

Eiropas Sociālā fonda projekts "Nozaru kvalifikācijas sistēmas izveide un profesionālās izglītības efektivitātes un kvalitātes paaugstināšana"  
 (vienošanās Nr.2010/0274/1DP/1.2.1.1.1/10/IPIA/VIAA/001)

**Profesionālā kvalifikācija**  
**"Reklāmas pakalpojumu komercdarbinieks"**  
**3. profesionālās kvalifikācijas līmenis**

**PĀRBAUDĪJUMA PROGRAMMA**

**Pārbaudījuma mērķis**

Pārbaudīt un novērtēt eksaminējamā profesionālās kompetences profesionālajā kvalifikācijā "Reklāmas pakalpojumu komercdarbinieks" atbilstoši profesijas standarta prasībām.

**Pārbaudījuma adresāts**

Izglītojamais profesionālās izglītības programmas noslēgumā vai persona, kura vēlas, lai novērtē tās ārpus formālās izglītības sistēmas apgūto profesionālo kompetenci.

**Pārbaudījuma darba uzbūve**

Pārbaudījumu veido komplekss uzdevums, kurā pārbauda pārbaudījuma adresāta (turpmāk tekstā "eksaminējamais") zināšanas ar mutiskiem jautājumiem un profesionālās kompetences pārbauda ar praktiskiem uzdevumiem, kas atbilst profesijas standarta prasībām.

Mutisko jautājumu apjoms ir 8 % jeb 16 punkti no kopējā maksimāli iegūstamā punktu skaita.

Profesionālās kvalifikācijas pārbaudījuma mutisko jautājumu saturu veido atbilstoši profesijas standartā norādītajām zināšanu grupām.

Pārbaudījuma kopējais izpildes laiks ir 325 minūtes.

**Pārbaudījuma saturs un iegūstamo punktu sadalījums**

Nr. p.k.	Pārbaudāmās profesionālās kompetences (t.sk. zināšanu, prasmju un attieksmes kopums)	Maksimāli iegūstamais punktu skaits
1.	Spēja pētīt tirgu (pētījuma process un metodes, statistika, datorprasmes).	50
2.	Spēja aprēķināt un analizēt, tas ir – esošās situācijas finanšu analīze (finanses, lietišķie aprēķini, kalkulācijas, datorprasmes).	50
3.	Spēja piedāvāt radošus risinājumus uzņēmuma/produkta attīstībai (tirgzinības, komercdarbības organizācija, darbības novērtēšanas un lēmuma pieņemšanas atbalsta metodes).	50
4.	Spēja pārdot produktu (prezentācija, komunikācija).	50
	<b>Kopā:</b>	200

Eksaminējamais ierodas uz pārbaudījumu ar iepriekš sagatavotu un noformētu darbu mapi (uzņēmuma darbības analīzi) izdrukas formā.

Darbu mapes sadaļas:

1. Uzņēmuma apraksts.
2. Pētījumi.
3. Analīze.
4. Iepirkšana un pārdošana.
5. Tirgzinības.
6. Komunikācija un datu bāzes sistēma.
7. Plānošana (risinājumi, uzņēmuma darbība, pasākumu plānošana, utt.).
8. Pašvērtējums.

Eksaminējamais komisijas klātbūtnē saņem praktiski veicamu Reklāmas pakalpojumu komercdarbinieka kvalifikācijai atbilstošu uzdevumu: "Izveidot reklāmas kampaņu uzņēmuma produkta virzīšanai tirgū". Uzdevuma izpilde notiek kā viens kompleksi veikts pārbaudījuma darbs, kurā ietvertas visas "Pārbaudījuma satura un iegūstamo punktu sadalījuma matricā" iekļautās sadaļas. Mutiskos (teorētisko zināšanu pārbaudes) jautājumus komisija uzdod kā intervijas jautājumus, pārbaudot eksaminējamā zināšanas par matricas 1.-4.sadaļā ietvertajām tēmām un atbilstoši eksaminējamā sagatavotās prezentācijas saturam.

