**Modulārās profesionālās izglītības programmas “Komercdarbinieks, Mazumtirdzniecības komercdarbinieks, Agrārā sektora komercdarbinieks, Rūpniecības komercdarbinieks, Reklāmas pakalpojumu komerdarbinieks\*”**

**Veiktie nebūtiskie grozījumi**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Nr.**  **p.k.** | **MIP saturs/karte** | **Veiktie nebūtiskie grozījumi** | **Pamatojums un piezīmes** |
| 1. | „Uzņēmuma darbības pamatprocesi” | Izslēgta ekonomikas sadaļa (8.sasniedzamais rezultāts); | Metodiskās darba grupas sanāksme 2018.gada 5.martā  Dublējas ar mācību priekšmetu “Ekonomika”  Tēmas par uzņēmuma organizatorisko struktūru ir par sarežģītu 1.kursa sākumā. Nepieciešams sākt ar vispārīgiem jēdzieniem - kas ir uzņēmums, kāda vieta uzņēmums, kas ir lielie, kas ir mazie uzņēmumi. Kas ir statūtkapitāls, kas ir uzņēmuma līdzekļi, kā tie veidojas, utt.  Tematiem “Uzņēmējdarbības juridiskais statuss” un “Komercdarbības uzsākšana.” liels procentuālais īpatsvars. |
| 4.sasniedzamais rezultāts „Spēj: izskaidrot saimnieciskās darbības galvenos principus, vidi un formas” pārvietots kā 1.sasniedzamais rezultāts, papildināts tā saturs un mainīts tematu procentuālais īpatsvars:  1.2. Uzņēmējdarbības juridiskais statuss.  (15% no moduļa kopējā apjoma)  1.2.1. Uzņēmējdarbības un komercdarbības formas.  1.2.2. Maksātnespēja, sanācija un bankrots.  1.3. Komercdarbības uzsākšana.  (20% no moduļa kopējā apjoma)  1.3.1. Komersanta dibināšanas dokumenti un reģistrēšanas kārtība.  1.3.2.Uzņēmējdarbības uzsākšanai nepieciešamie līdzekļi.  1.3.3. Pamatlīdzekļu nolietojums.  1.3.4. Darba samaksa.  1.3.5. Darba ražīgums. |
| Mainīti tematu procentuālie īpatsvari:  3.1.Komercdarbinieka loma uzņēmumā.  (10% no moduļa kopējā apjoma)  6.1. Lēmumu pieņemšana un komunikācija uzņēmumā.  (10% no moduļa kopējā apjoma)  7.1. Uzņēmuma organizatoriskie dokumenti.  (10% no moduļa kopējā apjoma) |
| 2. | “Preču un pakalpojumu iepirkšana” | Mainīts temata procentuālais īpatsvars:  1.1. Preču un pakalpojumu piedāvājumu izvērtēšana.  (10% no moduļa kopējā apjoma) | Metodiskās darba grupas sanāksme 2018.gada 5.martā  Saturā nav iekļautas tēmas par preču kategorijām un klasifikāciju (3.17 punkts no Komercdarbinieka standarta). |
| Papildināts 2.sasniedzamā rezultāta “Spēj: noformēt preču pasūtījumu” saturs:  2.1. Preču iedalījums.  (15% no moduļa kopējā apjoma)  2.1.1. Preču klasifikācija.  2.1.2. Pārtikas preču klasifikācija.  2.1.3. Pārtikas produktu kvalitāte, standartizācija un sertifikācija.  2.1.4. Pārtikas produktu iesaiņošana un marķēšana.  2.1.5. Nepārtikas preču klasifikācija.  2.1.5. Nepārtikas preču lietošanas īpašības.  2.1. Preču un pakalpojumu pasūtīšana.  (10% no moduļa kopējā apjoma |
| Mainīts temata procentuālais īpatsvars:  3.1. Preču/ pakalpojumu piegādes kontrole.  (10% no moduļa kopējā apjoma) |
