

REKLĀMAS VADĪTĀJA PROFESIJAS STANDARTS

1. Profesijas nosaukums, kvalifikācijas līmenis	
<i>Reklāmas vadītājs</i>	<i>Piektais</i> profesionālās kvalifikācijas līmenis (5. PKL) (atbilst <i>sestajam</i> Latvijas kvalifikāciju ietvarstruktūras līmenim (6. LKI))
2. Profesionālās kvalifikācijas prasības	
Profesijas specializācijas: <i>Nav.</i>	
Saistītās profesijas, kvalifikācijas līmenis: <i>Nav.</i>	
3. Profesionālās darbības pamatuzdevumu un pienākumu kopsavilkums	
<p>Reklāmas vadītājs plāno, organizē un vada uzņēmuma reklāmas komunikāciju. Izstrādā un īsteno reklāmas stratēģiju, vada reklāmas komunikācijas stratēģijas radošā koncepta izstrādes procesu, plāno, vada un koordinē reklāmas kampaņas medijos un citos komunikācijas kanālos. Iesaistās dažādu vizuālo, video, audio un citu reklāmas materiālu izstrādes procesā, piesaistot papildus nepieciešamos resursus. Veic zīmola un auditorijas izpēti, nosakot reklāmas mērķauditorijas. Veic konkurentu zīmolu un to reklāmas komunikācijas izpēti un analīzi. Piedalās uzņēmuma zīmola pozicionējuma izstrādē, identitātes veidošanā un uzturēšanā. Izstrādā reklāmas komunikāciju atbilstoši zīmola pozicionējumam, identitātei un zīmola komunikācijas stratēģijai. Nosaka reklāmas mērķus un vēstījumus, atlasa piemērotākos komunikācijas kanālus un laika periodus. Pārziņa mediju un komunikācijas kanālu funkcijas un īpatnības, veic efektīvāko kanālu izvēli atbilstoši reklāmas komunikācijas stratēģijai. Plāno reklāmas budžetu, veido reklāmas kampaņas plānu, izstrādā mediju plānu. Pērk mediju reklāmas vietas atbilstoši plānam, kontrolē reklāmas kampaņas izpildi un novērtē tās efektivitāti. Plāno un saskaņo savu darbu ar citiem kolēģiem, spēj strādāt komandā, vada padotībā esošo reklāmas speciālistu vai komandas darbu.</p> <p>Reklāmas vadītājs strādā reklāmas vai mediju aģentūrās, vai medijos, vai citos uzņēmumos, kuros nepieciešama reklāmas komunikācija, vai kā pašnodarbināta persona, vai kā individuālais komersants.</p> <p>Reklāmas vadītāja pienākumi un uzdevumi:</p> <p>3.1. Reklāmas projekta/kampaņas vadīšana:</p> <ul style="list-style-type: none">- precizēt reklāmas projekta/kampaņas uzdevumu ar uzņēmuma vadību un pasūtītāju;- apzināt nepieciešamos reklāmas projekta/kampaņas resursus un komandu reklāmas projekta izpildei;- izstrādāt reklāmas projekta/kampaņas laika plānu un budžetu un saskaņot to ar uzņēmuma vadību un pasūtītāju;	

- deleģēt reklāmas projekta/kampaņas uzdevumu reklāmas projekta/kampaņas komandai, uzraudzīt to izpildes kvalitāti, termiņus un budžetu;
- apkopot un analizēt reklāmas projekta/kampaņas rezultātus, un pārrunāt tos ar reklāmas projekta/kampaņas komandu, uzņēmuma vadību un pasūtītāju;
- kārtot reklāmas projekta/kampaņas lietvedību;
- veidot prezentācijas par reklāmas projektu/kampaņu;
- organizēt reklāmas projektu pārdošanu.

3.2. Zīmola tirgus kategorijas izpēte:

- izpētīt konkurentu zīmolu pozicionējumu;
- izpētīt un analizēt pārdošanas rezultātus un tirgus daļas;
- izpētīt un analizēt zīmola rezultātus – atpazīstamību, tēlu, apsvēršanu, izmēģināšanu, lojalitātes rādītājus;
- izpētīt un analizēt reklāmas investīcijas (medijos, citur);
- izpētīt un analizēt auditorijas segmentus, to profilus un atziņas;
- izpētīt un analizēt īstenoto reklāmas kampaņu rezultātus.

3.3. Reklāmas stratēģijas izstrāde:

- noteikt prioritārās mērķauditorijas reklāmas stratēģijas izstrādei un sastādīt to profilu;
- noteikt reklāmas mērķi;
- izstrādāt reklāmas komunikācijas kanālu stratēģiju un plānu;
- izstrādāt reklāmas vēstījuma stratēģiju;
- integrēt reklāmas stratēģiju ar citiem mārketinga komunikācijas elementiem.

3.4. Reklāmas radošās stratēģijas izstrāde:

- organizēt reklāmas radošās idejas izstrādi;
- vērtēt un atlasīt reklāmas radošo risinājumu variantus;
- organizēt reklāmas materiālu izgatavošanu formātos, kas atbilst izvēlēto mediju un komunikācijas kanālu kombinācijai;
- organizēt reklāmas materiālu ievietošanu medijos.

3.5. Līdzdalība uzņēmuma zīmolu pozicionējuma un identitātes veidošanā:

- līdzdarboties uzņēmuma zīmolu pozicionējuma izstrādē;
- līdzdarboties uzņēmuma zīmolu vienotās identitātes vadlīniju izstrādāšanas un ieviešanas procesā;
- līdzdarboties uzņēmuma zīmolu identitātes konceptuālā pilnveidošanā, sekojot izmaiņām uzņēmuma uzņēmējdarbības un mārketinga attīstībā;
- ievērot uzņēmuma zīmolu identitātes vadlīnijas reklāmas izstrādes procesā.

