

**PROFESIJAS STANDARTS
FUNKCIONĀLĀ VADĪBA**

**TIRGVEDĪBAS (MĀRKETINGA) SPECIĀLISTS
PROFESIONĀLĀS KVALIFIKĀCIJAS PRASĪBAS**

1. Profesionālās kvalifikācijas nosaukums, kvalifikācijas līmenis, prasības izglītībai	
Tirgvedības speciālists	Kvalifikācijas līmenis: Piektais profesionālās kvalifikācijas līmenis (5. PKL)
Kods atbilstoši Eiropas prasmju, kompetenču, kvalifikāciju un profesiju daudzvalodu klasifikācijai (ESCO): 2431 – <i>Advertising and marketing professionals</i>	Prasības attiecībā uz iepriekš iegūto izglītību: Vidējā izglītība Tālākizglītības ieguve atbilstoši noteikumiem par valsts profesionālās tālākizglītības un profesionālās pilnveides izglītības standartu. Saistītās profesionālās kvalifikācijas norādītas Tirgvedības speciālista profesionālās kvalifikācijas prasību 2. daļā.
2. Profesionālās kvalifikācijas daļas un profesionālās kvalifikācijas prasības attiecībā uz specializāciju un saistītu profesionālo kvalifikāciju	
Prasības attiecībā uz darba tirgū atpazīstamu kvalifikācijas daļu: Kvalifikācijas daļa: Komercedarbība un administrēšana Pienākumi: Tirgus un konkurentu analīze un novērtējums (4.1.); Uzņēmuma darbības nodrošināšanas vispārējie uzdevumi (4.4.) Kvalifikācijas daļa: Mārketinga un zīmolvēderība Pienākumi: Produktu un zīmolu izstrāde, plānošana (4.2); Mārketinga plāna un aktivitāšu izstrāde un to efektivitātes novērtējums (4.3.)	
Profesionālās kvalifikācijas specializācijas: Nav	
Saistītās profesionālās kvalifikācijas, kvalifikācijas līmenis: Tirgvedības (mārketinga) vadītājs 6 PKL	
3. Profesionālās darbības pienākumu un uzdevumu kopsavilkums	
Tirgvedības (mārketinga) speciālists plāno darbībai nepieciešamos resursus, organizē funkcionālo procesu, piedalās uzņēmuma darbības virziena noteikšanā, komandas vadīšanā un funkcionālo procesu nodrošināšanā, ievērojot saistošos normatīvos aktus. Tirgvedības (mārketinga) speciālists organizē un/vai veic tirgus un konkurentu izpēti, analizē tirgus izpētes rezultātus, sniedz priekšlikumus, piedalās mārketinga plāna izstrādē un organizē tā	

īstenošanu, plāno un veic pasākumus produktu virzīšanai tirgū, piedalās preču cenu noteikšanā. Tirgvedības (mārketinga) speciālists strādā organizācijā funkcionālā vadītāja pārraudzība vai darbojas kā individuālais komersants, vai pašnodarbinātais.

Tirgvedības (mārketinga) speciālista pienākumi un uzdevumi:

3.1. Tirgus un konkurentu analīze un novērtējums:

- 3.1.1. analizēt uzņēmējdarbības vidi un faktorus, kas ietekmē uzņēmuma darbību, tai skaitā nozares politiku;
- 3.1.2. piedalīties organizācijas mikro un makro vides analizēšanā;
- 3.1.3. veikt konkurentu analīzi;
- 3.1.4. noteikt mērķa tirgus;
- 3.1.5. novērtēt uzņēmuma saimnieciskās darbības rādītājus.

3.2. Produktu un zīmolu izstrāde, plānošana:

- 3.2.1. identificēt organizācijas produkta pieprasījumu un piedāvājumu ietekmējošos faktorus;
- 3.2.2. piedalīties jaunu produktu ieviešanā tirgū;
- 3.2.3. noteikt produkta dzīves cikla stadiju un tā ietekmi uz mārketinga plānu;
- 3.2.4. piedalīties īstermiņa un ilgtermiņa zīmola stratēģiju izstrādē.