Uzdevuma izpildei drīkst izmantot interneta resursus, darba mapes resursus, bibliogrāfiskus avotus.

Pārbaudījums tiek veikts darba intervijas formā. Eksaminējamajam piemēro darba ņēmēja lomu. Komisijai piemēro darba devēja lomu.

Pārbaudījums tiek organizēts divās daļās:

1. daļa.

Uzdevuma izpilde un prezentācijas sagatavošana. Uzdevuma izpilde un prezentācijas sagatavošana notiek atsevišķā, uzdevuma izpildei atbilstoši iekārtotā telpā. Visi eksaminējamie nodod izpildītos darbus komisijai. Uzdevuma izpildes laiks – 300 min., ar iespējamu 10 minūšu pārtraukumu.

2. daļa.

Prezentēšana, atbildes uz mutiskiem jautājumiem – individuāli, katram eksaminējamajam maksimums 15 minūtes prezentēšanai, izsmeltoši izskaidrojot uzdevuma izpildes soļus. Atbildes uz izvērstiem jautājumiem 10 minūtes. Pēc komisijas pieprasījuma uzrāda darbu mapi.

### **Pārbaudījuma norisei nepieciešamais aprīkojums, palīglīdzekļi un telpas**

Pārbaudījuma norisei nepieciešams: zila vai melna pildspalva, projektors ar ekrānu, printeris, katram eksaminējamajam – darba vieta ar datoru, interneta pieslēgumu un uzdevuma veikšanai nepieciešamajām lietojumprogrammām, papīrs (A4 formāts), kalkulatori, citi palīglīdzekļi pārbaudījuma veikšanai, atbilstoši uzdevumu specifikai.)

Telpas un to aprīkojums atbilst darba drošības prasībām, tehnoloģiskās iekārtas ir darba kārtībā.

### **Pārbaudījuma vērtēšanas kārtība**

Pārbaudījuma darbus vērtē eksaminācijas komisija. Pārbaudījumā veiktos uzdevumus vērtē atbilstoši eksaminācijas institūcijas izstrādātajiem vērtēšanas kritērijiem.

Pārbaudījumā iegūtais kopējais punktu skaits nosaka vērtējumu ballēs pēc šādas skalas:

<b>Vērtējums ballēs</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
<b>Iegūto punktu skaits</b>	1– 40	41 – 81	82 – 104	105 – 119	120 – 130	131– 145	146 – 163	164 – 179	180– 189	190– 200

Pārbaudījums ir nokārtots, ja vērtējums ir ne zemāks par 5 ballēm (viduvēji).

Eiropas Sociālā fonda projekts "Nozaru kvalifikācijas sistēmas izveide un profesionālās izglītības efektivitātes un kvalitātes paaugstināšana"  
(vienošanās Nr.2010/0274/1DP/1.2.1.1.1/10/IPIA/VIAA/001)

## **Profesionālās kvalifikācijas "Reklāmas pakalpojumu komercdarbinieks" alternatīvās mācību rezultātu novērtēšanas formas izvēles pamatojums**

**Profesionālā kvalifikācija:** Reklāmas pakalpojumu komercdarbinieks.

**Izvēlētā alternatīvā mācību rezultātu novērtēšanas forma:**

Kombinēts, ar situācijas analīzi saistīts pārbaudījums.

**Izvēlētās novērtēšanas formas priekšrocības:**

1. Parāda profesionālajai kvalifikācijai būtiskās kompetences un prasmes.
2. Simulē reālās darba situācijas.
3. Var novērtēt gan procesu, gan rezultātu.
4. Var novērtēt attieksmi.
5. Var novērtēt informācijas ieguves prasmes.
6. Pārbauda komunikācijas prasmes.
7. Pašnovērtējums.
8. Var pielietot neformālās izglītības atzīšanai.
9. Pieejami materiāli, palīg līdzekļi, lai sagatavotu eksāmenu.
10. Pārbaudījuma formu varēs īstenot visās skolās.