3.6. Profesionālās darbības pamatuzdevumu un pienākumu izpildei nepieciešamās prasmes un attieksmes, vispārējās zināšanas un kompetences:

- ievērot jomai saistošo normatīvo aktu un standartu prasības, un darba vides normatīvo aktu prasības;
- darba jautājumu risināšanā ievērot vispārējās un profesionālās ētikas principus;
- ievērot civilās aizsardzības un vides aizsardzības prasības;
- izmantot multimedijus, informācijas un komunikācijas tehnoloģijas;
- īstenot sociālās un pilsoniskās prasmes sociālā dialoga veidošanai sabiedrībā un piedalīties organizācijas zīmolu reputācijas veidošanā;
- attīstīt kritisko domāšanu un medijpratību;
- plānot un pilnveidot profesionālo izaugsmi;
- sazināties valsts valodā un divās svešvalodās, t. sk. izmantojot profesionālo terminoloģiju.

**4. Profesionālās darbības pamatuzdevumu un pienākumu izpildei nepieciešamās prasmes un attieksmes,
PROFESIONĀLĀS zināšanas un kompetences**

Nr. p.k.	Uzdevumi	Prasmes un attieksmes	Profesionālās zināšanas	Kompetences (kvalifikācijas līmenis)
4.1.	Reklāmas projekta/kampaņas vadīšana:			
4.1.1.	Precizēt reklāmas projekta/kampaņas uzdevumu ar uzņēmuma vadību un pasūtītāju.	Izprast un analizēt reklāmas projekta/kampaņas darba uzdevuma veidojošos elementus . Sagatavot precizējošus jautājumus uzņēmuma vadībai un pasūtītājam par darba uzdevumu, lai varētu realizēt reklāmas projektu/kampaņu .	<u>Izpratnes līmenī:</u> Mārketinga komunikācija. Zīmola komunikācijas modeļi. <u>Lietošanas līmenī:</u> Uzņēmuma mārketinga komunikācijas plānošanas principi. Zīmola komunikācijas plānošanas principi. Argumentācijas paņēmieni. Efektīvas komunikācijas paņēmieni.	Spēja argumentēti pamatot savu viedokli. Spēja panākt abpusēju izpratni par darba uzdevumu.
4.1.2.	Apzināt nepieciešamos reklāmas projekta/kampaņas resursus un komandu projekta izpildei.	Izprast reklāmas projektam/kampaņai nepieciešamos finanšu, cilvēku, laika un materiālos resursus. Veidot komandu reklāmas projekta/kampaņas īstenošanai.	<u>Izpratnes līmenī:</u> Nepieciešamo resursu analīzes principi. <u>Lietošanas līmenī:</u> Projektu vadība. Laika plānošana. Cilvēkresursu plānošana. Finanšu plānošana. Komandas veidošana.	Spēja identificēt reklāmas projektam/kampaņai nepieciešamos cilvēku, laika, finansiālos un materiālos resursus. Spēja pieņemt lēmumu, nodrošinot resursu efektīvu izmantošanu.

4.1.3.	Izstrādāt reklāmas projekta/kampaņas laika plānu un budžetu un saskaņot to ar uzņēmuma vadību un pasūtītāju.	<p>Izstrādāt reklāmas projekta/kampaņas budžetu un tāmes, nodrošinot efektīvu resursu izmantošanu.</p> <p>Izstrādāt reklāmas projekta/kampaņas laika plānu.</p> <p>Sagatavot un sniegt informāciju par reklāmas projekta laika plāna un budžeta izstrādi.</p> <p>Argumentēt savu viedokli.</p>	<p><u>Izpratnes līmenī:</u></p> <p>Finanšu grāmatvedība.</p> <p>Nepieciešamo resursu analīzes principi.</p> <p><u>Lietošanas līmenī:</u></p> <p>Projektu vadība.</p> <p>Laika plānošana.</p> <p>Cilvēkresursu plānošana.</p> <p>Finanšu plānošana.</p> <p>Argumentācijas paņēmieni.</p>	Spēja plānot reklāmas projektam/kampaņai nepieciešamos cilvēku, laika, finansiālos un materiālos resursus.	6. LKI
4.1.4.	Deleģēt reklāmas projekta/kampaņas uzdevumu reklāmas projekta/kampaņas komandai, uzraudzīt to izpildes kvalitāti, termiņus un budžetu.	<p>Strādāt reklāmas projekta/kampaņas komandā un patstāvīgi.</p> <p>Vadīt reklāmas projekta/kampaņas komandu, motivēt mērķu sasniegšanai.</p> <p>Informēt un saskaņot reklāmas projekta/kampaņas gaitu, izmaiņas, ja tādas rodas.</p> <p>Sagatavot atskaites par reklāmas projekta/kampaņas gaitu.</p> <p>Identificēt reklāmas projekta/kampaņas korekciju nepieciešamību un izstrādāt reklāmas projekta/kampaņas korekcijas priekšlikumus.</p>	<p><u>Izpratnes līmenī:</u></p> <p>Risku novērtēšanas metodes.</p> <p>Organizāciju psiholoģija.</p> <p>Saskarsmes psiholoģija.</p> <p>Reklāmas process.</p> <p>Personāla vadības un lēmumu pieņemšanas metodes un modeļi.</p> <p><u>Lietošanas līmenī:</u></p> <p>Reklāmas projektu vadīšana.</p> <p>Efektīvas komunikācijas paņēmieni.</p> <p>Komandas vadīšana.</p> <p>Starpkultūru komunikācija.</p>	<p>Spēja vadīt reklāmas projekta/kampaņas gaitu.</p> <p>Spēja strādāt reklāmas projekta/kampaņas komandā un patstāvīgi.</p> <p>Spēja vadīt reklāmas projekta/kampaņas komandas darbu.</p> <p>Spēja sekot līdzi reklāmas projekta/kampaņas gaitai, novērtēt tā atbilstību darba uzdevumam.</p> <p>Spēja uzraudzīt reklāmas projekta/kampaņas budžeta izlietojumu.</p> <p>Spēja izskaidrot reklāmas projekta/kampaņas gaitā radušās izmaiņas.</p> <p>Spēja identificēt reklāmas projekta/kampaņaskorekciju nepieciešamību.</p> <p>Spēja izstrādāt reklāmas projekta/kampaņas korekcijas</p>	6. LKI

