kursa apguvē izmantojamās metodes:		
lekcijas, darbs grupās, diskusijas, praktiskās nodarbības.		
Literatūra:		
<ul style="list-style-type: none"> – Dwyer L. Tourism Economics and Policy, 2010 – Здоров, А. Б. Экономика туризма: учебник по специальности "Менеджмент организации" / А. Б. Здоров. – Москва: Финансы и статистика, 2011. – 266 с. http://www.zavtrasessiya.com/index.pl?act=PRODUCT&id=835 – Экономика и организация туризма: международный туризм: учебное пособие / Московская академия туристского и гостинично-ресторанного бизнеса. – Москва: Кнорус, 2007. – 565 – Ушаков, Д. С. Экономика туристской отрасли: учебное пособие / Д. С. Ушаков. – Ростов-на-Дону: Феникс: MapT, 2010. – 446 с.http://www.zavtrasessiya.com/index.pl?act=PRODUCT&id=835 – Volkova T. Bizness pāri robežā un Praktisks ceļvedis jaunu tirgu apgūšanā.- Rīga: LU Akadēmiskais apgāds, Banku augstskola.2010.- 184. 		
Papildus literatūra:		
<ul style="list-style-type: none"> – Hall C. M. Contemporary Tourism, Goodfellow Publishers Limited, 2016 – Экономика туризма: учебно-методический комплекс КемГУК , 2014 – Ермакова Ж., Тетерятник О., Лучко Н. Экономика и организация средств размещения: практикум: учебное пособие. – ОГУ, 2013 – Матько К. В.Источники прибыли в туризме Лаборатория книги, 2010 		
Interneta resursi, periodika un datu bāzes:		
<ul style="list-style-type: none"> – https://www.journals.elsevier.com/tourism-management/recent-articles – http://www.wttc.org/research/economic-research/economic-impact-analysis/ – Туризм: право и экономика www.lawinfo.ru – Datu bāze EBSCO http://search.ebscohost.com, – Datu bāze SCOPUS http://www.scopus.com 		

Aktualizēts	Apstiprināts
Dr.oec. G. Glebova 17.08.2018.	Virziena „Viesnīcu un restorānu servisa un tūrisma un atpūtas organizācija” padomes sēde protokols Nr.VRSTAO -2018/03 30.08.2018.

Studiju procesa laikā iespējamas izmaiņas un papildinājumi programmā un literatūras sarakstā.

STUDIJU KURSA APRAKSTS

Studiju virziens:	<i>Viesnīcu un restorānu servisa un tūrisma un atpūtas organizācija</i>
Studiju kursa nosaukums latviešu valodā:	<i>Lietišķā komunikācija un publiskās uzstāšanās kultūra</i>
Studiju kursa nosaukums angļu valodā:	<i>Business communication</i>
Studiju programma:	<i>Profesionālā maģistra programma „Komunikācijas vadība izklaides un atpūtas industrijā”</i>
Studiju programmas daļa	<i>Papildus studiju semestris ar citu 4 gadīgu bakalaura izglītību</i>
Kredītpunkti:	2
ECTS:	3
Akadēmisko stundu skaits (1KP = 40 st.)	80
Studiju kursa īstenošanas valoda:	<i>latviešu, krievu, angļu</i>
Studiju kursu izstrādāja:	<i>Mg. philol., MBA, doc. N. Sotikova</i>
Studiju kursu docē:	<i>Mg. philol., MBA, doc. N. Sotikova Dr.paed., doc. I. Popova</i>
Studiju kursa anotācija:	<p>Kursa ietvaros studenti, kā topošie tūrisma un atpūtas organizācijas vadītāji, tiek iepazīstināti ar lietišķo komunikāciju un pārrunu procesu, kā arī īpaša uzmanība tiek veltīta lietišķajai komunikācijai tūrisma un viesmīlības jomā, ir dotas nepieciešamās iemaņas mērķa sasniegšanai pārrunās, adekvātam situācijas novērtējumam, lai izvēlētos atbilstošu stratēģiju un pielietotu to dažādās reālās situācijās.</p> <p>Darba gaitā tiek izmantotas tādas metodes kā lomu spēles, testi, diskusijas, case study.</p>
Studiju kursa mērķi:	<p>Kurss sagatavots, lai sniegtu zināšanas un praktiskas iemaņas studentiem par efektīvu lietišķo komunikāciju un pārrunu procesu, kā arī, lai attīstītu komunikatīvās prasmes un paaugstinātu psiholoģisku kompetenci lietišķajā saskarsmē ar klientiem, kolēģiem un citām mērķgrupām tūrisma un viesmīlības jomā.</p>
Studiju kursa uzdevumi :	<ul style="list-style-type: none"> – Iepazīstināt ar lietišķo komunikāciju, tās nozīmi un efektīvas lietišķās komunikācijas principiem, iemācīt pielietot tos tūrisma un viesmīlības jomā. – Veidot priekšstatu par pārrunu procesu, metodēm. – Palīdzēt apgūt efektīvas saskarsmes iemaņas ar vadītājiem, padotajiem, partneriem, klientiem. – Iepazīstināt ar sagatavošanās posmiem pārrunām, ar pārrunu plānošanas tehniku. – Palīdzēt apgūt prasmi pielāgoties jebkurai nestandarta situācijai biznesa komunikācijā. – Pārbaudīt un nostiprināt saņemtās zināšanas un iemaņas ar pašpārbaudes jautājumiem.

Studiju kursa apguves rezultāti:**Zināšanas:**

- Profesionālās darbības pamatuzdevumu veikšanai nepieciešamās zināšanas, lietišķā komunikācija tūrisma un viesmīlības jomā.

Prasmes:

- Pilnveidotas studējošā iemaņas lietišķās komunikācijas un pārrunu procesa vadībā.
- Spēja analizēt lietišķās komunikācijas procesu, pielietojot teorētiskās zināšanas un apgūtās iemaņas.
- Spēja analizēt konkrētās situācijas, saistītas ar tūrismu un viesmīlības jomu, kritiski domāt un dot novērtējumu.
- Prasme sadarboties ar dažādu kultūru un intelektuālā līmeņa cilvēkiem.
- Prasme panākt vienošanos, prezentēt, spriest un aizstāvēt savu viedokli.
- Spēja pārstāvēt uzņēmumu darījumos ar citiem uzņēmumiem.
- Spēja sadarboties ar citiem uzņēmumiem, īpašniekiem un citām ieinteresēto personu grupām uzņēmuma mērķu sasniegšanai.
- Spēja strādāt individuāli un grupā, pielietojot savas zināšanas un līdera prasmes, spēja uzņemties atbildību par savas darbības rezultātiem.

Kompetences:

- Izstrādāt optimālu stratēģiju un taktiku lietišķajā komunikācijā.
- Pieņemt lēmumus atbilstoši situācijas izmaiņām.
- analizēt, sistematizēt, sintezēt un integrēt tūrisma vai viesmīlības uzņēmuma darbībai nepieciešamo informāciju.
- Komunicēt un sadarboties ar personālu, partneriem, īpašniekiem, PSL, valsts un nevalstiskajām organizācijām.
- Sagatavot un sniegt prezentācijas.

Studiju kursa saturs:

- **Komunikācijas nozīme uzņēmējdarbībā.** Lietišķās komunikācijas jēdziens. Efektīvas lietišķās komunikācijas principi. Lietišķās komunikācijas nozīme un īpatnības tūrisma un viesmīlības jomā.
- **Efektīvas saskarsmes iemaņu ar vadītājiem, padotajiem, partneriem un klientiem apgūšana.** Praktiskas iemaņas kontakta nodibināšanai pa telefonu un klātienē. Aktīvās klausīšanās paņēmieni apgūšana.
- **Psiholoģiska kontakta veidošana ar sarunbiedru.** Savstarpējas saprašanās uzturēšana un pilnveide starp darbiniekiem. Konfliktsituācijas tūrisma un viesmīlības jomā un to risināšanas veidi.
- **Informācijas iegūšana un apstrāde.** Informācijas nodošanas procesa pilnveide organizācijās.
- **Pārrunu process.** Pārrunu procesa jēdziens. Pārrunu plānošana. Sagatavošanās pārrunām. Pārrunu mērķu izvirzīšana. Savu un partneru interešu apzināšanās pārrunās.
- **Pārrunu sagatavošanas modelis.** Pārrunu procesa plānošanas tehnikas. Hārvarda pārrunu vadīšanas skola.
- **Uzņēmuma vadītāja loma pārrunās.** Komunikācijas iemaņu pilnveide. Prasme pielāgoties jebkurai nestandarta situācijai. Iemaņas mērķu sasniegšanai pārrunās, pārlicinošas uzvedības iemaņu attīstība.
- **Stratēģijas un taktikas pārrunās.** Pirmais iespaids. Verbālā un neverbālā komunikācija. Stratēģijas un taktikas izvēle un īstenošana.
- **Argumentēšanas tehnikas un piedāvājuma prezentēšana.** Manipulācijas pārrunās. "Netīrās» pārrunu vadīšanas stratēģijas.
- **Tūrisma produkta pārdošana.** Posmi. Klientu vajadzību noskaidrošana. Darbs ar iebildumiem.

Pārbaudījuma forma:

Dif. ieskaite

Prasības kredītpunktu iegūšanai (kursa novērtējuma struktūra):

- Nodarbību apmeklēšana un aktīva līdzdalība tajās
- Piedalīšanās semināros un diskusijās

Novērtēšanas forma:	S kaits:	Īpatsva rs:
Aktīva piedalīšanās lekcijās – 30%,		20%
Izstrādāti un aizstāvēti divi patstāvīgie darbi	2	30%
Kontroldarbs	1	30%
Dif. ieskaite	1	20%

Studiju kursa apguvē izmantojamās metodes:

lekcijas, darbs grupās, diskusijas, praktiskās nodarbības.

Literatūra:

- Hogans K. Ietekmēšanas māksla. R.: ATĒNA, 2006. 275 c. ISBN 9984-34-194-1
- Murphy Herta A, Hildebrandt Herbert W, Thomas Jane P. Effective Business Communications
- Metoks Dž., Ērenborgs J. Māksla vienoties. R.: Jāņa Rozes apgāds, 2005. 165 lpp. 9984231135
- Prokopjeva Nadežda, Lietiško sarunu māksla. JUMAVA, 2006. 156 lpp. ISBN9984-38-110-2
- Борисова Е. А. Эффективные коммуникации в бизнесе. Питер, 2005, 208 с. ISBN 5-469-00166-0
- К. М. Захаров. Речевая коммуникация в туризме. Учебное пособие. «ФЛИНТА», 2013

Papildus literatūra:

- Martin D. Manipulating. Mitings. London, 2000.-206 p.
- Deidulis L., Komunikāciju prasmes. - Rīga, 2001.
- Фишер Р. "Путь к согласию или переговоры без поражения". М.: Наука, 1992. – 158 с. ISBN 5-02-013390-6.
- Паттерсон К., Гренни Дж., Мак-Миллан Р., Свитцлер Э., Р. Кови С. Переговоры в экстремальных ситуациях: что и как говорить, когда ставки высоки. Вильямс. 240 с. ISBN 978-5-8459-1383-8, 0-07-140194-6
- Соловьев Э.Я. Искусство проведения переговоров. 2006, 160 с.
- Сигал Г. Как говорить нужные слова нужным людям в нужное время, 2010 , Питер , 272с. ISBN:978-5-49807-176-3

Interneta resursi, periodika un datu bāzes:

- Туризм: право и экономика www.lawinfo.ru
- Туристический бизнес www.tourbus.ru
- Biznesa psiholoģija
- <http://psykology.ucoz.ru>
- Datu bāze EBSCO <http://search.ebscohost.com>,
- Datu bāze SCOPUS <http://www.scopus.com>

Aktualizēts	Apstiprināts
Mg. philol., MBA, doc. N. Sotikova 17.08.2018.	Virziena „Viesnīcu un restorānu servisa un tūrisma un atpūtas organizācija” padomes sēde
	protokols Nr.VRSTAO -2018/03
	30.08.2018.

Studiju procesa laikā iespējamās izmaiņas un papildinājumi programmā un literatūras sarakstā.

STUDIJU KURSA APRAKSTS

Studiju virziens:	<i>Viesnīcu un restorānu servisa un tūrisma un atpūtas organizācija</i>
Studiju kursa nosaukums latviešu valodā:	<i>Prezentācija, moderācija, animācija</i>
Studiju kursa nosaukums angļu valodā:	<i>Presentation, animation, moderator's activities</i>
Studiju programma:	<i>Profesionālā maģistra programma „Komunikācijas vadība izklaides un atpūtas industrijā”</i>
Studiju programmas daļa	<i>Papildus studiju semestris ar citu 4 gadīgu bakalaura izglītību</i>
Kredītpunkti:	2
ECTS:	3
Akadēmisko stundu skaits (1KP = 40 st.)	80
Studiju kursa īstenošanas valoda:	<i>latviešu, krievu, angļu</i>
Studiju kursu izstrādāja:	<i>Dr.sc.pol. , doc. M. Gunare</i>
Studiju kursu docē:	<i>Dr.sc.pol. , doc. M. Gunare Dr.med., doc. D. Zagulova Vieslektori</i>
Studiju kursa anotācija:	Kurss paredzēts maģistrantiem, lai viņi varētu brīvi orientēties preču un pakalpojumu prezentāciju jautājumos, dažādu lietišķu un animācijas pasākumu organizācijā atpūtas un izklaides nozarē.
Studiju kursa mērķis:	Studentu zināšanu līmeņa, kā daudzdisciplīnu speciālistu, paaugstināšana komunikācijas, preču un pakalpojumu virzīšanas sfērās ekonomiskajā segmentā.
Studiju kursa uzdevumi :	<ul style="list-style-type: none"> – Dot priekšstatu par mūsdienu tendencēm prezentāciju, darījuma pasākumu un animācijas pasākumu organizēšanā un realizēšanā. – Iepazīstināt studentus ar reālo un virtuālo prezentāciju organizēšanas pasākumu instrumentiem un praktiskajām metodēm. – Aplūkot lietišķo pasākumu organizācijas un realizācijas nodrošināšanas problēmas tūrisma un viesmīlības sfērā. – Iepazīstināt studentus ar organizēšanas, nodrošinājuma, darbības metodēm un praktiskajiem paņēmieniem, kuri tiek izmantoti animācijas pasākumu organizēšanā tūrisma un viesmīlības sfērā.
Studiju kursa apguves rezultāti:	<ul style="list-style-type: none"> – Kvalifikācijas paaugstināšana prezentāciju, lietišķo un animācijas pasākumu izstrādēs un organizēšanas teorijā un praksē tūrisma un viesmīlības jomā. – Mūsdienu metodes prezentāciju, lietišķo un animācijas pasākumu sagatavošanā un organizēšanā tūrisma un viesmīlības jomā. – Iepazīšanās ar mūsdienīgiem komunikāciju līdzekļiem, kuri tiek izmantoti reālu

un virtuālu prezentāciju, lietišķu un animācijas pasākumu sagatavošanā, organizēšanā un realizācijā tūrisma un viesmīlības jomā.

- Prezentāciju, lietišķu un animācijas pasākumu organizēšanas iemaņu iegūšana tūrisma un viesmīlības jomā.

Studiju kursa saturs:

- Interneta vide kā prezentāciju un biznesa tikšanās vieta.
- Darījuma tikšanās, to plānošana un organizācija tūrisma un viesmīlības nozarē.
- Reālu un virtuālu prezentāciju organizēšana un prezentēšana tūrisma un viesmīlības nozarē.
- Izklaide kā darījuma pasākumu neatņemama sastāvdaļa.
- Animācijas pakalpojumi viesnīcās.
- Interneta vide kā prezentāciju un biznesa tikšanās vieta.
- Darījuma tikšanās, to plānošana un organizācija tūrisma un viesmīlības nozarē.
- Reālu un virtuālu prezentāciju organizēšana un prezentēšana tūrisma un viesmīlības nozarē.

Pārbaudījuma forma:

Aizstāvēšana

Prasības kredītpunktu iegūšanai (kursa novērtējuma struktūra):

- Nodarbību apmeklēšana un aktīva līdzdalība tajās
- Piedalīšanās semināros un diskusijās

Novērtēšanas forma:	S kaits:	Īpatsva rs:
Aktīva piedalīšanās lekcijās		20%
Izstrādāti un aizstāvēti divi patstāvīgie darbi	2	20%
Kontroldarbs	1	20%
Aizstāvēšana	1	40%

Studiju kursa apguvē izmantojamās metodes:

lekcijas, darbs grupās, diskusijas, praktiskās nodarbības.

Literatūra:

- Bredberijs E. Izcilas prezentācijas prasmes. - Zvaigzne ABC apgāds, 2008
- Hofmanis K. Dīters. Prezentācija un moderācija - Zvaigzne ABC apgāds, 2005.
- Приезжева Е.М. Анимационный менеджмент. – М.: Советский спорт, 2007.
- Рейнолдс Г. Презентация в стиле дзен: дизайн, разработка, проведение и примеры. – М.: Вильямс, 2009.