**Izvēlētās novērtēšanas formas trūkumi:**

1. Darbu mapes sagatavošanas kvalitāte.
2. Darba devējs neļauj iekļaut darbu mapē informāciju, ko uzskata par komercnoslēpumu.
3. Vērtējumu var pasliktināt eksaminējamā individuālas mutiskās komunikācijas īpatnības.
4. Iespējama daļēja novērtēšanas subjektivitāte (novērs ar precīzi definētiem vērtēšanas kritērijiem).

**Informācijas avoti:**

Geidžs, N.L., Berliners D.C. Pedagoģijas psiholoģija. – Zvaigzne ABC, 1998.

Autoru kolektīvs. Pedagoģijas terminu skaidrojošā vārdnīca. – Zvaigzne ABC, 2000.

Vispārējās izglītības likums.

ESF Nacionālās programmas projekta metodiskais materiāls. Profesionālās kvalifikācijas eksāmenu satura izstrādes metodika.

**Darba grupas dalībnieki:**

Darba grupas vadītājs: Zaiga Finka

Nozares pārstāvis: Uldis Vērsis

Profesionālās izglītības pedagogi: Indra Ruperte  
Inguna Antona  
Tatjana Džugleja

Eiropas Sociālā fonda projekts "Nozaru kvalifikācijas sistēmas izveide un profesionālās izglītības efektivitātes un kvalitātes paaugstināšana"  
(vienošanās Nr.2010/0274/1DP/1.2.1.1.1/10/IPIA/VIAA/001)

## **ALTERNATĪVAS MĀCĪBU REZULTĀTU NOVĒRTĒŠANAS FORMAS PĀRBAUDĪJUMA DARBA UZDEVUMS KVALIFIKĀCIJAI "REKLĀMAS PAKALPOJUMU KOMERCDARBINIEKS"**

### **1.komplekts**

**Pārbaudījuma darba komplekss uzdevums<sup>1</sup>:**

#### **1. daļa.**

**1. Izstrādāt reklāmas risinājumu priekšlikumus uzņēmuma produkta virzīšanai tirgū, atbilstoši uzņēmuma mērķiem, uzņēmuma produktam, reklāmas konkrētam mērķim un reklāmas mērķauditorijai:**

1.1. Īsi raksturot uzņēmuma produktu piecos līmeņos un tā dzīves cikla stadiju, produkta mērķa tirgu, uzņēmuma mērķus atbilstoši tā produktam.

1.2. Noteikt reklāmas mērķauditoriju un definēt reklāmas konkrēto mērķi, ja izstrādājamās reklāmas vispārīgais mērķis ir **informēt**, argumentēt izvēli.

1.3. Veikt reklāmas tirgus īsu analīzi/apskatu, pielietojot statistikas metodes.

1.4. Pamatojoties uz veikto reklāmas tirgus analīzi, noteikt trīs piemērotākos reklāmas izplatīšanas paņēmienus (*Masu informācijas sistēmas (MIS) prioritārās kategorijas*), argumentēt izvēli.

1.5. Noteikt efektivitātes rādītāju optimālās vērtības (*TRP, Coverage, Frequency, u.c.*), argumentēt izvēli.

1.6. Izstrādāt priekšlikumu reklāmas ziņojumam atbilstoši izvēlētiem reklāmas izplatīšanas paņēmieniem – sludinājuma tekstu, plakāta skici/maketu, radio reklāmas tekstu un scenāriju vai reklāmas rullīša scenāriju u.tml., raksturot izmantotos reklāmas līdzekļus — informācijas izpausmes veidus (*Grafiskos, informācijas, vizuālos, tēlainos, dekoratīvos, priekšmetiskos, akustiskos, ožas-garšas, kombinētos, izgatavošanas tehniku, u.c.*), argumentēt izvēli.

