

SASKAŅOTS
Profesionālās izglītības un nodarbinātības
trīspusējās sadarbības apakšpadomes
2011.gada 21.marta sēdē protokols Nr.3

Tirgvedības un tirdzniecības speciālista profesijas standarts

1. Vispārīgie jautājumi

1. Profesijas nosaukums – tirgvedības un tirdzniecības speciālists.
2. Profesijas kods – 3339 21.

2. Nodarbinātības apraksts

1. Profesionālās kvalifikācijas līmenis – ceturtais profesionālās kvalifikācijas līmenis.

2. Profesionālās darbības pamatuzdevumu kopsavilkums:

– tirgvedības un tirdzniecības speciālists organizē un/vai veic tirgus izpēti, analizē tirgus izpētes rezultātus, izstrādā tirdzniecības plānu un organizē tā īstenošanu, veic pasākumus produktu virzīšanai tirgū, sagatavo un sniedz informāciju pircējam par pārdodamo preci vai pakalpojumu; veic sarunas par līguma slēgšanu pārdevēja vai pircēja vārdā; pērk un pārdod produktus, veido kontaktus starp pircējiem un pārdevējiem; nosaka preču cenu; palīdz nodrošināt organizācijas tirdzniecības darbību, ievērojot Latvijas Republikas normatīvo aktu, kā arī Eiropas Savienības saistošo starptautisko dokumentu prasības; kā arī veic līdzīga satura pienākumus.

Tirgvedības un tirdzniecības speciālists strādā tirdzniecības uzņēmumos.

3. Profesionālās darbības veikšanai nepieciešamās profesionālās kompetences

1. Spēja atbildīgi un patstāvīgi veikt tirgvedības un tirdzniecības speciālista pienākumus atbilstoši Latvijas Republikas normatīvajiem aktiem un Eiropas Savienības tiesību normām.

2. Spēja sazināties valsts valodā un vismaz divās svešvalodās.

3. Spēja patstāvīgi plānot un organizēt savu darbu un darba izpildi.

4. Spēja sniegt operatīvu informāciju par darba rezultātiem.
5. Spēja strādāt komandā un organizēt komandas darbu.
6. Spēja risināt problēmsituācijas savas kompetences ietvaros.
7. Spēja izmantot informācijas tehnoloģijas atbilstoši darba specifikai.
8. Spēja ievērot profesionālās ētikas principus.
9. Spēja formulēt tirdzniecības mērķus, uzdevumus; uzdevumus un pielietojamās metodes dažādām klientu grupām.
10. Spēja noteikt reklāmas mērķus, funkcijas, veidus un līdzekļus atbilstoši tirdzniecības mērķiem un uzdevumiem.
11. Spēja novērtēt reklāmas kampaņas izmantošanas efektivitāti.
12. Spēja izzināt tirdzniecības iekšējo un ārējo vidi, veikt stipro pušu, vājo pušu, iespēju un draudu (SVID) analīzi.
13. Spēja veikt tirgus izpēti, pielietojot vienkāršas statistikas metodes.
14. Spēja sastādīt tirdzniecības plāna budžetu.
15. Spēja analizēt iegūtos rezultātus un izstrādāt tirdzniecības attīstības plānu.
16. Spēja pielietot pārdošanas veicināšanas līdzekļus.
17. Spēja informēt uzņēmuma vadību par sasniedzamajiem tirdzniecības mērķiem un uzdevumiem.
18. Spēja lietot praksē iegūtas zināšanas un prasmes.
19. Spēja pieņemt lēmumus savas kompetences ietvaros un uzņemties atbildību par sekām.
20. Spēja noteikt ietekmējošos faktorus patērētāju uzvedībai tirgū.

21. Spēja noteikt produkta pieprasījumu un piedāvājumu ietekmējošos faktorus.

22. Spēja organizēt tirdzniecības vietas iekārtojumu.

23. Spēja noteikt cenu politiku un metodes.

24. Spēja noteikt produktu marķējumu.

25. Spēja noteikt produkta dzīves cikla stadiju.

26. Spēja plānot jauna produkta ieviešanu tirgū.

27. Spēja radīt idejas un pielietot tās tirdzniecības mērķu sasniegšanā.

28. Spēja pielāgoties tirgus apstākļiem.

29. Spēja nodrošināt darba tiesisko attiecību normu ievērošanu.

30. Spēja nodrošināt darba aizsardzības, ugunsdrošības un vides aizsardzības normatīvo aktu prasības.

4. Profesionālās darbības pamatuzdevumu veikšanai nepieciešamās prasmes

1. Pārzināt un ievērot Eiropas Savienības tiesību normas, Latvijas Republikas normatīvos aktus, saistītus ar tirgvedības un tirdzniecības jautājumiem.