Papildus literatūra:

- Merediths Belbins R. Darba krāsas. - Lietišķās Informācijas dienests SIA, 2010
- Третьякова Т.Н. Анимационная деятельность в социально-культурном сервисе и туризме. – М.: Academia, 2008.
- Alexei Kapterev Presentation Secrets: Do What you Never Thought Possible With Your Presentations by Publisher: John Wiley & Sons, Release Date: September 2011, ISBN: 9781118034965
- Нэнси Дуарте Искусство создания выдающихся презентаций (Slide:ology: The Art and Science of Creating Great Presentation) Издательство Манн, Иванов и Фербер, Переводчик Елена Смирнова, 2012 ISBN 978-5-91657-241-4

- Галло, К. iПрезентация. Уроки убеждения от лидера Apple Стива Джобса / Кармин Галло; пер. с англ. Михаила Фербера. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2010. – 224 с. ISBN 978-5-91657-094-6
- Галло, К. iПрезентация. Уроки убеждения от лидера Apple Стива Джобса / Кармин Галло; пер. с англ. Михаила Фербера. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2010. – 224 с. ISBN 978-5-91657-094-6

Interneta resursi, periodika un datu bāzes:

- Datu bāze EBSCO <http://search.ebscohost.com>,
- Datu bāze SCOPUS <http://www.scopus.com>

Aktualizēts	Apstiprināts
Dr.sc.pol. , doc. M. Gunare 17.08.2018.	Virziena „Viesnīcu un restorānu servisa un tūrisma un atpūtas organizācija” padomes sēde protokols Nr.VRSTAO -2018/03 30.08.2018.

Studiju procesa laikā iespējamās izmaiņas un papildinājumi programmā un literatūras sarakstā.

*Pielikums
Nr.5.2*

Studiju programmas satura atbilstība valsts akadēmiskās izglītības standartam vai profesijas standartam un profesionālās augstākās izglītības valsts standartam un citiem normatīvajiem aktiem augstākajā izglītībā, tai skaitā ja iegūstamā kvalifikācija ir reglamentēta profesija

Studiju programma atbilst noteikumiem par otrā līmeņa profesionālās augstākās izglītības valsts standartu, - LR MK noteikumi Nr.512, 26.08.2014. "**Noteikumi par otrā līmeņa profesionālās augstākās izglītības valsts standartu**" (spēkā no 12.09.2014.), kuri līdz šim reglamentēja profesionālās augstākās izglītības maģistra studiju programmas obligāto saturu, proti:

Nr. p.k.	Mk noteikumi Nr.512, 26.08.2014. "Noteikumi par otrā līmeņa profesionālās augstākās izglītības valsts standarta" kritēriji	Studiju programmas atbilstība
1.	Maģistra programmas apjoms ir vismaz 40 kredītpunktu.	*Maģistra programmas apjoms 60 KP ** Maģistra programmas apjoms 80 KP
2.	Maģistra programmas pilna laika studiju ilgums ir viens līdz divi gadi ar noteikumu, ka kopējais bakalaura un maģistra studiju ilgums nav mazāks par pieciem gadiem.	*4 + 1.5 **4+2.0
3.	Maģistra programmas saturs nodrošina zināšanu, prasmju un kompetences apguvi, kas nepieciešama profesionālās darbības veikšanai atbilstoši Latvijas izglītības klasifikācijā noteiktajām ietvarstruktūras 7. līmeņa zināšanām, prasmēm un kompetencei.	Maģistra programmas saturs nodrošina zināšanu, prasmju un kompetences apguvi atbilstoši Latvijas izglītības klasifikācijā noteiktajām ietvarstruktūras 7. līmeņa zināšanām, prasmēm un kompetencei.
4.	No maģistra programmas apjoma (izņemot to apjomu, kas paredzēts praksei un maģistra darba vai diplomdarba (diplomprojekta) izstrādei) pilna laika studijās ne mazāk kā 30 procentus veido kontaktstundas.	Pilna laika studijām 1 KP 12 kontaktstundas
Maģistra programmas obligāto saturu veido:		
5.	Studiju kursi, kas nodrošina jaunāko sasniegumu padziļinātu apguvi nozares (profesionālās darbības jomas) teorijā un praksē vismaz piecu kredītpunktu apjomā.	Stratēģiskā vadība atpūtas un izklaides industrijā 5 KP Starptautiskais mārketingu 4 KP Atpūtas un izklaides industrija 3 KP
6.	Pētnieciskā darba, jaunrades darba, projektēšanas darba un vadībinību studiju kursi vismaz triju kredītpunktu apjomā.	<i>Kritiskā domāšana un pētījuma dizains, metodoloģija un publikācijas rakstīšana 4 KP</i> Starptautisku projektu vadība

		atpūtas un izklaides nozarē 2 KP Kultūras tirgi un kultūras prakses 4 KP
7.	Prakse vismaz 26 kredītpunktu apjomā, ja tā ir paredzēta akadēmiskās bakalaura studiju programmas beidzējiem, vai vismaz sešu kredītpunktu apjomā, ja tā ir paredzēta bakalaura programmas beidzējiem. Praksi īsteno saskaņā ar šo noteikumu 15. punktu	* Prakse: atpūta un izklaide 6 KP ** Prakse: atpūta un izklaide 6 KP ** Prakse: hospitality 10 KP
8.	Praksi īsteno saskaņā ar prakses līgumu par prakses vietas nodrošināšanu vai saskaņā ar augstskolas lēmumu par prakses vietu nodrošināšanu pašā augstskolā. Prakses līgumu augstskola slēdz ar darba devēju. Prakses līgumā vai augstskolas lēmumā par prakses vietu nodrošināšanu ietver prakses mērķus, uzdevumus, prakses norises plānojumu, prakses sasniegumu vērtēšanas kārtību, kā arī pušu pienākumus un atbildību. Prakses mērķi studējošais sasniedz, pamatojoties uz iegūtajām zināšanām, prasmēm, kompetenci un iepriekšējo darba pieredzi. Nosakot prakses mērķus un uzdevumus, prakses saturā iekļauj arī studējošā iepazīšanos ar attiecīgās prakses organizācijas pārvaldes struktūru un darbības principiem. Prakses mērķu un uzdevumu noteikšanā, kā arī prakses izvērtējumā piedalās to organizāciju pārstāvji, ar kurām noslēgts līgums par prakses īstenošanu. Augstskola noteiktu prakses daļu var īstenot arī studiju sākuma posmā, lai veidotu un nostiprinātu studējošo priekšstatu par apgūstamo profesiju.	BSA trīspusējais prakses līgums Pielikums Nr. 6.11.
9.	Valsts pārbaudījums, kura sastāvdaļa ir maģistra darba vai diplomdarba (diplomprojekta) izstrādāšana un aizstāvēšana, vismaz 20 kredītpunktu apjomā.	Maģistra darba izstrādāšana un aizstāvēšana 20 KP

10.	Papildus šo noteikumu 23. punktā minētajam maģistra programmas obligātajā saturā ietver arī studiju kursus, kuri nodrošina profesionālās kompetences sasniegšanu uzņēmējdarbībā (inovācijas, uzņēmumu organizācija un dibināšana, vadīšanas metodes, projektu izstrādes un vadīšanas pamati, lietvedības un finanšu uzskaites sistēma, zināšanas par darba tiesisko attiecību regulējumu, tai skaitā par dialoga veidošanu nozarē, kā arī zināšanas par citām novitātēm uzņēmējdarbības vai iestādes vadīšanā), ja tie nav apgūti zemāka līmeņa studiju programmā.	Izvēles studijuursos BSA studiju programmā piedāvājums ir plašs (8 studiju kursi 18 KP), lai sekmētu obligāta satura izpildi, izvērtējot studenta iepriekšējos sasniegumus
11.	Ja studējošais Vides aizsardzības likumā un Civilās aizsardzības likumā noteiktās prasības nav apguvis zemāka līmeņa studiju programmā, viņš tās apgūst papildus maģistra programmai.	BSA pēc vajadzībām nodrošinās apgūt papildus maģistra programmai nepieciešamās noteiktās prasības
12.	Ja izpildītas uzņemšanas prasības, maģistra programmā var imatrikulēt studējošos ar iepriekš iegūtu profesionālo bakalaura grādu vai akadēmisko bakalaura grādu, vai profesionālo kvalifikāciju, kura iegūta, pilna laika studijās pabeidzot vismaz četrus gadus ilgu studiju programmu.	Maģistra programmā tiks uzņemti studenti: * profesionālās augstākās izglītības bakalaura grāds sociālās, humanitārās un mākslas zinātnēs * 2. līmeņa augstākā profesionālā kvalifikācija sociālās, humanitārās un mākslas zinātnēs
13.	Maģistra programmā studējošie, ar iepriekš iegūtu akadēmisko bakalaura grādu, pēc sekmīgas maģistra programmas apguves, iegūst piektā līmeņa profesionālo kvalifikāciju.	Akadēmiskās bakalaura izglītības vai profesionālās augstākās izglītības bakalaura grāds citās zinātnēs (pedagoģiskajā, tehniskajā, eksaktajā zinātnē utt.) ar nosacījumu, ka ir vismaz trīs gadu vadības pieredze vadītāja amatā (šajā gadījumā studentiem papildus ir jāapgūst daži studiju kursi papildus semestrī)
14.	Maģistra programmā studiju kursu izvēli, studiju kursu saturu un apjomu, kā arī prakses saturu atbilstoši iegūstamajam grādam nosaka saskaņā ar profesijas	Maģistra programmas studiju kursu izvēle, studiju kursu saturs un apjoms, kā arī prakses saturs atbilst profesijas standartam MK

	standartu (ja tas ir apstiprināts Profesionālās izglītības un nodarbinātības trīspusējās sadarbības apakšpadomē).	noteikumiem Nr.461, 18.05.2010.
15.	Pēc maģistra programmas apguves piešķir profesionālo maģistra grādu nozarē (profesionālās darbības jomā), kā arī piektā līmeņa profesionālo kvalifikāciju.	Profesionālais maģistra grāds atpūtas un izklaides industrijas uzņēmumu vadībā; kvalifikācija - Uzņēmuma vadītājs atpūtas un izklaides jomā
16.	Profesionālais maģistra grāds dod tiesības, izpildot uzņemšanas prasības attiecīgajā doktora studiju programmā, turpināt izglītību doktora studiju programmā.	Maģistra grāds atpūtas un izklaides industrijas uzņēmumu vadībā dod tiesības turpināt studijas doktora studiju programmā

Studiju programma atbilstības struktūra valsts profesionālās izglītības standartam

Kritēriji	Ar 4 gadīgu bakalaura profesionālās augstākās izglītības bakalaura grāds sociālās, humanitārās un mākslas zinātnēs	Ar 4 gadīgu profesionālo bakalaura izglītību (pedagoģiskajā, tehniskajā, eksaktajā zinātnē utt.) ar nosacījumu, ka ir vismaz trīs gadu vadības pieredze vadītāja amatā.) un ar 3 gadīgu akadēmisko bakalaura izglītību
** Studiju kursi, kas nodrošina izklaides un atpūtas pamatu apguvi	---	20 KP/15 ECTS
Studiju kursi, kas nodrošina jaunāko sasniegumu padziļinātu apguvi nozares (profesionālās darbības jomas) teorijā un praksē vismaz piecu kredītpunktu apjomā	12 KP/18 ECTS	12 KP/18 ECT
Pētnieciskā darba, jaunrades darba, projektēšanas darba un vadībzinību studiju kursi vismaz triju kredītpunktu apjomā	12 KP/12 ECTS	12 KP/18 ECTS
<i>Izvēles studiju kursi</i>	18 KP/27 ECTS	18 KP/27 ECTS
**Prakse	6 KP/9 ECTS	16 KP/24 ECTS
<i>Maģistra darbs</i>	20 KP/30 ECTS	20 KP/30 ECTS
Kopā:	60 KP/90 ECTS	80 KP/120 ECTS

<i>Iegūstamais grāds</i>	Profesionālais maģistra grāds atpūtas un izklaides industrijas uzņēmumu vadībā	Profesionālais maģistra grāds atpūtas un izklaides industrijas uzņēmumu vadībā
<i>Kvalifikācija</i>	Uzņēmuma vadītājs atpūtas un izklaides jomā	Uzņēmuma vadītājs atpūtas un izklaides jomā

Ar 4 gadīgu profesionālo bakalaura izglītību (*pedagoģiskajā, tehniskajā, eksaktajā zinātnē utt. un ar akadēmisko bakalaura izglītību*) papildus studiju semestris 10 KP studiju kursi un **10 KP prakse.

Uzņēmuma vadītāja /vadītāja vietnieka profesijas standarts

1. Profesijas nosaukums – **uzņēmuma vadītājs**.
2. Profesijas kods – **1120 01**
3. Profesionālās kvalifikācijas līmenis – **piektais profesionālās kvalifikācijas līmenis**.

Profesionālās darbības pamatuzdevumu kopsavilkums:

uzņēmuma vadītājs plāno, organizē un vada uzņēmuma darbu atbilstoši uzņēmuma stratēģijai, misijai un mērķiem īpašnieku un sabiedrības interesēs, kontrolē darbu izpildi, motivē darbiniekus un nodrošina komunikāciju ar ieinteresētajām pusēm; pārzina un kontrolē uzņēmuma darbības funkcionālās jomas: tirgzinības, ražošanas un pakalpojumu organizēšanu, personāla vadīšanu, finanses, vadības informācijas sistēmas, loģistiku u.c. Uzņēmuma vadītāja vietnieks plāno, organizē un vada uzņēmuma darbu vienā vai vairākās uzņēmuma darbības jomās un aizvieto uzņēmuma vadītāju tā prombūtnes laikā. Uzņēmuma vadītājs /vadītāja vietnieks strādā komercsabiedrībās jebkurā tautsaimniecības nozarē, kā arī iestādēs un organizācijās, kuras atbilstoši komercclikumam nav uzskatāmas par komercsabiedrībām, bet savu darbību veic saskaņā ar komercdarbības principiem.

Studiju programmas atbilstība profesijas standartam
Uzņēmuma vadītājs: zināšanas, prasmes un kompetences
Profesionālās darbības pamatuzdevumu veikšanai nepieciešamās zināšanas, prasmes un kompetences

Mod.	Biznesa novērtējums un attīstība	Starpkultūru un partneru komunikācija	Līderība un menedžments	Finanšu resursi	Pētniecība, novērtēšana, tehnoloģijas
Zināšanas	<ul style="list-style-type: none"> – ekonomisko sistēmu attīstības tendences pasaulē; – globalizācijas loma ekonomisko procesu attīstībā; – uzņēmuma darbības ilgtspējīgas attīstības plānošana; – stratēģiskā vadīšana. 	<ul style="list-style-type: none"> – lietišķā komunikācija un ētika; – sociālais dialogs; – valsts valoda un vismaz divas svešvalodas saziņas līmenī. 	<ul style="list-style-type: none"> – korporatīvā sociālā atbildība; – personāla vadīšana; – vadības psiholoģija. 	<ul style="list-style-type: none"> – finanšu un vadības grāmatvedība; – finanšu vadīšana. 	<ul style="list-style-type: none"> – vadības informācijas sistēmas; – kvalitātes vadības sistēmas; – datorzinības.

Mod.	Biznesa novērtējums un attīstība	Starpkultūru un partneru komunikācija	Līderība un menedžments	Finanšu resursi	Pētniecība, novērtēšana, tehnoloģijas
Prasmes	<p>analizēt globālo sociālo problēmu veidošanos, attīstību un mijšakarības; izvērtēt un identificēt vides atbilstību klienta vajadzībām; formulēt uzņēmuma mērķus, sastādīt attīstības stratēģisko plānu un veikt tā izpildes novērtējumu; izprast aktuālās ekonomiskās attīstības likumsakarības un principus.</p>	<p>komunicēt un sadarboties ar personālu, partneriem, īpašniekiem; masu saziņas līdzekļiem, valsts un nevalstiskajām institūcijām; pārvaldīt valsts valodu; pārvaldīt vismaz divas svešvalodas saziņas līmenī; ievērot darba aizsardzības, ugunsdrošības un vides aizsardzības noteikumus.</p>	<p>vadīt komandas/grupas darbu; strādāt komandā/grupā, deleģēt un koordinēt pienākumu izpildi; izvēlēties, novērtēt un motivēt personālu; organizēt un vadīt personāla darbu, prast risināt konflikta situācijas;</p>	<p>izprast uzņēmuma finanšu un tehnoloģiskās darbības rādītājus, pieņemt lēmumus, lai veicinātu uzņēmuma darbības optimizāciju un peļnītspējas uzlabošanu; analizēt, novērtēt un plānot uzņēmuma finanses.</p>	<p>analizēt, sistematizēt, sintezēt un integrēt uzņēmuma darbībai nepieciešamo informāciju; lietot modernās informācijas iegūšanas, apstrādes un sistematizēšanas tehnoloģijas; patstāvīgi apgūt jaunas zināšanas; efektīvi plānot un organizēt savu darbu; sagatavot un sniegt prezentācijas; pielietot jaunākās darba organizācijas formas un vadības informācijas sistēmas uzņēmuma vadīšanas procesa nodrošināšanā.</p>

Mod.	Biznesa novērtējums un attīstība	Starpkultūru un partneru komunikācija	Līderība un menedžments	Finanšu resursi	Pētniecība, novērtēšana, tehnoloģijas
Kompetences	<p>spēja pielietot teorētiskās un praktiskās zināšanas un prasmes uzņēmuma un tā struktūrvienību efektīvai vadīšanai;</p> <p>spēja izstrādāt uzņēmuma darbības stratēģiju, misiju un mērķus valsts, īpašnieku un sabiedrības interesēs.</p> <p>spēja pārstāvēt uzņēmumu darījumos ar citiem uzņēmumiem, organizācijām, iestādēm, ieskaitot pašvaldības un valsts institūcijas;</p> <p>spēja organizēt uzņēmuma racionālu darbību atbilstoši noteiktajiem mērķiem, ekonomiskajai videi un darba tirgus situācijai.</p>	<p>spēja pārvaldīt valsts valodu un sazināties divās svešvalodās (krievu un kādā no Eiropas Savienības oficiālajām valodām);</p> <p>spēja vadīt nacionālu un internacionālu – multikulturālu darbinieku kolektīvu.</p>	<p>spēja strādāt individuāli un grupā, pielietojot savas zināšanas un līdera prasmes;</p> <p>spēja uzņemties atbildību par savas darbības rezultātiem.</p>	<p>Eiropas Savienības finanšu instrumenti; finanšu vadīšana; projektu vadīšana; darba tiesiskās attiecības.</p>	<p>spēja veikt pētījumus, kuriem ir zinātniskā vērtība, vadībzinību jomā;</p> <p>spēja lietot informācijas tehnoloģijas savas darbības veikšanai.</p>