1.7. Sastādīt reklāmas risinājumu laika plānojumu, argumentēt izvēli.

1.8. Noteikt priekšlikuma ieviešanas aptuvenās izmaksas – budžetu (*Budget*) un komunikācijas efektivitāti (*CPT – cost per thousand*), argumentēt izvēli.

1.9. Raksturot reklāmas piedāvājuma efektivitātes novērtēšanas iespējas.

1.10. Sagatavot piedāvājuma prezentāciju.

#### **2. daļa.**

1. Prezentēt izstrādātos priekšlikumus.

2. Atbildēt uz eksaminācijas komisijas četriem atvērtajiem jautājumiem no šādām jautājumu tēmām, kas saistītas ar izstrādātajiem reklāmas risinājumu priekšlikumiem uzņēmuma produkta virzīšanai tirgū.

#### **Darba intervijas jautājumu tēmas:**

1.1. Tirgus pētījuma process un metodes, datu apstrāde un analīze, statistiskās analīzes metodes, datu vizualizācija, lietojumprogrammu pielietošanas iespējas.

---

<sup>1</sup> Uzdevums veicams, pamatojoties uz uzņēmumā veidoto darbu mapi, interneta resursiem un bibliogrāfiskiem avotiem.

- 1.2. Reklāmas nesēju un līdzekļu izvēle un raksturojums.
- 1.3. Reklāmas izmaksu aprēķināšana un analizēšana, laika izvēle, budžeta veidošana, lietojumprogrammu pielietošanas iespējas.
- 1.4. Radošu risinājumus piedāvāšana uzņēmuma/produkta attīstībai, tirgzinību, komercdarbības organizācijas un darbības novērtēšanas jomās.
- 1.5. Produkta pārdošana un prezentēšana komercdarbībā.

## Vērtēšanas kritēriji

Pārbaudāmās prasmes un profesionālās kompetences	%	Maksimāli iegūstamie punkti	Uzdevuma izpildes kvalitātes kritērija apraksts	Maksimāli piešķiramo punktu sadalījums
<b>1. Spēja pētīt tirgu (pētījuma process un metodes, statistika, datorprasmes):</b>	<b>23%</b>	<b>46</b>		
1.1. Lietojumprogrammu funkciju pielietošana.	15%	6	Aprēķiniem, vizualizācijai un aprakstiem izmanto visas nosauktās lietojumprogrammu iespējas – formulas, grafikus, tekstu formatēšanu.	6
			Aprēķiniem, vizualizācijai un aprakstiem izmanto divas no lietojumprogrammu iespējām – formulas, grafikus, tekstu formatēšanu.	4
			Aprēķiniem, vizualizācijai un aprakstiem izmanto vienu no lietojumprogrammu iespējām – formulas, grafikus, tekstu formatēšanu.	2
1.2. Izvēlas datu avotus un pētījuma metodes atbilstoši pētījuma mērķim.	15%	7	Gan izvēlētās datu avotu, gan izvēlētās pētījuma metodes pilnībā atbilst pētījuma mērķim.	7
			Izvēlētās datu avotu un/ vai izvēlētās pētījuma metodes daļēji atbilst pētījuma mērķim.	3
1.3. Statistikas metožu izmantošana datu analīzē.	25%	12	Datu analīzē piemēro kā minimumu trīs dažādas statistikas metodes.	12
			Datu analīzē piemēro divas dažādas statistikas metodes.	8
			Datu analīzē piemēro vienu statistikas metodi.	4
1.4. Iegūto pētījuma datu vizualizēšana.	15%	7	Ir virsraksts, kura informācija sniedz atbildes uz jautājumiem <i>KAS?</i> , <i>KUR?</i> , <i>KAD?</i> , ir pievienotas datu etiķetes ar kategoriju nosaukumiem un vērtībām vai atbilstošiem skaidrojumiem, attēls ir pārskatāms un vizuāli viegli uztverams (izmērs un proporcijas).	7
			Ir virsraksts, kura informācija sniedz atbildes uz jautājumiem <i>KAS?</i> , <i>KUR?</i> , <i>KAD?</i> , nav pievienotas datu etiķetes, attēls ir pārskatāms un vizuāli viegli uztverams (izmērs un proporcijas).	5