3.3. Mārketinga plāna un aktivitāšu izstrādes un to efektivitātes novērtējums:

- 3.3.1. piedalīties organizācijas mārketinga plāna un citu projektu izstrādē;
- 3.3.2. noteikt mārketinga plānam atbilstošus produkta komunikācijas pasākumus;
- 3.3.3. pielietot digitālos un sociālos rīkus mārketinga darbībā. noteikt mērķa tirgus;
- 3.3.4. plānot tirdzniecības izplatīšanas kanālus un vietu;
- 3.3.5. piedalīties organizācijas mārketinga plāna budžeta izstrādē;
- 3.3.6. analizēt mārketinga darbības efektivitāti un rezultātus;
- 3.3.7. pieņemt datus balstītus lēmumus.

3.4. Uzņēmuma darbības nodrošināšanas vispārējie uzdevumi:

- 3.4.1. Ievērot nozarei/jomai saistošos normatīvos aktus un standartus.
- 3.4.2. Ievērot darba aizsardzības, civilās aizsardzības, ugunsdrošības un vides aizsardzības prasības.
- 3.4.3. Īstenot sociālās un pilsoniskās prasmes sociālā dialoga veidošanai sabiedrībā un piedalīties organizācijas reputācijas veidošanā.
- 3.4.4. Iesaistīties pētniecības procesos profesionālās darbības jomā.
- 3.4.5. Lietot matemātisko un tehnoloģisko domāšanu.
- 3.4.6. Lietot informācijas un komunikāciju tehnoloģijas.
- 3.4.7. Pilnveidot savas zināšanas profesionālās darbības jomā.
- 3.4.8. Sazināties vienā vai vairākas svešvalodās, t.sk. lietojot profesionālo terminoloģiju.

4. Profesionālās darbības pienākumu un uzdevumu izpildei nepieciešamā PROFESIONĀLĀ kompetence					
Nr.p.k.	Uzdevumi	Prasmes	Profesionālās zināšanas	Kompetence (kvalifikācijas līmenis)	
4.1. Tirgus un konkurentu analīze un novērtējums:					
4.1.1.	Analizēt uzņēmējdarbības vidi un faktorus, kas ietekmē uzņēmuma darbību, tai skaitā nozares politiku.	Pielietot vienkāršas statistikas kvantitatīvās un kvalitatīvās metodes. Izpētīt tirgu, kurā darbojas organizācija	<u>Izpratnes līmenī:</u> Tirgus pētījumu ietekme uz mārketinga plānu <u>Lietošanas līmenī:</u> Kvalitatīvo un kvantitatīvo tirgus izpēti metožu pielietošanas pamatprincipi. Digitālo mārketinga pētījumu metožu pamatprincipi. Tirgus izpēti procesu organizēšanas pamatprincipi. Ziņojumu sagatavošana vadībai par veikto tirgus izpēti.	Spēja analizēt vidi, kura ietekmē uzņēmuma darbību.	5.LKI
				Spēja analizēt valsts ekonomisko politiku un starptautiskās tendences.	5.LKI
4.1.2.	Piedalīties organizācijas mikro un makro vides analizēšanā.	Novērtēt organizācijas mikro un makro vidi un tās ietekmi uz mārketinga darbību	<u>Izpratnes līmenī:</u> Organizācijas ārējā (makro) un iekšējā (mikro) vide. <u>Lietošanas līmenī:</u> Organizācijas vidi ietekmējošo faktoru noteikšanas pamatprincipi. Organizācijas vidi ietekmējošo faktoru analīze.	Spēja kritiski vērtēt komercdarbību ietekmējošos faktorus un novērtēt tirgus attīstības tendences.	5.LKI
		Izmantot dažādas mikro un makro vides analīzes metodes, piemēram, SVID analīze, PEST analīze u.c.		Spēja novērtēt tirgus attīstības tendences.	5.LKI