Studiju programmas saturs un realizējamo studiju kursu atbilstība profesijas standartam

1. Profesionālās darbības veikšanai nepieciešamās profesionālās kompetences	
<i>Kompetences</i>	<i>Studiju kurss (studiju kursu kods n.p.k. no 5.4.)</i>
<i>1. Spēja pielietot teorētiskās un praktiskās zināšanas un prasmes uzņēmuma un tā struktūrvienību efektīvai vadīšanai.</i>	Iepriekš iegūtas kompetences. 1.2., 2.2., 3.1., 4.1., 5.1., **6.1., **6.3.
<i>2. Spēja izstrādāt uzņēmuma darbības stratēģiju, misiju un mērķus valsts, īpašnieku un sabiedrības interesēs.</i>	Iepriekš iegūtas kompetences. 1.2., 1.3., 4.1., **6.1., **6.2., **6.3., **7.1.
<i>3. Spēja plānot un prognozēt uzņēmuma efektīvu darbību atbilstoši noteiktajiem mērķiem, ekonomiskajai videi un darba tirgus situācijai.</i>	Iepriekš iegūtas kompetences. 1.2., 1.3., 4.1., **6.1., **6.2., **6.3., **7.1.
<i>4. Spēja organizēt uzņēmuma racionālu darbību atbilstoši noteiktajiem mērķiem, ekonomiskajai videi un darba tirgus situācijai.</i>	Iepriekš iegūtas kompetences. 1.2., 1.3., 1.4., 1.5., 2.2., 2.3., 2.5., 3.3., 4.1., **6.1., **6.2., **6.3., **6.4., **7.1.
<i>5. Spēja vadīt nacionālu un internacionālu – multikulturālu darbinieku kolektīvu.</i>	Iepriekš iegūtas kompetences. 1.1., 1.3., 1.6., 2.2., 2.5., 3.2., 3.5., 4.1., **6.3., **6.5., **7.1.
<i>6. Spēja strādāt individuāli un grupā, pielietojot savas zināšanas un līdera prasmes, spēja uzņemties atbildību par savas darbības rezultātiem.</i>	Iepriekš iegūtas kompetences. 1.2., 1.3., 1.4., 1.6., 2.2., 2.6., 3.1., 3.2., 4.1., **6.1., **6.2., **6.3., **6.5., **7.1.
<i>7. Spēja pārstāvēt uzņēmumu darījumos ar citiem uzņēmumiem, organizācijām, iestādēm, ieskaitot pašvaldības un valsts institūcijas.</i>	Iepriekš iegūtas kompetences. 1.2., 1.3., 1.4., 1.6., 2.1., 2.2., 2.6., 3.1., 3.2., 4.1., **6.1., 6.3., **6.5., **7.1.
<i>8. Spēja sadarboties ar citiem uzņēmumiem, īpašniekiem un citām ieinteresēto personu grupām uzņēmuma mērķu sasniegšanai.</i>	Iepriekš iegūtas kompetences. 1.1., 1.2., 1.3., 1.4., 1.5., 2.1., 4.1., **6.4., **6.5., **7.1.
<i>9. Spēja sazināties valsts valodā un vismaz divās svešvalodās.</i>	Iepriekš iegūtas kompetences. Visā studiju procesā. Piedaloties viesdocētāju lekcijās. 1.1., 1.6., 2.2., 3.1., 4.1., 6.4., **6.5., **7.1.
<i>10. Spēja veikt pētījumus ar zinātnisko vērtību vadibzinību jomā.</i>	Iepriekš iegūtas kompetences. 1.2., 1.3., 1.4., 1.5., 2.1., 2.2., 2.3., 2.4., 2.6., 3.2., 4.1., **6.1., **6.2., **6.3., **7.1.
<i>11. Spēja lietot informācijas tehnoloģijas savas darbības veikšanai.</i>	Iepriekš iegūtas kompetences. 1.3., 2.2., 2.4., 4.1., 6.5., 7.1.
<i>12. Spēja nodrošināt darba</i>	Visā studiju procesā.

<i>aizsardzības un ugunsdrošības normatīvo aktu prasību ievērošanu uzņēmumā.</i>	Iepriekš iegūtas kompetences. 1.2., 1.3., 1.4., 1.5., 2.1., 2.2., 2.3., 2.4., 2.6., 3.2., 4.1., **6.1., **6.2., **6.3., **7.1.
13. <i>Spēja nodrošināt darba tiesisko attiecību normu ievērošanu uzņēmumā.</i>	Visā studiju procesā. Iepriekš iegūtas kompetences. 1.1., 1.2., 1.5., 2.2., 2.7., **6.1.,
14. <i>Spēja nodrošināt vides aizsardzības normatīvo aktu ievērošanu uzņēmumā.</i>	Visā studiju procesā. Iepriekš iegūtas kompetences. 1.5., 2.4., 4.1., **6.3., **7.1.
2. Profesionālās darbības pamatuzdevumu veikšanai nepieciešamās prasmes	
Prasmes	Studiju kurss (studiju kursu kods n.p.k.no tabulas Nr.2.5.1.)
1. <i>Izprast aktuālās ekonomiskās attīstības likumsakarības un principus.</i>	Iepriekš iegūtas prasmes. 1.2., 1.3., 2.2., 2.3., 2.4., 3.3., 4.1., **6.1., **6.2., **6.3., **7.1.
2. <i>Izprast uzņēmuma darbības kopsakarības.</i>	Iepriekš iegūtas prasmes. 1.2., 1.3., 2.2., 3.1., 4.1., **6.2., **6.4., **6.5., **7.1.
3. <i>Analizēt ekonomiskajā vidē notiekošos procesus un pieņemt lēmumus atbilstoši situācijas izmaiņām.</i>	Iepriekš iegūtas prasmes. 1.2., 2.2., 2.3., 4.1., **6.1., **6.2., **6.3., **7.1.
4. <i>Analizēt uzņēmuma darbību, identificēt problēmas un izstrādāt to risinājumus.</i>	Iepriekš iegūtas prasmes. 1.2., 1.3., 2.2., 2.3., 4.1., **6.1., **6.2., **6.3., **7.1.
5. <i>Analizēt, sistematizēt, sintezēt un integrēt uzņēmuma darbībai nepieciešamo informāciju.</i>	Iepriekš iegūtas prasmes. 1.2., 1.3., 2.1., 2.2., 2.3., 4.1., **6.1., **6.2., **6.3., **7.1.
6. <i>Pielietot ekonomiski matemātiskās metodes vadīšanas procesā.</i>	Iepriekš iegūtas prasmes. 1.2., 2.2., 2.3., **6.1., 6.2., 6.3.
7. <i>Lietot modernās informācijas iegūšanas, apstrādes un sistematizēšanas tehnoloģijas.</i>	Iepriekš iegūtas prasmes. 1.2., 2.1., 2.2., 2.3., **6.1., 6.2., 6.3.
8. <i>Organizēt un vadīt personāla darbu; prasme risināt konflikta situācijas.</i>	Iepriekš iegūtas prasmes. 2.1., 2.2., 2.5., 2.7., 3.1., 3.3., 3.4., 3.5., 4.1., **6.1., **6.2., **6.3., **6.4., **7.1.
9. <i>Vadīt komandas/grupas darbu.</i>	Iepriekš iegūtas prasmes. 1.2., 1.3., 1.4., 1.6., 2.2., 2.6., 3.1., 3.2., 4.1., **6.1., **6.3., **6.5., **7.1.
10. <i>Strādāt komandā/grupā, deleģēt un koordinēt pienākumu izpildi.</i>	Iepriekš iegūtas prasmes. 1.2., 1.3., 1.4., 1.6., 2.2., 2.6., 3.1., 3.2., 4.1., **6.1., **6.3., **6.5., **7.1.
11. <i>Izvēlēties, novērtēt un motivēt</i>	Iepriekš iegūtas prasmes.

personālu.	1.2., 1.3., 1.4., 1.6., 2.2., 2.6., 3.1., 3.2., 4.1., **6.1., **6.3., **6.5., **7.1.
12. Ieviest progresīvus risinājumus un metodes uzņēmuma darba, ražošanas un vadīšanas organizācijā.	Iepriekš iegūtas prasmes. 1.2., 1.3., 1.4., 1.5., 2.4., **6.1., **6.2., **6.3., **7.1.
13. Formulēt uzņēmuma mērķus, sastādīt attīstības stratēģisko plānu un veikt tā izpildes novērtējumu.	Iepriekš iegūtas prasmes. 1.2., 1.3., 1.4., 1.5., 2.4., 4.1., **6.1., **6.2., **6.3., **7.1.
14. Izprast tirgvedības principus un tās lomu uzņēmuma stratēģiskajā attīstībā.	Iepriekš iegūtas prasmes. 1.2., 1.3., 1.4., 1.5., 2.4., 4.1., **6.1., **6.2., **6.3., **7.1.
15. Izprast ražošanas un pakalpojumu organizēšanas principus un paņēmienus.	Iepriekš iegūtas prasmes. 1.2., 1.3., 1.4., 1.5., 2.4., 4.1., **6.1., **6.2., **6.3., **6.4., **6.5., **7.1.
16. Izprast uzņēmuma finanšu un tehnoloģiskās darbības rādītājus, pieņemt lēmumus, lai veicinātu uzņēmuma darbības optimizāciju un pelnītspējas uzlabošanu.	Iepriekš iegūtas prasmes. Visā studiju procesā. 1.2., 1.3., 2.2., 2.3., 2.4., 4.1., **7.1.
17. Analizēt, novērtēt un plānot uzņēmuma finanses.	Iepriekš iegūtas prasmes. Visā studiju procesā. 1.2., 2.2., 2.3., 4.1., **6.1., **6.3., **7.1.
18. Pielietot jaunākās darba organizācijas formas un vadības informācijas sistēmas uzņēmuma vadīšanas procesa nodrošināšanā.	Iepriekš iegūtas prasmes. Visā studiju procesā. 1.3., 2.2., 2.4., 4.1., **6.5., **7.1.
19. Izprast īpašnieku un citu ieinteresēto pušu intereses un integrēt tās uzņēmuma attīstības stratēģiskajā plānā.	Iepriekš iegūtas prasmes.
20. Komunicēt un sadarboties ar personālu, partneriem, īpašniekiem, masu saziņas līdzekļiem, valsts un nevalstiskajām institūcijām.	Iepriekš iegūtas prasmes. Visā studiju procesā. 1.2., 1.3., 1.6., 2.6., 2.7., 3.1., 3.3., 4.1., **6.4., **6.5., **7.1.
21. Orientēties uzņēmumu darbību reglamentējošajos dokumentos un normatīvajos aktos.	Visā studiju procesā.
22. Patstāvīgi apgūt jaunas zināšanas.	Visā studiju procesā.
23. Efektīvi plānot un organizēt savu darbu.	Iepriekš iegūtas prasmes. Visā studiju procesā.
24. Sagatavot un sniegt prezentācijas.	Iepriekš iegūtas prasmes. 1.4., 2.6., 4.1., **6.5., **7.1.
25. Ievērot normatīvos aktus un ētikas normas.	Iepriekš iegūtas prasmes. 1.1., 1.5., 1.6., 2.4., 2.7., 3.1., 3.3., 3.4., 4.1.,

	7.1.
26. Pārvaldīt valsts valodu.	Iepriekš iegūtas zināšanas. 1.1., 1.6., 2.2., 3.1., 3.3., 4.1., **6.4., **6.5., **7.1.
27. Pārvaldīt vismaz divas svešvalodas saziņas līmenī.	Iepriekš iegūtas zināšanas. 1.1., 1.6., 2.2., 3.1., 3.3., 4.1., **6.4., **6.5., **7.1.
28. Lietot profesionālo terminoloģiju valsts valodā un vismaz divās svešvalodās.	Iepriekš iegūtas zināšanas. 1.1., 1.6., 2.2., 3.1., 3.3., 4.1., **6.4., **6.5., **7.1.
29. Ievērot darba aizsardzības, ugunsdrošības un vides aizsardzības noteikumus.	Iepriekš iegūtas prasmes. 1.4., 1.5., 2.4., 4.1., **6.1., **6.2., **6.3., **7.1.
30. Ievērot darba tiesisko attiecību noteikumus.	Iepriekš iegūtas prasmes. 1.2., 4.1., **6.1., **6.3., **7.1.
3. Profesionālās darbības pamatuzdevumu veikšanai nepieciešamās zināšanas	
Zināšanas	Studiju kurss (studiju kursu kods n.p.k. no tabulas Nr.2.5.1.)
1. Profesionālās darbības pamatuzdevumu veikšanai nepieciešamās zināšanas priekšstata līmenī:	
1.1. ekonomisko sistēmu attīstības tendences pasaulē;	Iepriekš iegūtas zināšanas. 1.1., 1.2., 1.3., 2.2., 2.3., 2.7., 4.1., **6.1., **6.3., **7.1.
1.2. globalizācijas loma ekonomisko procesu attīstībā;	Iepriekš iegūtas zināšanas. 1.1., 4.1., **7.1.
2. Profesionālās darbības pamatuzdevumu veikšanai nepieciešamās zināšanas izpratnes līmenī:	
2.1. uzņēmuma darbības ilgtspējīgas attīstības plānošana;	Iepriekš iegūtas zināšanas. 1.2., 1.5., 4.1., **6.1., **6.3., **7.1.
2.2. ekonomikas teorija;	Iepriekš iegūtas zināšanas. 1.2., 1.3., 2.3., **6.1., **6.3., **7.1.
2.3. ekonomiski matemātiskās metodes;	Iepriekš iegūtas zināšanas. 1.2., 1.3., 2.2., 2.3., **6.1., **6.2., 6.3., **7.1.
2.4. starptautiskā komercdarbības vide;	Iepriekš iegūtas zināšanas. 1.2., 1.3., 1.5., 2.2., 2.3., 4.1., **6.1., **6.2., 6.3., **7.1.
2.5. uzņēmuma darbības ilgtspējīgas attīstības plānošana;	Iepriekš iegūtas zināšanas. 1.2., 1.3., 1.5., 2.2., 2.3., 4.1., **6.1., **6.2., 6.3., **7.1.
2.6. korporatīvā sociālā atbildība;	Iepriekš iegūtas zināšanas. 1.2., 1.5., 4.1., **7.1.
2.7. inovāciju vadīšana;	Iepriekš iegūtas zināšanas. 1.2., 1.3., 2.2., 2.4., 4.1., **6.1., **7.1.
2.8. sociālais dialogs.	Iepriekš iegūtas zināšanas. 1.1., 1.2., 1.6., 2.1., 2.5., 2.6., 3.1., 3.2., 3.3., 3.4., 4.1.,

	**6.4., **6.5., **7.1.
3. Profesionālās darbības pamatuzdevumu veikšanai nepieciešamās zināšanas lietošanas līmenī:	
3.1. <i>stratēģiskā vadīšana;</i>	Iepriekš iegūtas zināšanas. 1.2., 1.3., 1.4., 1.5., 2.2., 2.3., 4.1., **6.1., **6.2., 6.3., **7.1.
3.2. <i>personāla vadīšana;</i>	Iepriekš iegūtas zināšanas. 1.2., 2.2., 2.5., 2.6., 2.7., 3.1., 3.2., 3.3., 3.4., 3.5., 4.1., **6.4., **6.5., **7.1.
3.3. <i>vadības psiholoģija;</i>	Iepriekš iegūtas zināšanas. 1.1., 1.2., 1.3., 2.1., 2.2., 3.1., 4.1., **6.4., **6.5., **7.1.
3.4. <i>ražošanas un pakalpojumu organizēšana;</i>	Iepriekš iegūtas zināšanas. 1.2., 3.1., 5.1., 5.2., 5.8., **6.1., **6.2., **6.3., **6.5., **7.1.
3.5. <i>finanšu un vadības grāmatvedība;</i>	Iepriekš iegūtas zināšanas. 2.2., 2.3., 4.1., **6.1., **6.3., **7.1.
3.6. <i>finanšu vadīšana;</i>	Iepriekš iegūtas zināšanas. 2.2., 2.3., 4.1., **6.1., **6.3., **7.1.
3.7. <i>vadības informācijas sistēmas;</i>	Iepriekš iegūtas zināšanas. 1.2., 1.3., 2.1., 4.1., **6.1., **6.2., **6.3., **7.1.
3.8. <i>kvalitātes vadības sistēmas;</i>	Iepriekš iegūtas zināšanas. 1.2., 2.2., 4.1., **6.1., **6.3., **7.1.
3.9. <i>tirgzinības;</i>	Iepriekš iegūtas zināšanas. 1.3., 2.1., 2.2., 2.6., 3.3., 4.1., **6.2., **7.1.
3.10. <i>datorzinības;</i>	Iepriekš iegūtas zināšanas. 1.3., 4.1., **6.2., **7.1.
3.11. <i>komercedarbības normatīvie akti;</i>	Iepriekš iegūtas zināšanas. 1.2., 1.3., 4.1., **6.1., 6.3., **7.1.
3.12. <i>darba tiesiskās attiecības;</i>	Iepriekš iegūtas zināšanas. 1.2., 1.3., 4.1. **6.1., 6.3., **7.1.
3.13. <i>vides aizsardzība;</i>	Iepriekš iegūtas zināšanas. 1.5., 2.4., 4.1., **6.3., **7.1.
3.14. <i>darba aizsardzība;</i>	Iepriekš iegūtas zināšanas. 1.2., 1.3., 4.1., **6.1., 6.3., **7.1.
3.15, 3.16. <i>lietišķā komunikācija un ētika;</i>	Iepriekš iegūtas zināšanas. 1.1., 1.6., 2.1., 2.5., 3.1., 3.3., 4.1., **6.4., **6.5., **7.1.
3.17, 3.18. <i>valsts valoda un vismaz divas svešvalodas saziņas līmenī.</i>	Iepriekš iegūtas zināšanas. 1.1., 1.6., 2.2., 3.1., 3.3., 4.1., **6.4., **6.5., **7.1.