| 3. | “Preču uzskaite un dokumentēšana” | Mainīti tematu procentuālie īpatsvari:  1.1. Grāmatvedības pamati.  (45% no moduļa kopējā apjoma)  3.1. Inventarizācija.  (5% no moduļa kopējā apjoma) | Metodiskās darba grupas sanāksme 2019.gada 28.novembrī  Būtu nepieciešams mainīt tematu sadalījumu procentos, darba grupa iesaka grāmatvedības pamatiem palielināt līdz 45%, savukārt samazināt „Inventarizācijas” sadaļu.  Iesaka izņemt jautājumus, kas saistīti ar EDS sistēmu, jo nepastāv vairs demo versija, ko varētu izmantot mācību procesā.  Darba grupa iesaka izņemt ārā 1.1.7., jo izglītojamajiem nav nepieciešamas tik specifiskas zināšanas projektu grāmatvedībā, tāpat izslēgt 1.1.6., jo finanšu pārskatus izveido grāmatvedis. Pārformulēt 1.1.8. par grāmatvedības programmām  1.2.3. Nodokļu pārskati un deklarācijas – izņemt EDS izmantošanu.  4.1. Izņemt līgumu sastādīšanu, jo tas tiek apskatīts iepriekšējos moduļos “Preču un pakalpojumu iepirkšana” un “Preču un pakalpojumu pārdošana”. |
| Papildināti 1.1.6. apguves līmeņi:  VAL: Atšķir grāmatvedības pārskatu sastāvdaļas. Pēc uzdevuma datiem sastāda vienkāršotu peļņas vai zaudējuma aprēķinu un bilanci.  OAL: Skaidro grāmatvedības pārskatu būtību, pozīcijas, un savstarpējo saistību.  Pēc uzdevuma datiem sastāda vienkāršotu peļņas vai zaudējuma aprēķinu un bilanci. |
| Izslēgts 1.1.7. |
| Papildināti 1.2.3. apguves līmeņi un idejas īstenošanai:  VAL: Nosauc VID iesniedzamos nodokļu pārskatus un raksturo nodokļu objektus un subjektus.  OAL: Raksturo elektronisko deklarēšanas sistēmu.  Ideja: Izglītojamie, izmantojot interneta resursus[,](http://,) www.vid.gov.lv.<https://www.vid.gov.lv/lv/vid-seminaru-materiali> , patstāvīgi atrod informāciju par nodokļu pārskatiem un deklarācijām. |
| Pārformulēts temats:  4.1. Preču aprites un kases dokumenti. |
| 4. | „Uzņēmuma mārketinga pasākumu kompleksa izstrāde” | Papildināta moduļa nozīme un vieta kartē:  Modulis "Uzņēmuma mārketinga pasākumu kompleksa izstrāde" ir B daļas modulis, kuru apgūst vienlaicīgi ar moduli "Biroja darba nodrošināšana" un "Tirgus un klienti". Modulis ir ieejas nosacījums modulim "Budžeta izstrāde". |  |
| Pārformulēts un papildināts 1.sasinedzamā rezultāta saturs, papildināti apguves līmeņi:  1.1.Mārketinga būtība un process  (4% no moduļa kopējā apjoma)  1.1.1.Uzņēmuma darbības vide.  1.1.2. Mārketings – uzņēmuma darbības filozofija un rīks.  1.1.3. Mārketinga pasākumu kompleksa būtība, tā elementi (5P) un raksturojums.  1.2. Pircēji un patērētāji  (6% no moduļa kopējā apjoma)  1.2.1. Vajadzības.  1.2.2. Pircēju uzvedības modeļi dažādos tirgos.  1.2.3.Tirgus segmentēšanas būtība un principi.  1.3.Produkts.  1.3.1.Jēdzieni produkts, prece, pakalpojums.  1.3.2.Produkta raksturojums.  1.3.3.Produkta dzīves cikla koncepcija.  1.3.4. Jaunu produktu izstrādes metodes.  1.3.5. Iepakojums, marķējums.  1.3.6. Zīmola veidošana un vadīšana.  1.3.7. Sortiments, tā raksturlielumi, sortimenta politika.  