4.1.3.	Veikt konkurentu analīzi.	Noteikt tiešos un netiešos konkurentus.	<u>Izpratnes līmenī:</u> Konkurētspēju veicinošu nemateriālo resursu noteikšana <u>Lietošanas līmenī:</u> Konkurentu noteikšana. Konkurējošo faktoru noteikšana. Salīdzinošās novērtēšanas metodes.	Spēja novērtēt konkurences situāciju un uzņēmuma konkurētspēju.	5.LKI
4.1.4.	Noteikt mērķa tirgus.	Noteikt patērētāju segmentus. Analizēt patērētāju segmentus. Noteikt mērķa tirgu un mērķauditoriju.	<u>Izpratnes līmenī:</u> Patērētāju loma un uzvedība tirgū. Pirkšanas lēmuma pieņemšanas process. <u>Lietošanas līmenī:</u> Patērētāju segmentu noteikšana. Patērētāju segmentu analīze. Patērētāju uzvedības prognozēšana. Mērķa tirgus noteikšana. Patērētāju uzvedību ietekmējošas metodes.	Spēja veikt patērētāju analīzi, nosakot un analizējot patērētāju segmentus un mērķa tirgu.	5.LKI
4.1.5.	Novērtēt uzņēmuma saimnieciskās darbības rādītājus.	Aprēķināt izmaksas. Analizēt saimnieciskās darbības rādītājus, mārketinga ROI, EBIT u.c.	<u>Izpratnes līmenī:</u> Uzņēmuma saimnieciskās un finanšu darbības rādītāji <u>Lietošanas līmenī:</u> Mārketinga ROI, EBIT rādītāji	Spēja novērtēt uzņēmuma saimnieciskās darbības rādītājus.	5.LKI
4.2. Produktu un zīmolu izstrāde, plānošana					

4.2.1.	Identificēt organizācijas produkta pieprasījumu un piedāvājumu ietekmējošos faktorus.	Pārzināt produkta pieprasījuma un piedāvājuma veidošanos. Identificēt organizācijas produkta pieprasījumu un piedāvājumu ietekmējošos faktorus.	<u>Izpratnes līmenī:</u> Ekonomikas pamatprincipi. Pieprasījuma un piedāvājuma teorija. <u>Lietošanas līmenī:</u> Produkta pieprasījuma un piedāvājuma novērtējuma metodes.	Spēja identificēt organizācijas produkta pieprasījumu un piedāvājumu ietekmējošos faktorus.	5.LKI
4.2.2.	Pedalīties jaunu produktu ieviešanā tirgū.	Pedalīties radošu risinājumu izstrādē. Noteikt tirgus nišu jaunam produktam.	<u>Izpratnes līmenī:</u> Inovatīvu risinājumu izstrādes pamatprincipi. Jauna produkta izstrādes pamatprincipi. <u>Lietošanas līmenī:</u> Ideju ģenerēšanas metodes. Jauna produkta tirgū virzīšanas metodes	Spēja pedalīties jaunu produktu ieviešanā tirgū, piedaloties radošu risinājumu izstrādē un nosakot tirgus nišu jaunam produktam.	5.LKI
4.2.3.	Noteikt produkta dzīves cikla stadiju un tā ietekmi uz mārketinga plānu.	Pārzināt produkta dzīves cikla stadijas. Identificēt produkta dzīves cikla stadiju.	<u>Izpratnes līmenī:</u> Produkta attīstības stadijas. <u>Lietošanas līmenī:</u> Produkta esošās dzīves cikla stadijas identifikācija. Produkta dzīves cikla posma ietekmes uz mārketinga plānu novērtēšana.	Spēja noteikt produkta dzīves cikla stadiju un tā ietekmi uz mārketinga plānu.	5.LKI
4.2.4.	Pedalīties īstermiņa un ilgtermiņa zīmola stratēģiju izstrādē.	Novērtēt zīmola stiprās un vājās puses. Veikt konkurentu salīdzinājumu un novērtējumu.	<u>Izpratnes līmenī:</u> Zīmola veidošanas pamatprincipi. Zīmolu veidojošie elementi. Produkta attīstības līmeņi. <u>Lietošanas līmenī:</u> Zīmola stratēģija.	Spēja izstrādāt zīmola un produkta vadības aktivitāšu plānu.	5.LKI