				<p>priekšlikumus mainīgās situācijās.</p> <p>Spēja novērst un atrisināt konfliktsituācijas.</p> <p>Spēja veidot pozitīvu darba vidi.</p>	
4.1.5.	<p>Apkopot un analizēt reklāmas projekta/kampaņas rezultātus un pārrunāt tos ar reklāmas projekta/kampaņas komandu, uzņēmuma vadību un pasūtītāju.</p>	<p>Apkopot un analizēt informāciju par reklāmas projekta/kampaņas gaitu.</p> <p>Sastādīt atskaites par reklāmas projekta/kampaņas īstenošanu.</p>	<p><u>Izpratnes līmenī:</u></p> <p>Informācijas apstrāde un analīze.</p> <p><u>Lietošanas līmenī:</u></p> <p>Atskaišu sagatavošana.</p>	<p>Spēja apkopot un analizēt informāciju par reklāmas projekta/kampaņas gaitu.</p> <p>Spēja sagatavot atskaiti uzņēmuma vadībai un pasūtītājam par darba uzdevuma izpildi.</p>	6. LKI
4.1.6.	<p>Kārtot reklāmas projekta/kampaņas lietvedību.</p>	<p>Izstrādāt dokumentāciju par reklāmas projektā/kampaņā veiktajām darbībām un to uzkrāšanu.</p>	<p><u>Lietošanas līmenī:</u></p> <p>Reklāmas projekta/kampaņas dokumentu pārvaldība.</p>	<p>Spēja pārvaldīt reklāmas projekta/kampaņas dokumentāciju.</p>	6. LKI
4.1.7.	<p>Veidot prezentācijas par reklāmas projektu/kampaņu.</p>	<p>Prezentēt reklāmas projektu/kampaņu dažādām auditorijām.</p>	<p><u>Izpratnes līmenī:</u></p> <p>Pārliciecinās komunikācijas pamati.</p> <p><u>Lietošanas līmenī:</u></p> <p>Publiskā runa.</p> <p>Prezentācijas sagatavošanas principi un rīki.</p> <p>Argumentācijas paņēmieni.</p> <p>Prezentācijas prasmes.</p>	<p>Spēja veidot prezentācijas par reklāmas projektu/kampaņu.</p> <p>Spēja izskaidrot un pārliecināt par prezentējamā reklāmas projekta/kampaņas priekšrocībām.</p> <p>Spēja pielietot jaunākās tehnoloģijas, zināt prezentāciju veidošanas pamatnoteikumus.</p>	6. LKI
4.1.8.	<p>Organizēt reklāmas projektu pārdošanu.</p>	<p>Pārzināt klientu attiecību vadības būtību un metodes.</p> <p>Vadīt reklāmas projektu pārdošanas sarunu procesu.</p> <p>Uzstādīt mērķus un tos realizēt reklāmas projektu pārdošanas procesa gaitā.</p>	<p><u>Izpratnes līmenī:</u></p> <p>Pakalpojumu mārketing.</p> <p>Pārliciecinās komunikācijas pamati.</p> <p>Mērķu formulēšana.</p>	<p>Spēja uzstādīt reklāmas projektu pārdošanas mērķi un to realizēt.</p>	6. LKI

			<u>Lietošanas līmenī:</u> Pārrunu vadīšana. Klientu uzvedību aprakstošie modeļi. Klientu attiecību vadība. Tiešā pārdošana. Konfliktu risināšana.		
4.2. Zīmola tirgus kategorijas izpēte:					
4.2.1.	Izpētīt konkurentu zīmolu pozicionējumu.	Pārzināt primāro datu ieguves metodes. Īstenot zīmolu pozicionējuma pētījumus un apkopot rezultātus. Apstrādāt un interpretēt pētījumu rezultātus.	<u>Izpratnes līmenī:</u> Zīmolu veidojošie elementi. Zīmola pozicionējuma veidošana. <u>Lietošanas līmenī:</u> Kvantitatīvas un kvalitatīvas pētījumu metodes. Kvantitatīvas un kvalitatīvas datu analīzes metodes.	Spēja noteikt konkurentu zīmolu pozicionējumu.	6. LKI
4.2.2.	Izpētīt un analizēt pārdošanas rezultātus un tirgus daļas.	Pārzināt sekundāro datu ieguves avotus. Veikt datu statistisko apstrādi.	<u>Izpratnes līmenī:</u> Sekundāro datu iegūšanas avoti. <u>Lietošanas līmenī:</u> Tirgus un patērētāju pētījumi. Statistikas datu analīze metodes. Datu analīze un interpretācija.	Spēja izpētīt un analizēt pārdošanas rezultātus un tirgus daļas.	6. LKI
4.2.3.	Izpētīt un analizēt zīmola rezultātus – atpazīstamību, tēlu, apsvēršanu, izmēģināšanu, lojalitātes rādītājus.	Īstenot zīmola kategorijas pētījumus un apkopot rezultātus.	<u>Izpratnes līmenī:</u> Patērētāju uzvedība. <u>Lietošanas līmenī:</u> AIDA modelis. Zīmola komunikācija. Think- feel- do modelis.	Spēja identificēt un raksturot zīmola komunikācijas rezultātus.	6. LKI

