

PROFESIJAS STANDARTS
FUNKCIONĀLĀ VADĪBA

TIRGVEDĪBAS (MĀRKETINGA) VADĪTĀJA
PROFESIONĀLĀS KVALIFIKĀCIJAS PRASĪBAS

1. Profesionālās kvalifikācijas nosaukums, kvalifikācijas līmenis, prasības izglītībai	
Tirgvedības (mārketinga) vadītājs	Kvalifikācijas līmenis: Sestais profesionālās kvalifikācijas līmenis (6. PKL)
Kods atbilstoši Eiropas prasmju, kompetenču, kvalifikāciju un profesiju daudzvalodu klasifikācijai (ESCO): 1221.3 – Chief marketing officer	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 (mārketinga) vadītāja 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: Komercdarbība un vadība Pienākums: (4.1.) komercdarbības vides analīze un novērtējums, (4.2.) attīstības virzienu, mērķu un resursu noteikšana un plānošana, (4.3.) Uzņēmuma procesu plānošana, organizēšana, vadīšana un kontrole Mārketinga stratēģijas veidošana Pienākums: (3.4.) mārketinga stratēģijas veidošana Zīmolu un produktu vadība Pienākums: (3.5.) zīmolu un produktu vadība Mārketinga komunikācijas vadīšana Pienākums: (3.6.) mārketinga komunikācijas vadīšana	
Profesionālās kvalifikācijas specializācijas: Nav	
Saistītās profesionālās kvalifikācijas, kvalifikācijas līmenis: Tirgvedības speciālists 5. PKL Organizācijas vadītājs 7. PKL	

3. Profesionālās darbības pienākumu un uzdevumu kopsavilkums

Tirgvedības (Mārketinga) vadītājs izstrādā un īsteno īstermiņa un ilgtermiņa tirgvedības (mārketinga) (turpmāk – mārketinga) stratēģiju, lai virzītu tirgū produktus un veicinātu organizācijas tēla atpazīstamību, nodrošinātu organizācijas biznesa mērķu sasniegšanu un veidotu tā konkurētspēju. Organizē zīmola un produkta izstrādi un virzīšanu tirgū, organizācijas tēla atpazīstamības veicināšanas pasākumus. Plāno mārketinga budžetu, kontrolē mārketinga projektu izpildi un novērtē to efektivitāti. Veic tirgus izpēti un analīzi, organizē jaunu tirgus segmentu meklēšanu organizācijas produktiem, analizē mērķauditorijas, piemēro mārketinga pasākumus atbilstoši mērķauditorijai un tirgus situācijai, kā arī integrē tos ar īstermiņa un ilgtermiņa mārketinga stratēģiju. Organizē organizācijas mārketinga komunikācijas izstrādi un īstenošanu, tai skaitā, produktu pārdošanas veicināšanas aktivitāšu izstrādi un īstenošanu, vizuālās/audio/video reklāmas un produktu vizuālā noformējuma veidošanu, efektīvāko līdzekļu un mediju izvēli, ar kuru palīdzību ietekmēt organizācijas esošo un potenciālo klientu uzvedību, veidot organizācijas tēlu un veicināt atpazīstamību. Integrē mārketinga komunikācijas aktivitātes ar organizācijas attīstības stratēģiju. Organizē konkurentu aktivitāšu un nozares tendenču analīzi un novērtējumu, regulāri sniedz pārskatus un prezentācijas vadībai. Seko, lai organizācijas produkti apmierinātu patērētāju prasības un vajadzības, kā arī neradītu kaitējumu sabiedrībai un videi.

Tirgvedības (mārketinga) vadītāja pienākumi un uzdevumi:

3.1. Komercedarbības vides analīze un novērtējums:

- 3.1.1. Analizēt vidi, kura ietekmē uzņēmuma darbību, tai skaitā, valsts ekonomisko un nozaru politiku;
- 3.1.2. Novērtēt komercedarbības vides faktoru ietekmi uz uzņēmuma darbību;
- 3.1.3. Novērtēt tirgus attīstības tendences.

3.2. Attīstības virzienu, mērķu un resursu noteikšana un plānošana:

- 3.2.1. Piedalīties uzņēmuma mērķu noteikšanā un stratēģijas izstrādē;
- 3.2.2. Novērtēt uzņēmuma iekšējo vidi un resursus un izstrādāt priekšlikumus to efektīvai un racionālai izmantošanai;
- 3.2.3. Piedalīties uzņēmuma darbības plānu izstrādē un noteikt aktivitātes atbilstoši uzņēmuma mērķiem un stratēģijai;
- 3.2.4. Piedalīties uzņēmuma mārketinga un pārdošanas stratēģijas izveidē;
- 3.2.5. Novērtēt uzņēmuma saimnieciskās darbības rādītājus;
- 3.2.6. Piedalīties nepieciešamo investīciju apzināšanā, plānošanā un piesaistē.

