



I E G U L D Ī J U M S T A V Ā N Ā K O T N Ē

Nr. 8.5.2.0/16/I/001

«Nozaru kvalifikācijas sistēmas pilnveide profesionālās izglītības attīstībai un kvalitātes nodrošināšanai»

Sasniedzamo mācīšanās rezultātu vienība "Modes mārketinga un zīmolvēstība"

Sasniedzamie mācīšanās rezultāti	1. Spēj: identificēt modes tirgus segmentus un to atšķirības. Zina: mērķauditorijas definēšanas pamatprincipus, modes tirgus segmentus. Izprot: zīmola vērtību un produkta vērtību definēšanas nozīmi modes zīmola stāsta veidošanā. 2. Spēj: identificēt apģērba dizaina produktu piederību modes tirgus segmentiem. Zina: modes mārketinga specifiku un modes kalendāra pasākumus. Izprot: modes industrijas mārketinga pasākumu saistību ar modes kalendāru. 3. Spēj: sagatavot modes preču tirgus pasākumiem atbilstošu dokumentāciju un prezentācijas materiālus. Zina: produkta izplatīšanas stratēģijas un sistēmas. Izprot: dažādu produktu stratēģiju sistēmu mijiedarbību modes mārketinga kontekstā. 4. Spēj: izveidot priekšlikumus mārketinga stratēģijai jauna modes produkta ieviešanai tirgū. Zina: mārketinga komunikācijas stratēģijas veidošanas principus, mārketinga komunikācijas kanālus. Izprot: pārdošanas mērķiem atbilstošas mārketinga stratēģijas izstrādes nozīmi modes preču virzīšanai tirgū. 5. Spēj: prezentēt apģērba dizaina produktus. Zina: modes mārketinga komunikācijas instrumentus, modes ilustrācijas pamatprincipus, prezentācijas pasākuma organizēšanas principus, stila un noskaņas veidošanas pamatprincipus, ārējo resursu piesaistīšanas iespējas apģērba dizaina produktu prezentēšanai, iesaistīto speciālistu darba specifiku (modeļi, fotogrāfi, grimētāji, gaismotāji). Izprot: apģērba dizaina produktu prezentēšanas nozīmi produkta lietotāju, ražotāju piesaistei.
LKI līmenis	LKI 4. līmenis
Kvalifikācija(-as), uz kuru(-ām) attiecas vienība	Apģērba dizainera asistents
Vienības veids	Kvalifikācijai raksturīgā vienība (PV)
Novērtēšana	Pārbaudījumā pierāda visu vienībā definēto sniedzamo rezultātu apguvi, t.sk., to praktiski demonstrējot. Pārbaudījumā iekļauj: viena populāra modes zīmola produkta izpētīšanu (modes zīmola identitāte, tā unikālā vērtība);

	• modes produkta primāro tirgus segmentu identificēšanu (dažādu modes dizaina produktu zīmolu tirgus segmentu noteikšanu, modes kalendāra raksturošanu); • modes produkta primāro izplatīšanas kanālu identificēšanu un tā atpazīstamības un noietā veicināšanas pasākumu ideju izstrādāšanu; • atbilstošāko mārketinga komunikācijas kanālu modes produkta atpazīstamības un noietā veicināšanai identificēšanu; • modes dizaina produkta mārketinga komunikācijas materiālu izstrādāšanu (fotosesija, modes īsfilma, preses relīze, plāns apģērbu dizaina produktu prezentācijas pasākuma norisei utt.). Pārbaudījuma laikā var izmantot mācību procesa laikā vai pašmācības laikā sagatavoto darbu mapi.
--	---