			<p>Efektu hierarhijas modelis.</p> <p>Kvantitatīvas un kvalitatīvas pētījumu metodes.</p> <p>Kvantitatīvas un kvalitatīvas datu analīzes metodes.</p>		
4.2.4.	Izpētīt un analizēt reklāmas investīcijas (medijos, citur).	<p>Veikt mediju reklāmas tirgus analīzi zīmola kategorijai.</p> <p>Analizēt konkurentu reklāmas komunikāciju un investīcijas.</p>	<p><u>Izpratnes līmenī:</u></p> <p>Mārketinga komunikācija.</p> <p>Reklāmas klasifikācija un kanāli.</p> <p><u>Lietošanas līmenī:</u></p> <p>Reklāmas reģistrs (<i>Share of voice, share of spending</i>).</p>	Spēja novērtēt konkurentu reklāmas komunikāciju attiecīgās zīmolu kategorijas ietvaros.	6. LKI
4.2.5.	Izpētīt un analizēt auditorijas segmentus, to profilus un atziņas.	<p>Pielietot atbilstošākās kvantitatīvās un kvalitatīvās pētījuma un datu analīzes metodes.</p> <p>Analizēt un novērtēt auditoriju segmentu raksturlielumus.</p> <p>Analizēt un interpretēt dažādu auditoriju segmentu pētījumu rezultātus.</p>	<p><u>Izpratnes līmenī:</u></p> <p>Segmentēšanas stratēģijas.</p> <p><u>Lietošanas līmenī:</u></p> <p>Segmentēšanas tipi.</p> <p>Kvantitatīvas un kvalitatīvas pētījumu metodes.</p> <p>Kvantitatīvas un kvalitatīvas datu analīzes metodes.</p>	<p>Spēja pielietot atbilstošo pētījuma un datu analīzes metodi.</p> <p>Spēja izmantot pētījumu rezultātus atbilstoši mērķim.</p>	6. LKI
4.2.6.	Izpētīt un analizēt īstenoto reklāmas kampaņu rezultātus.	<p>Izvēlēties piemērotus rīkus un metodes reklāmas darbības novērtēšanai.</p> <p>Novērtēt reklāmas komunikatīvo un ekonomisko efektivitāti.</p>	<p><u>Izpratnes līmenī:</u></p> <p>Auditorijas reakcijas kritēriji.</p> <p>Reklāmas efektivitātes pētījumi.</p> <p><u>Lietošanas līmenī:</u></p> <p>Vispārīgie auditorijas rādītāji un terminoloģija.</p> <p>Reklāmas efektivitātes mērīšanas metodes (aptaujas, <i>web</i> analītika, trešās puses mērījumu rīku iespējas u.tml.) un metrikas (<i>real users, unique visitors, bounce rate</i>,</p>	<p>Spēja novērtēt reklāmas efektivitāti.</p> <p>Spēja izskaidrot reklāmas efektivitātes/ neefektivitātes cēloņus un sekas.</p> <p>Spēja izstrādāt priekšlikumus reklāmas efektivitātes paaugstināšanai.</p>	6. LKI

			<i>viability utt.</i> Reklāmas efektivitātes novērtēšanas metodes. Statistikās datu analīzes metodes.		
4.3. Reklāmas stratēģijas izstrāde:					
4.3.1.	Noteikt prioritārās mērķauditorijas reklāmas stratēģijas izstrādei un sastādīt to profilu.	Analizēt un novērtēt dažādu auditoriju pētījumu rezultātus. Noteikt prioritārās mērķauditorijas reklāmas stratēģijas izstrādei. Sastādīt mērķauditorijas profilu.	<u>Lietošanas līmenī:</u> Kvantitatīvas un kvalitatīvas datu analīzes metodes. Mērķauditorijas atlases un novērtēšanas principi. Mērķauditorijas profila noteikšana.	Spēja noteikt optimālo reklāmas mērķauditoriju, argumentējot savu izvēli.	6. LKI
4.3.2.	Noteikt reklāmas mērķi.	Izvirzīt reklāmas mērķus. Izpētīt reklāmas mērķauditoriju. Izpētīt zīmola pozicionējumu. Izprast reklāmas komunikācijas mērķus.	<u>Izpratnes līmenī:</u> Reklāmas ietekme. Patērētāju uzvedības modeļi. Patērētāju reakcijas stadiju modeļi. Zīmolu veidojošie elementi. Zīmola veidošanas pamatprincipi. Zīmola komunikācijas modeļi. <u>Lietošanas līmenī:</u> Patērētāju attieksmes veidošana un vadīšana. Reklāmas mērķu analīze. Izmērāmu un sasniedzamu mērķu izvirzīšanas metodes. Auditoriju pētījuma datu analīze un novērtējums.	Spēja izvirzīt reklāmas mērķus, kas balstīti patērētāju auditorijas, zīmola pozicionējuma un komunikācijas izpētē.	6. LKI