3.3. Uzņēmuma procesu plānošana, organizēšana, vadīšana un kontrole:

- 3.3.1. Vadīt funkcionālo procesu, analizēt un novērtēt tā efektivitāti;
- 3.3.2. Piedalīties ar funkcionālo jomu saistīto sistēmu un procesu uzturēšanā;
- 3.3.3. Vadīt darbiniekus, ņemot vērā uzņēmuma personāla vadības politiku;
- 3.3.4. Izstrādāt un vadīt projektus uzņēmumā;
- 3.3.5. Ievērot jomai saistošo normatīvo aktu un standartu pielietošanu un analizēt darbības plānus atbilstoši darba vides un normatīvo aktu izmaiņām.

3.4. Mārketinga stratēģijas veidošana:

- 3.4.1. veikt tirgus izpēti;
- 3.4.2. analizēt mērķa tirgu, patērētāju vēlmes, vajadzības un uzvedību tirgū;
- 3.4.3. formulēt mārketinga mērķus un izstrādāt stratēģiju, saskaņā ar organizācijas attīstības stratēģiju;
- 3.4.4. meklēt jaunus tirgus;
- 3.4.5. plānot, izstrādāt un kontrolēt mārketinga budžetu.

3.5. Zīmolu un produktu vadīšana:

- 3.5.1. izstrādāt īstermiņa un ilgtermiņa zīmola stratēģiju;
- 3.5.2. izveidot zīmola koncepciju un koordinēt tā īstenošanas procesu;
- 3.5.3. vadīt un attīstīt produktus;
- 3.5.4. izstrādāt un īstenot zīmola un/vai produkta vadības aktivitāšu plānu.

3.6. Mārketinga komunikācijas vadīšana:

- 3.6.1. formulēt mārketinga komunikācijas mērķus un stratēģiju;
- 3.6.2. izstrādāt mārketinga komunikācijas plānu;
- 3.6.3. pārzināt un integrēt mārketinga komunikācijas rīkus.

3.7. Uzņēmuma darbības nodrošināšanas vispārējie uzdevumi:

- 3.7.1. Ievērot jomai saistošo normatīvo aktu un standartu pielietošanu un analizēt darbības plānus atbilstoši darba vides un normatīvo aktu izmaiņām;
- 3.7.2. Ievērot darba aizsardzības, civilās aizsardzības, ugunsdrošības un vides aizsardzības prasības;
- 3.7.3. Īstenot sociālās un pilsoniskās prasmes sociālā dialoga veidošanai sabiedrībā un piedalīties uzņēmuma reputācijas veidošanā;
- 3.7.4. Īstenot pētījumus profesionālās darbības jomā; izstrādāt pārskatus, publikācijas un prezentācijas par pētniecības rezultātiem profesionālās darbības jomā;
- 3.7.5. Lietot informācijas un komunikāciju tehnoloģijas.

4. Profesionālās darbības pienākumu un uzdevumu izpildei nepieciešamā PROFESIONĀLĀ kompetence					
Nr.p.k.	Uzdevumi	Prasmes	Profesionālās zināšanas	Kompetence (kvalifikācijas līmenis)	
4.1. Komercedarbības vides analīze un novērtējums:					
4.1.1.	Analizēt vidi, kura ietekmē uzņēmuma darbību, tai skaitā valsts ekonomisko un nozaru politiku.	Novērtēt ekonomikas un kopējās tirgus attīstības likumsakarības un principus.	Komercedarbības vide, tās galvenie elementi, t.sk., nozaru politika Ekonomikā, nozarē un komercedarbībā eksistējošā problemātika. Ekonomisko procesu likumsakarības un principi. Komercedarbības vidi raksturojošo rādītāju analīze. Statistiskās analīzes metodes ekonomikā.	Spēja analizēt vidi, kura ietekmē uzņēmuma darbību.	5.LKI
		Analizēt ekonomiskās politikas ietekmi uz uzņēmuma darbību un attīstību.		Spēja analizēt valsts ekonomisko politiku un starptautiskās tendences.	5.LKI
		Novērtēt komercedarbības attīstības tendences.		Spēja novērtēt tirgus situācijas izmaiņas.	6.LKI
		Analizēt nozares/jomas politikas ietekmi uz uzņēmuma darbību un attīstību.			
4.1.2.	Novērtēt komercedarbības vides faktoru ietekmi uz uzņēmuma darbību.	Novērtēt komercedarbības vidi ietekmējošos faktorus.	Komercedarbības vides faktoru attīstības likumsakarības. Pasaules (ekonomiskās) attīstības tendences. Uzņēmuma attīstības teorijas. Ietekmes faktoru analīzes metodes.	Spēja kritiski vērtēt komercedarbību ietekmējošos faktorus un to ietekmi uz uzņēmuma darbību.	5.LKI
		Analizēt ārējās vides faktorus un to ietekmi uz uzņēmuma darbību.		Spēja argumentēt komercedarbības vides izmaiņu radītās sekas.	6.LKI
		Novērtēt pasaules (ekonomiskās) attīstības tendenču ietekmi uz uzņēmuma darbību un attīstību.			
4.1.3.	Novērtēt tirgus attīstības tendences.	Novērtēt tautsaimniecības nozaru tirgus un attīstības tendences.	Tautsaimniecības nozaru specifika. Starptautiskās sadarbības stratēģijas. Tirgus attīstības novērtēšanas metodes.	Spēja novērtēt tirgus attīstības tendences.	5.LKI
		Analizēt uzņēmuma attīstības iespējas vietējā tirgū.		Spēja izvērtēt uzņēmuma attīstības iespējas vietējā un starptautiskā mērogā.	6.LKI
		Analizēt uzņēmuma attīstības iespējas starptautiskā mērogā.			
4.2. Attīstības virzienu, mērķu un resursu noteikšana un plānošana:					
4.2.1.	Piedalīties uzņēmuma mērķu noteikšanā un	Līdzdarboties uzņēmuma mērķu noteikšanā.	Uzņēmuma stratēģijas.	Spēja izstrādāt priekšlikumus un piedalīties uzņēmuma mērķu noteikšanā un stratēģijas	6.LKI