			Ir virsraksts, bet informācija nesniedz atbildes uz jautājumiem <i>KAS?</i> , <i>KUR?</i> , <i>KAD?</i> , nav pievienotas datu etiķetes, attēls nav pārskatāms un vizuāli viegli uztverams (izmērs un proporcijas).	2
1.6. Iegūto pētījuma datu interpretēšana.	30%	14	Izskaidro, pārliecinoši argumentē savu viedokli.	14
			Izskaidro, argumenti daļēji pārliecinoši.	7
			Skaidrojums formāls, bez argumentācijas.	3
<b>2. Spēja aprēķināt un analizēt, tas ir – esošās situācijas finanšu analīze (finanses, lietīšķie aprēķini, kalkulācijas, datorprasmes):</b>	<b>23%</b>	<b>46</b>		
2.1. Lietojumprogrammu funkciju pielietošana.	10%	5	Aprēķiniem, vizualizācijai un aprakstiem izmanto visas nosauktās lietojumprogrammu iespējas – formulas, grafikus, tekstu formatēšanu.	5
			Aprēķiniem, vizualizācijai un aprakstiem izmanto divas no lietojumprogrammu iespējām – formulas, grafikus, tekstu formatēšanu.	3
			Aprēķiniem, vizualizācijai un aprakstiem izmanto vienu no lietojumprogrammu iespējām – formulas, grafikus, tekstu formatēšanu.	1
2.2. Budžeta izstrādāšana.	20%	9	Ieteicamā pasākuma budžets izstrādāts ar izpratni par saimnieciskās darbības procesiem un to savstarpējo saistību.	9
			Ieteicamā pasākuma budžets izstrādāts ar daļēju izpratni par saimnieciskās darbības procesiem.	4
2.3. Specifisko aprēķinu pielietošana.	50%	23	Aprēķinos ir izmantoti kā minimums četri dažādi, nozares specifikai atbilstoši finanšu un/ vai ekonomiskās darbības rādītāji, kas nepieciešami izvirzītā mērķa ekonomiskajam pamatojumam.	23
			Aprēķinos ir izmantoti trīs dažādi, nozares specifikai atbilstoši finanšu un/ vai ekonomiskās darbības rādītāji, kas nepieciešami izvirzītā mērķa ekonomiskajam pamatojumam.	17