4.3.3.	Izstrādāt reklāmas komunikācijas kanālu stratēģiju un plānu.	<p>Veikt mediju un komunikācijas kanālu analīzi.</p> <p>Novērtēt Latvijas mediju reklāmas tirgus struktūru, attīstības tendences un auditorijas.</p> <p>Izvirzīt reklāmas komunikācijas kanālu mērķus.</p> <p>Noteikt piemērotāko reklāmas komunikācijas kanālu kombināciju.</p> <p>Izvēlēties reklāmas komunikācijas kanālus.</p> <p>Sagatavot reklāmas komunikācijas kanālu plānu un budžetu.</p>	<p><u>Izpratnes līmenī:</u></p> <p>Mārketinga komunikācija.</p> <p>Komunikācijas kanālu veidi un profili.</p> <p>Lokālā mediju situācija (<i>landscape</i>).</p> <p>Komunikācijas kanālu auditoriju pētījumu metodes.</p> <p>Komunikācijas kanālu mērķu izvirzīšanas pamatprincipi.</p> <p>Budžeta veidošanas metodes.</p> <p>Komunikācijas kanālu atlases principi.</p> <p>Normatīvo aktu ierobežojumi.</p> <p><u>Lietošanas līmenī:</u></p> <p>Komunikācijas kanālu auditoriju pētījumu rezultātu izmantošana.</p> <p>Vispārīgie auditorijas rādītāji un terminoloģija.</p> <p>Komunikācijas kanālu izvēles pamatojums.</p> <p>Komunikācijas kanālu auditorijas sasniegšanas un izmaksu efektivitātes rādītāji.</p> <p>Komunikācijas kanālu plānu izveides posmi un plānā iekļaujamā informācija.</p>	<p>Spēja sagatavot reālu, izmērāmu un noteiktā laika periodā realizējamu reklāmas komunikācijas kanālu stratēģiju atbilstoši izvirzītajiem mērķiem un budžetam.</p> <p>Spēja sagatavot reklāmas komunikācijas kanālu plānu, kas ietver galvenos auditorijas sasniegšanas un izmaksu efektivitātes rādītājus.</p>	6. LKI
4.3.4.	Izstrādāt reklāmas vēstījuma stratēģiju.	<p>Identificēt izpētē balstītas atziņas par patērētājiem (<i>consumer insights</i>).</p> <p>Izvirzīt reklāmas vēstījuma mērķus.</p> <p>Definēt zīmola solījumu (<i>selling premise</i>).</p> <p>Definēt zīmola idejai atbilstošu un auditoriju uzrunājošu reklāmas vēstījumu reklāmas mērķu sasniegšanai.</p>	<p><u>Izpratnes līmenī:</u></p> <p>Radošo stratēģiju veidi un paņēmieni.</p> <p>Mērķauditorijas atziņas (<i>insight</i>).</p> <p>Zīmola solījuma veidošanas principi.</p> <p>Vēstījuma veidi.</p>	<p>Spēja sagatavot reklāmas mērķiem, zināšanām par patērētāju un zīmola pozicionējumam atbilstošu ietekmīgu reklāmas vēstījuma stratēģiju.</p>	6. LKI

			<u>Lietošanas līmenī:</u> Mērķu un vēstījumu saskaņošana. Radošās domāšanas metodes. Reklāmas vēstījuma ietekmējošie normatīvie akti. Reklāmas ētika.		
4.3.5.	Integrēt reklāmas stratēģiju ar citiem mārketinga komunikācijas elementiem.	Orientēties mārketinga komunikācijas metodēs, rīkos un to pielietojumā. Sadarboties ar citiem pakalpojumu sniedzējiem, lai nodrošinātu integrētu mārketinga komunikāciju.	<u>Izpratnes līmenī:</u> Integrētā mārketinga komunikācija. <u>Lietošanas līmenī:</u> Integrētās mārketinga komunikācijas plāns. Lietišķā saskarsme. Projektu koordinēšana.	Spēja nodrošināt reklāmas stratēģijas iekļaušanos integrētās mārketinga komunikācijas plānā.	6. LKI
4.4.	Reklāmas radošās stratēģijas izstrāde:				
4.4.1.	Organizēt reklāmas radošās idejas izstrādi.	Organizēt radošās koncepcijas izstrādi reklāmas mērķu īstenošanai reklāmas vēstījuma stratēģijas ietvaros. Radīt mērķa auditorijas īpatnībām un koncepcijai atbilstošus radošos risinājumus. Sagatavot radošos risinājumus atbilstoši komunikācijas kanālu stratēģijai.	<u>Izpratnes līmenī:</u> Reklāmas mērķi un uzdevumi. Kompozīcijas pamati. Krāsu psiholoģija. Organizācijas korporatīvā identitāte. <u>Lietošanas līmenī:</u> Reklāmas idejas izstrādes principi. Radošās domāšanas metodes. Vēstījuma testēšana. Vēstījuma formātu sagatavošanas tehniskās specifikācijas.	Spēja organizēt reklāmas radošās idejas izstrādi atbilstoši reklāmas mērķiem, mērķauditorijas īpatnībām un izvēlētajai komunikācijas kanālu stratēģijai.	6. LKI