	stratēģijas izstrādē.		Mērķu plānošanas un formulēšanas pamatprincipi.	izstrādē.	
		Līdzdarboties uzņēmuma darbības stratēģijas izstrādē.	Mērķu formulēšanas metodes.	Spēja formulēt jomas stratēģiskos, taktiskos un operatīvos mērķus, saskaņojot tos ar uzņēmuma mērķiem.	6.LKI
		Formulēt jomas stratēģiskos, taktiskos un operatīvos mērķus.	Mērķu kontroles indikatoru un mērījumu noteikšana.		
		Formulēt dažāda līmeņa mērķu kontroles indikatorus.			
4.2.2.	Novērtēt uzņēmuma iekšējo vidi un resursus un izstrādāt priekšlikumus to efektīvai un racionālai izmantošanai.	Analizēt uzņēmuma darbību ietekmējošos iekšējās vides faktorus.	Uzņēmuma attīstības stratēģijas.	Spēja kritiski vērtēt uzņēmuma darbību ietekmējošos iekšējās vides faktorus.	6.LKI
		Novērtēt uzņēmuma resursu pietiekamību atbilstoši uzņēmuma stratēģijai.	Uzņēmuma iekšējās vides faktori un to analīzes metodes.	Spēja novērtēt uzņēmuma resursus un izstrādāt priekšlikumus to efektīvai un racionālai izmantošanai.	6.LKI
		Sagatavot resursu analīzes ziņojumu.	Resursu un finanšu analīze.		
		Sagatavot priekšlikumus resursu racionālai izmantošanai.	Efektivitātes novērtēšanas metodes.		
4.2.3.	Piedalīties uzņēmuma darbības plānu izstrādē un noteikt aktivitātes atbilstoši uzņēmuma mērķiem un stratēģijai.	Analizēt uzņēmuma attīstības tendences un kopsakarības.	Uzņēmuma darbības plānošana un vadīšana.	Spēja noteikt aktivitātes atbilstoši uzņēmuma stratēģijai.	6.LKI
		Izstrādāt priekšlikumus uzņēmuma darbības plānu izstrādei.	Stratēģiskās plānošanas pamatprincipi.	Spēja izvērtēt jomas/virziena attīstības iespējas un riskus un izstrādāt darbības plānu.	6.LKI
		Novērtēt riskus saistītus ar uzņēmuma darbību un attīstību.	Operatīvā plānošana.		
		Izstrādāt operatīvās darbības plānus.	Risku novērtēšanas metodes.		
			Uzņēmējdarbība.		
4.2.4.	Piedalīties uzņēmuma mārketinga un (vai) pārdošanas stratēģijas izveidē	Novērtēt tirgus situāciju un attīstības iespējas.	Informācijas atlases un analīzes metodes.	Spēja novērtēt konkurences situāciju un uzņēmuma konkurētspēju.	5.LKI
		Novērtēt konkurences situāciju un uzņēmuma konkurētspēju.	Konkurētspējas analīzes un novērtēšanas metodes.	Spēja noteikt mērķa tirgu un izvēlēties atbilstošu mārketinga un pārdošanas stratēģiju.	6.LKI
		Noteikt mērķa tirgu.	Tirgvedības stratēģijas.		
		Noteikt cenu veidošanās stratēģiju.	Tirgus segmentēšanas pamatprincipi.		
		Izvēlēties piemērotus pārdošanas veicināšanas pasākumus.	Pārdošanas kanālu veidi.		
			Pārdošanas veicināšanas pasākumi un		