4.3. Mārketinga plāna un aktivitāšu izstrādes un to efektivitātes novērtējums					
4.3.1.	Piedalīties organizācijas mārketinga plāna un citu projektu izstrādē.	Pārzināt plānošanas principus un metodes. Piedalīties organizācijas mārketinga plāna un projektu izstrādē.	<u>Izpratnes līmenī:</u> Organizācijas attīstība. Komercedarbības vidi raksturojošo rādītāju analīzes metodes. Korporatīvā sociālā atbildība. Mārketinga stratēģijas. Cenu veidošanas stratēģijas. Starptautiskais mārketinga. Mārketinga plāna kontrole. <u>Lietošanas līmenī:</u> Mārketinga plāna sagatavošanas pamatprincipi. Mērķauditorijas audits. Produkta audits. Mārketinga mērķu un uzdevumu noteikšanas pamatprincipi. Sadales kanālu identificēšana. Ar cenu saistīto aktivitāšu izstrāde. Ar sadali saistīto aktivitāšu izstrāde. Projektu veidi, tai skaitā, starptautiski projekti, sociāli projekti.	Spēja piedalīties organizācijas mārketinga plāna izstrādē atbilstoši plānošanas principiem. Spēja izstrādāt un vadīt projektus savas darbības jomas ietvaros.	5.LKI 5.LKI
4.3.2.	Noteikt mārketinga plānam atbilstošus produkta komunikācijas pasākumus.	Noteikt mārketinga komunikācijas mērķus, funkcijas, veidus un līdzekļus atbilstoši mārketinga mērķiem un uzdevumiem.	<u>Izpratnes līmenī:</u> Integrētā mārketinga stratēģijas <u>Lietošanas līmenī:</u> Informācijas atlases un analīzes metodes. Sabiedrisko attiecību pamatprincipi. Reklāmas pamatprincipi. Kampanju organizēšanas pamatprincipi. Satura mārketinga	Spēja noteikt mārketinga plānam atbilstošus produkta virzīšanas pasākumus.	5.LKI

			pamatprincipi. Tekstu izstrādes koordinēšana. Vizuālo (digitālo) un drukas materiālu koordinēšana. Sadarbības ideju izstrāde un koordinēšana, iedvesmotāju (ietekmeri) un sadarbības partneru piesaiste. Pārdošanas veicināšanas pamatprincipi. Pārdošanas metodes. Patērētāju rīcības modeļi. Patērētāju uzvedību ietekmējošās metodes.		
4.3.3.	Pielietot digitālos un sociālos rīkus mārketinga darbībā.	Pārzināt mārketinga digitālos rīkus. Izmantot digitālos rīkus mārketinga plāna realizācijā.	<u>Izpratnes līmenī:</u> E-komercijas pamatprincipi. <u>Lietošanas līmenī:</u> E-komercijas platformu pielietošanas prasmes, Digitālo rīku pielietošanas principi mārketinga plāna mērķu sasniegšanai (piem., sociālie mediji, iedvesmotāju (ietekmeri) mārketinga, meklētājprogrammu rīki u.c.).	Spēja pielietot digitālos rīkus mārketinga darbībā.	5.LKI
4.3.4.	Plānot tirdzniecības izplatīšanas kanālus un vietu.	Pārzināt dažādus tirdzniecības kanālus. Pārzināt tirdzniecības vietas iekārtojuma principus.	<u>Izpratnes līmenī:</u> Tirdzniecības pamatprincipi. <u>Lietošanas līmenī:</u> Tirdzniecības kanālu plānošanas pamatprincipi Tirdzniecības vietas iekārtošanas metodes. Pārdošanas apjomu palielināšanas (merčendaizinga) pamatprincipi.	Spēja izvēlēties un plānot tirdzniecības izplatīšanas kanālus.	5.LKI

4.3.5.	Piedalīties organizācijas mārketinga plāna budžeta izstrādē.	Pārzināt budžeta veidošanas principus. Piedalīties organizācija mārketinga plāna budžeta izstrādē.	<u>Izpratnes līmenī:</u> Grāmatvedības organizācijas pamatprincipi. Mārketinga budžeta plānošanas stratēģijas. <u>Lietošanas līmenī:</u> Budžeta sagatavošanas pamatprincipi. Nozares cenu pārzināšana.	Spēja piedalīties organizācijas mārketinga plāna budžeta izstrādē, izmantojot budžeta veidošanas principus.	5.LKI
4.3.6.	Analizēt mārketinga darbības efektivitāti un rezultātus.	Pārzināt dažādas mārketinga efektivitātes analīzes metodes. Sagatavot atskaites par mārketinga plāna izpildi	<u>Izpratnes līmenī:</u> Efektivitātes novērtēšanas metodes. <u>Lietošanas līmenī:</u> Mārketinga plāna izpildes analīzes metodes. Mārketinga plāna kontroles un korekciju veikšanas metodes. Mārketinga plāna izpildes atskaišu sagatavošanas pamatprincipi.	Spēja analizēt mārketinga darbības efektivitāti un rezultātus, izmantojot dažādas analīzes metodes.	5.LKI
4.3.7.	Pieņemt datus balstītus lēmumus.	Lasīt, analizēt un interpretēt datus (Google Analytics, Meta, CRM, u.c.)	<u>Izpratnes līmenī:</u> Efektivitātes novērtēšanas metodes. <u>Lietošanas līmenī:</u> Datu analīzes metodes	Spēja pielietot mārketinga analītiskos rīkus.	5.LKI