4.4.2.	Vērtēt un atlasīt reklāmas radošo risinājumu variantus.	<p>Izprast un spēt radoši domāt attiecībā uz vizuālo un tekstuālo izkārtojumu.</p> <p>Novērtēt tēlainās izteiksmes līdzekļu ietekmi uz mērķa grupu.</p> <p>Novērtēt reklāmas idejas atbilstību reklāmas mērķim un zīmola pozicionējumam.</p>	<p><u>Izpratnes līmenī:</u></p> <p>Integrētā mārketinga komunikācija.</p> <p>Patērētāju uzvedība.</p> <p>Reklāmas mērķi un uzdevumi.</p> <p><u>Lietošanas līmenī:</u></p> <p>Vēstījuma testēšana.</p> <p>Reklāmas ietekmes novērtēšanas metodes.</p>	<p>Spēja analizēt, kritiski izvērtēt un izvēlēties piemērotāko reklāmas radošo risinājumu variantu.</p> <p>Spēja novērtēt radošā risinājuma atbilstību reklāmas mērķiem.</p>	6. LKI
4.4.3.	Organizēt reklāmas materiālu izgatavošanu izvēlētajiem komunikācijas kanāliem atbilstošos formātos.	<p>Organizēt nepieciešamo reklāmas materiālu izgatavošanu.</p> <p>Pārzināt audiovizuālā satura veidošanas rīkus.</p> <p>Dot uzdevumus reklāmas materiālu izstrādātājiem.</p> <p>Plānot reklāmas materiālu izgatavošanas laiku un budžetu.</p>	<p><u>Izpratnes līmenī:</u></p> <p>Kompozīcijas pamati.</p> <p>Krāsu psiholoģija.</p> <p>Tekstveide reklāmā.</p> <p>Organizācijas korporatīvā identitāte.</p> <p>Reklāmas materiālu budžeta veidošanas metodika.</p> <p><u>Lietošanas līmenī:</u></p> <p>Reklāmas dizaina principi.</p> <p>Reklāmas rīki un tehnoloģijas.</p> <p>Digitālā satura veidošanas principi.</p> <p>Reklāmas materiālu formāti.</p> <p>Reklāmas plānošana.</p> <p>Reklāmas tāmes.</p>	Spēja organizēt reklāmas radošā risinājuma izgatavošanu izvēlētajiem komunikācijas kanāliem atbilstošajos formātos.	6. LKI
4.4.4.	Organizēt reklāmas materiālu ievietošanu reklāmas komunikācijas kanālos.	Organizēt reklāmas materiālu komunikatīvo virzību atbilstoši reklāmas komunikācijas kanālu plānam un budžetam.	<p><u>Izpratnes līmenī:</u></p> <p>Mediju plāni un grafiki.</p> <p><u>Lietošanas līmenī:</u></p> <p>Reklāmas materiālu piegādes tehniskā specifikācija un termiņi.</p>	Spēja organizēt reklāmas materiālu ievietošanu reklāmas komunikācijas kanālos.	6. LKI

4.5. Līdzdalība uzņēmuma zīmolu pozicionējuma un identitātes veidošanā:					
4.5.1.	Līdzdarboties uzņēmuma zīmolu pozicionējuma izstrādē.	Līdzdarboties uzņēmuma zīmolu pozicionējuma izstrādē.	<u>Izpratnes līmenī:</u> Integrētā mārketinga komunikācija. Zīmolu veidošanas principi. Zīmolu veidojošie elementi. <u>Lietošanas līmenī:</u> Zīmola pozicionēšana. Zīmola komunikācija. Argumentācijas prasmes.	Spēja līdzdarboties uzņēmuma zīmolu pozicionējuma izstrādāšanas procesā.	6. LKI
4.5.2.	Līdzdarboties uzņēmuma zīmolu vienotās identitātes vadlīniju izstrādāšanas un ieviešanas procesā.	Līdzdarboties uzņēmuma zīmolu vienotās identitātes vadlīniju izstrādē. Līdzdarboties uzņēmuma zīmolu vienotās identitātes ieviešanā.	<u>Izpratnes līmenī:</u> Integrētā mārketinga komunikācija. Stratēģiskā zīmolu komunikācija. Zīmolu veidošanas principi. Zīmolu veidojošie elementi. <u>Lietošanas līmenī:</u> Zīmolu identitātes veidošanas un pārvaldības principi. Argumentācijas prasmes.	Spēja līdzdarboties uzņēmuma zīmolu vienotās identitātes vadlīniju izstrādāšanas un ieviešanas procesā.	6. LKI
4.5.3.	Līdzdarboties uzņēmuma zīmolu identitātes konceptuālā pilnveidošanā, sekojot izmaiņām uzņēmuma uzņēmējdarbības un mārketinga attīstībā.	Līdzdarboties zīmolu identitātes konceptuālā pilnveidošanā, sekojot izmaiņām uzņēmuma mārketinga attīstībā. Pārzināt mūsdienu zīmolu identitātes veidošanas tehnikas un metodes.	<u>Izpratnes līmenī:</u> Mārketinga plānošana. <u>Lietošanas līmenī:</u> Zīmolu identitātes veidošanas un pārvaldības principi. Argumentācijas prasmes.	Spēja izstrādāt priekšlikumus uzņēmuma identitātes koncepta pilnveidošanai, sekojot izmaiņām uzņēmuma uzņēmējdarbības un mārketinga attīstībā.	6. LKI

4.5.4.	Ievērot uzņēmuma zīmolu identitātes vadlīnijas reklāmas izstrādes procesā.	Pārzināt un izmantot reklāmas paņēmienus. Izstrādāt reklāmu, balstoties uz uzņēmuma zīmola identitātes vadlīnijām.	<u>Izpratnes līmenī:</u> Reklāmas idejas izstrāde. Reklāmas dizaina pamati. <u>Lietošanas līmenī:</u> Zīmolu vizuālās identitātes pielietojums reklāmas materiālos. Reklāmas paņēmieni un kanāli. Reklāmas materiālu izgatavošanas pamati. Argumentācijas prasmes.	Spēja īstenot un koordinēt reklāmas izstrādes procesu, ievērojot uzņēmuma zīmolu identitātes vadlīnijas.	6. LKI
--------	--	---	---	--	--------

**5. Profesionālās darbības pamatuzdevumu un pienākumu izpildei nepieciešamās prasmes un attieksmes,
VISPĀRĒJĀS zināšanas un kompetences**