		Analizēt produkcijas pārdošanas iespējas un kanālus.	pieejas.		
4.2.5.	Novērtēt uzņēmuma saimnieciskās darbības rādītājus.	Sagatavot atskaites, pārskatus un citus saistītos dokumentus.	Saimnieciskās darbības uzskaites pamatprincipi un metodes.	Spēja novērtēt uzņēmuma saimnieciskās darbības rādītājus.	5.LKI
		Aprēķināt izmaksas.	Uzņēmuma saimnieciskās darbības rādītāju analīzes metodes.	Spēja plānot un nodrošināt jomas ekonomisko efektivitāti.	6.LKI
		Analizēt saimnieciskās darbības rādītājus, mārketinga ROI, EBIT u.c.	Finanšu analīzes metodes. Statistiskās analīzes metodes. Pašizmaksas kalkulācija.	Spēja organizēt un kontrolēt dokumentu izstrādi un noformēšanu, atbilstoši normatīvo aktu prasībām.	6.LKI
		Novērtēt uzņēmuma darbības finansiālos rezultātus. Noteikt uzņēmuma darbības plānu īstenošanai nepieciešamās investīcijas. Budžeta plānošana	Dokumentu pārvaldība.	Spēja piedalīties nepieciešamo investīciju apzināšanā, plānošanā un piesaistē.	6.LKI
4.3. Uzņēmuma procesu plānošana, organizēšana, vadīšana un kontrole:					
4.3.1.	Vadīt funkcionālo procesu, analizēt un novērtēt tā efektivitāti	Analizēt procesus uzņēmumā.	Uzņēmuma procesu veidošanas pamatprincipi.	Spēja organizēt efektīvu funkcionālo procesu	6.LKI
		Novērtēt procesu efektivitāti un lietderību.	Funkcionālās jomas procesu būtība un likumsakarības.	Spēja analizēt un novērtēt dažādus procesus, inovācijas un to efektivitāti.	6.LKI
		Sniegt argumentētus priekšlikumus uzņēmuma attīstībai.	Procesu organizēšana.		
		Izstrādāt priekšlikumus procesu pilnveidei un inovācijām.	Procesu analīze un novērtēšana.		
4.3.2.	Piedalīties ar funkcionālo jomu saistīto sistēmu un procesu uzturēšanā.	Vadīt funkcionālo procesu atbilstoši kvalitātes un drošības sistēmu prasībām.	Kvalitātes sistēmas darbības pamatprincipi un pilnveides metodes.	Spēja piedalīties uzņēmuma kvalitātes sistēmas, darba aizsardzības sistēmas un loģistikas sistēmas pilnveidošanā un uzturēšanā.	6.LKI
		Piedalīties kvalitātes sistēmas uzturēšanā un pilnveidē.	Riski, kas saistīti ar kvalitātes sistēmas trūkumu vai nepilnībām.		
		Piedalīties darba aizsardzības sistēmas uzturēšanā un pilnveidē.	Produkcijas piegādes drošības ķēdes un to darbības principi.		
		Piedalīties loģistikas sistēmas uzturēšanā.	Darba vides iekšējā uzraudzība. Loģistikas sistēmu darbības pamatprincipi un loģistikas procesu nodrošināšana.		

4.3.3.	Vadīt darbiniekus, ņemot vērā uzņēmuma personāla vadības politiku.	Plānot personālu.	Personāla vadība un attīstība. Darba tiesības, t.sk. darba ņēmēju organizācijas. Efektīva komunikācija. Motivācijas teorijas. Darbs komandā. Līderība un emocionālā inteliģence. Paaudžu mijiedarbība komandā.	Spēja vadīt darbiniekus, ņemot vērā uzņēmuma personāla vadības politiku. Spēja plānot, organizēt un koordinēt padotā personāla darbību noteikto uzdevumu precīzai, savlaicīgai un kvalitatīvai izpildei. Spēja sadarboties un motivēt darbiniekus, kontrolēt sev pakļautā personāla pienākumu izpildi.	6.LKI 6.LKI 6.LKI
		Sagatavot priekšlikumus potenciālo darbinieku atlases kritērijiem.			
		Vadīt komandu / darbiniekus.			
		Novērtēt darbinieka kvalifikāciju un darba rezultātus.			
		Kontrolēt pakļautībā esošā personāla pienākumu izpildi.			
		Organizēt personāla mācības.			
		Sadarboties uzņēmuma mērķu sasniegšanai.			
		Sniegt priekšlikumus personāla motivācijas kritēriju izstrādei.			
		Atbalstīt darbiniekus.			
4.3.4.	Izstrādāt un vadīt projektus uzņēmumā.	Sagatavot projektu.	Projektu sagatavošanas un vadības pamatprincipi. Projekta īstenošana un vadīšana uzņēmuma ietvaros. Projektu veidi, tai skaitā, starptautiski projekti, sociāli projekti.	Spēja izstrādāt un vadīt projektus savas darbības jomas ietvaros.	5.LKI 6.LKI
		Vadīt projektu.			
		Īstenot projektu.			
		Pedalīties projektu īstenošanā, pārstāvēt savu uzņēmumu.			
4.3.5.	Pieņemt datus balstītus lēmumus	Lasīt, analizēt un interpretēt datus (Google Analytics, Meta, CRM, u.c.)	Datu analīzes metodes	Spēja pielietot mārketinga analītiskos rīkus. Spēja sekot un analizēt mārketingu kampaņu veikspējai.	5.LKI 6.LKI
		Dažādu alternatīvu izvērtēšana.			
4.4. Mārketinga stratēģijas veidošana:					
4.4.1.	Veikt tirgus izpēti	Novērtēt tirgus likumsakarības.	Izpratnes līmenī:	Spēja izprast un analizēt tirgus tendences	5.LKI