PielikumsNr.5.5

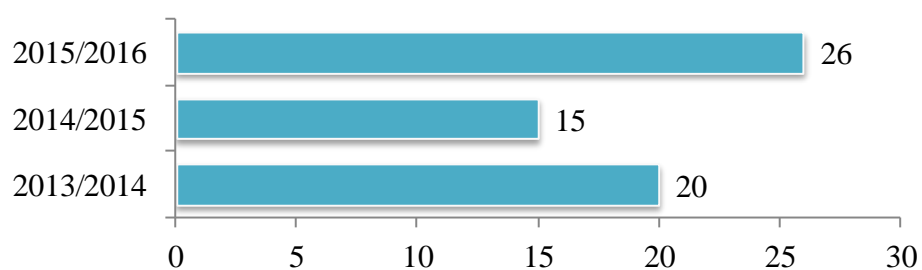
Informācija par studējošajiem visā pārskata periodā:

- studējošo skaits, norādot sadalījumā pa studiju programmas īstenošanas veidiem, formām (atsevišķi norādot tālmācību), valodām, filiālēm;
- pirmajā studiju gadā imatrikulēto studējošo skaits;
- absolventu skaits (ja tādi ir).

Maģistra studiju programma "Komunikācijas vadība izklaides un atpūtas industrijā"

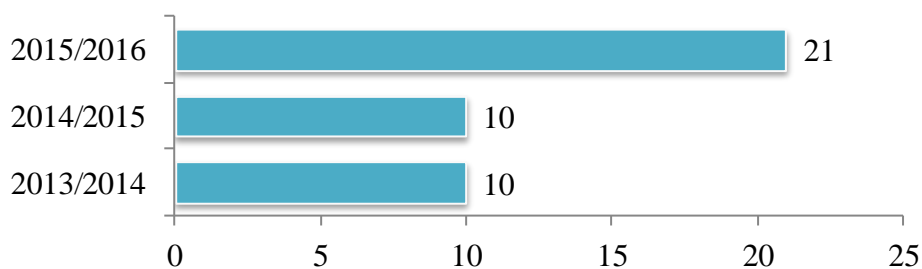
Studējošie (Rīga)

2013/2014	20
2014/2015	15
2015/2016	26
2017/2018	27



Pirmajā studiju gadā imatrikulēto studējošo skaits

2013/2014	10
2014/2015	10
2015/2016	21
2017/2018	18

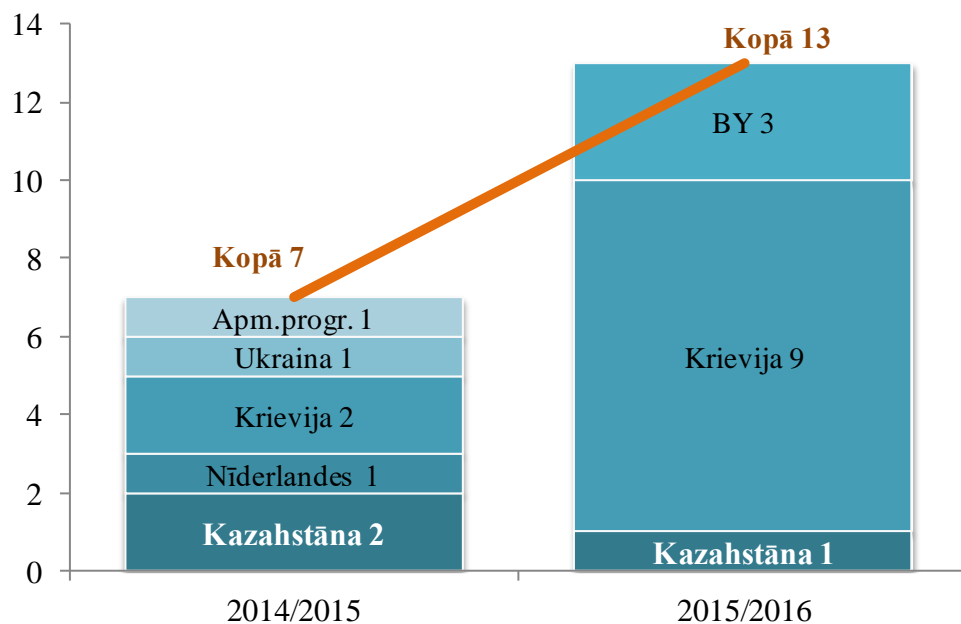


Absolventu skaits

2013/2014	5
2014/2015	13
2015/2016	4
2016/2017	5
2017/2018	9

Studējošie ārvalstu studenti

	2014/2015	2015/2016	2016/2017	2017/2018
Kazahstāna	2	1	1	1
Nīderlande	1		-	-
Krievija	2	9	3	8
BY		3	-	-
Ukraina	1		1	2
Kirgizstāna				1
Azerbaidžāna				2
No apmaiņas progr.	1		3	3
Kopā	7	13	8	17



PielikumsNr.5.6

**Aptauju rezultātu kopsavilkums par studējošo
apmierinātību ar studiju kvalitāti un to izmantošana
studiju programmu kvalitātes uzraudzībā**

Profesionālās maģistra studiju programmas «Komunikācijas vadība izklaides un atpūtas industrijā» studentu aptauja

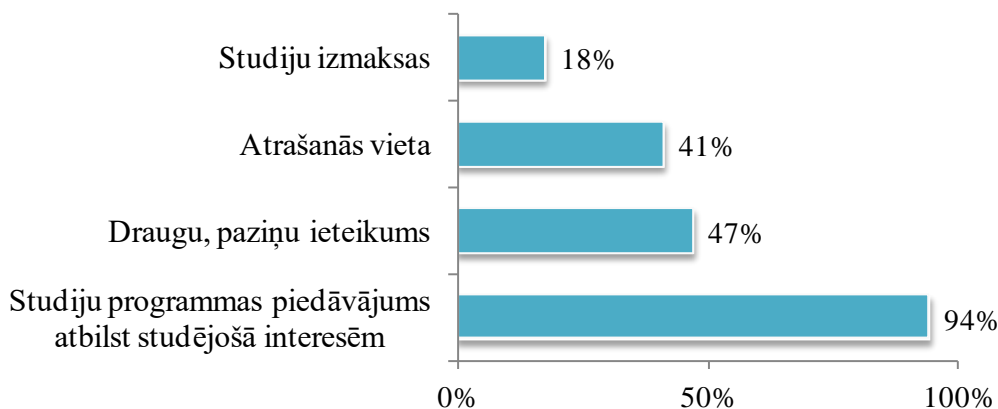
Pētījuma struktūra un aptaujāto studentu raksturojums

Studenti tika aptaujāti anonīmi, izmantojot izdrukātas anketas, kuras studenti aizpildīja starplekciju pārtraukumu laikā vai arī lekciju beigās. Kopā tika aptaujāti studiju programmas "Komunikācijas vadība izklaides un atpūtas industrijā" 20 studenti.

Aptaujas rezultāti

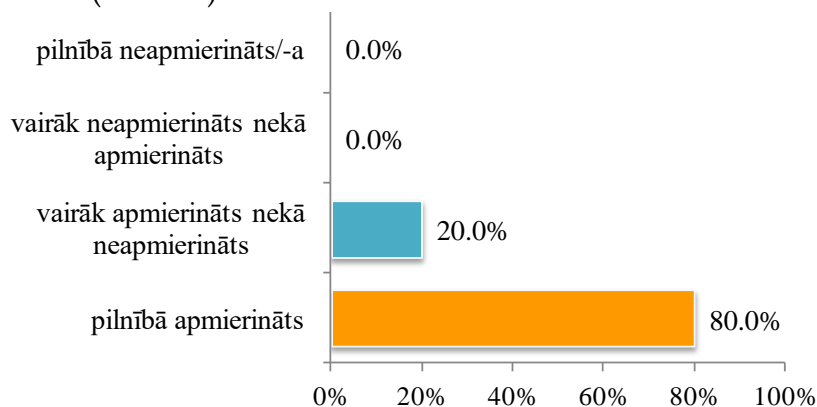
Aptaujā izmantotie jautājumiem atbilst IZM ieteikumiem. Apkopojot aptaujas atbildes, tika iegūti šādi rezultāti.

Savu izvēli studēt maģistra studiju programmā "Komunikācijas vadība izklaides un atpūtas industrijā", studenti izskaidro ar to, ka viņus ir ieinteresējis programmas saturs (80%), draugu un paziņu rekomendācijas (40%), kā arī, kā ne mazāk nozīmīgs faktors, - akadēmijas atrašanās vieta (35%).



3. Attēls. Studiju programmas "Komunikācijas vadība izklaides un atpūtas industrijā" izvēles pamatojums.

Lielākā daļa studentu ir apmierināta ar akadēmijas atbilstības līmeni izvēlētajā specialitātē: pilnībā apmierināti 80,0 % (16), vairāk apmierināti nekā neapmierināti - 20,0% (4), neviens nav izteicis viedokli, ka akadēmija, lielākā vai mazākā mērā, neatbilst izvēlētajai specialitātei (1. attēls).

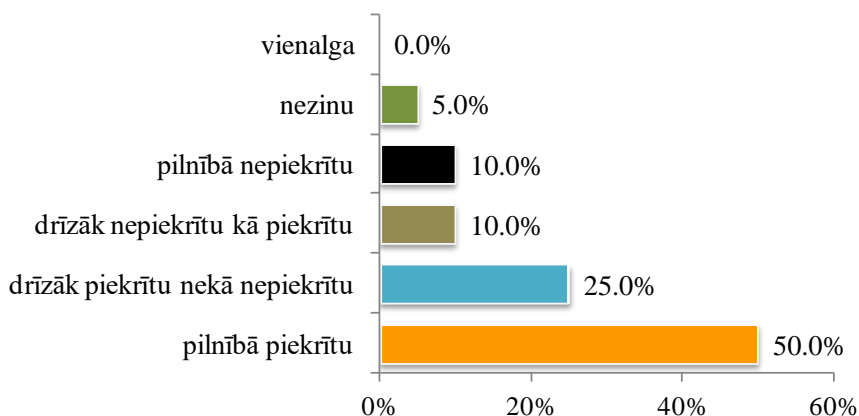


4. Attēls. Absolūtais un relatīvais studentu skaits, kuriem ir dažāda attieksme par akadēmijas atbilstību izvēlētajai specialitātei.

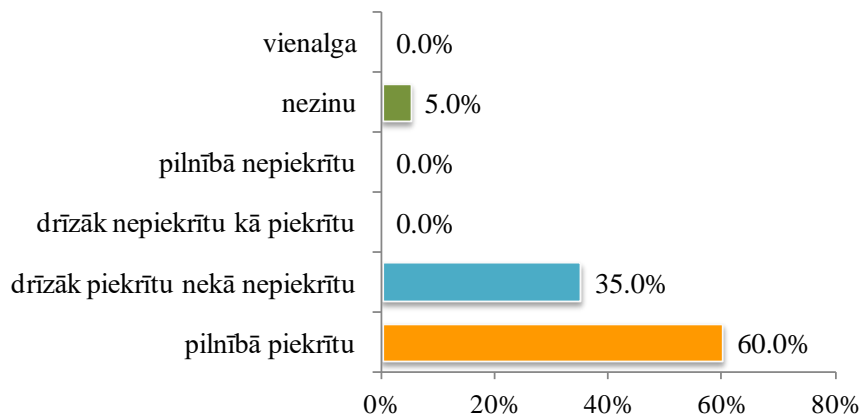
Izglītības procesa kvalitātes vērtējums

Uz jautājumiem, kuri saistīti ar izglītības procesa kvalitātes novērtēšanu, tika saņemtas šādas atbildes:

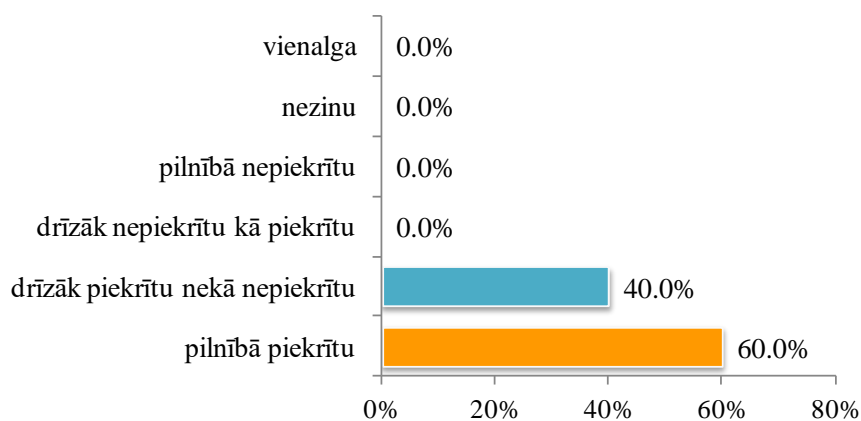
1. 75,0% (15) pilnībā vai daļēji piekrīt un 15,0% (4) daļēji vai pilnībā nepiekrīt tam, ka viņiem ir iespēja piedalīties akadēmijas studiju kvalitātes uzlabošanas procesā, un viens students nezināja ko atbildēt, kas sastāda 5,0% (1) (3. attēls).
2. Novērtējot to, vai ir iespēja studiju priekšmetu apgūšanas sākuma posmā saņemt informāciju par apmācības programmu un tās iespējām, ir atzinuši, ka tam pilnībā vai daļēji piekrīt 100,0% (20) (4. attēls).
3. Ar to, ka pasniedzēji dinamiski vada studiju kursu un lekciju laiku izmanto pilnvērtīgi, piekrīt 100,0% (20) maģistra programmas studentu, atbildot, ka tam pilnībā vai daļēji piekrīt (5. attēls).
4. Par to, ka pasniedzēji interesanti izklāsta studiju priekšmeta saturu pilnībā vai daļēji piekrīt 95,5% (19) maģistrantu un 5,0% (1) daļēji nepiekrīt (6. attēls).
5. Tam, ka pasniedzēji nodarbību laikā mijiedarbojas ar auditoriju pilnībā vai daļēji piekrīt 95,5% (19) maģistrantu un daļēji nepiekrīt 5,0% (1) maģistrantu (7. attēls).
6. 100,0% (20) maģistrantu pilnībā vai daļēji piekrīt tam, ka vairumā gadījumu, ja nepieciešams, pie pasniedzēja var griezties un saņemt konsultāciju (8. attēls).
7. Par to, ka, lielākoties, vieni studiju priekšmetu kursi mijiedarbojas ar citiem studiju kursu priekšmetiem, pilnībā vai daļēji piekrīt 95,5% (19) maģistrantu, 5,0% (1) daļēji nepiekrīt (9. attēls).



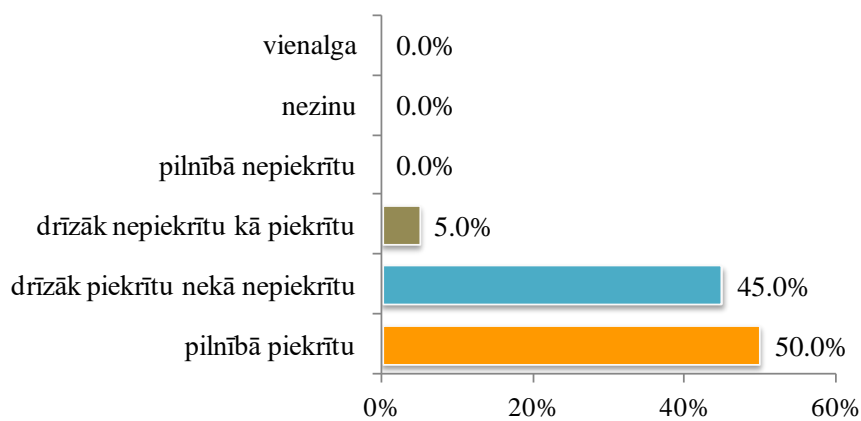
5. Attēls. Studentu skaits (%), kuri dažādi novērtēja iespēju piedalīties akadēmijas kvalitātes novērtēšanas pilnveidošanā.



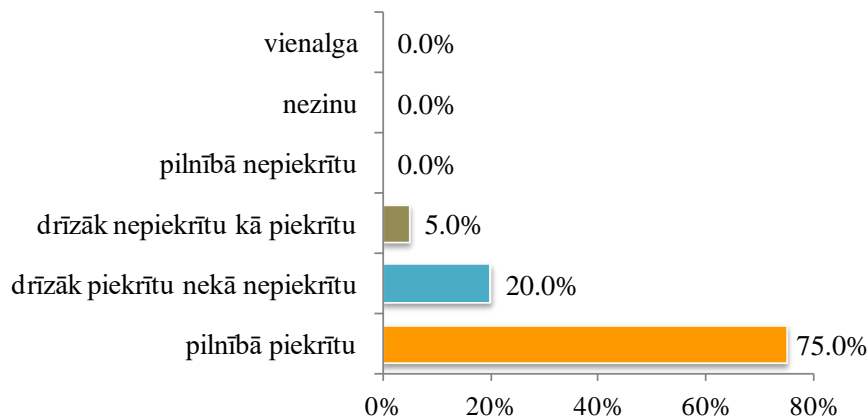
4. Attēls. Studentu skaits (%) ar dažādu novērtējumu par iespējām studiju procesa sākumā saņemt informāciju par studiju programmu un novērtējuma iegūšanas iespējām.