5. Profesionālās darbības pienākumu un uzdevumu izpildei nepieciešamā VISPĀRĒJĀ kompetence					
Nr.p.k.	Uzdevumi	Prasmes	Profesionālās zināšanas	Kompetence (kvalifikācijas līmenis)	
5. Uzņēmuma darbības nodrošināšanas vispārējie uzdevumi:					
5.1.	Ievērot nozarei/jomai saistošos normatīvos aktus un standartus.	Ievērot jomu regulējošo normatīvo aktu prasības.	Nozari regulējošie normatīvie akti un standarti.	Spēja ievērot jomai saistošo normatīvo aktu prasības.	5.LKI
		Pielietot problēmas risināšanai nepieciešamos regulējošos normatīvos aktus.	Nozari regulējošo normatīvo aktu un standartu prasības.	Spēja ievērot darba tiesiskās attiecības.	
		Pielietot jomai atbilstošos standartus.			
5.2.	Ievērot darba aizsardzības, civilās aizsardzības, ugunsdrošības un vides aizsardzības prasības.	Ievērot vides aizsardzības prasības.	Darba aizsardzības sistēmas organizācija.	Spēja veikt darba uzdevumus, ievērojot darba aizsardzības, civilās aizsardzības un vides aizsardzības normatīvo aktu prasības.	5.LKI
		Ievērot darba aizsardzības prasības.	Darba aizsardzības prasības.	Spēja nelaimes gadījumā rīkoties atbilstoši situācijai un sniegt pirmo palīdzību.	
		Organizēt darba vietas atbilstoši darba aizsardzības prasībām.	Civilās aizsardzības, ugunsdrošības un vides aizsardzības regulējošo normatīvo aktu prasības.		
		Sniegt pirmo palīdzību	Pirmās palīdzības sniegšana.		
		Atbildīgi rīkoties krīzes situācijās.			
5.3.	Īstenot sociālās un pilsoniskās prasmes sociālā dialoga veidošanai sabiedrībā un piedalīties uzņēmuma reputācijas veidošanā.	Ievērot saskarsmes kultūras un profesionālās ētikas normas.	Sabiedrības sociālā un politiskā struktūra.	Spēja efektīvi sadarboties komandā, pildot profesionālos darba uzdevumus.	5.LKI
		Argumentēti izteikt viedokli, to aizstāvēt.	Sociālā daudzveidība un vienlīdzības princips.	Spēja demonstrēt personīgās, sociālās un pilsoniskās, starppersonu un starpkultūru prasmes, kas nodrošina aktīvu un efektīvu dalību profesionālajā darbībā un sociālā dialoga veidošanā sabiedrībā.	
		Būt tolerantam viedokļu dažādībā,	Laika plānošana. Lietišķā komunikācija. Vispārējā un profesionālā ētika.	Spēja ievērot profesionālās un	