		Analizēt konkurentus un viņu priekšrocības un vājās puses. Novērtēt produkta pieprasījumu un piedāvājumu tirgū.	Mārketinga pamatelementi. Tirgus izpētes process un tirgu ietekmējošie faktori. Ekonomisko procesu likumsakarības. <u>Lietošanas līmenī:</u> Tirgus izpētes metodes. Statistikās analīzes metodes.	un likumsakarības. Spēja identificēt tirgus situācijas izmaiņas.	6.LKI
4.4.2.	Analizēt mērķa tirgu, patērētāju vēlmes, vajadzības un uzvedību tirgū	Analizēt mērķauditorijas uzvedību tirgū. Novērtēt mērķauditorijas vēlmes un vajadzības, viņu uzvedības īpatnības. Novērtēt patērētāja pirkšanas lēmuma pieņemšanas procesu un to ietekmējošos faktorus. Analizēt, izvērtēt un izvēlēties mērķa tirgu. Veikt tirgus segmentēšanu. Novērtēt tirgus pieprasījumu un tā attīstības potenciālu.	<u>Izpratnes līmenī:</u> Patērētāju uzvedības modeļi. Pirkšanas lēmumu pieņemšana un to ietekmējošie faktori. Mērķa tirgus izvēles un segmentēšanas kritēriji un metodes. <u>Lietošanas līmenī:</u> Pētījumu metodoloģija. Mērķa tirgus pieprasījuma novērtēšanas un prognozēšanas metodes. Mērķa tirgus attīstības potenciāla novērtēšanas metodes.	Spēja analizēt, kritiski izvērtēt un izvēlēties mērķa tirgu (mērķauditoriju). Spēja analizēt patērētāju vajadzības, pieprasījumu, uzvedību un to ietekmējošos faktorus. Spēja prognozēt patērētāju reakciju uz dažādiem mārketinga stimuliem.	5.LKI 6. LKI 6.LKI
4.4.3.	Formulēt mārketinga mērķus un izstrādāt stratēģiju, saskaņā ar organizācijas attīstības stratēģiju	Izvirzīt mārketinga mērķus organizācijas stratēģijas ietvaros. Integrēt mārketinga stratēģiju organizācijas kopējā stratēģijā. Izstrādāt mārketinga plānu, tai skaitā katra mārketinga kompleksa elementa attīstības stratēģiju. Veikt mārketinga stratēģijas efektivitātes novērtējumu un analīzi.	<u>Izpratnes līmenī:</u> Tirgus stratēģijas un tās ietekmējošie faktori. Mērķu formulēšana un stratēģijas izveide. Mārketinga sasaiste ar kopējo organizācijas darbību, tai skaitā pārdošanas vadību. Sociālais Ilgtspējas mārketings. <u>Lietošanas līmenī:</u> Mārketinga stratēģijas izveide. Mārketinga plāna sagatavošana.	Spēja formulēt mārketinga mērķus un izstrādāt stratēģiju. Spēja piemērot organizācijas mārketinga stratēģiju esošai tirgus situācijai, patērētāju vajadzībām, ievērojot normatīvo aktu prasības un sabiedrības intereses. Spēja izstrādāt mārketinga plānu.	5.LKI 6.LKI

4.4.4.	Meklēt jaunus tirgus	Novērtēt tirgus attīstības tendences dažādos segmentos, izdarot attiecīgos secinājumus.	<u>Izpratnes līmenī:</u> Segmentēšanas pamatprincipi.	Spēja analizēt un prognozēt pieprasījumu un piedāvājumu. Spēja veicināt organizācijas attīstību, pozicionējot zīmolus un produktus jaunos tirgus segmentos.	6.LKI 6. LKI
		Izvērtēt jaunas tirgus iespējas, tirgus potenciālu un pirktspēju.	Pirktspējas novērtēšana.		
		Novērtēt pieprasījumu un piedāvājumu, alternatīvu pieejamību tirgū.	Tirgus pieprasījuma un piedāvājuma novērtējums un prognozēšanas metodes.		
		Analizēt un novērtēt potenciālos riskus.	Globālais, starptautiskais un lokālais mārketingš. <u>Lietošanas līmenī:</u> Konkurētspējas attīstības stratēģijas un novērtēšanas metodes.		
4.4.5.	Plānot, izstrādāt un kontrolēt mārketinga budžetu	Novērtēt budžeta iespējas, kā arī plānotās mārketinga izmaksas mārketinga mērķu sasniegšanai.	<u>Izpratnes līmenī:</u> Mārketinga plānošanas posmi.	Spēja plānot, izstrādāt un kontrolēt mārketinga budžetu. Spēja īstenot mārketinga mērķu sasniegšanu.	5.LKI 6. LKI
		Analizēt veiktspējas rādītājus un nepieciešamības gadījumā veikt korekcijas mārketinga plānā.	Mārketinga budžeta veidošanas metodes un principi. <u>Lietošanas līmenī:</u> Mārketinga plānošana. Mārketinga budžeta veidošanas metodika		
4.5. Zīmolu un produktu vadīšana:					
4.5.1.	Izstrādāt īstermiņa un ilgtermiņa zīmola stratēģiju	Novērtēt zīmola stiprās un vājās puses.	<u>Izpratnes līmenī:</u>	Spēja izstrādāt īstermiņa un ilgtermiņa zīmola stratēģiju.	6. LKI
		Veikt konkurentu salīdzinājumu un novērtējumu.	Zīmola veidošanas pamatprincipi. Zīmolu veidojošie elementi.		
		Izstrādāt priekšlikumus zīmola stratēģijas īstenošanai.	Produkta attīstības līmeņi. <u>Lietošanas līmenī:</u> Zīmola stratēģija. Tirgus izpētes metodes.		
4.5.2.	Izveidot zīmola	Izveidot zīmola vadlīnijas.	<u>Izpratnes līmenī:</u>	Spēja izstrādāt priekšlikumus zīmola	6. LKI

