

**Latvijas Biozinātņu un tehnoloģiju universitātes
Malnavas koledža
Studiju kursa apraksts pilna un nepilna laika studējošiem**

Studiju kursa nosaukums	Vietējo un reģionālo galamērķu pārvaldība
Studiju kursa nosaukums (angļu valodā)	Management of local and regional destinations
Studiju programmas līmenis	Īsā cikla profesionālā augstākā izglītība
LKI līmenis	5
Kvalifikācijas līmenis	5
Kredītpunkti 4 ECTS	4
Studiju kursa izstrādātājs	Dr.geogr. Andris Klepers

Studiju kursa kalendārs

Studiju forma	Kopējais stundu skaits	Kontaktstundas			Patstāvīgā darba stundas	Kalendārs (semestris)
		kopā	no tām lekcijas	no tām praktiskās nodarbības		
Pilna laika studijas	108	44	11	33	64	3
Nepilna laika studijas	108	22	11	11	86	3

Prasības studiju kursa apguves uzsākšanai: apgūti studiju kursi “Tūrisma pamati” un “Uzņēmējdarbības pamati”, attīstīta pašvadīta studēšanas prasme.

Studiju kursa mērķis: sniegt studējošiem sistēmisku un visaptverošu izpratni par tūrisma galamērķa funkcionēšanu, tā elementiem un mijiedarbību ar dažādiem ceļotāju segmentiem. Attīstīt praktiskas prasmes galveno galamērķa pārvaldības funkciju apgūvē lokālo un reģionālo galamērķu līmenī. Akcents studiju formai likts uz lielu studējošo aktīvu iesaisti, līdzdarbošanos, daļu no teorijas izprotot, pildot praktiskus uzdevumus.

Studiju kursa plāns un saturs

Nr. p. k.	Studiju kursa saturs	Kontaktstundu skaits un veids			
		Pilna laika studijas		Nepilna laika studijas	
		Lekcijas	Praktiskās nodarbības	Lekcijas	Praktiskās nodarbības
1	Tūrisma galamērķa definējums un mērogs. Latvijas tūrisma galamērķu hierarhija un tūrisma attīstības rādītāju salīdzinājums.	1	3	1	1
2	Tūrisma galamērķa pārvaldība: galvenās funkcijas, iesaistītās	1	3	1	1

	pusēs, gada cikls budžeta un rīcības akcentu sadalē.				
3	Galamērķa stratēģiskā plānošana. Saderība ar citu iesaistīto pušu attīstības plāniem.	1	3	1	1
4	Galamērķa tūrisma politikas noteikšana un īstenošana. Pašvaldības un plānošanas reģionu politiskais konteksts.	1	3	1	1
5	Tirgus inteligences izpratne (galamērķa attīstību raksturojošo datu vākšana un analīze, tirgus izpētes prasmes)	1	3	1	1
6	Zīmolvedība, vērtību iesaiste un stāstniecība. Rekreācijas un kopienu dzīves kvalitātes loma.	1	3	1	1
7	Līdzdalība tūrisma produktu izveidē un uzņēmējdarbības attīstības veicināšanā. Galamērķa līmeņa komplekso produktu izpausmes.	1	3	1	1
8	Digitalizācija un inovācija pārvaldībā. Apmācība un kapacitātes palielināšana.	1	3	1	1
9	Budžeta plānošana, finanšu resursu un investīciju piesaiste attīstībai. Krīžu vadība.	1	3	1	1
10	Pārdošanas veicināšana un tirgvedība. Integrētā mārketinga komunikācija.	1	3	1	1
11	Monitorings: attīstības rādītāju uzraudzība.	1	3	1	1

Studējošā patstāvīgais darbs

Nr. p. k	Patstāvīgā darba veids	Patstāvīgā darba uzdevumi
1	Tūrisma galamērķa pārvaldībā iesaistīto pušu kartēšana	Tūrisma galamērķa kā sistēmas izpratne, dažādu iesaistīto pušu ieinteresētības un ietekmes noteikšana. Mērķu salīdzināšana.
2	Tirgus inteligence: datu analīze	Dažādu attīstības raksturojošo rādītāju izvērtējums. Kopējo cēloņskaraību (ietekmējošo faktoru) analīze.
3	Stratēģiskās ceļakartes izveide	Galamērķa stratēģijas veidnes aizpildīšana. Tirgus datu un stratēģisko mērķu un sasniedzamo rādītāju un galveno rīcību loģikas izveide.
4	Integrētās mārketinga komunikācijas rīcību plāna izveide	Piemēra izveide vienai konkrētai tirgvedības kampaņai.

Studiju kursa metodes: lekcija, diskusijas, situāciju analīze, situāciju modelēšana, darbs ar attīstības dokumentiem. Inovatīvas līdzsieraistes metodes, izmantojot menti.com platformu, mobilo lietotņu darbības pārbaudi. ArcGIS datu platformas lietošana.