Nr. p.k.	Uzdevumi	Prasmes un attieksmes	Vispārējās zināšanas	Kompetences (kvalifikācijas līmenis)	
5.1.	Ievērot jomai saistošo normatīvo aktu un standartu prasības un darba vides normatīvo aktu prasības.	Izprast ar nozari saistītos standartus, dokumentāciju, terminoloģiju. Pielietot problēmas risināšanai nepieciešamos regulējošos normatīvos aktus un standartus. Organizēt darba vietu atbilstoši darba aizsardzības normatīvo aktu prasībām. Ievērot darba aizsardzības prasības. Identificēt iespējamos riskus, veicot uzdevumus. Ievērot darba tiesisko attiecību normas.	<u>Priekšstatu līmenī:</u> Jomu regulējošie normatīvie akti un profesionālie standarti. Darba aizsardzības sistēmas organizācija. <u>Lietošanas līmenī:</u> Jomas regulējošo normatīvo aktu un standartu prasības. Darba tiesisko attiecību normas. Darba aizsardzības normatīvo aktu prasības.	Spēja ievērot jomai saistošo normatīvo aktu prasības. Spēja ievērot darba tiesiskās attiecības. Spēja veikt darba uzdevumus, ievērojot darba aizsardzības prasības.	6. LKI
5.2.	Darba jautājumu risināšanā ievērot vispārējās un profesionālās ētikas principus.	Ievērot vispārējās un profesionālās ētikas principus. Pielietot jomai atbilstošās profesionālās ētikas standartus.	<u>Izpratnes līmenī:</u> Vispārējā un komunikācijas ētika. <u>Lietošanas līmenī:</u> Jomas regulējošo ētikas standartu prasības. Profesionālā ētika.	Spēja izprast un ievērot vispārējās un profesionālās ētikas normas un standartus.	6. LKI

**5. Profesionālās darbības pamatuzdevumu un pienākumu izpildei nepieciešamās prasmes un attieksmes,
VISPĀRĒJĀS zināšanas un kompetences**

Nr. p.k.	Uzdevumi	Prasmes un attieksmes	Vispārējās zināšanas	Kompetences (kvalifikācijas līmenis)	
5.3.	Ievērot civilās aizsardzības un vides aizsardzības prasības.	Pielietot civilās un vides aizsardzības normatīvo aktu prasības.	<u>Izpratnes līmenī:</u> Aprites ekonomikas pamatprincipi. <u>Lietošanas līmenī:</u> Civilās un vides aizsardzības reglamentējošo normatīvo aktu prasības.	Spēja veikt profesionālos pienākumus, ievērojot civilās aizsardzības un vides aizsardzības normatīvo aktu prasības.	6. LKI
5.4.	Izmantot multimedijus, informācijas un komunikācijas tehnoloģijas.	Lietot multimedijus un informācijas un komunikācijas tehnoloģiju rīkus un pakalpojumus. Meklēt un apkopot iegūto informāciju. Nodrošināt dažādu multimediju izmantošanu ikdienas pienākumu veikšanā. Saglabāt elektroniskās dokumentācijas un datus.	<u>Izpratnes līmenī:</u> Multimediju un informācijas un komunikācijas tehnoloģiju iespējas un potenciālie riski. Elektroniskās informācijas drošība, datu aizsardzība (GDPR). <u>Lietošanas līmenī:</u> Multimediji organizācijas komunikācijas nodrošināšanai ar dažādām mērķauditorijām. Informācijas tehnoloģijas datu apstrādei, analīzei un vadībai. Drošība digitālajā vidē, rīki un lietotnes.	Spēja lietot multimedijus, informācijas un komunikācijas tehnoloģijas profesionālās darbības veikšanai. Spēja izvērtēt ar informācijas un komunikācijas tehnoloģiju lietošanu saistītos riskus.	6. LKI
5.5.	Īstenot sociālās un pilsoniskās prasmes sociālā dialoga veidošanai sabiedrībā un piedalīties organizācijas reputācijas veidošanā.	Sagatavot un publiskot prezentācijas materiālus. Būt tolerantam viedokļu dažādībā, rast kompromisus.	<u>Izpratnes līmenī:</u> Sabiedrības sociālā un politiskā struktūra. Sociālā daudzveidība un vienlīdzības princips. Starpkultūru saskarsme. <u>Lietošanas līmenī:</u> Lietišķā komunikācija. Vispārējā un profesionālā ētika. Sabiedrības ilgtspējīgas attīstības veicināšanas principi.	Spēja demonstrēt personīgās, sociālās un pilsoniskās, starppersonu un starpkultūru prasmes. Spēja veidot sociālo dialogu un sekmēt uzņēmuma reputācijas veidošanos. Spēja strādāt paaugstināta stresa apstākļos.	6. LKI

**5. Profesionālās darbības pamatuzdevumu un pienākumu izpildei nepieciešamās prasmes un attieksmes,
VISPĀRĒJĀS zināšanas un kompetences**