	konceptiju un koordinēt tā īstenošanas procesu	Izmatot mūsdienu zīmola attīstības metodes un tehnikas. Analizēt zīmola attīstības iespējas. Novērtēt zīmola riskus, iespējamās krīzes un nestandarta situācijas.	Nepieciešamo resursu analīzes pamatprincipi. <u>Lietošanas līmenī:</u> Zīmola risku novērtēšanas metodes. Zīmola attīstības metodes un tehnikas.	konceptijas izveidei. Spēja koordinēt koncepta īstenošanas procesu.	
4.5.3.	Vadīt un attīstīt produktus	Attīstīt produktus un izstrādāt jaunu produktu koncepciju. Izstrādāt produkta vizuālo noformējumu. Izstrādāt produktu pozicionējumu. Veidot produktu cenu politiku. Izvēlēties optimālo sadales kanālu.	<u>Izpratnes līmenī:</u> Mārketinga plānošana. Produkta īpašības, raksturotāji un attīstības stratēģijas. Produktu portfeļa veidošanas un vadības pamatprincipi. Sociālā atbildība, ilgtspēja un aprites ekonomika. <u>Lietošanas līmenī:</u> Jaunu produktu veidošanas un attīstības metodes un instrumenti. Produktu vadības metodika.	Spēja izstrādāt priekšlikumus produkta veidošanas un attīstības procesā. Spēja izstrādāt produkta vadības attīstības stratēģiju. Spēja sekot, lai organizācijas produkti atbilstu normatīvo dokumentu un standartu kvalitātes un drošības prasībām.	6. LKI
4.5.4.	Izstrādāt un īstenot zīmola un produkta vadības aktivitāšu plānu	Izprast zīmolu un produktu tirgus pozīciju ietekmējošos faktorus. Plānot un organizēt secīgos soļus un operatīvās darbības. Īstenot operatīvās darbības plānus. Veikt mārketinga pasākumu rezultātu efektivitātes novērtējumu un analīzi. Īstenot zīmola un/vai produkta vadības plānu nestandarta situācijās, vadoties pēc iepriekš izstrādāta un testēta ārkārtas situāciju plāna Krīzes vadība un komunikācija	<u>Izpratnes līmenī:</u> Informācijas atlases un analīzes metodes. Plānošanas metodes. <u>Lietošanas līmenī:</u> Efektivitātes novērtēšanas metodes. Mārketinga plānošana.	Spēja izstrādāt zīmola un produkta vadības aktivitāšu plānu. Spēja organizēt un kontrolēt zīmola un/vai produkta aktivitāšu plāna īstenošanu.	5.LKI 6. LKI
4.6. Mārketinga komunikācijas vadīšana					
4.6.1.	Formulēt mārketinga	Izvērtēt dažādas komunikācijas iespējas.	<u>Izpratnes līmenī:</u>	Spēja noteikt organizācijas mārketinga	5.LKI

