

<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>