2. Slēgt līgumus par tirdzniecības darījumiem un noteikt maksājumu kārtību.

3. Veikt tirgus izpēti, izmantojot pētnieciskās metodes.

4. Noteikt svarīgākos produkta tirgus segmentus un mērķa tirgu.

5. Izstrādāt tirdzniecības darbības budžetu un novērtēt to.

6. Veikt produkta pozicionēšanu (noteikt produkta vietu tirgū).

7. Noteikt tirdzniecību ietekmējošos iekšējos un ārējos vides faktorus.

8. Noteikt produkta pieprasījumu un piedāvājumu ietekmējošos faktorus.
9. Izstrādāt tirdzniecības plānu un kontrolēt tā izpildi.
10. Organizēt tirgvedības un tirdzniecības personāla darbu uzņēmuma stratēģiskā mērķa sasniegšanai.
11. Izvēlēties piemērotāko tirdzniecības stratēģiju.
12. Prast sagatavot un sniegt informāciju pircējam par pārdodamo produktu.
13. Ievērot ētikas pamatprincipus.
14. Pārzināt produktu virzīšanas pasākumus, prast tos izvēlēties un efektīvi izmantot.
15. Noteikt reklāmas mērķus, funkcijas, veidus un līdzekļus atbilstoši izvēlētajai stratēģijai.
16. Novērtēt reklāmas kampaņu izmantošanas efektivitāti.
17. Pieņemt lēmumus atbilstoši kompetencei.
18. Prast veikt sarunas par preces iegādi.
19. Aprēķināt preču un produktu cenas un prast tos pārdot.
20. Pamatot un aizstāvēt savu viedokli.
21. Noteikt ietekmējošos faktorus patērētāju uzvedībai tirgū.
22. Identificēt konkurentus, analizēt to darbību.
23. Novērtēt un attīstīt uzņēmuma konkurētspēju.
24. Ieviest un izplatīt jaunu produktu tirgū.
25. Pielietot piemērotākos pārdošanas veicināšanas līdzekļus.
26. Piesaistīt finanšu resursus tirdzniecības procesu nodrošināšanai.

27. Sastādīt rakstiskus ziņojumus, protokolus, sniegt rakstisku un mutisku ziņojumu par savu un komandas darbu.

28. Lietot ekonomiska rakstura darba veikšanai nepieciešamās datorprogrammas, datu bāzes.

29. Organizēt tirdzniecības vietas iekārtojumu.

30. Organizēt pārdošanas procesu, noteikt pārdošanas metodes.

31. Strādāt multikulturālā vidē.

32. Pārvaldīt valsts valodu.

33. Pārvaldīt vismaz divas svešvalodas saziņas līmenī.

34. Ievērot darba tiesisko attiecību noteikumus.

35. Ievērot darba aizsardzības, ugunsdrošības un vides aizsardzības noteikumus.

5. Profesionālās darbības pamatuzdevumu veikšanai nepieciešamās zināšanas

1. Profesionālās darbības pamatuzdevumu veikšanai nepieciešamās zināšanas priekšstata līmenī:

- 1.1. grāmatvedība;
- 1.2. matemātika;
- 1.3. tiesību pamati.

2. Profesionālās darbības pamatuzdevumu veikšanai nepieciešamās zināšanas izpratnes līmenī:

- 2.1. patērētāju rīcība tirgū;
- 2.2. starptautiskā tirgzinība;
- 2.3. starptautiskā tirdzniecība;
- 2.4. komercdarbības vadīšana;
- 2.5. komercdarbības organizēšana un plānošana;
- 2.6. ekonomika;
- 2.7. profesionālie termini valsts valodā un vismaz divās svešvalodās.

3. Profesionālās darbības pamatuzdevumu veikšanai nepieciešamās zināšanas pielietojamas līmenī:

- 3.1. tirgzinības;
- 3.2. tirdzniecības plānošana;
- 3.3. tirdzniecības vadīšana;
- 3.4. komercdarbību reglamentējošie normatīvie akti;
- 3.5. pārdošanas veicināšana;
- 3.6. informātika un informāciju tehnoloģijas;
- 3.7. lietišķā saskarsme;
- 3.8. statistika;
- 3.9. valsts valoda;
- 3.10. vismaz divas svešvalodas saziņas līmenī;
- 3.11. darba tiesiskās attiecības;
- 3.12. darba aizsardzība;
- 3.13. vides aizsardzība.

Pienākumi un uzdevumi:

