

Reklāmas komercdarbības pakalpojumu speciālista profesijas standarts

1. Vispārīgie jautājumi

1. Profesijas nosaukums – atbilstoši kodam.

2. Profesijas kodi:

3339 05 Reklāmas komercdarbības pakalpojumu SPECIĀLISTS

3339 09 Reklāmas KONSULTANTS

3339 35 Reklāmas SPECIĀLISTS

3339 36 Reklāmas un tirgvedības projektu PLĀNOTĀJS (turpmāk kopā - reklāmas komercdarbības pakalpojumu speciālists).

2. Nodarbinātības apraksts

1. Profesionālās kvalifikācijas līmenis – ceturtais profesionālās kvalifikācijas līmenis.

2. Profesionālās darbības pamatuzdevumu kopsavilkums:

– reklāmas komercdarbības pakalpojumu speciālists veic tirgvedības un reklāmas komunikāciju projektu/kampanju plānošanu, to izstrādes un īstenošanas organizēšanu; organizē lietišķus kontaktus; piedāvā reklāmas plašsaziņas līdzekļos; nodrošina komercpakalpojumu iestāžu grafiskās identitātes ievērošanu un pielietojumu to vizuālajā noformējumā un reklāmpasākumos; organizē un kontrolē komercpakalpojumu iestāžu reklāmpasākumus, organizē līgumu slēgšanu; konsultē klientus atbilstoši komercdarbības etiķetes standartiem; organizē pakļautā personāla darbu.

Reklāmas komercdarbības pakalpojumu speciālists var strādāt par reklāmas konsultantu, reklāmas speciālistu, un tirgvedības projektu plānotāju kā arī citās profesijās, kas saistītas ar reklāmas komercdarbības pakalpojumu sniegšanu uzņēmumos, kas izmanto reklāmas komercdarbības pakalpojumus.

3. Profesionālās darbības veikšanai nepieciešamās profesionālās kompetences

1. Spēja sagādāt informāciju par pārdodamajiem pakalpojumiem un iespējamo pircēju prasībām.

2. Spēja vadīt uzņēmuma reklāmas kampaņu, ievērot tās budžetu, kā arī pētīt reklāmas kampaņu efektivitāti.

3. Spēja kontrolēt komercpakalpojumu sniedzēju grafiskās identitātes ievērošanu.

4. Spēja nodrošināt nepieciešamo izmaiņu izstrādi un ieviešanu.

5. Spēja veikt sarunas par līgumu slēgšanu pārdevēja vai pircēja vārdā un izskaidrot klientam pārdošanas, kā arī samaksas noteikumus.

6. Spēja savākt un apkopot aktuālo informāciju par publiskajiem viedokļiem.

7. Spēja veicināt darbinieku lojalitāti uzņēmumam.

8. Spēja analizēt iegūtos tirgus izpētes rezultātus.

9. Spēja uzkrāt, grupēt un apstrādāt uzņēmuma reklāmas projektu datus.

10. Spēja izstrādāt reklāmas projektus, uzskaitīt un kontrolēt mantiskās vērtības.

11. Spēja analizēt dažādus pētījumu un statistikas datus, apkopot un apstrādāt informāciju.

12. Spēja noteikt uzņēmuma stiprās un vājās puses, iespējas un draudus.

13. Spēja sekot reklāmas un tirgvedības nozares aktivitātēm.

14. Spēja plānot tirgvedības un reklāmas komunikāciju projektu un kampaņu izpildi.

15. Spēja organizēt pakļautā tirgvedības un reklāmas personāla darbu.

16. Spēja vest sarunas ar klientiem un piegādātājiem par līguma slēgšanu uzņēmuma vārdā.

17. Spēja kontrolēt tirgvedības un reklāmas komunikāciju projekta un kampaņas īstenošanas gaitu.

18. Spēja sniegt informāciju pircējam par pārdodamo preci vai sniedzamo pakalpojumu.
19. Spēja veikt sarunas ar pircēju par preces vai pakalpojuma pārdošanu.
20. Spēja pārdot preci vai pakalpojumu.
21. Spēja sastādīt rakstiskus ziņojumus, protokolus, sniegt rakstisku un mutisku ziņojumu par savu un komandas darbību.
22. Spēja izzināt citu valstu pieredzi savā nozarē.
23. Spēja radoši risināt darba uzdevumus.
24. Spēja patstāvīgi plānot sava darba izpildi noteiktā termiņā.
25. Spēja veikt darbu patstāvīgi.
26. Spēt strādāt komandā un organizēt komandas darbu.
27. Spēja risināt problēmsituācijas.
28. Spēja sadarboties ar citu profesiju darbiniekiem.
29. Spēja argumentēti izteikt savu viedokli.
30. Spēja ievērot vides un darba aizsardzības normatīvo aktu prasību izpildi savā darbā.
31. Spēja sazināties valsts valodā un divās svešvalodās.
32. Spēja lietot informācijas tehnoloģijas savas darbības veikšanai.
33. Spēja izmantot un piemērot komercdarbību un darba tiesiskās attiecības reglamentējošos normatīvos dokumentus.
34. Spēja ievērot profesionālo ētiku.
35. Spēja uzņemties atbildību par savas profesionālās darbības rezultātiem.