		rast kompromisus. Pārvaldīt stresu sociālās komunikācijas procesā. Racionāli plānot darba laiku. Kritiski un radoši domāt.		vispārējas ētikas pamatprincipus un vispārpieņemtās uzvedības normas.	
5.4.	Iesaistīties pētniecības procesos profesionālās darbības jomā.	Izmantot pētniecības metodes profesionālajā darbībā. Piedalīties pētnieciskās darbības norisē.	Pētniecības etapi. Statistikas pamatprincipi. Pētniecības metodes.	Spēja iesaistīties un izmantot pētniecības metodes procesos profesionālās darbības jomā.	5.LKI
5.5.	Lietot matemātisko un tehnoloģisko domāšanu.	Veikt darbu izpildē nepieciešamos aprēķinus. Apzināties sakarības veicot darba uzdevumus.	Matemātiskās analīzes metodes. Statistikas pamatprincipi. Kvalitātes vadības pamatprincipi	Spēja pielietot matemātisko un tehnoloģisko domāšanu, veicot darbu, apzinot sakarības.	5.LKI
5.6.	Lietot informācijas un komunikāciju tehnoloģijas.	Lietot informācijas tehnoloģiju rīkus un pakalpojumus. Komunicēt sadarbības tīklos, izmantojot internetu. Meklēt un apkopot iegūto informāciju. Droši uzglabāt elektronisko dokumentāciju un datus.	Informācijas tehnoloģiju iespējas un potenciālie riski. Elektroniskās informācijas drošība . Informācijas tehnoloģijas datu apstrādei, analīzei un vadībai. Datu aizsardzība	Spēja droši izmantot informācijas tehnoloģijas darbam, t.sk. komunikācijai atbilstošajā jomā.	5.LKI

5.7.	Pilnveidot savas zināšanas profesionālās darbības jomā.	Plānot savas profesionālās kompetences attīstību un izaugsmes iespējas.	Plānošana un lēmumu pieņemšana. Pašnovērtējuma mehānismi. Mācību, karjeras un darba gaitu plānošana.	Spēja patstāvīgi plānot un pilnveidot savu profesionālo kvalifikāciju.	5.LKI
5.8.	Sazināties vienā vai vairākās svešvalodas, t.sk. lietojot profesionālo terminoloģiju.	Sazināties mutiski un rakstiski dažādās profesionālās situācijās un vidēs. Lietot profesionālo terminoloģiju.	Plašs un atbilstošs vārdu krājums. Funkcionālā gramatika. Profesionālā terminoloģija.	Spēja brīvi sazināties, rakstīt, lasīt un strādāt vienā vai vairākās svešvalodās, saprotot un lietojot profesionālo terminoloģiju un jēdzienus.	5.LKI

Vispārīga informācija	
Profesionālās kvalifikācijas prasību iesniedzējs	Izstrādes darba grupa: Linda Saulīte - SIA «Dentsu» Latvia vadītāja, Latvijas Reklāmas asociācijas locekle, Inese Vētra - AS «Aldaris» mārketinga daļas vadītāja, Ieva Andersone - RTU Inženierekonomikas un vadības fakultātes akadēmiskās maģistra studiju programmas «Uzņēmējdarbība un vadīšana» direktore, Iveta Liniņa - SIA «Biznesa augstskola Turība» profesore, Latvijas Tirgotāju asociācijas padomes locekle, Evita Štrausa - SIA «Tērvete Food» Biznesa attīstības un pārdošanas vadītāja, Līga Kamola - RTU Inženierekonomikas un vadības fakultātes īsā cikla profesionālās un bakalaura profesionālās studiju programmas «Uzņēmējdarbība un vadīšana» direktore, Artūrs Bernovskis - SIA «Efektio» valdes loceklis, Inta Lapiņa - SIA «LicGotus» zīmola vadītāja, Anete Aramina - SIA «Studio Teika, grafiskā dizaina studija vadītāja, Līga Sproģe - SIA «Skandi Motors» Mārketinga daļas vadītāja.
Profesionālās kvalifikācijas prasību ekspertu darba grupa	Inga Lapiņa – Latvijas Kvalitātes biedrības pārstāve, Uzņēmējdarbības Nozaru ekspertu padomes priekšsēdētāja vietniece; Ksenija Tkačenko – Ekonomikas ministrija, Uzņēmējdarbības konkurētspējas departamenta vecākā eksperte; Ilze Krūmiņa – Alberta koledžas studiju programmu «Digitālais mārketing» un «Sabiedriskas attiecības» direktore; Anete Jekuma - Nozaru ekspertu padomju koordinatore (tūrisms un skaistumkopšana, tekstilizstrādājumu ražošana, EIKT, uzņēmējdarbība); Sanita Oklu - Valsts izglītības satura centrs, Izglītības satura departamenta Izglītības satura atbalsta nodaļas vecākā eksperte.
NEP atzinums par profesionālās kvalifikācijas prasībām	15.05.2024.
Profesionālās kvalifikācijas prasību saskaņošana PINTSA	07.08.2024.
Iepriekš saskaņoto profesionālās kvalifikācijas prasību redakcijas	10.06.2020.