1.3.8. Uzņēmuma produktu politika.  Izslēgts:  1.2.5. Mērķtirgus noteikšana mērķpircēja raksturojums.  1.3.5. Produkta pozīcijas izveide. | Metodiskās darba grupas sanāksme 2019.gada 28.novembrī  Daļa tēmu pārklājas ar moduļa “Tirgus un klienti saturu”. Moduļa saturu būtu nepieciešams papildināt par pircēju uzvedības modeļiem dažādos tirgos. 1.sasniedzamā rezultāta tematus būtu nepieciešams papildināt ar tēmām par jaunu produktu un zīmolu izveidi. Darba grupa iesaka apvienot apakštematus 1.2.6. un 1.2.7.  Jāpārskata tematu procentuālais sadalījums – preču sadales kanāli 20%, cenas veidošana – 15%, produkta virzīšanai tirgū – 27%.  Iesaka papildināt moduļa saturu par digitālo mārketingu un produkta virzīšanu tajā. |
| Pārformulēts un papildināts 2.sasinedzamā rezultāta saturs, papildināti apguves līmeņi:  2.1. Produkta cena.  (16% no moduļa kopējā apjoma)  2.1.1.Cenas jēdziens, cenu veidi, cenu ietekmējošie faktori.  2.1.2.Cenu veidošanas principi, mērķi un metodes un ietekmes faktori.  2.1.3. Cenu pielāgošana un atlaides.  2.1.4.Cenu veidošanas stratēģijas.  2.1.5.Cenu politika. |
| Pārformulēts un papildināts 3.sasinedzamā rezultāta saturs, papildināti apguves līmeņi:  3.1.Preču sadales kanāli.  (20% no moduļa kopējā apjoma)  3.1.1. Sadales kanālu jēdziens, raksturojums.  3.1.2.Preču sadales stratēģijas.  3.1.3.Vairumtirdzniecība un mazumtirdzniecība.  3.1.4. Merčendaizings – preču izvietošana.  3.1.5.Elektroniskā komercija,  tiešais mārketings. |
| Pārformulēts un papildināts 4.sasinedzamā rezultāta saturs, papildināti apguves līmeņi:  4.1.Preču virzīšanas pasākumi.  (27% no moduļa kopējā apjoma)  4.1.1.Reklāma.  4.1.2. Pārdošanas veicināšana.  4.1.3.Sabiedriskās domas veidošana.  4.1.4.Tiešais mārketings.  4.1.5.Merčendaizings) – vizuālais mārketings.  4.1.6. Virzīšanas pasākumu budžets. |
| 5. | "Biroja darba nodrošināšana" | Pārformulēts un papildināts 1.sasinedzamā rezultāta saturs, papildināti apguves līmeņi:   1. Spēj: izstrādāt dažādus pārvaldes dokumentus un nodrošināt precīzu un efektīvu dokumentu apriti uzņēmumā.   1.1. Dokumentu pārvaldība.  1.1.1. Dokumentu pārvaldības tiesiskā bāze.  1.1.2. Dokumentu veidi.  1.1.3. Dokumenta juridiskais spēks.  1.1.4. Pārvaldes dokumentu noformēšana.  1.1.5. Dokumentu aprite.  1.1.6. Elektroniskais dokuments.  1.1.7. Dokumentu saglabāšana.  1.2. Biroja tehniskais nodrošinājums  1.2.1. Biroja tehnisko līdzekļu klasifikācija.  1.2.2. Prasības darba vietas un telpas iekārtošanai.  1.2.3. Estētiskas vides radīšana birojā.  1.2.4. Lietvedības programmnodrošinājums.  1.2.5. Dokumentu uzkrāšanas, glabāšanas un sakārtošanas elektroniskie risinājumi.  1.2.6. Informācijas apmaiņa birojā. | Metodiskās darba grupas sanāksme 2019.gada 28.novembrī  Darba grupa iesaka „biroja tehnika” pārdēvēt uz „biroja tehnisko nodrošinājumu”. Pie tēmas „Informācijas apmaiņa birojā” būtu lietderīgi izklāstīt jautājumus, kas saistīti ar kultūru e-vidē.  Diskusija par tēmas „Darba samaksas aprēķināšana” pārcelšanu uz citu moduli „Preču uzskaite un dokumentēšana”. Darba grupas nolemj, ka tēmu nevar pārcelt, jo tā neatbilst moduļa „Preču uzskaite un dokumentēšana” mērķim. |