Pienākumi	Uzdevumi
1. Veikt tirgus izpēti.	1.1.veikt uzņēmuma ārējās vides izpēti; 1.2.veikt pircēju un patērētāju izpēti; 1.3.noteikt tirgus potenciālu, pamatojoties uz tirgus (patērētāju) vajadzību pētījumu un analīzes rezultātiem; 1.4.veikt uzņēmuma konkurentu analīzi; 1.5.veikt uzņēmuma starpnieku un piegādātāju analīzi; 1.6.organizēt tirgus izpētes procesu; 1.7.sagatavot ziņojumu vadībai par veikto tirgus izpēti.
2. Veikt uzņēmuma (organizācijas, iestādes, u.c.) stipro vājo pušu, iespēju un draudu analīzi.	2.1.novērtēt uzņēmuma stiprās un vājās puses; 2.2.novērtēt uzņēmuma iespējas un draudus; 2.3.izanalizēt uzņēmuma stiprās, vājās puses, iespējas un draudus.
3. Izstrādāt mārketinga plānu.	3.1.veikt pircēju auditu; 3.2.veikt produkta auditu; 3.3.noteikt uzņēmuma mārketinga mērķus un stratēģijas, saskaņā ar kopējiem uzņēmuma mērķiem un stratēģiju; 3.4.noteikt mērķa auditoriju; 3.5.izstrādāt ar produktu saistītās aktivitātes; 3.6.izstrādāt ar cenu saistītās aktivitātes; 3.7.izstrādāt ar sadali saistītās aktivitātes; 3.8.izstrādāt ar produkta virzību saistītās aktivitātes; 3.9.izstrādāt un novērtēt mārketinga budžetu.
4. Kontrolēt mārketinga plāna izpildi.	4.1.organizēt mārketinga aktivitāšu ieviešanas plānu un sekot tā izpildei; 4.2.veikt savlaicīgas korekcijas mārketinga plānā; 4.3.veikt mārketinga plāna izpildes analīzi, salīdzinot ar izvirzītajiem mērķiem un uzdevumiem; 4.4.sekot budžeta izpildei; 4.5.analizēt ar mārketinga aktivitāšu palīdzību sasniegtos rezultātus; 4.6.sagatavot un iesniegt uzņēmuma vadībai atskaiti par mārketinga plāna izpildi.

<p>5. Palīdzēt nodrošināt uzņēmuma (Organizācijas, iestādes, u.c.) tirdzniecības darbību.</p>	<p>5.1.veikt pirkšanu un pārdošanu patstāvīgi vai klienta uzdevumā; 5.2.veikt sarunas, sagatavot un kontrolēt darījumu un līgumu slēgšanu ar piegādātājiem, klientiem un sadarbības partneriem; 5.3.koordinēt organizācijas tirdzniecības operatīvos darba procesus un procedūras; 5.4.nodibināt kontaktus starp preču produkcijas un pakalpojumu pircējiem un pārdevējiem; 5.5.nodibināt kontaktus starp preču produkcijas un pakalpojumu pircējiem un pārdevējiem; 5.6.veikt dažādu preču vairumtirdzniecību ražotāja, ekspertētāja vai importētāja uzdevumā; 5.7.pārdot komercpakalpojumus; 5.8.noteikt preču cenu; 5.9.pārzināt un prast pielietot mūsdienu informācijas tehnoloģiju sasniegumus.</p>
<p>6. Sagatavot un sniegt informāciju pircējiem par pārdodamo preci vai pakalpojumu.</p>	<p>6.1.prast veikt informācijas sagatavošanu klientam, atzīmējot preces vai pakalpojuma konkurējošās priekšrocības; 6.2.sniegt klientiem informāciju par produktu vai pakalpojumu; 6.3.nodrošināt preces vai pakalpojuma demonstrēšanu klientam; 6.4.nodrošināt pēc pārdošanas servisu (komplektējošo lietu piedāvājums un piegāde, remonts, utt.).</p>
<p>7. Veikt sarunas ar klientiem un piegādātājiem par līguma slēgšanu pārdevēja vai pircēja vārdā.</p>	<p>7.1.organizēt sarunas ar klientiem, piegādātājiem, sadarbības partneriem; 7.2.organizēt līgumu projektu izstrādāšanu, saskaņošanu, līgumu parakstīšanu; 7.3.vienoties ar klientiem, piegādātājiem un partneriem par preču vai pakalpojumu specifikācijām, apjomiem, cenām, līgumu izpildes nosacījumiem.</p>
<p>8. Pielietot uzņēmējdarbību regulējošos normatīvos aktus un likumus.</p>	<p>8.1.plānot un īstenot mārketinga un tirdzniecības aktivitātes, ievērojot LR likumus un normatīvos aktus.</p>
<p>9. Strādāt komandā un organizēt komandas darbu.</p>	<p>9.1.organizēt un vadīt komandas darbu; 9.2.izstrādāt un noteikt darba pienākumus; 9.3.nodrošināt grupas darba kontroli.</p>

Tirgvedības un tirdzniecības speciālista profesijas standarta izstrādes darba grupa:

- Zinta Lauva – Alberta koledža, studiju programmas „Mārketings un tā inovācijas” direktore, mg.paed., lektore;
Valentīna Pavlovska – Banku augstskola, studiju programmas „Uzņēmējdarbība” direktore, mg.paed., lektore;
Dace Kazāka – Rīgas Pedagoģijas un izglītības vadības akadēmija, studiju programmas „Komercedarbības organizācija” direktore, mg.paed., lektore;
Zinaīda Tarasova – SIA „IMPRO”, Mārketinga daļas vadītāja;
Armands Jurjevs – SIA „MEDIATE”, valdes loceklis.

Tirgvedības un tirdzniecības speciālista profesijas standarta eksperti:

- Ž.Jaunzeme – Grende – Tirdzniecības un rūpniecības kamera, valdes priekšsēdētāja;
S.Vītola – SIA „Biznesa augstskola Turība”, Uzņēmējdarbības vadības fakultātes dekāne;
V.Firere – SIA „RIMI Latvia”, personāla administratīvā vadītāja;
N.Krūzītis – Latvijas Tirgotāju asociācija, izpilddirektors.