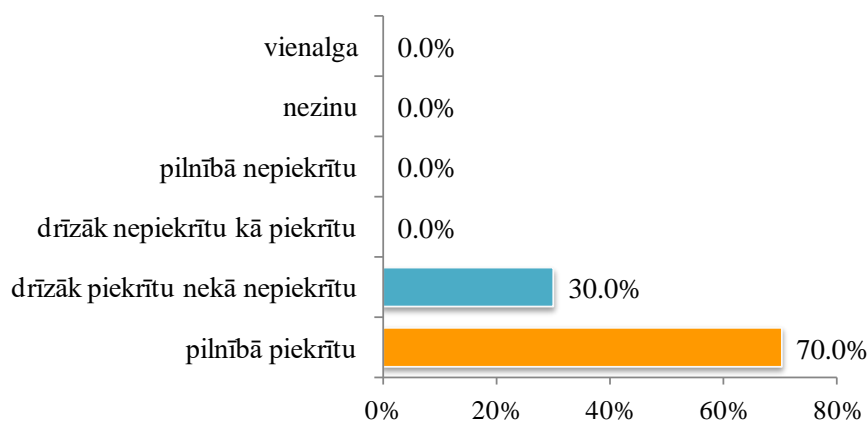
5. Attēls. Studentu skaits (%), kuri sniedz vērtējumu apgalvojumam, ka pasniedzēji dinamiski vada studiju programmu un pilnvērtīgi izmanto lekciju laiku.



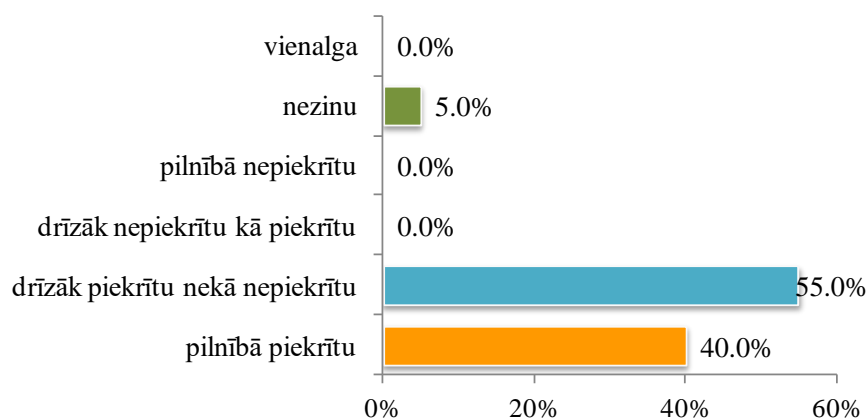
6. Attēls. Studentu skaits (%), kuri piekrīt apgalvojumam, ka parasti pasniedzēji interesanti izklāsta studiju priekšmetu saturu.



7. Attēls. Studentu skaits (%), kuri piekrīt apgalvojumam, ka pasniedzēji lekciju laikā mijiedarbojas ar auditoriju.



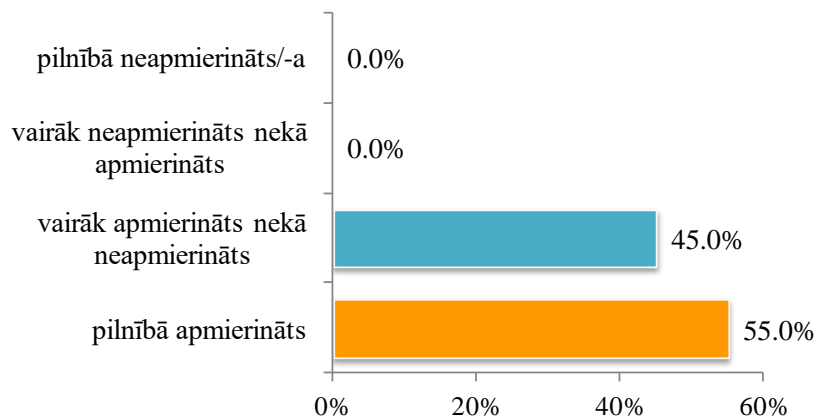
8. Attēls. Studentu skaits (%), kuriem ir dažādi viedokļi par to, ka, nepieciešamības gadījumā, pie pasniedzēja var saņemt nepieciešamo konsultāciju.



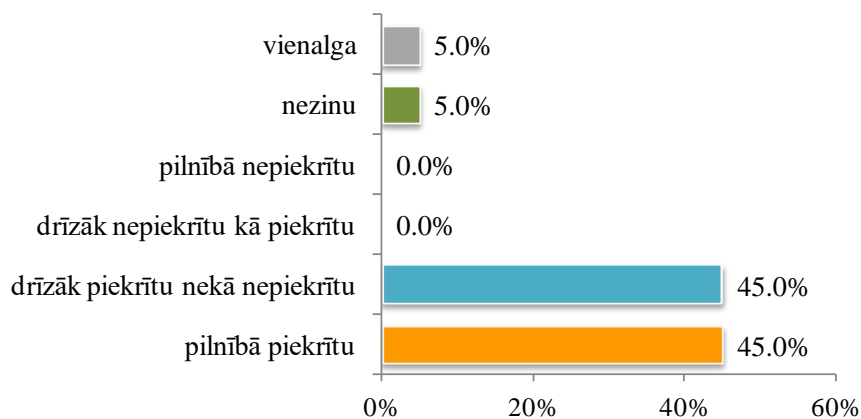
9. Attēls. Studentu skaits (%), kuri piekrīt apgalvojumam, ka vairumā gadījumu, viens studiju kurss mijiedarbojas ar citiem studiju kursiem.

Mācību procesa nodrošinājuma kvalitāte

Visus maģistratūras studiju programmas studentus lielākā vai mazākā mērā apmierina akadēmijā esošais materiāli tehniskais aprīkojums (10. attēls) un ieteicamās mācību literatūras pieejamība (11. attēls).



6. Attēls. Studentu skaits (%), kuri pievērš vērību akadēmijas materiāli tehniskajam aprīkojumam.

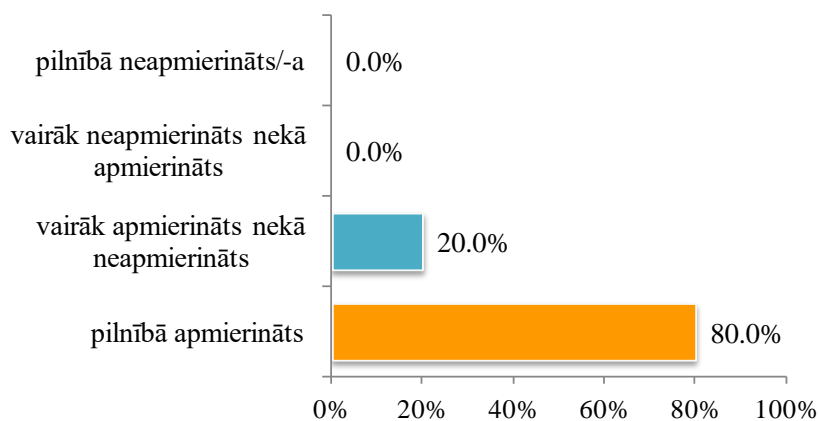


7. Attēls. Studentu skaits (%), kuri piekrīt apgalvojumam, ka ieteicamā mācību literatūra bija pieejama un veicināja apgūt kursa saturu.

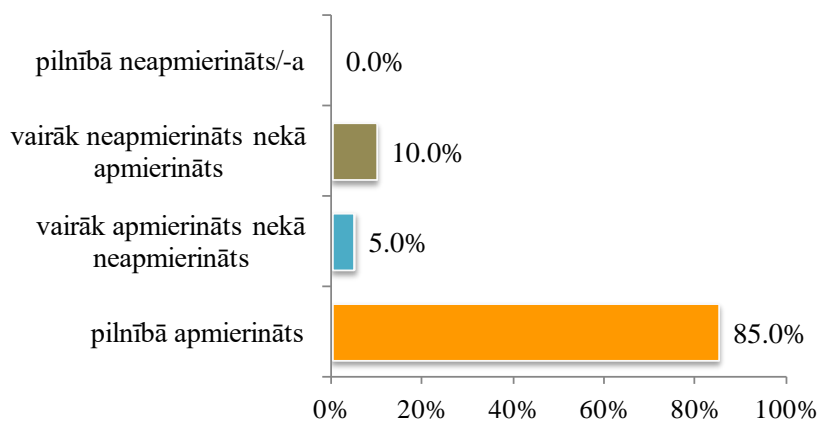
Starptautiskā sadarbība

Lielākā daļa studentu ir apmierināti ar starptautiskās sadarbības procesiem un iespējām, kuri tiek realizēti akadēmijā:

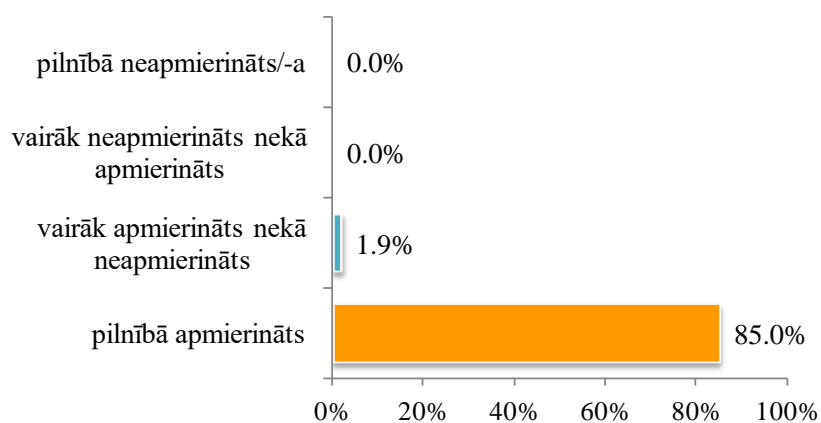
1. 100% (20) pilnībā vai daļēji apmierināti ar vieslektoru lekciju piedāvājumu un iespējām (12. attēls);
2. 90,0 % (18) pilnībā vai daļēji ir apmierināti Erasmus studiju mobilitāti un 100% (20) – Erasmus prakšu mobilitāti (13., 14. attēls).



8. Attēls. Studentu skaits (%), kuriem ir dažāds viedoklis par vieslektoru lekcijām.



9. Attēls. Studentu skaits (%), kuri ir izteikuši savu viedokli par Erasmus+ studiju mobilitātes iespējām.



10. Attēls. Absolūtais un relatīvais studentu skaits, kuri ir izteikuši savu viedokli par Erasmus+ prakses iespējām

Secinājumi

Galvenie faktori maģistra studiju programmas "Komunikācijas vadība izklaides un atpūtas industrijā" izvēlē ir studiju programmas saturs, draugu vai paziņu ieteikumi, kā arī akadēmijas atrašanās vieta. Nozīmīgi, ka izvēlēta studiju programma "Komunikācijas vadība izklaides un atpūtas industrijā", attaisnoja daudzu studentu cerības.

Programmā "Izglītības attīstības pamatnostādnes 2014.-2020.gadam" viena no nozīmīgām augstākās izglītības attīstības tēmām tiek uzskatīta "Individuāli orientēta izglītība", inovāciju izmantošana studiju organizācijas metodikā un atvērtība starptautiskai sadarbībai, kas ir prioritāte augstākās izglītības attīstībā.

Aptauja parādīja, ka studiju programma "Komunikācijas vadība izklaides un atpūtas industrijā" atbilst izglītības programmas attīstības prasībām. Par to liecina tas, ka lielākā daļa studentu uzskata, ka viņiem ir iespēja piedalīties akadēmijas mācību kvalitātes uzlabošanas procesos, kā arī pie pasniedzēja var saņemt konsultācijas un informāciju par studiju programmu un novērtējuma iegūšanas iespējām. Turklāt, lielākā daļa studentu norādīja, ka pasniedzēji dinamiski vada studiju kursu, interesanti izklāsta priekšmetu saturu, nodarbību laikā mijiedarbojas ar auditoriju, kā arī to, ka daži studiju kursi mijiedarbojas ar citiem studiju kursiem.

Augstākās izglītības attīstības programmas prioritātēs ir norādīts izglītības attīstības procesa atvērtības nozīmīgums starptautiskajai sadarbībai un ārvalstu kolēģu piesaistīšana. Šiem jautājumiem studiju programmā "Komunikācijas vadība izklaides un atpūtas industrijā" pievērš lielu uzmanību, par ko liecina studentu augstie vērtējumi par BSA starptautisko sadarbību.

PielikumsNr.6.7

**Aptauju rezultātu kopsavilkums par absolventu
apmierinātību ar studiju kvalitāti un to izmantošana
studiju programmu kvalitātes uzraudzībā**

Profesionālās maģistra studiju programmas «Komunikācijas vadība izklaides un atpūtas industrijā» absolventu aptauja

Pētījuma struktūra un aptaujāto absolventu raksturojums

Absolventi tika aptaujāti anonīmi, izmantojot elektronisko anketēšanas sistēmu - GoodleDisc. Absolventi tika lūgti norādīt savu vārdu, kas gan nebija obligāts parametrs, un lielākā daļa (85%) to arī norādīja.

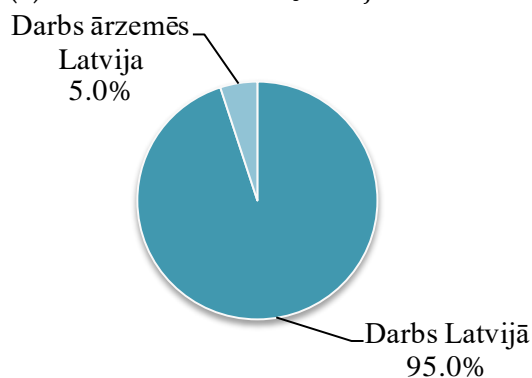
Kopumā tika aptaujāti 13 maģistra studiju programmas "Komunikācijas vadība izklaides un atpūtas industrijā" absolventi (59% no visiem maģistra studiju programmas absolventiem).

Aptaujas rezultāti

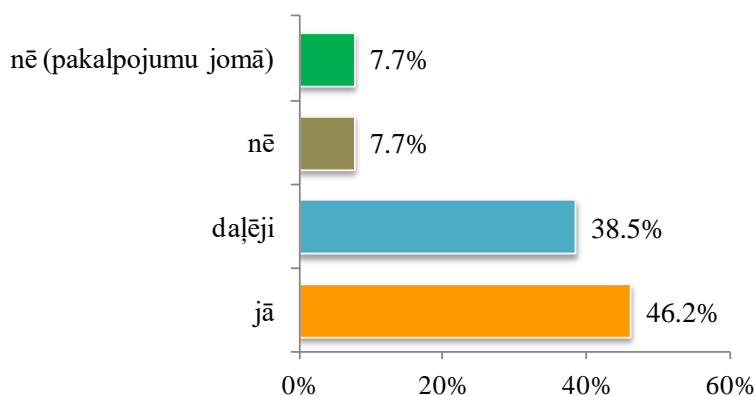
Aptaujā izmantotie jautājumiem atbilst IZM ieteikumiem. Apkopojot aptaujas atbildes, tika iegūti šādi rezultāti.

Latvijas un ES darba tirgus pieprasījums

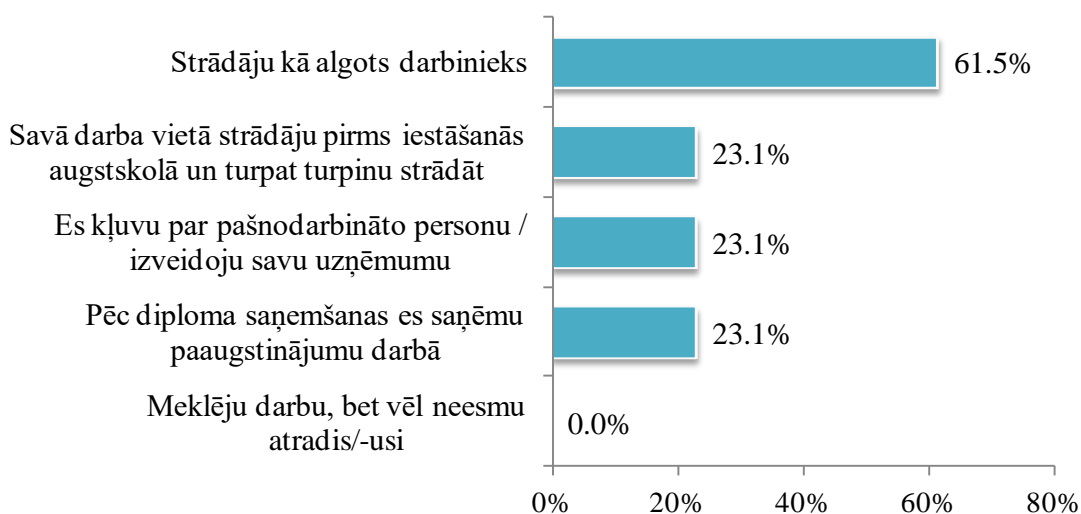
Lielākā absolventu daļa 95,5% (19), kuri ir dzimuši Latvijā, pēc studiju beigšanas palika strādāt Latvijā (1. attēls). Jāņem vērā, ka 84,6% (11) absolventu darbs ir pilnībā vai daļēji saistīts ar iegūto izglītību, no tiem, kuru darbs nav saistīts ar iegūto izglītību, viens absolvents strādā pakalpojumu sfērā, otrs – finanšu nozarē (2. attēls). 23,1% (3) absolventu turpina strādāt tajā pašā uzņēmumā, kurā strādāja līdz uzsāka studēt, tāds pats absolventu skaits savā darba vietā pēc diploma saņemšanas saņēma paaugstinājumu un uzsāka savu biznesu vai kļuva par pašnodarbinātām personām. Liela absolventu daļa, 61,5% (8), strādā kā darba ņēmēji.