	komunikācijas mērķus un stratēģiju	Atbilstoši tirgus situācijai un organizācijas konkurētspējai noteikt mārketinga komunikācijas mērķus. Organizēt mārketinga komunikācijas stratēģijas izstrādi, atbilstoši organizācijas kopējai attīstības stratēģijai. Integrēt korporatīvā tēla un reputācijas veidošanas principus.	Komunikācijas process. Mediji un komunikācijas kanāli. Sociālie mediji, digitālie mediji. Mārketinga komunikācijas mērķi atbilstoši pirkšanas lēmuma pieņemšanas posmam, produkta dzīves ciklam un citiem faktoriem. Korporatīvā tēla un reputācijas veidošana. <u>Lietošanas līmenī:</u> Mārketinga komunikācijas mērķu atbilstības nodrošināšana organizācijas mārketinga un korporatīviem mērķiem.	komunikācijas mērķus atbilstoši tirgus situācijai un organizācijas iespējām. Spēja integrēt korporatīvā tēla un reputācijas veidošanas principus organizācijas mārketinga komunikācijā.	6. LKI
4.6.2.	Izstrādāt mārketinga komunikācijas plānu	Izstrādāt operatīvās darbības plānu mārketinga komunikācijas īstenošanai. Izstrādāt mārketinga komunikācijas saturu atbilstoši mērķauditorijas īpatnībām. Izvēlēties mārketinga komunikācijas līdzekļus, atbilstoši mērķauditorijai. Izstrādāt mārketinga komunikācijas budžetu. Kontrolēt mārketinga komunikācijas plāna īstenošanu un novērtēt tā efektivitāti	<u>Izpratnes līmenī:</u> Mārketinga plānošana. Mārketinga komunikācijas izplatīšanas līdzekļu izvēles principi. Mārketinga komunikācijas integrācija ar organizācijas kopējo un mārketinga stratēģiju. <u>Lietošanas līmenī:</u> Mārketinga komunikācijas plāna veidošanas posmi. Mārketinga komunikācijas efektivitātes veidi un novērtēšanas metodes.	Spēja plānot mārketinga komunikāciju atbilstoši tirgus situācijai un izvēlētai mērķauditorijai. Spēja organizēt un vadīt mārketinga komunikācijas plāna īstenošanu un novērtēt tā efektivitāti.	5.LKI 6. LKI
4.6.3.	Pārzināt un integrēt mārketinga komunikācijas rīkus	Izvērtēt mārketinga komunikācijas rīku izmantošanas lietderību, ņemot vērā mērķauditoriju un konkurentu mārketinga aktivitātes. Integrēt mārketinga komunikācijas rīkus, tai skaitā digitālā mārketinga rīkus, izvirzīto mārketinga mērķu sasniegšanai.	<u>Izpratnes līmenī:</u> Mārketinga komunikācijas rīki un tehnoloģijas. <u>Interaktīvā mārketinga komunikācija.</u> Patērētāju uzvedība.	Spēja novērtēt mārketinga komunikācijas, tai skaitā digitālā mārketinga, sniegtās iespējas un aktivitāšu efektivitāti. Spēja integrēt mārketinga komunikācijas rīkus, mārketinga stratēģijas īstenošanai.	5.LKI 6. LKI

		Īstenot mārketinga komunikācijas atbilstību organizācijas mārketinga stratēģijai.	<u>Lietošanas līmenī:</u> Mārketinga rīku izvēle un lietošana atbilstoši mērķauditorijas īpatnībām. Mārketinga komunikācijas, tai skaitā digitālās, efektivitātes novērtēšanas metodes.		
--	--	--	--	--	--

5. Profesionālās darbības pienākumu un uzdevumu izpildei nepieciešamā VISPĀRĒJĀ kompetence					
Nr.p.k.	Uzdevumi	Prasmes	Profesionālās zināšanas	Kompetence (kvalifikācijas līmenis)	
5.1. Uzņēmuma darbības nodrošināšanas vispārējie uzdevumi:					
5.1.1.	Ievērot jomai saistošo normatīvo aktu un standartu pielietošanu un analizēt darbības plānus atbilstoši normatīvo aktu izmaiņām.	Izprast jomu regulējošo normatīvo aktu prasības.	Nozari regulējošie normatīvie akti un standarti.	Spēja efektīvi sadarboties komandā, pildot profesionālos darba uzdevumus.	5.LKI
		Pielietot problēmas risināšanai nepieciešamos regulējošos normatīvos aktus.	Nozari regulējošo normatīvo aktu un standartu prasības.	Spēja ievērot jomai saistošo normatīvo aktu prasības.	5.LKI
		Pielietot jomai atbilstošos standartus.		Spēja ievērot darba tiesiskās attiecības.	5.LKI
5.1.2.	Ievērot darba aizsardzības, civilās aizsardzības, elektrodrošības, ugunsdrošības un vides aizsardzības prasības.	Ievērot vides aizsardzības prasības.	Darba aizsardzības sistēma uzņēmumā.	Spēja veikt darba uzdevumus, ievērojot darba aizsardzības, civilās aizsardzības un vides aizsardzības normatīvo aktu prasības.	5.LKI
		Ievērot darba aizsardzības prasības, identificēt iespējamus riskus, veicot darba uzdevumus.	Darba aizsardzības prasības.		
		Organizēt darba vietas atbilstoši darba aizsardzības prasībām.	Civilās aizsardzības, elektrodrošības, ugunsdrošības un vides aizsardzības regulējošo normatīvo aktu prasības.		
		Atbildīgi rīkoties krīzes situācijās.			
5.1.3.	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 ievērot profesionālās un vispārējās ētikas pamatprincipus un vispārpieņemtās uzvedības normas. Spēja demonstrēt personīgās, sociālās un pilsoniskās, starppersonu un starpkultūru prasmes, kas nodrošina aktīvu un efektīvu dalību profesionālajā darbībā un sociālā dialoga veidošanā sabiedrībā.	5.LKI 5.LKI
		Argumentēti izteikt viedokli, to aizstāvēt.	Sociālā daudzveidība un vienlīdzības princips.		
		Sagatavot un publiskot prezentācijas materiālus.	Starpkultūru saskarsme.		
		Būt tolerantam, , rast kompromisus, dažādības vadība.	Laika plānošana.		
		Pārvaldīt stresu sociālās komunikācijas procesā, stresa noturība.	Lietīšķā komunikācija.		
		Kritiski un radoši domāt.	Komunikācija sabiedrībā, tai skaitā multikulturālā. Vispārējā un profesionālā ētika, ētikas kodekss.		