| Precizēts 3.3. saturs un apguves līmeņi:  3.3.1. Darba samaksas formas.  3.3.2. 3.3.2. Darba algas aprēķins.  VAL: Aprēķina neto darba algu izmantojot algas kalkulatoru.  OAL: Aprēķina un skaidros neto darba algas aprēķinu izmantojot dažādus algas kalkulatorus. |
| 6. | “Tirgus un klienti” | Mainīta sasniedzamo rezultātu secībā:  1.Spēj: noteikt uzņēmuma un produkta konkurētspēju tirgū, veikt konkurences analīzi, noteikt tirgus ietilpību, uzņēmuma un konkurentu tirgus daļas  2. Spēj: noteikt uzņēmuma klientu grupas, uzņēmuma mērķa tirgu un tā potenciālo lielumu, izveidot potenciālā klienta «portretu», veikt produkta pozīciju nostiprināšanas pasākumus.  3. Spēj: atbilstoši noteiktam tirgus pētījumam, izvēlēties informācijas ieguves avotus un atlasīt informāciju.  4. Spēj: pielietot pētījuma metodes tirgus pētījuma procesā atbilstoši uzņēmuma vajadzībām un mērķiem, veidot anketu.  5. Spēj: veikt klientu izpēti  6. Spēj: sastādīt pētījuma plānu atbilstoši uzņēmuma vajadzībām un mērķiem.  7.Spēj: analizēt un interpretēt iegūto informāciju noteikto pētījuma mērķu sasniegšanai, vizualizēt un prezentēt pētījuma rezultātus, sagatavot pētījuma atskaiti. | Metodiskās darba grupas sanāksme 2019.gada 28.novembrī  Daļa tēmu pārklājas ar moduļa “Uzņēmuma mārketinga pasākumu kompleksa izstrāde”. |
|  | Mainīti tematu procentuālie īpatsvari:  2.1.Tirgus segmentēšana un mērķa tirgus noteikšana, pozīciju nostiprināšana.  (15% no moduļa kopējā apjoma)  4.1. Pētījumu metodes.  (14% no moduļa kopējā apjoma)  6.1. Pētījuma sagatavošana.  (16% no moduļa kopējā apjoma)  7.1.Pētījuma datu statistiskā apstrāde, analīze, interpretācija un vizualizācija.  (27% no moduļa kopējā apjoma) |
| 7. | “Budžeta izstrāde” | Mainīti tematu procentuālie īpatsvari:  1.1. Uzņēmējdarbības izmaksas un produktu/pakalpojumu pašizmaksas un cenu kalkulācija.  (**30%** no moduļa kopējā apjoma)  3.1. Finanšu pārskata plānošana.  (**10%** no moduļa kopējā apjoma) | Metodiskās darba grupas sanāksme 2019.gada 28.novembrī  1.1.2. būtu jāprecizē pašizmaksas kalklācijas metodes.  Jāpārskata tematu procentuālais sadalījums – 1.sasniedzamais rezultāts jāpalielina līdz 30%, savukārt 3.sasniedzamā rezultāta īpatsvars jāsamazina līdz 10%.  5.sasniedzamais rezultāts. - 5.1.3. invetīciju projekta izvērtējums - samazināt līdz 4 metodēm. |
| Precīzēti ieteicamie saturi:  1.1.2. Pašizmaksas (pilnas pašizmaksas kalkulācija, mainīgo izmaksu pašizmaksas kalkulācija, kalkulācija ar ekvivalences skaitļiem un cenu kalkulācija.  5.1.3. Investīciju projektu vērtēšanas kritēriji (PP, PV, NPV, PI). |  |