Prasības kursa apguvei: nodarbību apmeklējums (attaisnojošu iemeslu dēļ pieļaujama divu nodarbību tēmu izlaišana, taču tad ir vairāk pastāvīgā darba, paveicot tos uzdevumus, kas izpildīti uz vietas) un aktīvs darbs tajās, piedalīšanās diskusijās un praktiski-teorētisko darbu izstrādē, savlaicīga un kvalitatīva patstāvīgo darbu izpilde un prezentācija, sekmīga kontroldarbu izpilde. Noslēgumā sekmīga ieskaite.

Kumulatīvais vērtējums 10 ballu sistēmā:

1. gala pārbaudījums (eksāmens) – 40%.
2. Darbs nodarbībās – 60%, kas ietver:
 - individuāli sagatavots ziņojums – 10%;
 - komandā sagatavots ziņojums (sava daļa) – 10%;
 - dokumentu izstrāde - 10%;
 - situāciju analīze – 10%;
 - 1. kontroldarbs – 10%;
 - 2. kontroldarbs – 10%.

Noslēguma pārbaudījums: eksāmens

Plānotie studiju rezultāti

Studiju programmas studiju rezultāti	Studiju kursa plānotie studiju rezultāti studiju programmas studiju rezultātu sasniegšanai (studējošais kursa noslēgumā zina, prot, spēj)	Studiju rezultātu pārbaudes forma
<p>Z1 Izprot Latvijas un starptautiskās tūrisma nozares struktūru, tiesisko regulējumu, politikas plānošanas dokumentus un to nozīmi ilgtspējīga un eksportspējīga lauku tūrisma attīstībā.</p> <p>Z2 Pārzina lauku tūrisma koncepcijas, attīstības tendences un reģionālās specifikas, kā arī to ietekmi uz uzņēmējdarbības un pakalpojumu veidošanu lauku teritorijās.</p> <p>Z3 Apgūst zināšanas par digitālo un viedo tehnoloģiju lietojumu tūrisma nozarē, tostarp datu pārvaldībā, rezervēšanas sistēmās, mārketingā, maršrutu izstrādē un klientu apkalpošanā.</p> <p>Z4 Saprot uzņēmējdarbības, ekonomikas mārketinga principus, to pielietojur tūrisma produktu izstrādē, pozicionēšanā konkurētspējas paaugstināšanā lau reģionos.</p>	<p>Z1-Zina tūrisma galamērķa jēdzienu, tā pārvaldības principus un Latvijas tūrisma galamērķu hierarhiju.</p> <p>Z2-Zina tūrisma galamērķa stratēģiskās plānošanas un politikas veidošanas pamatprincipus, tostarp iesaistīto pušu lomu un sadarbības nepieciešamību.</p> <p>Z3-Zina datu analīzes, zīmolveidības, digitalizācijas un krīžu vadības pamatprincipus tūrisma galamērķa attīstībā.</p> <p>P1-Prot veikt galamērķa attīstības rādītāju salīdzinājumu, analizēt</p>	<p>Integrēta 4 praktiskajos darbos un gala pārbaudījumā, kas tiek vērtēts un 11 praktiskajos darbos nodarbību laikā, kam jābūt izpildītiem un ieskaitītiem.</p>

<p>P1 Prot izstrādāt inovatīvas tūrisma programmas un kompleksus produktu lauku teritorijām, pielietojot klientu segmentācijas, ceļojumu ģeogrāfijas, vietējās identitātes, resursu pārvaldības sezonāluma analīzes principus.</p> <p>P2 Prot izmantot viedās tehnoloģijas un digitālos rīkus (rezervēšanas sistēmas, datu bāzes u.c.) efektīvai pakalpojumu plānošanai, rezervēšanai un komunikācijai ar klientiem un sadarbības partneriem.</p> <p>P3 Prot analizēt pārdošanas un tirgus datus, formulēt atskaites un sagatavot datu interpretāciju pamatots priekšlikumus pakalpojumu uzlabošanai un stratēģiskajām izmaiņām.</p> <p>P4 Prot plānot un organizēt pasākumus seminārus, tikšanās, saietus u.c., veicinot sociālo funkciju un kopienas līdzdalību tūrisma vietās kā starppersoņiskas komunikācijas un sadarbības</p> <p>K1 Spēj patstāvīgi plānot un organizēt tūrisma pakalpojumu izveidi un ieviešanu, izvērtējot tirgus tendences, vietējo kopienu vajadzības, mērķauditorijas vajadzības un pieejamos resursus, sekmējot reģionālo attīstību un tūrisma eksportu.</p> <p>K2 Spēj kritiski izvērtēt un pielāgot tūrisma pakalpojumu konkurētspējai tirgū, savlaicīgi aktualizējot izmaiņas piedāvājumā, aprakstos, vizuālajos materiālos, cenās un informācijas kanālos.</p> <p>K3 Spēj profesionāli veikt tūrisma pakalpojumu rezervēšanu dažādās tiešsaistes un elektroniskās platformās, nodrošinot precīzu informācijas ievadi, vizuālo noformējumu un kvalitatīvu komunikāciju ar piegādātājiem un klientiem.</p> <p>K4 Spēj attīstīt un stiprināt galamērķa pievilcību un identitāti, veidojot zīmolvērtības stratēģijas un pasākumus norises vietas, kuras veicina kultūras apzināšanos, sabiedrības iesaisti emocionālu piesaisti vietai.</p>	<p>tirgus informāciju un interpretēt galvenos statistikas datus.</p> <p>P2-Prot plānot galamērķa tūrisma attīstības pasākumus, tostarp budžeta sadalījumu un rīcības ciklu, saskaņojot tos ar citu iesaistīto pušu plāniem.</p> <p>P3-Prot sagatavot priekšlikumus integrētai mārketinga komunikācijai un galamērķa zīmola attīstībai, izmantojot stāstniecību un vērtību iesaisti.</p> <p>K1-Spēj piedalīties tūrisma galamērķa stratēģiskās attīstības plānošanā, izvērtējot esošo situāciju un reģionālās attīstības prioritātes.</p> <p>K2-Spēj veicināt sadarbību ar vietējām kopienām un uzņēmējiem, iesaistoties kompleksu tūrisma produktu izstrādē un inovāciju ieviešanā.</p> <p>K3-Spēj piemērot ilgtspējīgas attīstības principus tūrisma galamērķa vadībā un sekot līdzi attīstības rezultātiem, izmantojot monitoringa rīkus.</p> <p>K4-Papildinoši tiek attīstīta kritiskā domāšana, cēloņsakarību analīze, radošums, finanšu pratība un vadības prasmes.</p>	
--	--	--