5.1.4.	Īstenot pētījumus profesionālās darbības jomā.	Izvēlēties pētījuma tēmas un metodiku atbilstoši profesionālās darbības jomai.	Zinātniski pētnieciskās metodes. Pētniecības metodoloģija etapi. Statistikas pamatprincipi. Datu matemātiskās apstrādes un analīzes programmas.	Spēja veikt pētījumus profesionālās darbības jomā.	6.LKI
		Apstrādāt informāciju, izvēloties piemērotāko risinājumu, atbilstoši pētījuma mērķim.		Spēja izmantot pētījumos iegūtos rezultātus profesionālās darbības pilnveidei.	6.LKI
		Īstenot un/vai piedalīties pētījumos.			
		Apkopot, sistematizēt un analizēt datus.			
5.1.5.	Izstrādāt pārskatus, publikācijas un prezentācijas par pētniecības rezultātiem nozarē un profesionālās darbības jomā.	Apkopot un interpretēt pētījumu rezultātus.	Efektīvas komunikācijas paņēmieni. Argumentācijas paņēmieni. Pārskatu un publikāciju sagatavošana. Publiskā runa, medijpratība.	Spēja sagatavot pētījumu publikācijas un prezentācijas.	6.LKI
		Sagatavot pētījumu rezultātu atskaiti.		Spēja analizēt iegūtos rezultātus un pārliecinoši pamatot savu viedokli.	6.LKI
		Sagatavot prezentācijas materiālus un publikācijas.			
		Argumentēt savu viedokli.			
5.1.6.	Lietot informācijas un komunikāciju tehnoloģijas.	Lietot informācijas tehnoloģiju rīkus un pakalpojumus.	Informācijas un komunikāciju tehnoloģijas un potenciālie riski. Elektroniskās informācijas Datu drošība. Informācijas tehnoloģijas datu apstrādei, analīzei un vadībai. Digitalizācija un starpdisciplināritāte. Kiberdrošība, digitālā pratība.	Spēja droši izmantot informācijas tehnoloģijas darbam, t.sk. komunikācijai atbilstošajā jomā. Spēja patstāvīgi iegūt un analizēt nepieciešamos datus, kā arī interpretēt iegūtos rezultātus.	6.LKI 6.LKI
		Meklēt un apkopot iegūto informāciju.			
		Droši uzglabāt elektronisko dokumentāciju un datus.			
		Veikt datu vizualizāciju un analīzi.			
5.1.7.	Pilnveidot savu kompetenci profesionālās darbības jomā.	Novērtēt savu profesionālo kompetenci.	Plānošana un lēmumu pieņemšana. Pašnovērtējuma mehānismi. Mācību, karjeras un darba gaitu plānošana. Laika plānošanas paņēmieni.	Pilnveidot savu kompetenci profesionālās darbības jomā.	6.LKI
		Izprast mācīšanās vajadzības karjeras izaugsmei.			
		Sistemātiski apgūt jaunas zināšanas un pieredzi.			
		Sekot aktualitātēm nozarē.			
		Piedalīties mūžizglītības procesā			

		Pielietot iegūtās zināšanas praksē.			
5.1.8.	Sazināties divās svešvalodās, lietojot profesionālo terminoloģiju.	Sazināties mutvārdos un rakstiski dažādās profesionālās situācijās un vidēs.	Atbilstošs vārdu krājums. Funkcionālā gramatika. Profesionālā terminoloģija svešvalodā.	Spēja brīvi sazināties divās svešvalodās, mutvārdos un rakstiski, saprotot un lietojot profesionālo terminoloģiju un jēdzienus	6.LKI
		Lietot profesionālo terminoloģiju.			
		Prezentēt informāciju gan profesionālajā vidē, gan sabiedrībai.			

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 studijavadītāja, Līga Sproģe - SIA «Skandi Motors» Mārketinga daļas vadītāja
Profesionālās kvalifikācijas prasību ekspertu darba grupa	<i>Aktualizācija</i>
NEP atzinums par profesionālās kvalifikācijas prasībām	14.05.2024.
Profesionālās kvalifikācijas prasību saskaņošana PINTSA	07.08.2024.
Iepriekš saskaņoto profesionālās kvalifikācijas prasību redakcijas	18.09.2019.