**Zinātniskā darba noformēšana**

**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 jautājumus 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.

1. **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.

1. **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 Loyality 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.).