

APSTIPRINĀTS
ar Izglītības un zinātnes ministrijas
2002. gada 10. jūlija
rīkojumu Nr. 405

PROFESIJAS STANDARTS

Reģistrācijas numurs PS 0095

Profesija

Mārketinga un tirdzniecības speciālists

Kvalifikācijas līmenis

4

Nodarbinātības apraksts

Mārketinga un tirdzniecības speciālists veic tirgus izpēti un tās procesa organizēšanu; analizē tirgus izpētes rezultātus, pieņemot nepieciešamos lēmumus; veic mārketinga plāna izstrādi un īstenošanu; sagatavo sniedz informāciju pircējam par pārdodamo preci vai pakalpojumu; veic sarunas par līguma slēgšanu pārdevēja vai pircēja vārdā; pērk un pārdod preces; veido kontaktus starp pircējiem un pārdevējiem; nosaka preču cenu; palīdz nodrošināt organizācijas tirdzniecības darbību ievērojot LR likumu, normatīvo aktu un noteikumu prasības; kā arī veic līdzīga satura pienākumus.

Pienākumi un uzdevumi

Pienākumi	Uzdevumi
1. Veikt tirgus izpēti	<ol style="list-style-type: none">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	<ol style="list-style-type: none">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	<ol style="list-style-type: none">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	<ol style="list-style-type: none">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.
5. Palīdzēt nodrošināt uzņēmuma (Organizācijas, iestādes, u.c.) tirdzniecības darbību	<ol style="list-style-type: none">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.

6. Sagatavot un sniegt informāciju pircējiem par pārdodamo preci vai pakalpojumu	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.).
7. Veikt sarunas ar klientiem un piegādātājiem par līguma slēgšanu pārdevēja vai pircēja vārdā	7.1. Organizēt sarunas ar klientiem, piegādātājiem, sadarbības partneriem. 7.2. Organizēt līgumu projektu izstrādāšanu, saskaņošanu, līgumu parakstīšanu. 7.3. Vienoties ar klientiem, piegādātājiem, partneriem par preču vai pakalpojumu specifiskajām, apjomiem, cenām, līgumu izpildes nosacījumiem.
8. Pielietot uzņēmējdarbību regulējošos normatīvos aktus un likumus	8.1. Plānot un īstenot mārketinga un tirdzniecības aktivitātes, ievērojot LR likumus un normatīvos aktus.
9. Strādāt komandā un organizēt komandas darbu	9.1. Organizēt un vadīt komandas darbu. 9.2. Izstrādāt un noteikt darba pienākumus. 9.3. Nodrošināt grupas darba kontroli.

Īpašie faktori, kas raksturo darba vidi

Organizatoriskie – darbs tiek veikts individuāli vai darba grupā, kā arī vadot citus darbiniekus.

Fizikālie – strādājot ar datoru, paaugstinās elektromagnētiskais lauks.

Bioloģiskie – nav.

Ķīmiskie – nav.

Īpašās prasības uzdevumu veikšanai – nav.

Prasmes

Kopīgās prasmes nozarē	Specifiskās prasmes Profesijā	Vispārējās prasmes/spējas
<ul style="list-style-type: none"> Noteikt uzņēmuma stiprās un vājās puses, iespējas un draudus. Prast veikt uzņēmuma stipro un vājo pušu, iespēju un draudu analīzi. Prast veikt sarunas ar klientiem un piegādātājiem par līguma slēgšanu pārdevēja vai pircēja vārdā. Prast pielietot praktiskajā darbībā LR likumus un normatīvos aktus. Atrast un analizēt nepieciešamo informāciju. Sastādīt saturiskās atskaites. Izzināt citu valstu pieredzi 	<ul style="list-style-type: none"> Veikt tirgus izpēti. Izstrādāt mārketinga plānu. Organizēt mārketinga un tirdzniecības personāla darbu organizācijas stratēģiskā mērķa sasniegšanai. Kontrolēt mārketinga plāna izpildi. Prast sagatavot un sniegt informāciju pircējam par pārdodamo preci vai pakalpojumu. Prast veikt sarunas ar pircēju par preces vai pakalpojuma pārdošanu. Prast veikt sarunas par preces iegādi. 	<ul style="list-style-type: none"> Ievērot profesionālās ētikas principus. Pastāvīgi plānot sava darba izpildi noteiktā termiņā. Veikt darbu patstāvīgi. Spēt strādāt komandā un organizēt komandas darbu. Veidot komandas darba stilu. Spēt risināt problēmsituācijas. Sadarboties ar citu profesiju darbiniekiem. Izmantot darbā informācijas tehnoloģiju sasniegumus. Sniegt operatīvu informāciju par darba rezultātiem. Argumentēti izteikt savu

savā nozarē. <ul style="list-style-type: none"> • Sekot nozares aktivitātēm 	<ul style="list-style-type: none"> • Prast pārdot preci vai pakalpojumu. • Sastādīt rakstiskus ziņojumus, protokolus, sniegt rakstisku un mutisku ziņojumu par savu un komandas darbību. 	viedokli. <ul style="list-style-type: none"> • Pārvaldīt valsts valodu augstākajā līmenī. • Spēt sazināties vismaz vienā svešvalodā.
---	--	---

Zināšanas

Zināšanas	Zināšanu līmenis		
	Priekšstats	Izpratne	Pielietošana
Mārketings			
Mārketinga plānošana			
Tirdzniecības vadīšana			
Uzņēmējdarbības likumdošana			
Pārdošanas veicināšana			
Informātika un informāciju tehnoloģijas			
Svešvaloda			
Lietišķā saskarsme			
Statistika			
Patērētāju rīcība tirgū			
Starptautiskais mārketings			
Starptautiskā tirdzniecība			
Uzņēmējdarbības vadīšana, organizēšana un plānošana			
Ekonomika			
Grāmatvedība			

Profesijas standarta izstrādes darba grupas sastāvs:

- A. Zariņš, A/S “Rīgas Miesnieks”, mārketinga un tirdzniecības direktors;
- D. Lapiņš, SIA “Auto Rīga”, tirdzniecības direktors;
- I. Gailis, SIA “IBM Latvija”, tirdzniecības pārstāvis;
- E. Kalniņa, T/C Dole, direktore;
- K. Špakovska, Izdevniecība Diena – Bonnier SIA, realizācijas nodaļas vadītāja;
- V. Romāne, T/C Mols, mārketinga menedžere;
- A. Apele, SIA “Nokia”, mārketinga menedžere;
- I. Geipele, Rīgas Tehniskās Universitātes, Dr. oec. Docente.