

MĀKSLĪGAIS INTELEKTS UN DIGITĀLĀ TRANSFORMĀCIJA: INOVĀCIJAS, IESPĒJAS UN ĒTISKIE IZAICINĀJUMI



STUDENTU ZINĀTNISKĀ DARBA NOFORMĒŠANAS PRASĪBAS

Tēma (14 pt, Bold, All Caps, Centerd, latviešu un angļu valodā, nedrīkst būt garāks par divām rindkopām)

Vārds Uzvārds (12 pt, Bold, Centred), Studiju programma, grupa, e-pasts (12 pt., Centred),

Abstract: (angļu valodā, 12 pt, *Italic, Justify*: no labās un kreisās malas 1 cm, apmēram 1000 zīmes)
Kopsavilkums par zinātnisko pētījumu, kas sevī iekļauj: mērķi, uzdevumus, pētījumu metodes un galveno rezultātu. Kopsavilkums sastāv no ne vairāk kā 100 vārdiem un tik veidots angļu valodā.

Atslēgas vārdi: No 3 līdz 5

Ievads (12 pt, Bold, Centred)

(Iesākot 1 cm no kreisās malas, 12 pt, Normal, Justify, Times New Roman, vienā kolonā) Ievads sevī ietver: tēmas aktualitāti, hipotēzi vai pētījuma jautājumu, mērķi, uzdevumus, pamatotas pētījuma metodes, pētījuma periodu, pētījuma ierobežojumus un metodoloģiju.

1. Teorētiskā daļa (12 pt, Bold, Centred)

(Iesākot 1 cm no kreisās malas, 12 pt, Normal, Justify, Times New Roman, vienā kolonā) Vismaz 2 jaunākās mācību grāmatas un 3 jaunāko zinātnisko publikāciju 1. mācību gadā (attiecīgi 3 un 7 – otrajā mācību gadā; 5 un 10 – trešajā mācību gadā) izmantošana teorētiskajam pamatojumam par pētāmo tēmu.

2. Situācijas analīze (12 pt, Bold, Centred)

(Iesākot 1 cm no kreisās malas, 12 pt, Normal, Justify, Times New Roman, vienā kolonā) Nozares vai tirgus situācijas apskats par pēdējo 3 līdz 5 gadu periodu.

3. Pētījuma daļa (12 pt, Bold, Centred)

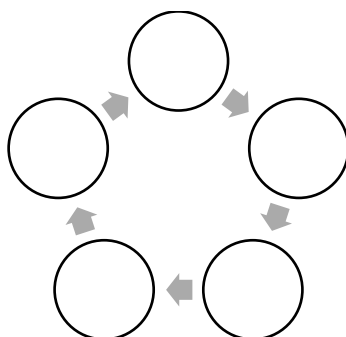
(Iesākot 1 cm no kreisās malas, 12 pt, Normal, Justify, Times New Roman, vienā kolonā) Primāri veikts lauku pētījums par izvēlēto tēmu.

Tabulu un attēlu noformēšana

1.tab.

Tabulas nosaukums (12 pt, Bold, Centred)

--	--	--	--



1.att. Attēla nosaukums (12 pt, Bold, Centred)

Secinājumi un priekšlikumi (12 pt, Bold, Centred)

- 1.
- 2.
- utt.

Izmantotā literatūra un avoti (piemērs) (12 pt, Bold, Centred)

(Alfabēta secībā pēc autora uzvārda sākot ar latīņu alfabēta uzvārdiem, tad kirilicas norādot izdošanas gadu, nosaukumu, izdevniecību un lappušu skaitu, interneta resursiem iegūšanas laiku un pilnu tiešsaisti; 10 pt, Normal, Justify).

1. Best, R. (2005). Market based management. 4th ed., Prentice Hall.
2. Butcher, S., Stephan, A. (2002). Customer Clubs on Loyalty Programms. Abingdon, Oxsn, GBR: Gower Publishing Limited.
3. Kotler, P., Keller, K.L. (2006). Marketing anagement. 12th.ed., Prentice Hall, p.196-197.
4. Ozols, Ģ., (2015) Iegūts 14.01/2016. <http://www.ozols.lv/risinajumi/mazumtirdznieciba>
5. TNS Latvija mājas lapa (2013), Iegūts 11.10.2015. http://www.tns.lv/newsletters/2012/35/?category=tns35&id=mr_d_lojalitates_kartes.
6. Райхельд, Ф., Тил, Т.(2005). Эффект лояльности: движущие силы экономического роста, прибыли и непреходящей ценности. ISBN 5-8459-0850-7 : Пер. с англ. — М.: Издательский дом "Вильямс", 384 с.

- Raksta apjoms: 7 – 10 lpp. (29000 zīmes) kopā ar Izmantotās literatūras un avotu sarakstu.
- Lapu iestatījums: 3 cm no kreisās malas, 2 cm no labās malas, augšas, apakšas.
- Tekstam jābūt ar vienādu rindstarpu intervālu.
- Atsauci tekstā liek – iekavās Uzvārds, gads: lpp, piemēram (Kolers, 2006: 248), Ja ir divi autori pa vidu uzvārdiem liek & (Kotler & Keller, 2007: 118), ja trīs un vairāk, raksta vienu uzvārdu un u.c. (Kotler u.c., 2008:18). Interneta atsauci bez autora veido no publikācijas nosaukuma vai mājas lapas nosaukuma un gada (bez gada atsauci norāda – b.g.).