			Aprēķinos ir izmantoti divi dažādi, nozares specifikai atbilstoši finanšu un/ vai ekonomiskās darbības rādītāji, kas nepieciešami izvīzītā mērķa ekonomiskajam pamatojumam.	11
			Aprēķinos ir izmantots viens nozares specifikai atbilstošs finanšu un/ vai ekonomiskās darbības rādītājs, kas nepieciešams izvīzītā mērķa ekonomiskajam pamatojumam.	5
2.4. Aprēķināto finanšu rādītāju interpretēšana.	20%	9	Izskaidro, pārliecinoši argumentē viedokli.	9
			Skaidrojums formāls, argumenti daļēji pārliecinoši.	4
<b>3. Spēja piedāvāt radošus risinājumus uzņēmuma/produkta attīstībai (tirgzinības, komercdarbības organizācija, darbības novērtēšanas un lēmuma pieņemšanas atbalsta metodes):</b>	<b>23%</b>	<b>46</b>		
3.1. Lietojumprogrammu funkciju pielietošana.	11%	5	Aprēķiniem, vizualizācijai un aprakstiem izmanto visas nosauktās lietojumprogrammu iespējas – formulas, grafikus, tekstu formatēšanu.	5
			Aprēķiniem, vizualizācijai un aprakstiem izmanto divas no lietojumprogrammu iespējām – formulas, grafikus, tekstu formatēšanu.	3
			Aprēķiniem, vizualizācijai un aprakstiem izmanto vienu no lietojumprogrammu iespējām – formulas, grafikus, tekstu formatēšanu.	1
3.2. Piedāvāto risinājumu īstenošanas pasākumu izstrādāšana.	30%	14	Izvēlēti virzīšanas pasākumi, kas atbilst uzņēmuma mērķiem, izvēlētai mērķauditorijai un produktam, definēts izvēlēta pasākuma mērķis. Nosaukti atbilstoši virzīšanas pasākuma līdzekļi, izskatīšanas veidi un mērķauditorijas sasniegšanas veids/ vieta.	14
			Izvēlēti virzīšanas pasākumi, kas atbilst uzņēmuma mērķiem, izvēlētai mērķauditorijai un produktam, definēts izvēlēta pasākuma mērķis.	9

			Izvēlēti virzīšanas pasākumi, kas daļēji atbilst uzņēmuma mērķiem, izvēlētai mērķauditorijai un produktam, definēts izvēlēta pasākuma mērķis.	4
3.3. Inovatīvu risinājumu piedāvāšana.	9%	4	Piedāvā inovatīvus risinājumus.	4
3.4. Piedāvāto risinājumu argumentēšana.	20%	9	Pamato izvēli, piedāvātos risinājumus argumentē ar atbilstošiem faktiem.	9
			Izvēles pamatojums formāls, piedāvātos risinājumus argumentē ar daļēji atbilstošiem faktiem.	4
3.5. Piedāvāto risinājumu efektivitātes novērtēšanas metožu pielietošana.	30%	14	Ieguldījumi un ieguvumi ir salīdzināti, ir izmantotas kā minimums divas efektivitātes novērtēšanas metodes.	14
			Ieguldījumi un ieguvumi ir salīdzināti, ir izmantota viena efektivitātes novērtēšanas metode.	7
<b>4. Spēja pārdot produktu (veidot un uzturēt komunikāciju ar klientiem, veidot atgriezenisko saiti):</b>	<b>23%</b>	<b>46</b>		
4.1. Lietojumprogrammu funkciju pielietošana.	11%	5	Pārdomāta, rūpīgi sagatavota prezentācija, prasmīgi izmantojot modernās tehnoloģijas.	5
			Maz pārdomāta, virspusēji sagatavota prezentācija, daļēji izmantojot modernās tehnoloģijas.	2
4.2. Uzstāšanās prasme.	15%	7	Izteiksmīga, skaidra, pārliecinoša valoda, nodibina kontaktu ar klausītājiem, spēj noturēt klausītāju uzmanību, runa ir loģiska.	7
			Monotona, nepārliecinoša valoda, runa ir loģiska.	3
4.3. Atbildēšana uz jautājumiem.	20%	9	Demonstrē erudīciju komercdarbības jomā, spēj koncentrēties, loģiski atbild uz jautājumiem, argumentē savu viedokli, elastīgi reaģē situācijā.	9
			Demonstrē pamatzināšanas komercdarbības jomā, spēj koncentrēties, savu viedokli argumentē daļēji.	4