11. Attēls. Personas, kuras dzimušas Latvijā, strādā Latvijā un ārvalstīs pēc maģistra studiju programmas beigšanas (%).



12. Attēls. Maģistra studiju programmas absolventu attieksme, atbildot uz apgalvojumu, ka viņu profesionālā darbība ir saistīta ar iegūto izglītību maģistra studiju programmā.

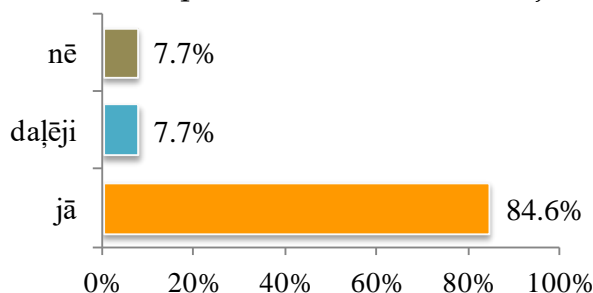


13. Attēls. Absolventu nodarbinātība pēc studiju beigšanas akadēmijā.

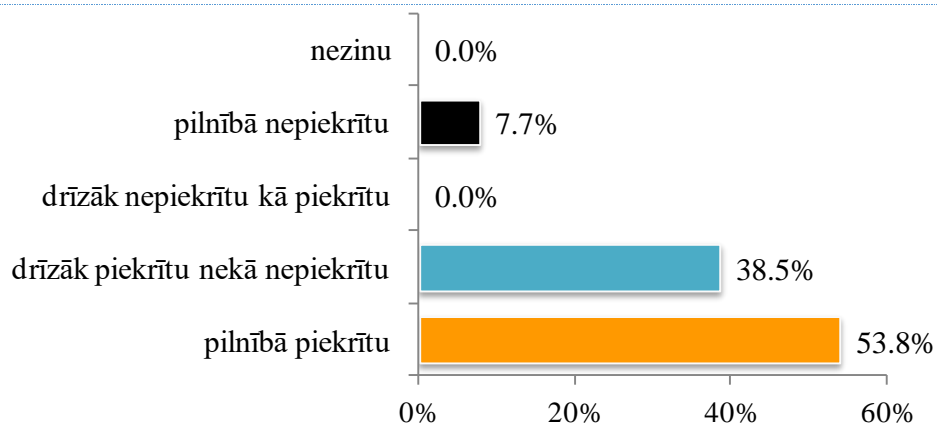
Karjera un profesionālā izaugsme

84,6% (11) absolventu uzskata, ka iegūtā izglītība BSA pilnībā vai daļēji palīdz profesionālajā darbībā (pat tad, ja darbs nav saistīts ar iegūto izglītību). 92,3% (12), pilnībā vai drīzāk piekrīt, ka iegūtā izglītība veicināja iespēju iegūt darbu un/vai izveidot savu uzņēmumu.

Rādītājs par izglītības kvalitāti, ir tas, ka studiju programmas absolventi ieņem diezgan augstus amatus, strādā par menedžeriem, ir vidējā un augstākā līmeņa vadītāji.



14. Attēls. Maģistra studiju programmas absolventu atbildes apgalvojumam, ka iegūtā izglītība BSA palīdz profesionālajā darbībā (arī tad, ja darbs nav saistīts ar viņu izglītību).



15. Attēls. Maģistra studiju programmas absolventu viedoklis, ka iegūtā izglītība veicināja iespēju iegūt darbu un/vai izveidot savu uzņēmumu.

Izglītības un profesionālo kompetenču līmenis

Lai noteiktu zināšanu līmeni, absolventi tika lūgti atbildēt uz sekojošiem jautājumiem un sniegt savu novērtējumu:

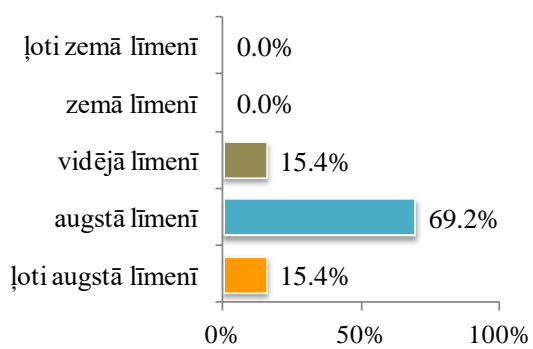
1. jautājums, kura rādītāji raksturo iegūto izglītību: «Lūdzu, novērtējiet, kādā līmenī Jūs ieguvāt šādas zināšanas un prasmes studiju procesa ietvaros»
2. jautājums par iegūtās augstākās izglītības ietekmi uz profesionālo un karjeras izaugsmi «Sakiet, lūdzu, cik lielā mērā šie apgalvojumi raksturo Jūsu iegūto augstāko izglītību kopumā».

Aptaujā tika iegūti sekojoši absolventu vērtējumi par iegūto augstāko maģistra izglītību:

1. Teorētiskās zināšanas ar ļoti augstu un augstu atzīmi novērtēja 84,6% (11) un ar vidēju atzīmi 15,4% (2) absolventu, neviens absolvents nav novērtējis šīs zināšanas ar zemu un ļoti zemu vērtējumu (6a attēls).
2. Pētniecības prasmes ar ļoti augstu un augstu atzīmi novērtēja 76,9% (10), ar vidēju - 15,4% (2) absolventu, viens absolvents novērtēja šīs prasmes ar ļoti zemu atzīmi (6b attēls).
3. Prasme izmantot teorētiskās zināšanas praksē ar ļoti augstu un augstu atzīmi novērtēja 69,2% (9) absolventu, ar vidēju - 23,1% (3) absolventu, 5% (5) absolventu novērtēja šīs zināšanas kā zemas (6c attēls).
4. Prasmes novērtēt, analizēt un sistematizēt informāciju ar ļoti augstu un augstu atzīmi novērtēja 92,3% (12) respondentu, ar vidēju - 7,78% (1), viens absolvents novērtēja šīs prasmes kā zemas un viens kā ļoti zemas (6d attēls)..
5. Spēja rast radošus risinājumus dažādām problēmām, - ar ļoti augstu un augstu atzīmi novērtēja 92,3% (12) un vidēju atzīmi viens absolvents, neviens absolvents nenovērtēja šīs spējas ar zemu vai ar ļoti zemu vērtējumu (6e attēls).
6. Prasmi pieņemt lēmumus, balstoties uz informācijas analīzi, ar ļoti augstu un augstu atzīmi novērtēja 84,6% (11) un ar vidēju atzīmi 15,4% (2) absolventu, neviens absolvents nav novērtēja šīs spējas ar zemu vai ļoti zemu atzīmi (6f attēls).

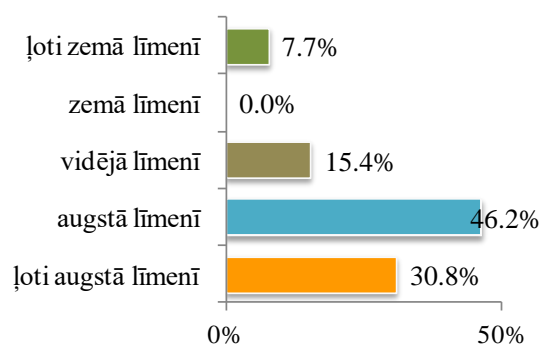
7. Prasmi sastādīt dokumentus un ziņojumus kā ļoti augstu un augstu novērtēja 100,0% (13) absolventu (6g attēls).
8. Prasmes publiski prezentēt kā ļoti augstas un augstas novērtēja 94,6% (11) un vidējas - 7,7% (1) absolventu, viens absolvents novērtēja šīs prasmes kā zemas un neviens kā ļoti zemas (6h attēls).
9. Prasmi publiski diskutēt un pamatot savu viedokli ar ļoti augstu un augstu atzīmi novērtēja 84,6% (11) un vidēju 15,4% (2) absolventu, neviens tās nenovērtēja kā zemas un ļoti zemas (6i attēls).
10. Prasmes darbam komandā ir novērtētas kā ļoti augstas un augstas - 92,3% (12), kā vidējas novērtēja viens absolvents, neviens tās nenovērtēja kā zemas un ļoti zemas (6j attēls).
11. Zināšanas par nozares terminoloģiju svešvalodās kā ļoti augstas un augstas novērtēja 76,9% (10) un kā vidējas 0% (0) respondentu, 23,1% (3) respondentu tās novērtēja kā zemas un neviens kā ļoti zemas (6k attēls).
12. Prasme strādāt ar specifiskām datu programmām ir novērtēta kā ļoti augsta un augsta 46,2% (6) un vidēja 46,2% (6), 7,7% (1) absolventu novērtēja šīs spējas kā zemas un neviens kā ļoti zemas (6l attēls).
13. Vērtējums prasmei plānot, organizēt un vadīt savu darbu - kā ļoti augsts un augsts ir novērtēts 94,6% (11) un vidējs 15,4% (2) atbilžu variantos, neviens absolvents nenovērtēja šīs spējas kā zemas un neviens kā ļoti zemas (6m attēls).

Teorētiskās zināšanas



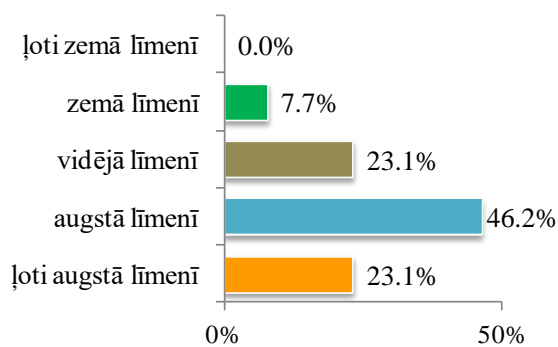
a)

Pētnieciskās prasmes



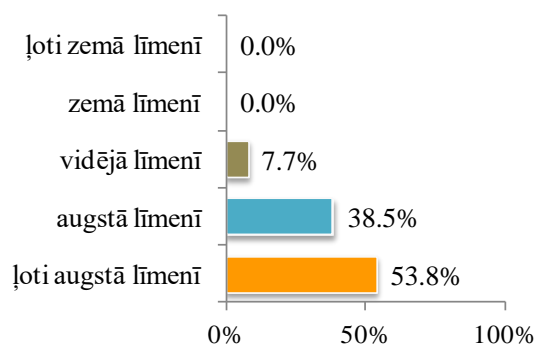
b)

Prasmi pielietot teorētiskās zināšanas praktiskajā darbībā



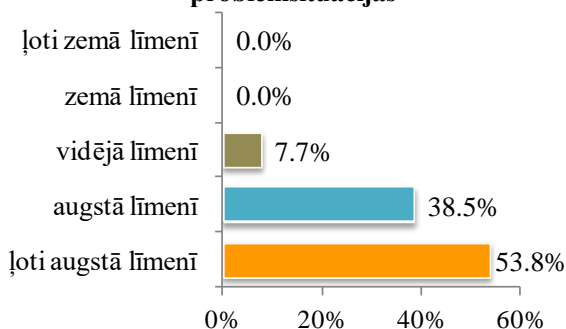
c)

Prasmi strādāt ar informāciju



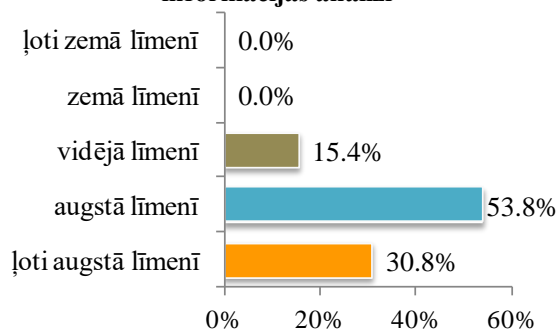
d)

Prasmi rast radošus risinājumus dažādās sarežģītības pakāpes problēmsituācijās



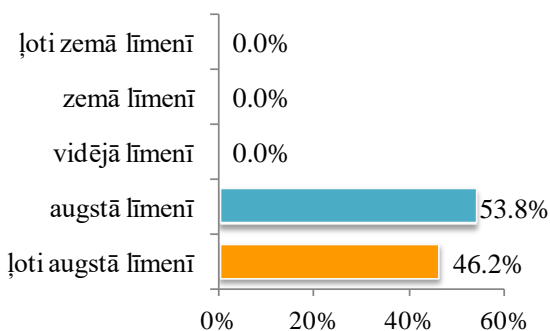
e)

Prasmi pieņemt lēmumus, pamatojoties uz iepriekš veiktu informācijas analīzi



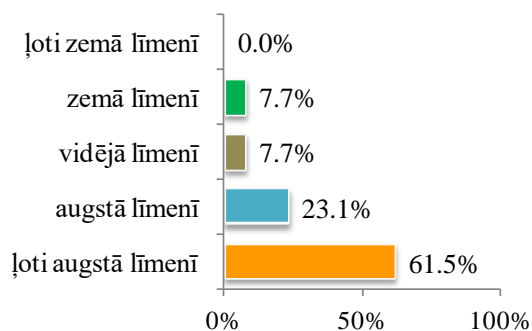
f)

Iemaņas dokumentu un pārskatu sastādīšanā



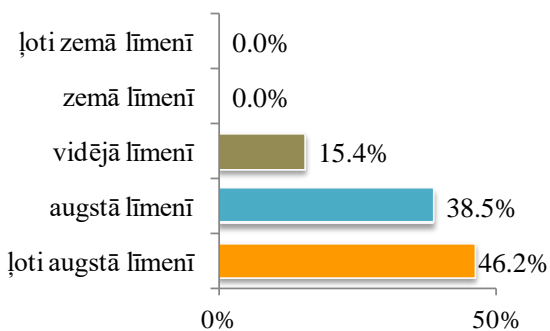
g)

Prasmi publiski izklāstīt (prezentēt) informāciju



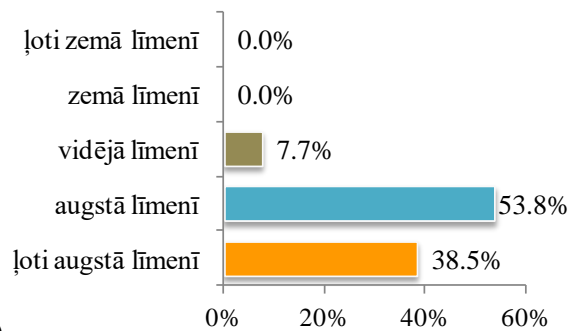
h)

Prasmi publiski diskutēt un pamatot savu viedokli



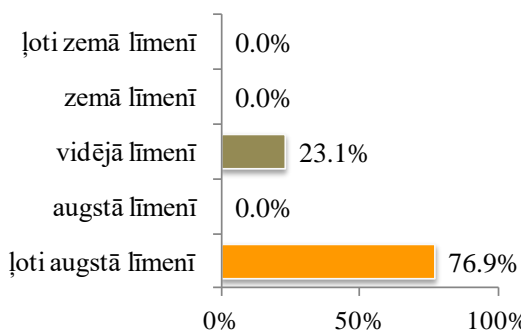
i)

Prasmes strādāt komandā



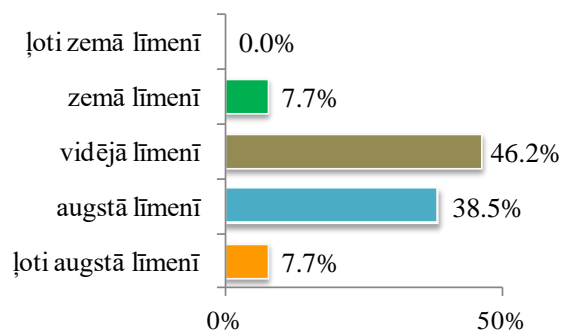
j)

Apguvu nozares terminus svešvalodā



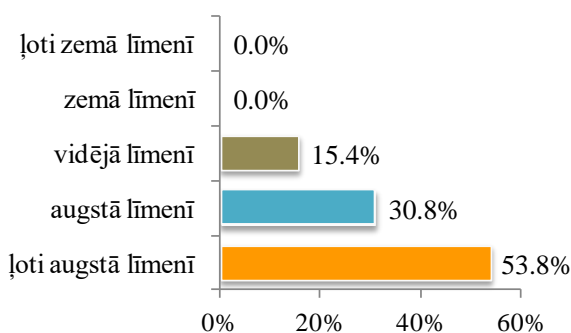
k)

Prasmi strādāt ar nozares specifiskajām datorprogrammām



l)

Prasmi plānot, organizēt un vadīt savu darbu



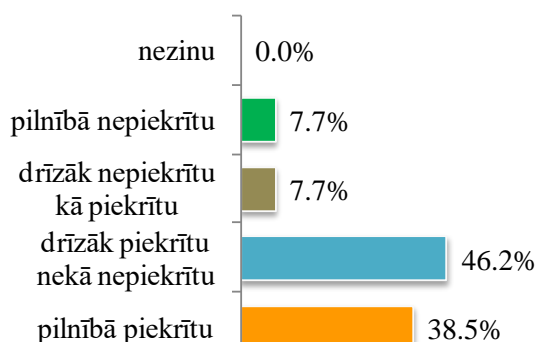
m)

16. Attēls. Atbildes uz jautājumu «Lūdzu, novērtējiet, kādā līmenī Jūs iegūvat šādas zināšanas un prasmes studiju procesa ietvaros?»