4. Profesionālās darbības pamatuzdevumu veikšanai nepieciešamās prasmes

1. Veikt darba uzdevuma profesionālu analīzi, informācijas apstrādi un darba uzdevuma saskaņošanu ar reklāmas komercdarbības tehnoloģiskajām iespējām.

2. Lietot darba izpildei nepieciešamos normatīvos aktus un tehnisko dokumentāciju, standartus, pārzināt ar reklāmas un tirgvedības nozari saistītos normatīvos aktus, gatavot lietišķos dokumentus.

3. Lietot informācijas meklēšanas un atlasē līdzekļus.

4. Brīvi orientēties sabiedrībā notiekošos procesos.

5. Novērtēt situāciju tirgū un pielāgot uzņēmuma reklāmu tirgus prasībām.

6. Analizēt makroekonomisko situāciju un pielāgot uzņēmuma reklāmu makroekonomikas apstākļiem.

7. Izmantot statistikas informāciju komercdarbības vides novērtēšanai.

8. Racionāli organizēt savstarpēji saistīto darba procesu izpildi.

9. Projektēt reklāmas pakalpojumu sniegšanas procesus.

10. Izmantot atbilstošas reklāmas veidošanas metodes un pamatprincipus.

11. Piedalīties projektu izstrādē, vadīšanā un ieviešanā.

12. Izmantot tikai apkārtējai videi draudzīgas tehnoloģijas.

13. Pārvaldīt valsts valodu.

14. Pārvaldīt divas svešvalodas saziņas līmenī.

15. Lietot profesionālo terminoloģiju valsts valodā un vismaz divās svešvalodās.

16. Darboties komandā/grupā, plānot, organizēt un vadīt profesionālās komandas darbu, noteikt izpildāmo darbu prioritātes, veikt darbu arī individuāli.

17. Veikt jaunrades un pētniecības darbu.

18. Piedalīties reklāmas un tirgvedības pasākumu organizēšanā un sagatavošanā.

19. Argumentēt savu viedokli, pārliecināt citus un risināt konfliktsituācijas.

20. Ievērot profesionālos un vispārīgos ētikas principus.

21. Ievērot darba aizsardzības, ugunsdrošības un higiēnas prasības.

22. Sistemātiski pilnveidot savu profesionālo kvalifikāciju.

23. Ievērot vides aizsardzības noteikumus.

24. Izmantot komercdarbības un darba tiesisko attiecību reglamentējošos normatīvos aktus.

5. Profesionālās darbības pamatuzdevumu veikšanai nepieciešamās zināšanas

1. Profesionālās darbības pamatuzdevumu veikšanai nepieciešamās zināšanas priekšstata līmenī:

- 1.1. grāmatvedība;
- 1.2. statistika;
- 1.3. ekonomika.

2. Profesionālās darbības pamatuzdevumu veikšanai nepieciešamās zināšanas izpratnes līmenī:

- 2.1. komerciesības;
- 2.2. tiesību zinātnes;
- 2.3. starptautiskās tirgzinības un ekonomika;
- 2.4. komercdarbības organizēšana un plānošana;
- 2.5. profesionālie termini valsts valodā un vismaz divās svešvalodās.

3. Profesionālās darbības pamatuzdevumu veikšanai nepieciešamās zināšanas lietošanas līmenī:

- 3.1. tirgzinības;
- 3.2. tirgzinības plānošana;
- 3.3. tirgzinības komunikāciju vadīšana;
- 3.4. reklāmas plānošana;
- 3.5. mediju plānošana;
- 3.6. prezentācijas prasmes;
- 3.7. patērētāju uzvedība tirgū;

- 3.8. komercdarbības pamati;
- 3.9. produktu vizuālais noformējums;
- 3.10. reklāmu regulējošās tiesiskās normas;
- 3.11. projekta vadīšanas pamati;
- 3.12. darba tiesiskās attiecības;
- 3.13. civilā aizsardzība;
- 3.14. darba aizsardzība;
- 3.15. vides aizsardzība;
- 3.16. valsts valoda;
- 3.17. divas svešvalodas saziņas līmenī;
- 3.18. informātika un informācijas tehnoloģijas;
- 3.19. lietišķā saskarsme;
- 3.20. socioloģija;
- 3.21. profesionālās un vispārīgās ētikas principi.