4.4. Vizuālā tēla veidošana.	10%	5	Apģērbs, stāja, uzvedība pilnībā atbilst komercdarbinieka etiķetei atbilstošajā komercdarbības nozarē.	5
			Brīvā stila apģērbs un stāja, uzvedība atbilst komercdarbinieka etiķetei atbilstošajā komercdarbības nozarē.	2
4.5. Radošas pieejas izmantošana.	20%	9	Prezentācija veidota funkcionāli atbilstoši, izmantojot radošu pieeju (izmantots nestandarta risinājums, t.i., prezentācijas idejas bagātinātas ar detaļām, izmantota neparasta vizualizācija – jebkura vizuāla perspektīva, kas atšķiras no statiska, taisnvirziena skatu punkta).	9
4.6. Prezentācijas satura loģiska veidošana.	24%	11	Saturs atbilst uzdevumam, prezentācijas daļas veidotas loģiskā secībā, pietiekami daudz uzmanības ir veltīts katrai uzdevuma daļai. Ir ietvertas visas nepieciešamās prezentācijas sadaļas, tai skaitā atsauces uz avotiem.	11
			Saturs atbilst uzdevumam, prezentācijas daļas veidotas loģiskā secībā, neproporcionāli sadalīta uzmanība starp uzdevuma daļām. Ir ietvertas visas nepieciešamās prezentācijas sadaļas, iztrūkst atsauces uz avotiem.	7
			Saturs atbilst uzdevumam, prezentācijas daļas veidotas neloģiskā secībā. Ir daļēji ietvertas nepieciešamās prezentācijas sadaļas.	3
<b>5. Atbildēšana uz darba intervijas jautājumiem</b>	<b>8%</b>	<b>16</b>		
5.1. Atbildēšana uz pirmo darba intervijas jautājumu.		4	Pārliciecināši, argumentēti un atbilstoši izvirzītajam uzdevumam atbildēts jautājums, pamatots savs viedoklis.	4
			Daļēji atbildēts jautājums, vāja argumentācija, atbilde daļēji atbilst izvirzītajam uzdevumam.	3
			Daļēji atbildēts jautājums, bez argumentācijas, atbilde daļēji atbilst izvirzītajam uzdevumam.	2
			Vāji, nepārliciecināši atbildēts jautājums, vāja argumentācija, atbilde neatbilst izvirzītajam uzdevumam.	1

5.2. Atbildēšana uz otro darba intervijas jautājumu.	4	Pārliciecināši, argumentēti un atbilstoši izvirzītajam uzdevumam atbildēts jautājums, pamatots savs viedoklis.	4
		Daļēji atbildēts jautājums, vāja argumentācija, atbilde daļēji atbilst izvirzītajam uzdevumam.	3
		Daļēji atbildēts jautājums, bez argumentācijas, atbilde daļēji atbilst izvirzītajam uzdevumam.	2
		Vāji, nepārliciecināši atbildēts jautājums, vāja argumentācija, atbilde neatbilst izvirzītajam uzdevumam.	1
5.3. Atbildēšana uz trešo darba intervijas jautājumu.	4	Pārliciecināši, argumentēti un atbilstoši izvirzītajam uzdevumam atbildēts jautājums, pamatots savs viedoklis.	4
		Daļēji atbildēts jautājums, vāja argumentācija, atbilde daļēji atbilst izvirzītajam uzdevumam.	3
		Daļēji atbildēts jautājums, bez argumentācijas, atbilde daļēji atbilst izvirzītajam uzdevumam.	2
		Vāji, nepārliciecināši atbildēts jautājums, vāja argumentācija, atbilde neatbilst izvirzītajam uzdevumam.	1
5.4. Atbildēšana uz ceturto darba intervijas jautājumu.	4	Pārliciecināši, argumentēti un atbilstoši izvirzītajam uzdevumam atbildēts jautājums, pamatots savs viedoklis.	4
		Daļēji atbildēts jautājums, vāja argumentācija, atbilde daļēji atbilst izvirzītajam uzdevumam.	3
		Daļēji atbildēts jautājums, bez argumentācijas, atbilde daļēji atbilst izvirzītajam uzdevumam.	2
		Vāji, nepārliciecināši atbildēts jautājums, vāja argumentācija, atbilde neatbilst izvirzītajam uzdevumam.	1