Studiju rezultātu vērtēšanas kritēriji, sasniegšanas pakāpes vērtēšana

Apguves līmenis	Balle	Skaidrojums
Ļoti augsts	10	Zināšanas, kas pārsniedz noslēguma darba prasības, liecina par patstāvīgiem pētījumiem, par problēmu dziļu izpratni
Ļoti augsts	9	Pilnā mērā atklāj jautājumu, uzrāda prasmi patstāvīgi spriest par jautājumā ietvertās problemātikas attīstību, pielietot iegūtās zināšanas praktiskajā analīzē
Augsts	8	Pilnā mērā atklāj jautājumu, taču reizēm trūkst dziļākas izpratnes un spējas zināšanas patstāvīgi piemērot jautājumā ietvertās problemātikas tālākās attīstības izvērtējumā
Augsts	7	Atklāj jautājuma būtību, taču vienlaikus konstatējami arī atsevišķi mazāk svarīgi trūkumi jautājuma pamatojumā
Vidējs	6	Atklāj jautājuma būtību, taču vienlaikus konstatējami kāda atsevišķa būtiska aspekta nepietiekoši dziļa izpratne
Vidējs	5	Visumā atklāj jautājuma būtību, kaut arī konstatējama nepietiekami dziļa izpratne problemātikā, neskaidrības personiskā viedokļa formulējumā
Vidējs	4	Kopumā apgūts kurss, tomēr konstatējama nepietiekama dažu pamatkonceptu izpratne, ir ievērojamas grūtības iegūto zināšanu praktiskā izmantošanā

Studiju kursa pamatliteratūra

1. World Tourism Organization. (2007). A Practical Guide to Tourism Destination Management , UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284412433>
2. World Tourism Organization. (2019). UN WTO Guidelines for Institutional Strengthening of Destination Management Organizations (DMOs) Preparing DMOs for new challenges.
3. Klepers, A. (2018). Tūrisma galamērķu pārvaldības problēmas Latvijā. *Folia Geographica*, 16, 46–54.

Studiju kursa papildus literatūra

1. Reinhold, S., Beritelli, P., Fyall, A., Choi, H.-S. C., Laesser, C. & Joppe, M. (2023). State-of-the-Art Review on Destination Marketing and Destination Management. *Tourism and Hospitality*, 4(4), pp. 584–603.
2. Reinhold, S. (2023). The 2022 Consensus on Advances in Destination Management.
3. Vaz, R., de Carvalho, J. V., Teixeira, S. F., et al. (2025). Smart tourism destination advances through qualitative research and further research avenues: a systematic literature review. *Discover Sustainability*, 6, art. no. 682.
4. Huang, G. Q. I., Karl, M., Wong, I. & Law, R. (2023). Tourism destination research from 2000 to 2020: an overview.
5. Zekan, B. (2022). Regional sustainability and tourism carrying capacities.
6. González-Rodríguez, M. R., et al. (2023). Tourist destination competitiveness: An international analysis.
7. Naipaul, S. (2009). Regional destination marketing.
8. Streimikiene, D., et al. (2020). Sustainable tourism development and competitiveness.
9. Butler, R. W. (2008). The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources. *The Canadian Geographer*.
10. Tūrisms Latvijā cauri gadsimtiem” (2021), izdevumi — Biznesa augstskola Turība un Latvijas Investīciju un attīstības aģentūra.