Iegūtās augstākās izglītības ietekmi uz profesionālo izaugsmi un karjeru, absolventi novērtēja šādi:

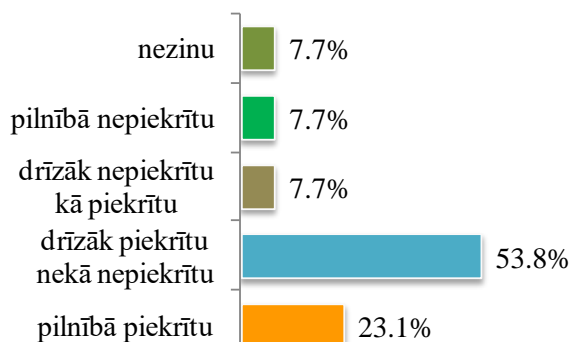
1. Par to, ka ir uzlabota absolventu konkurētspēja Latvijas darba tirgū pilnībā vai lielā mērā piekrita 84,6% (11) respondentu (7a attēls), bet ES darba tirgū – 76,9% (10) respondentu (7b attēls)
2. Par to, ka studijas labi sagatavoja darba procesam (7c attēls) un tālākam studiju procesam (7d attēls) pilnībā vai lielā mērā piekrita 92,3% (12) absolventu.
3. 92,3% (12) absolventu pilnībā vai lielā mērā piekrita tam, ka studijas palīdzēja attīstīt dažādas individuālās spējas (7e attēls).
4. 84,6% (11) pilnībā vai lielā mērā piekrita tam, ka iegūtās izglītības līmenis un apjoms atbilst personīgam ieguldījumam (attiecībā uz laiku, pūlēm) (7f attēls).
5. 76,9% (10) pilnībā vai lielā mērā piekrita tam, ka iegūtās izglītības līmenis un apjoms atbilst personīgam finanšu ieguldījumam (7g attēls).
6. 92,3% (12) pilnībā vai lielā mērā piekrita tam, ka iegūtās zināšanas var pielietot praksē (7h attēls).
7. 76,9% (10) piekrita pilnībā vai lielā mērā tam, ka iegūtā izglītība ir veicinājusi karjeras (profesionālo) izaugsmi (7i attēls).

Mana konkurētspēja Latvijas darba tirgū ir uzlabojusies



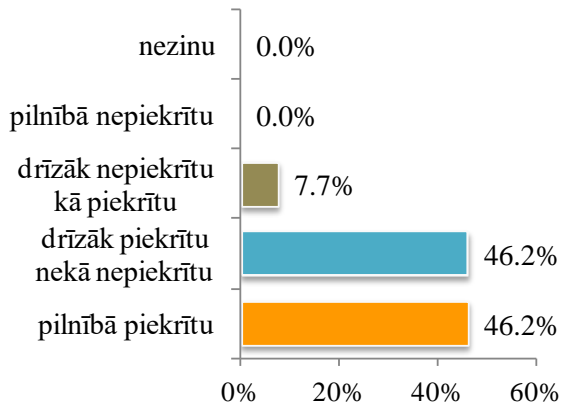
a)

Mana konkurētspēja ES un citu valstu darba tirgū ir uzlabojusies



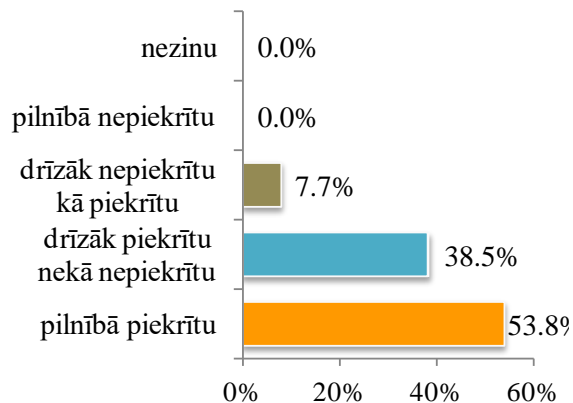
b)

Es tiku labi sagatavots/-a praktiskam darba procesam



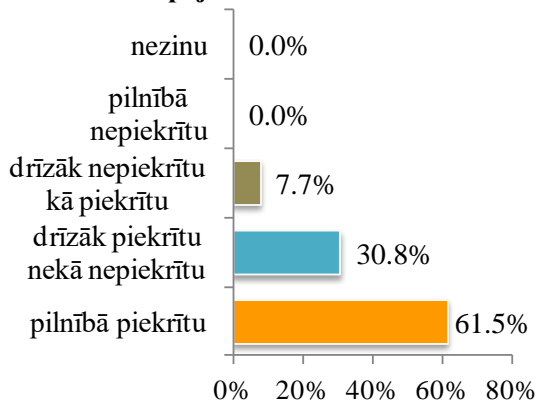
c)

Es tiku labi sagatavots/-a izglītības turpināšanai



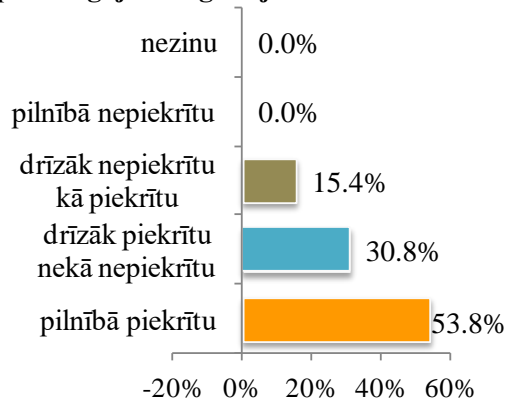
d)

Iegūtā izglītība ir devusi pietiekamu ieguldījumu manu spēju attīstībā



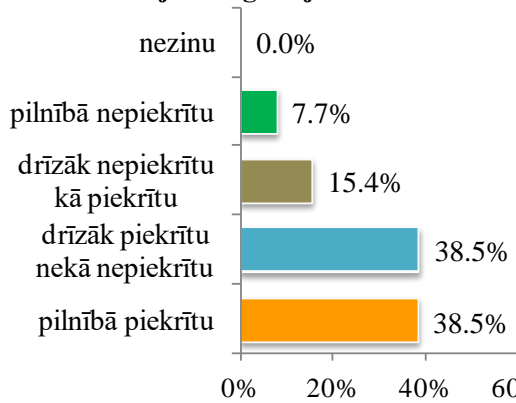
e)

Iegūtās izglītības līmenis un apjoms atbilst maniem personīgajiem ieguldījumiem



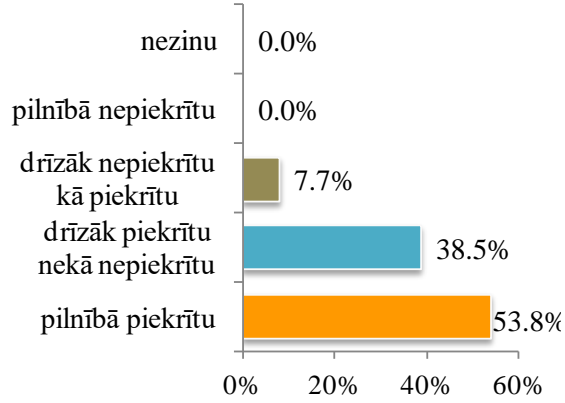
f)

Iegūtās izglītības līmenis un apjoms atbilst maniem finansiālajiem ieguldījumiem

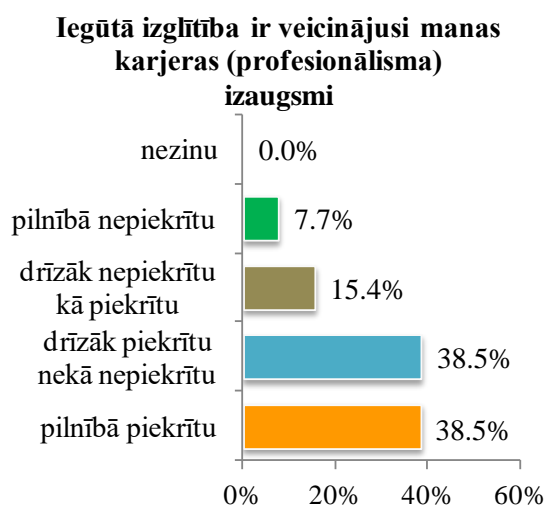


g)

Iegūtās zināšanas var pielietot praksē



h)



i)

17. Attēls. Atbilde uz jautājumu «Sakiet, lūdzu, cik lielā mērā šie apgalvojumi raksturo Jūsu iegūto augstāko izglītību kopumā».

Lai uzlabotu studiju programmu un panāktu atbilstību studentu prasībām, tika uzdots jautājums "Vai Jūs varētu uzrakstīt, kādas profesionālās iemaņas un zināšanas Jums pietrūkst un kuras ir jāiekļauj studiju programmas saturā? (var būt kā papildus disciplīnas)".

Maģistrantūras absolventi uzskata, ka, profesionālās darbības attīstībai un pilnveidošanai, vēl vairāk nepieciešams sadarboties ar ārvalstu lektoriem, piedalīties starptautiskajās konferencēs un praktiskajās nodarbībās.

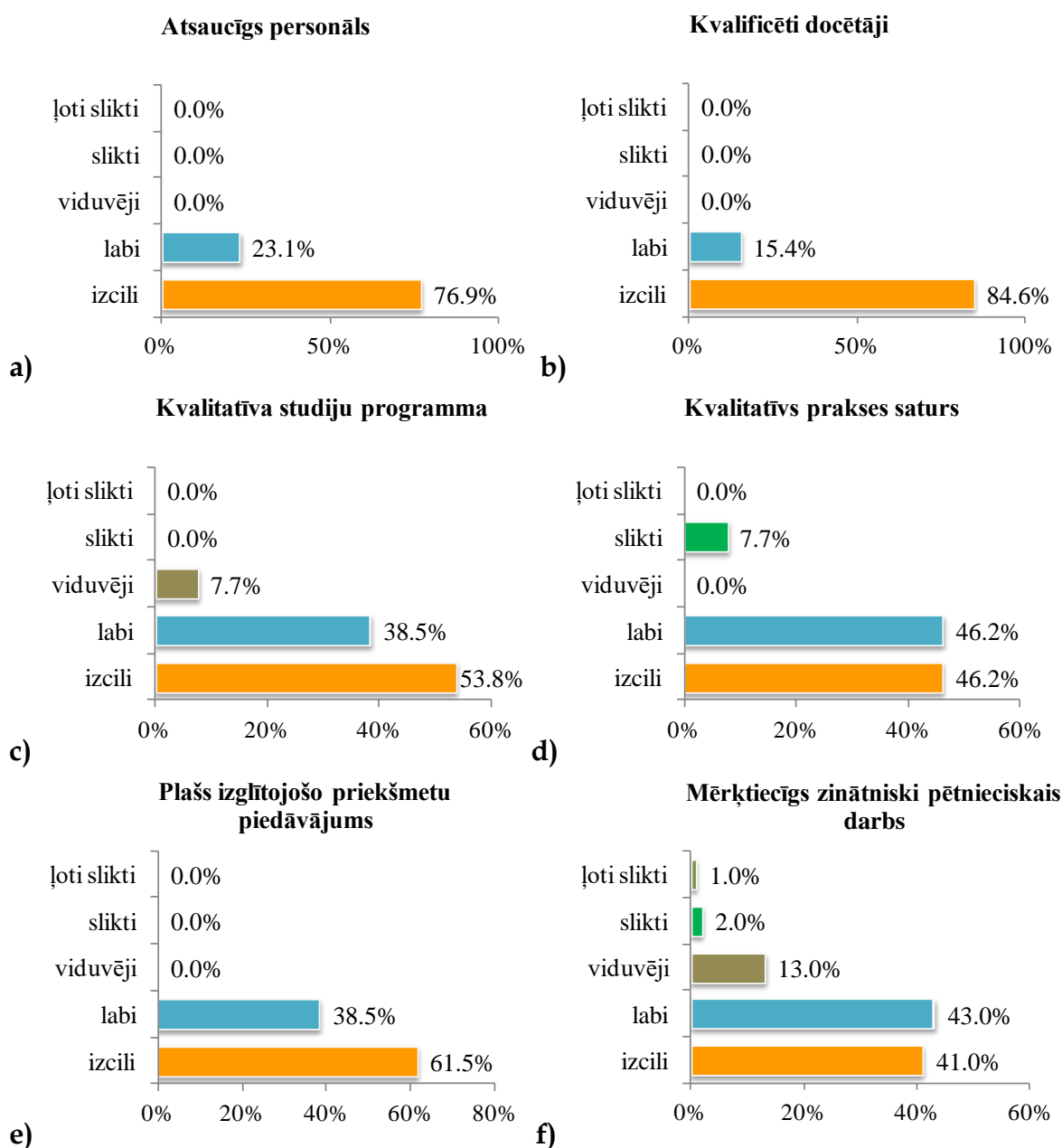
Lai pētītu absolventu viedokli par studiju programmu un akadēmiju, absolventiem tika uzdoti jautājumi:

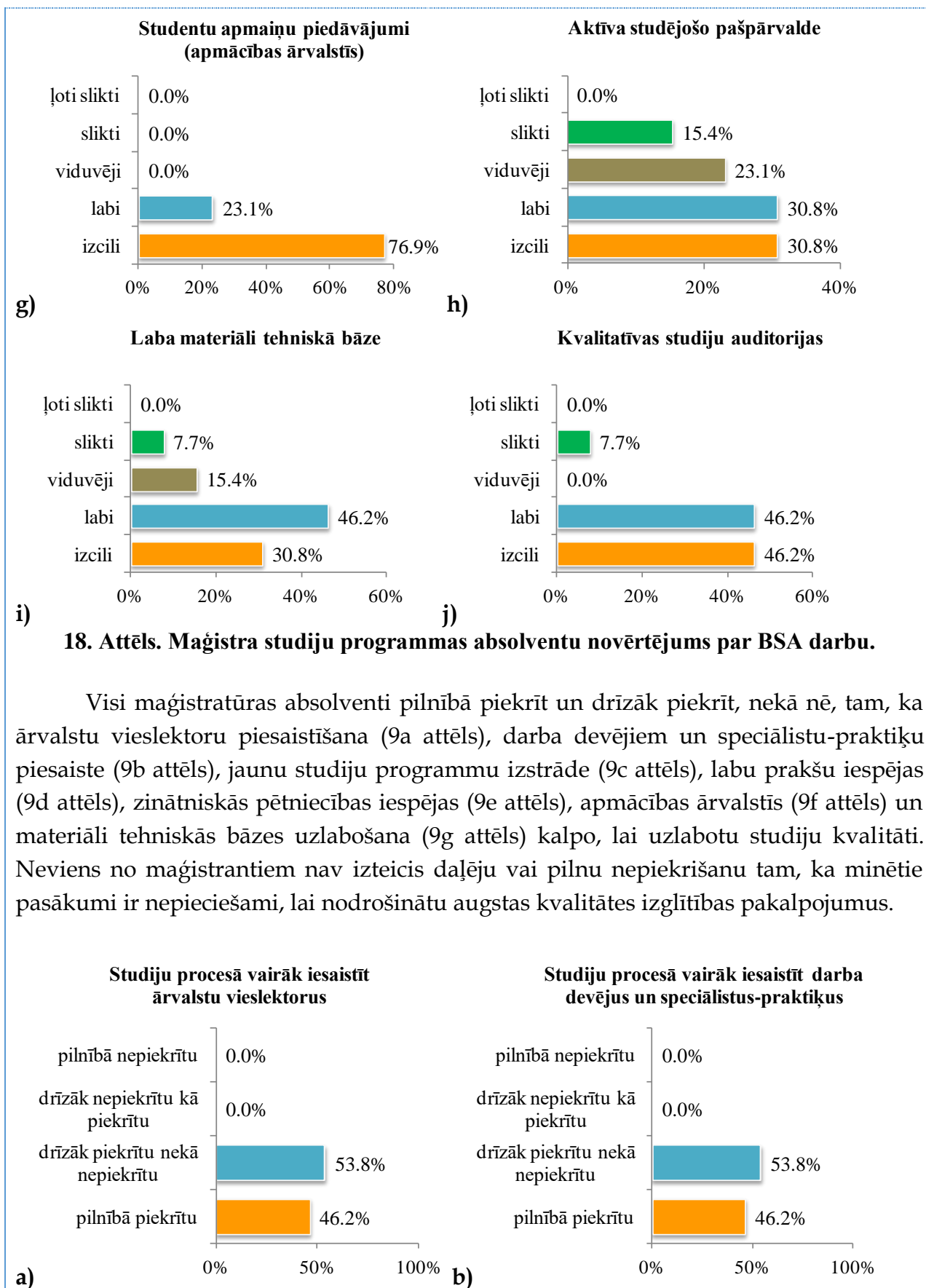
1. "Nosauciet, lūdzu, BSA stiprās puses!"
2. "Vai Jūs piekrītat, ka zemāk piedāvātās aktivitātes ir nepieciešamas, lai uzlabotu studiju kvalitāti BSA?"
3. "Vai Jūs esat ieinteresēts turpmāk sadarboties ar BSA?"