Pienākumu un uzdevumu tabula:

Pienākumi	Uzdevumi
1. Veikt tirgus izpēti.	1.1. Veikt uzņēmuma ārējās vides izpēti; 1.2. Veikt pircēju un patērētāju izpēti; 1.3. Noteikt mērķpircēju; 1.4. Noteikt tirgus ietilpību; 1.5. Sagatavot ziņojumu par tirgus izpētes rezultātiem un izdarīt secinājumus tālākās darbības plānošanai.
2. Veikt uzņēmuma stipro un vājo pušu, iespēju un draudu analīzi.	2.1. Analizēt uzņēmuma stiprās un vājās puses; 2.2. Analizēt uzņēmuma iespējas un draudus;
3. Plānot, izstrādāt un vadīt mārketinga un reklāmas kampaņu.	3.1. Noteikt reklāmdevēja vajadzības; 3.2. Noteikt mārketinga komunikāciju mērķus; 3.3. Noteikt reklāmas komunikāciju mērķus; 3.4. Noteikt ziņojuma būtību un pasniegšanas veidu un taktiku; 3.5. Noteikt sociālo mediju ietekmi un nozīmīgumu reklāmas vai mārketinga komunikācijas procesā; 3.6. Izvēlēties atbilstošos medijus ievērojot uzņēmuma iespējas; 3.7. Noteikt mediju stratēģiju un taktiku; 3.8. Sagatavot mārketinga un komunikāciju projekta budžeta aprēķinus; 3.9. Prast aprēķināt reklāmas un komunikāciju

	līdzekļu izmantošanas efektivitāti.
4. Izstrādāt reklāmas un mārketinga ziņojumu.	4.1. Noteikt un izvērtēt mērķauditoriju kuriem ziņojums tiks adresēts; 4.2. Izstrādāt reklāmas un mārketinga ziņojuma saturu; 4.3. Izvērtēt ziņojuma efektivitāti.
5. Kontrolēt mārketinga un reklāmas komunikāciju projekta/kampaņas īstenošanu.	5.1. Organizēt reklāmas un mārketinga aktivitāšu plāna īstenošanu un sekot līdz tā izpildei; 5.2. Veikt korekcijas reklāmas un mārketinga komunikāciju projekta plānos; 5.3. Veikt plāna izpildes analīzi, salīdzinot ar izvirzītajiem mērķiem un uzdevumiem; 5.4. Sekot reklāmas un mārketinga komunikāciju projekta budžeta izpildei; 5.5. Sagatavot atskaiti par reklāmas un mārketinga komunikāciju projekta plāna izpildi; 5.6. Izstrādāt ieteikumus nākamā reklāmas un mārketinga komunikācijas projekta izstrādei.
6. Pielietot un ievērot komercdarbību regulējošos likumus, normatīvos aktus un noteikumus.	6.1. Sekot līdz LR Likumu izmaiņām atbilstoši profesionālajām prasībām; 6.2. Izstrādājot reklāmas un mārketinga komunikāciju projektus ievērot LR likumus.

Reklāmas komercdarbības pakalpojumu speciālista profesijas standarta izstrādes darba grupa:

- Solvita Vītola – Biznesa augstskola Turība, Uzņēmējdarbības vadības fakultātes dekāne;
- Lana Gaile – Rīgas Uzņēmējdarbības koledža, „Komercedarbība un uzņēmuma vadība” un „Uzņēmējdarbība” programmu direktore;
- Laila Ozoliņa – SIA „Creative focus” valdes locekle, Latvijas Asociācijas sabiedrisko attiecību profesionāļiem biedrs;
- Zane Driņķe – SIA „Antti” izpilddirektore Latvijā;
- Antra Bork - Ržečiska – SIA „Izdevniecība Rīgas Viļņi” mārketinga direktore;
- Līga Šupiņa – SIA „Aperte” līdzīpašniece;
- Zita Siliņa – TC „Galerija centrs” vadītāja.

Reklāmas komercdarbības pakalpojumu speciālista profesijas standarta eksperti:

Ingrīda Krīgere - Lāce – Latvijas Reklāmas asociācijas valdes locekle;
Fanija Šitca – Latvijas Tiešā mārketinga asociācijas valdes priekšsēdētāja;
Ieva Bruksle – Latvijas Ekonomistu asociācijas biedre;
Edgars Kots – IA „Latvijas Televīzija” valdes loceklis.