



VADĪBZINĀTNES NODAĻA

Biznesa vadības bakalaura studiju programmas VadZ2100 Kurša darba temati (piemēri)

Darbinieku motivācijas sistēmas pilnveidošanas iespējas organizācijā "X"
„X” organizācijas vadības sistēmas pilnveidošanas iespējas
Organizācijas kultūras loma motivācijas sistēmas izveidē
Organizācijas "X" ārējās un iekšējās vides analīze
Vadības funkcijas un to realizēšana uzņēmumā
Stratēģiskās vadīšanas pilnveidošana uzņēmumos
IT izmantošanas un attīstības virzieni uzņēmumu vadīšanas procesos
Vadības funkciju izpildes efektivitāti ietekmējošo faktoru analīze
Plānošanas kā vadīšanas funkcijas attīstības tendences
Uzņēmuma vadības stratēģija
Tirgus un tā ietekme uz uzņēmējdarbību
Ražošanas apjomu ietekmējošie faktori un to vadīšana
Izmaksu plānošana uzņēmumā
Resursu nodrošinājuma plānošana uzņēmumā
Investīciju stratēģijas realizācija uzņēmumā
Investīciju efektivitātes novērtēšana
Produkcijas kvalitāte, tās nodrošināšana uzņēmumā
Uzņēmuma darbības efektivitātes novērtēšana
Motivācijas nozīme uzņēmējdarbībā
Peļņas paaugstināšanas virzienu analīze uzņēmumā
Resursu efektīva izmantošana uzņēmumā
Darbaspēka izmantošana efektivitātes nodrošināšanai uzņēmuma
Inovatīvā uzņēmējdarbība
Apgrozāmo līdzekļu vadīšana uzņēmumā
Mārketinga pilnveidošanas virzieni uzņēmumā
Ģimenes uzņēmuma vadības īpatnības
Personāla vadīšanas pilnveidošanas virzieni
Pieprasījumu ietekmējošo faktoru analīze.

Pieprasījuma analīze un prognozēšana.
Tautsaimniecības attīstības rādītāju prognozēšana.
Uzņēmuma attīstības stratēģiskā plānošana
Tirgus konjunktūras analīze
Tirgus koncentrācijas līmeņa analīze
Ekspertmetodes vadības lēmumu pieņemšanā
Risku analīze uzņēmējdarbībā
Risku vadības metodes uzņēmumā
Mārketinga pētījumi uzņēmumā "X"
Makromārketinga eksporta veicināšanai
Augstākās izglītības eksporta veicināšanas iespējas
Patērētāju apmierinātības novērtēšanas iespējas
Mājaslapu un sociālo tīklu nozīme eksporta veicināšanā
Uzņēmumu ietekmējošo faktoru novērtēšana
Apģozījuma (vai cita rādītāja) prognozēšana
Patērētāju uzvedības pētīšana
Klientu apkalpošanas kvalitātes novērtēšana
Veikalu (restorānu, banku u.c.) izvietojums
Uzņēmuma drošības audits
Lojalitātes karšu efektivitātes novērtējums
Uzņēmuma "X" mārketinga ārējās un iekšējās vides faktoru analīze
Uzņēmuma "X" mārketinga kompleksa analīze
Uzņēmuma "X" mārketinga komunikācijas analīze
Uzņēmuma "X" mārketinga stratēģijas analīze
Pircēju rīcību ietekmējošie faktori izklaides pakalpojumu tirgū/ pārtikas produktu tirgū/
kosmētikas un parfimērijas tirgū/ ... (pēc studenta izvēles)
Uzņēmuma "X" reklāmas stratēģijas analīze
Interneta mārketinga stratēģijas izmantošana uzņēmumā "X"
Uzņēmuma "X" reklāmas kampaņas analīze
Sociālo mediju mārketinga un to attīstības perspektīvas Latvijā.
Lietišķā etiķete un tās loma mūsdienu apstākļos (uz Latvijas/ Baltijas/
ES/... tirgus piemēra)
Lietišķās etiķetes īpatnības dažādās valstīs
Uzņēmuma "X" konkurētspējas analīze Latvijas tirgū
Zīmola "X" mārketinga komunikāciju analīze
Jauna produkta pozicionēšana Latvijas tirgū

Kolektīvās iepirkšanās portāli Latvijas tirgū un to attīstības perspektīvas

Firmas mārketinga makrovides faktori

Firmas mārketinga mikrovides faktori

Firmas iekšējā vide kā mārketinga vides faktors

..... produkta tirgus raksturojums

Pieprasījuma analīze ... produkta tirgū

Firmas priekšrocību un trūkumu (stipri un vājo pušu) analīze

Firmas konkurences stratēģija tirgū

Firmas mārketinga – MIX raksturojums

Mārketinga informācijas sistēma

Patērētāju rīcību ietekmējošie faktori patēriņa tirgū

Mazumtirdzniecības mārketinga īpatnības

Firmas mārketinga stratēģijas izstrāde

Jaunu produktu attīstīšana

Mazumtirdzniecības attīstība Latvijā

Modernā mārketinga attīstības faktoru ietekme uz uzņēmumu “X”

Mārketinga mērķu maiņa uzņēmumā “X”

Uzņēmuma “X” iekšējās vides faktoru analīze

Ārējās vides faktoru ietekme uz uzņēmumu “X”

Mārketinga pasākumu kompleksa (mārketinga MIX) element realizācija uzņēmumā “ X “

Mārketinga plāna realizācija uzņēmumā “X”. Tā Iespējamie uzlabošanas pasākumi

Pircēju rīcība patēriņa tirgū. Tā ietekme uz uzņēmējdarbību

Jauna produkta adaptācijas iespējas Latvijas tirgū

Produkta “X” realizācijas apjoma pieauguma iespējas

Produkta “X” vai pakalpojuma “Y” kvalitāte kā pircēju rīcību ietekmējošs faktors.

Patērētāju tiesību aizsardzība Latvijā

Kvalitātes ietekme uz pircēju rīcību , produkta X/pakalpojuma Y izvēlē.

Zīmola ietekme uz pircēju rīcību patēriņa tirgū.

Uzņēmuma “X” esošo un potenciālo piegādātāju novērtējums

Produkta “X” tirgus daļas novērtējums

Tirgus segmentēšanas metodes. To izmantošana

Uzņēmumā “X”

Uzņēmuma “X” pozīciju nostiprināšana tirgū

Sociālie tīkli Latvijā un pasaulē, to salīdzinoša analīze.

Eiropas Savienības Vienotā tirgus ietekme uz uzņēmumu “X”

Tirgus attīstība un tā ietekme uz uzņēmējdarbību.

Ražošanas apjomu ietekmējošie faktori, to prognozēšana un plānošana. Izmaksu plānošana uzņēmumā.

Darbinieku motivācijas nozīme uzņēmējdarbībā.

Mārketinga pilnveidošanas iespējas uzņēmumā.

Uzņēmējdarbības attīstības problēmas Latvijā.

Personāla vadīšanas pilnveidošanas iespējas.

Mazo un vidējo uzņēmumu loma tautsaimniecībā.

Darba motivācijas sistēma uzņēmumā.

Darba samaksas organizācija uzņēmumā.

Mazo un vidējo uzņēmumu attīstība Latvijā.

Uzņēmējdarbības mikro un makrovide, to analīze.

Pieprasījuma analīze ... produkta tirgū.