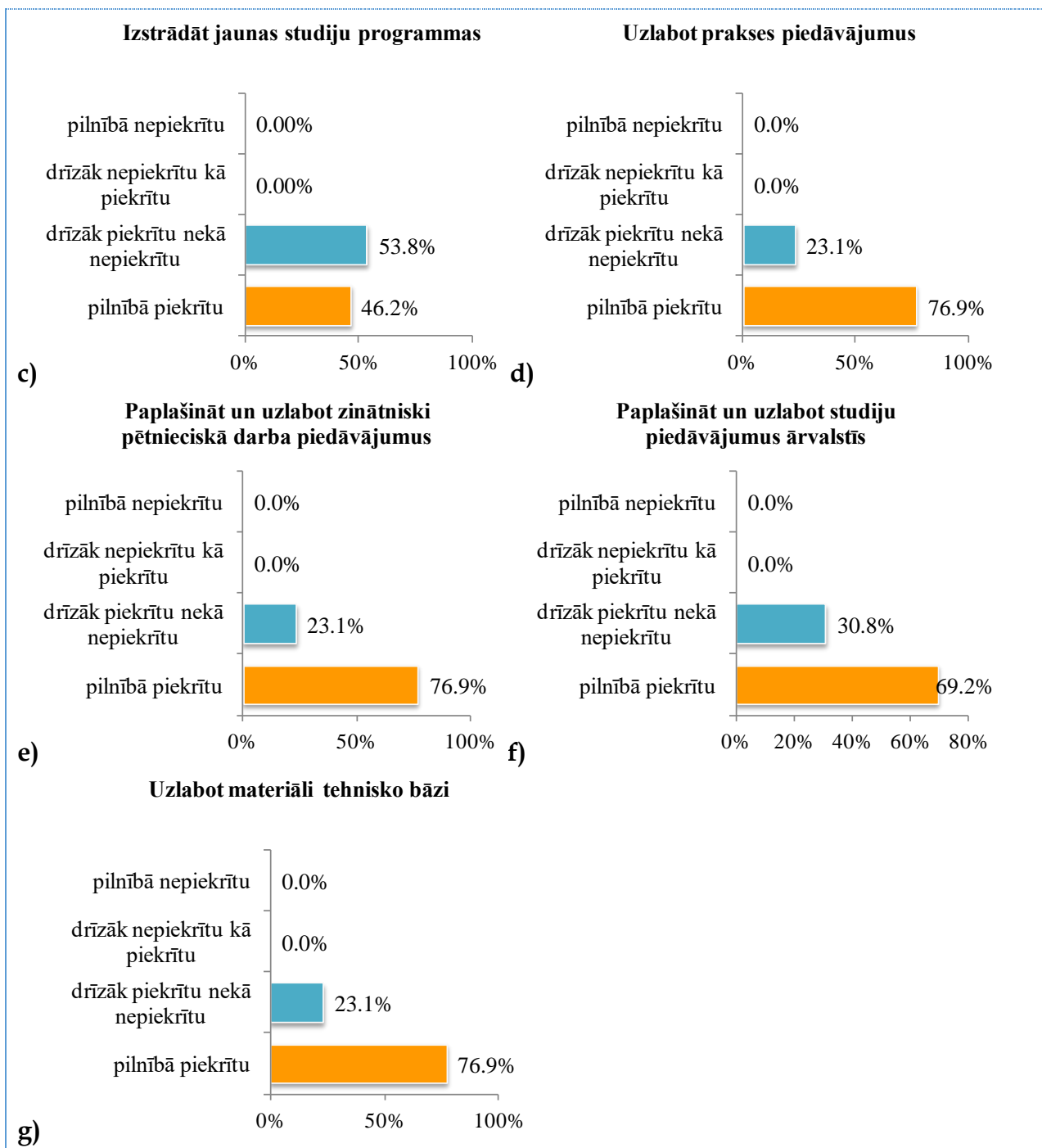
Absolventi ir devuši šādu vērtējumu par akadēmijas un programmas darbu kopumā:

1. Darbinieku atsaucība un laipnība ir novērtēta kā lieliska - 76,9% (10), laba - 23,1% (3), neviens to nav novērtējis kā sliktu vai ļoti sliktu (8a attēls).
2. Pasniedzēju kvalifikācijas līmenis ir novērtēts: lielisks 84,6% (11), labs 15,4% (2), kā vidējs, slikts un ļoti slikts - šādu vērtējumu nav devis neviens (8b attēls).
3. Studiju programmas kvalitātes līmenis tika novērtēts kā lielisks 53,8% (7), kā labs 38,5% (5), kā vidējs 7,7% (1), kā sliktu vai ļoti sliktu to neviens nav novērtējis (8.c attēls).
4. Prakses kvalitātes un satura līmeni absolventi novērtēja: lielisks 46,2% (2), labs 46,2% (2), slikts 7,7% (1), neviens nav novērtējis kā vidējs, ļoti slikts (8.d attēls).
5. Izglītības piedāvājuma spektrs ir novērtēts kā lielisks 61,5% (8), labs 38,5% (5), vidējs 15,0% (15), slikts un ļoti slikts - neviens nav novērtējis (8e attēls).

6. Zinātniski pētniecisko darbu respondenti novērtēja: lieliski 38,5% (5), labi 61,5% (8), neviens nav novērtējis kā vidējs, slikts un ļoti slikts (8f attēls).
7. Absolventi piedāvājumus par studentu apmaiņu (studijas ārvalstis) novērtēja: lieliski 76,9% (10), labi 23,1% (3), kā vidēji, slikti, ļoti slikti neviens to nav vērtējis (8g attēls).
8. Studentu parlamenta aktivitātes novērtēja: lieliski 30,0% (4), labi 30,8% (4), vidēji 23,1% (3), slikti 7,7% (1), ļoti slikti neviens nav novērtējis (8h attēls).
9. Materiāli tehniskās bāzes līmenis ir novērtēts: lieliski 30,8% (4), labi 46,2% (6), vidēji 15,4% (2), slikti 7,7% (1), kā ļoti slikti neviens nav novērtējis (8i attēls).
10. Akadēmijas mācību auditoriju kvalitāte, pēc absolventu vērtējuma, ir: lieliska 46,2% (6), laba 46,2% (6), slikta 7,7% (1) un ļoti slikta 1% (1) (8j attēls).







19. Attēls. Atbilde uz jautājumu “Vai Jūs piekrītat, ka zemāk piedāvātās aktivitātes ir nepieciešamas, lai uzlabotu studiju kvalitāti BSA?”

Absolventu komunikācija ar programmu un akadēmiju kopumā

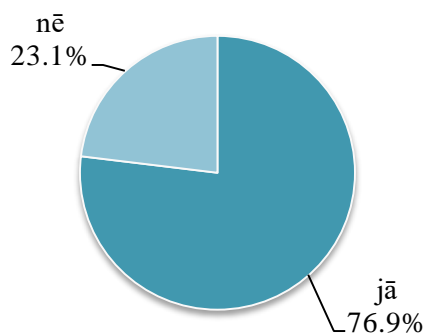
Lai novērtētu absolventu komunikāciju ar programmu un akadēmiju kopumā, tika uzdoti sekojoši jautājumi:

1. Vai Jūs esat ieinteresēts turpmāk sadarboties ar BSA?
2. Lūdzu, atbildiet, cik bieži un kurus BSA informācijas kanālus Jūs lietojiet?

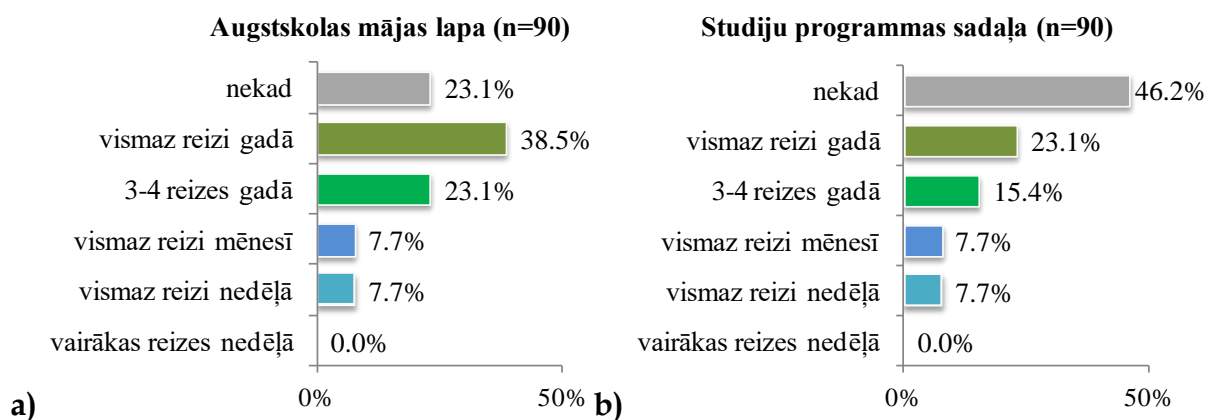
76,9% (10) absolventu turpina sadarbību ar akadēmiju (12 attēls).

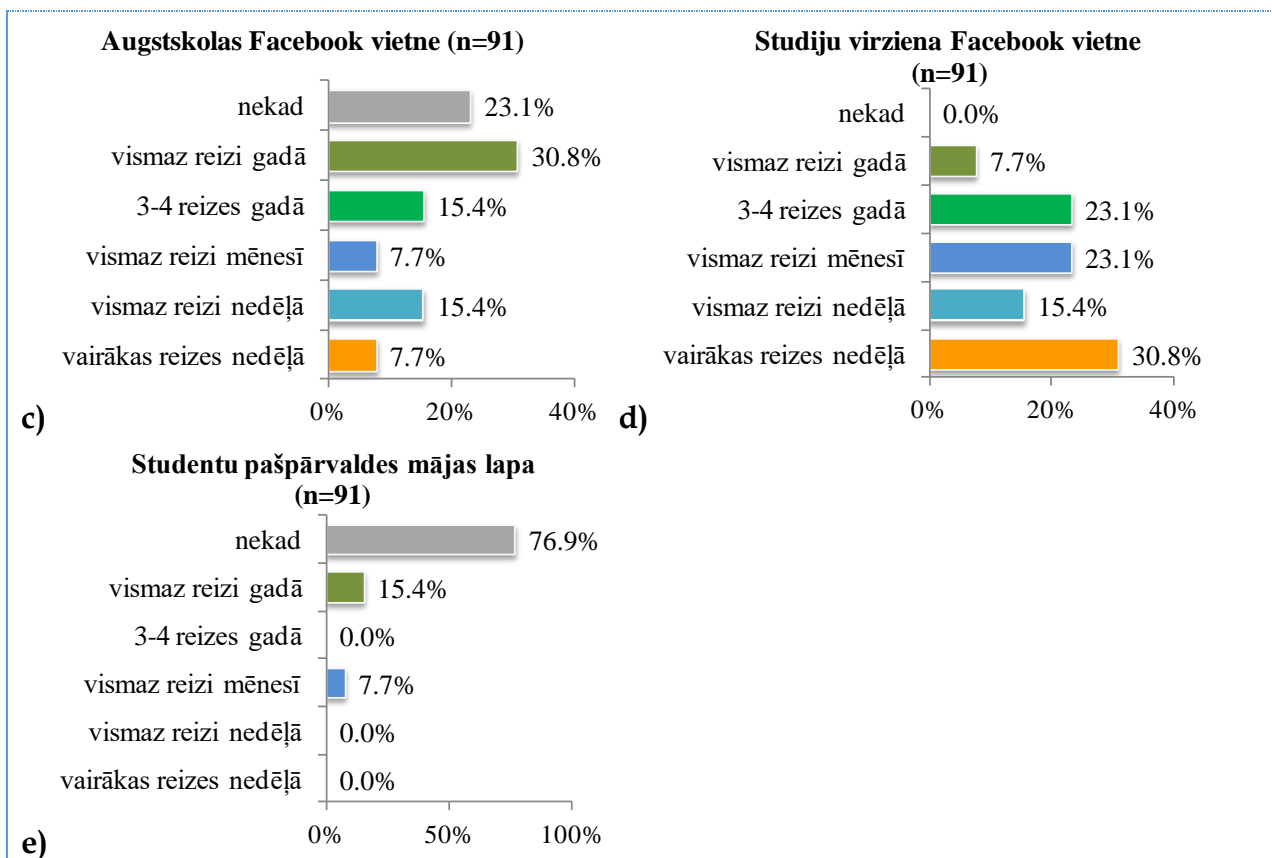
Par dažādu interneta kanālu komunikāciju izmantošanu absolventi atbildeja ka viņi izmanto:

1. Augstskolas mājas lapa – nekad neizmanto 23,1% (3), izmanto no vienas līdz dažām reizēm gada laikā 61,5% (8), izmanto vismaz reizi mēnesī 7,7% (1), izmanto no vienas līdz vairākām reizēm nedēļā 7,7% (1) absolventu (13a attēls).
2. Studiju programmas sadaļa – nekad neizmanto 46,2% (6), izmanto no vienas līdz dažām reizēm gada laikā 38,5% (5), izmanto vismaz reizi mēnesī 7,7% (1), izmanto no vienas līdz vairākām reizēm nedēļā 7,7% (1) absolventu (13b attēls).
3. Augstskolas Facebook vietne – nekad neizmanto 23,1% (3), izmanto no vienas līdz dažām reizēm gada laikā 46,2% (6), izmanto vismaz reizi mēnesī 7,7% (1), izmanto no vienas līdz vairākām reizēm nedēļā 23,1% (3) absolventu (13c attēls).
4. Studiju virziena Facebook vietne –izmanto no vienas līdz dažām reizēm gada laikā 30,8% (4), izmanto vismaz reizi mēnesī 23,1% (3), izmanto no vienas līdz vairākām reizēm nedēļā 46,2% (6) absolventu, nav tādu maģistratūras absolventu, kuri nekad neizmanto studiju virziena Facebook vietni (13d attēls).
5. Studentu pašpārvaldes mājas lapa – nekad neizmanto 76,9% (10), izmanto no vienas līdz dažām reizēm gada laikā 15,4% (2), izmanto vismaz reizi mēnesī 7,7% (7), visbiežāk pēc studiju beigām maģistratūras absolventi Studentu pašpārvaldes mājas lapu neapmeklē (13d attēls).



20. Attēls. Relatīvais daudzums (%) bakalaura studiju programmas absolventu (%), kuri turpina un neturpina sadarbību ar BSA





21. Attēls. Atbilde uz jautājumu: “Lūdzu, atbildiet, cik bieži un kurus BSA informācijas kanālus Jūs lietojiet?”

Secinājumi

“Izglītības attīstības pamatnostādnes 2014. - 2020. gadam” norādīti augstākās izglītības attīstības stratēģiskie mērķi, kuri saskan ar "Eiropa 2020" stratēģiju. Šajā dokumentā norādīts, ka, lai nodrošinātu ilgtspējīgu izaugsmi, būtiska prasība augstākajai izglītībai ir sagatavot kvalificētus, konkurētspējīgus darbiniekus, kas atbilst darba tirgus prasībām.

Pētījuma rezultāti liecina, ka absolventi, kuri ieguvuši izglītību maģistra studiju programmā "Komunikācijas vadība izklaides un atpūtas industrijā", atbilst šīm prasībām, ko apliecina šādi fakti:

1. Lielākā daļa absolventu, kuri ir dzimuši Latvijā, ir palikuši strādāt Latvijā.
2. Nozīmīga daļa absolventu strādā specialitātē vai pakalpojumu nozarē.
3. Lielākā daļa absolventu uzskata, ka iegūtā izglītība BSA palīdzēja profesionālajā darbībā (pat tad, ja darbs nav saistīts ar iegūto izglītību), kā arī palielināja iespēju dabūt darbu un/vai izveidot savu uzņēmumu.
4. Ir absolventi, kuri ir uzsākuši savu uzņēmējdarbību viesmīlības jomā.
5. Nav absolventu, kuri nebūtu dabūjuši darbu.
6. Liela daļa absolventu (gan Latvijā, gan ārvalstīs) ieņem diezgan augstus amatus.
7. Liela absolventu daļa atzīmēja, ka iegūtā izglītība ir veicinājusi profesionālās karjeras izaugsmi, ir uzlabojusi viņu konkurētspēju Latvijas un Eiropas Savienības darba tirgū, ir labi sagatavojusi darbam, kā arī to, ka iegūtās

zināšanas var pielietot praksē.

8. Vairums absolventu augstu novērtēja iegūtās teorētiskās zināšanas un praktiskās iemaņas, kuras var pielietot praksē, - spēju novērtēt, analizēt un sistematizēt informāciju, kā arī atrast radošus risinājumus dažādu uzdevumu realizācijai un īstenošanai, pieņemt lēmumus, balstoties uz informācijas analīzi.
9. Īpaši augstu absolventi novērtēja prasmi plānot, organizēt un vadīt savu darbu, prezentēt informāciju, kā arī prasmi veidot komandas darbu, ko viņi apguva studiju procesā.
10. Turklāt, kā uzskata lielākā daļa absolventu, studijas palīdzēja attīstīt viņu spējas.

“Izglītības attīstības pamatnostādnes 2014.-2020.gadam” kā problēmas ir norādītas:

1. Neatbilstība starp studiju piedāvājumu un darba tirgus pieprasījumu.

2. Augsts bezdarba līmenis pēc studiju programmas absolvēšanas, kā arī tas, ka 52% studentu apvieno studiju procesu ar aktīvo darbu (1/3 strādāt pilnu darba dienu), kas ir viena no izglītības kvalitātes augsta riska pakāpēm.

Izstrādājot studiju programmu, tika ņemtas vērā šīs problēmas, iespējams, tādēļ mūsu absolventi ir darba tirgū pieprasīti un var justies droši, ka neietilpst bezdarbnieku kopējā skaitā.

Pētījums ļāva noteikt tos virzienus, kuros studiju programmai nepieciešams pilnveidoties, lai iegūtu teicamus vērtējumus. Tieši šajos virzienos tagad darbojas programmas kolektīvs.

Lai labāk īstenotu uz studentiem centrētu studiju procesu, tika apkopoti absolventu ieteikumi, kuri var ne tikai atainot iegūtās izglītības trūkumus, bet arī sniegt rekomendācijas par studiju programmas atbilstību esošā tirgus vajadzībām.

Liels skaits absolventu uztur attiecības ar studiju programmu, piedalās studiju kursu izstrādēs, nodrošina prakses vietas un darba vietas savos uzņēmumos. Tas liecina par uzticību studiju programmai un augstu tās darba novērtējumu.