Nr. p.k.	Uzdevumi	Prasmes un attieksmes	Vispārējās zināšanas	Kompetences (kvalifikācijas līmenis)	
5.6.	Attīstīt kritisko domāšanu un medijpratību.	Iegūt, kritiski izvērtēt un analizēt informāciju, novērtējot tās derīgumu un uzticamību. Veikt mediju atlasī.	<u>Izpratnes līmenī:</u> Mediji, to politika un funkcijas. <u>Lietošanas līmenī:</u> Informācijas meklēšanas paņēmieni un stratēģijas. Informācijas satura kvalitātes un uzticamības izvērtēšanas paņēmieni.	Spēja saprast saņemto informāciju, to izvērtēt un analizēt.	6. LKI
5.7.	Plānot un pilnveidot profesionālo izaugsmi.	Novērtēt savu profesionālo pieredzi. Izprast mācīšanās vajadzības karjeras izaugsmei. Patstāvīgi apgūt jaunas zināšanas un pieredzi. Sekot aktualitātēm nozarē, atlasīt un pielietot pieejamos profesionālās informācijas avotus ar mērķi iegūt jaunas zināšanas Veikt pētniecisku darbu. Pielietot iegūtās zināšanas profesionālajā darbībā.	<u>Izpratnes līmenī:</u> Plānošana un lēmumu pieņemšana. <u>Lietošanas līmenī:</u> Motivācija un mācīšanās stratēģijas. Mācību, karjeras un darba gaitas plānošana. Laika plānošana. Pašizaugsmes un mūžizglītības plānošana. Zinātniskās un pētnieciskās darbības analīze. Zinātniskie raksti un jomas profesionālās vadlīnijas.	Spēja sevi organizēt un, uzņemoties atbildību, turpināt mācīties un sevi izglītēt profesionālajā jomā, kā arī attīstīt personiskās prasmes. Spēja sekot līdzi mārketinga, komunikācijas un reklāmas nozares izmaiņām, jaunākajiem pētījumiem un publikācijām.	6. LKI
5.8.	Sazināties valsts valodā un divās svešvalodās, t.sk. izmantojot profesionālo terminoloģiju.	Sazināties mutiski un rakstiski dažādās profesionālās situācijās un vidēs. Lietot profesionālo terminoloģiju. Brīvi diskutēt, skaidri un argumentēti sniegt tēmas izklāstu. Prezentēt profesionālas jomas jautājumus gan profesionālajā vidē, gan dažādām mērķauditorijām.	<u>Izpratnes līmenī:</u> Atbilstošs vārdu krājums vismaz divās svešvalodās. Starpkultūru komunikācijas pamati. <u>Lietošanas līmenī:</u> Plašs un atbilstošs vārdu krājums latviešu valodā. Ļoti labas latviešu valodas pareizrakstības un gramatikas prasmes lietotāja līmenī. Profesionālā terminoloģija.	Spēja izcilā līmenī sazināties valsts valodā gan rakstiski, gan mutiski, kā arī vismaz divās svešvalodās. Spēja brīvi sazināties, rakstīt, lasīt, strādāt un uzstāties valsts valodā. Spēja brīvi sazināties, rakstīt, lasīt un uzstāties vismaz divās svešvalodās, saprotot un lietojot profesionālo terminoloģiju un jēdzienus.	6. LKI

Vispārīga informācija	
Profesijas standarta iesniedzējs	<p>Biedrība Latvijas Reklāmas asociācija Profesijas standarta izstrādes darba grupa: Baiba Liepiņa, Biedrības Latvijas Reklāmas asociācija valdes priekšsēdētāja Glorija Sarkane, Biznesa, mākslas un tehnoloģiju augstskolas "RISEBA" Reklāmas un sabiedrisko attiecību katedras vadītāja, programmu direktore Lolita Ozoliņa, Biznesa, mākslas un tehnoloģiju augstskolas "RISEBA" un Latvijas Kultūras akadēmijas docētāja, žimolveide, SIA "Lolitas Ozoliņas komunikācijas konsultācijas" īpašniece Kristīne Kalniņa Ūsele, Biedrības Latvijas Reklāmas asociācija valdes locekle, SIA Guilty valdes priekšsēdētāja Jelena Brokāne, Biedrības Latvijas Reklāmas asociācija valdes locekle, SIA JCDecaux valdes locekle Linda Egle, Biedrības Latvijas Reklāmas asociācija valdes locekle, Gemius Latvijas un Igaunijas reģiona vadītāja Kārlis Zembergs, Biedrības Latvijas Reklāmas asociācija valdes loceklis, SIA "OMD Latvia" valdes loceklis Nora Zeibote, Biedrības Latvijas Reklāmas asociācija valdes locekle, Valsts SIA Latvijas Televīzija pārdošanas direktore Aigars Stankēvičs, Biedrības Latvijas Reklāmas asociācija valdes loceklis, A/S "Latvijas Mediji" valdes loceklis</p>
Profesijas standarta ekspertu darba grupa	<p>Inese Lūsēna-Ezera, Izglītības un zinātnes ministrijas Augstākās izglītības, zinātnes un inovāciju departamenta vecākā eksperte Kristers Plešakovs, Kultūras ministrijas Mediju politikas nodaļas eksperts Aina Liepiņa, Labklājības ministrijas Darba tirgus politikas departamenta vecākā eksperte Marita Zitmane, Rektoru padome, Latvijas Universitātes Komunikācijas studiju nodaļas docente Agnija Greiziņa, Latvijas Darba devēju konfederācija, "Tamro Latvija" mārketinga daļas vadītāja Paula Svāra, Drukāšanas un mediju tehnoloģiju nozaru ekspertu padome, reklāmas aģentūra "Adell" Jānis Pencis, Latvijas Reklāmas asociācija, sabiedrības ar ierobežotu atbildību "MMS Communications Latvia" valdes loceklis Sergejs Volvenkins, Latvijas Digitālo Ekspertu biedrības pārstāvis Antra Bork-Ržečicka, Latvijas Komunikācijas asociācijas padomes locekle Inga Lapiņa, Uzņēmējdarbības, finanšu, grāmatvedības, administrēšanas (vairumtirdzniecība, mazumtirdzniecība un komerczinības) Nozaru ekspertu padomes deleģētā pārstāve, Latvijas Kvalitātes biedrības pārstāve" Iveta Linīna, Uzņēmējdarbības, finanšu, grāmatvedības, administrēšanas (vairumtirdzniecība, mazumtirdzniecība un komerczinības) Nozaru ekspertu padomes deleģētā pārstāve, Latvijas Tirgotāju asociācijas pārstāve"</p>
Profesijas standarta NEP atzinums	<i>nav</i>
Profesijas standarta saskaņošana PINTSA	<i>09.06.2021.</i>
Profesijas standarta iepriekš saskaņotās redakcijas	<i>nav</i>