

		GRUPA							
2018.	Nedēļa	1.		2.		3.		4.	
JANVĀRIS	1.-7.								
	8.-14.	M1	O 9.01.	M1	T 10.01.				
	15.-21.					M1	C 18.01.	M1	Pk 19.01.
	22.-28.	M2	O/T 23. - 24.01.						
FEBRUĀRIS	29.01.- 04.02.			M2	O/T 30. - 31.01.				
	5.-11.					M2	T/C 7. - 8.02.	M2	Pk/S 9. - 10.02.
	12.-18.	M3	O/T 13. - 14.02.						
	19.-25.			M3	O/T 20. - 21.02.				
MARTS	26.02.- 04.03.					M3	T/C 28.02. - 1.03.	M3	Pk/S 2. - 3.03.
	5.-11.	M4	O/T 6. - 7.03.						
	12.-18.			M4	O/T 13. - 14.03.				
	19.-25.					M4	T/C 21. - 22.03.	M4	Pk/S 23. - 24.03.
	26.03.- 01.04.	M5	O 27.03.	M5	T 28.03.				
APRĪLIS	2.-8.								
	9.-15.					M5	Pk 13.04.	M5	S 14.04.
	16.-22.	M6	O/T 17. - 18.04.						
	23.-29.			M6	O/T 24. - 25.04.				
MAIJS	30.04.- 06.05.								
	7.-13.					M6	T/C 9. - 10.05.	M6	Pk/S 11. - 12.05.
	14.-20.	M7	O/T 15. - 16.05.						
	21.-27.			M7	O/T 22. - 23.05.				
JŪNIJS	28.05.- 03.06.					M7	T/C 30. - 31.05.	M7	Pk/S 1. - 2.06.

Moduļa Nr.	Moduļa tēma	Norises vieta	* Dalībniekiem tiek apmaksātas naktsmītnes, ēdināšana (brokastis, pusdienas), kā arī lielākā daļa ceļa izdevumu.
M1	Sadarbības piedāvājuma izstrāde un starpnozaru sadarbības aspekti uzņēmumos, pašvaldībās un zinātniski pētnieciskās iestādēs	Dobele	
M2	Jaunu tirgu apgūšana	Dobele	
M3	Zīmola izstrāde un zīmolvedība	Panevežys*	
M4	Tirgvedība un jaunu tirgu izpēte	Panevežys*	
M5	Komunikācijas prasmes	Panevežys	
M6	Uzņēmējdarbības plānošana (ieskaitot finanšu plānošana)	Anykščiai*	
M7	Intelektuālais īpašums un eksporta iespējas	Anykščiai*	

<b>1.MODULIS</b>	<b>Sadarbības piedāvājuma izstrāde un starpnozaru sadarbības aspekti uzņēmumos, pašvaldībās un zinātniski pētnieciskās iestādēs</b>
<b>TĒMAS:</b> <i>1 diena, 8 akadēmiskās stundas</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sadarbība piedāvājuma un potenciālās sadarbības plāna izstrāde</li> <li>- Kā atrast sadarbības partnerus un ko viņi var piedāvāt: pašvaldību atbalsts uzņēmējdarbības attīstībai, zinātniski pētniecisko iestāžu iespējas un citi uzņēmumi</li> <li>- Uzņēmējdarbības mērķu, uzdevumu definēšana un stratēģiska, taktiska rīcības plāna izstrāde</li> </ul>
<b>2.MODULIS</b>	<b>JAUNU TIRGU APGŪŠANA</b>
<b>TĒMAS:</b> <i>2 dienas, 16 akadēmiskās stundas</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jauni tirgi un to iespējas. Kā izveidot e-platformu <a href="http://www.etsy.com">www.etsy.com</a>?</li> <li>- Idejas jaunu produktu radīšanai un tendenču izpēte, rūpnieciskie pētījumi, "labāko" ideju izvēle</li> <li>- Mērķauditorija. Kā pievērst apmeklētāju uzmanību un to noturēt?</li> <li>- Produktu prototipēšanas metode</li> <li>- Produktu vizuālās un tekstuālās komunikācijas plānošana: fotografēšana, satura sagatavošana un komunikācijas formāti</li> <li>- Kā plānot reklāmas stratēģiju un kā novērtēt tās efektivitāti?</li> <li>- Klientu uzvedības tendences, kā izmantot klientu paradumus un iesaistīt tos produktu reklamēšanā un pārdošanā?</li> </ul>
<b>3.MODULIS</b>	<b>ZĪMOLA IZSTRĀDE UN ZĪMOLVEDĪBA</b>
<b>TĒMAS:</b> <i>2 dienas*, 16 akadēmiskās stundas</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ko nozīmē labs zīmols un kādi ir zīmolvēderības galvenie ieguvumi?</li> <li>- Zīmola izstrādes un attīstības galvenie posmi. Zīmola atsvaidzināšana. Zīmola pozicionējums, vērtības, grafiskā identitāte</li> <li>- Zīmola komunikācijas izstrāde: vēstījums, tēls, kanāli, mērķauditorija, iepakojums, klientu serviss un personības loma</li> <li>- Jauna zīmola komunikācija, saskarsmes punkti ar mērķauditoriju</li> </ul>
<b>4.MODULIS</b>	<b>TIRGVEDĪBA UN JAUNU TIRGU IZPĒTE</b>
<b>TĒMAS:</b> <i>1,5 diena*, 12 akadēmiskās stundas</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mārketinga pētījumu efektivitāte un patērētāju paradumu pētījumi un attīstība</li> <li>- Pārdošanas aktivitātes: akcijas, atlaides un citi paņēmieni. Cenu attīstību</li> <li>- Interneta pētījumu specifika un iespējas</li> <li>- Klientu apmierinātības aptauja</li> <li>- Kas ir digitālais mārketings?</li> </ul>
<b>5.MODULIS</b>	<b>KOMUNIKĀCIJAS PRASMES</b>
<b>TĒMAS:</b> <i>1 diena, 8 akadēmiskās stundas</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Personības zīmolvēderība un komunikācijas ekosistēma. Reputācijas vadība</li> <li>- Komunikācijas process, tipi (verbālā un neverbālā) un formas: tikšanās, telefonsarunas, e-pasti utt.</li> <li>- Komunikācijas barjeras: kultūras un uztveres atšķirības</li> <li>- Prezentēšanas prasmes un prezentācijas izstrāde</li> </ul>
<b>6.MODULIS</b>	<b>UZŅĒMĒJDARBĪBAS PLĀNOŠANA (IESKAITOT FINANŠU PLĀNOŠANA)</b>
<b>TĒMAS:</b> <i>2 dienas*, 16 akadēmiskās stundas</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Biznesa ideja un stratēģija</li> <li>- Uzņēmējdarbības juridiskie aspekti</li> <li>- Uzņēmuma vadīšana un resursu plānošana</li> <li>- Finanšu resursi un to pārvaldība (ienākumi, izdevumi, naudas plūsma)</li> <li>- Investīcijas un kapitāla izmaksas</li> </ul>
<b>7.MODULIS</b>	<b>INTELEKTUĀLAIS ĪPAŠUMS UN EKSPORTA IESPĒJAS</b>
<b>TĒMAS:</b> <i>1,5 diena*, 12 akadēmiskās stundas</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Intelektuālā īpašuma jēdziens</li> <li>- Autortiesības un blakustiesības, to noteikumi un prasības. Patenti</li> <li>- Juridiskie aspekti starptautiskajā tirdzniecībā un sertifikācija ārzemju tirgos</li> <li>- Riski eksporta tirgus apgūšanā un to pārvaldība</li> </ul>