A close up of a logo

Description automatically generated

|  |  |
| --- | --- |
| Ieteikumi SalesLabs neformālās izglītības programmai saskaņā ar līguma Nr.9.21/2019-08-3 no 2019.gada 1 augusta darba uzdevumu un sanāksmē Rēzeknē nolemto.  Mērķa grupas prioritārie raksturlielumi:  1. Jaunatne, invalīdi ar augstāko izglītību Šauļu un Latgales reģionos.  2. Jaunieši, invalīdi bez augstākās izglītības Šauļu un Latgales reģionos.  Programmas apjoms:  120 stundu tālākizglītības satura modulis A,B. Auditorijas apmācības un kontaktu nodarbības –40 stundas. Praktiskā mācīšanās tirdzniecības laboratorijā (“SalesLabs”) – 48 stundas. Starptautiskas, kopīgas pārrobežu (Latvijas un Lietuvas pārstāvju) biznesa problēmu risināšanas darbnīcas – 32 stundas.  Programma sastāv no 20 mācību priekšmetu materiāliem, kas uzlaboti saskaņā ar problēmu balstītu mācību metodi Rēzeknes Tehnoloģiju akadēmijā un Ziemeļlietuvas koledžā, un labāko praksi šo mācību priekšmetu mācīšanai, izmantojot problemātisku mācību metodi. Programmā galvenā uzmanība pievērsta mūsdienu darba tirgum nepieciešamo praktisko iemaņu attīstībai. Rekomendāciju mērķis ir pielāgot izvēlētos studiju kursus (no tiem 20) aktuālai neformālās izglītības programmai reģionā, saskaņā ar programmas mērķiem. | |
| **Topics of the educational programme** | **Programmas tēmu pielāgošana RTA** |
| 1. Peculiarities of the modern business environment. Business idea and its realization. Innovation and entrepreneurship. Basics of new business creation and company creation. Analysis of good examples. Realizing the business idea and solving the problems of creating new business as an example for selected business enterprises. | Mūsdienu uzņēmējdarbības vide, biznesa idejas realizēšana. Šajā kursa lekcijā reģiona jauniešiem ir jāparāda, ka biznesa uzsākšana Latgalē ir viegla un iespējama, parādot sekmīgu uzņēmēju piemērus no jauniešu paziņu loka. Jāizmanto SalesLabs ekspozīcija un veikalā demonstrētie produkti. Jāatklāj kā iesākās idejas, un kā tās realizē projektu vai uzņēmējdarbības ceļā. Lekcijas noslēguma jauniešiem jābūt iedvesmotiem realizēt savas biznesa idejas un identificējot katra dalībnieka ieceres, kursa ietvaros jāpalīdz tās attīstīt izmantojot kursa moduļus/lekcijas. Pieskaroties inovācijām, rādīt piemērus no Pasaules (jauniešus iedvesmo stāsti kā iesākās pasaulē slaveni brendi DUNLOP, NIKE, MERCEDES, GE, APPLE, HYUNDAI, u.c), kā arī te pat Latvijas biznesa inkubatoru tīkla dalībniekiem, kas ir pazīstami uz vietas reģionā. Idejas realizācija, kā bizness vai pašrealizācija (KUUP, ZEIZE, ELIZETY, GRAFTEX, FRESH, u.c. Ievadlekcija apmācību programmā ar plašu praktisko pusi. Praktiskā kursa darbībā jāiesaista jauniešus ar savu biznesa ideju vai arī iesaistīt Biznesa Inkubatora Rēzeknē dalībniekus, kas atrodas pre-inkubācijā, 6 mēnešu atbalsta programmā izstrādājot savas idejas biznesa plānu un citus dokumentus. Pētniecības jomā var darboties pie ideju realizēšanas veicināšanas rīku uzlabošanas un analīzes, tajā skaitā jaunās mācību metodes integrācijas par biznesa atbalsta tīklu. |
| 2. Demand formation. Creation and introduction into the market of a new product (goods, services), commercialization. Analysis of good examples. Solving the product (goods, services) market entry (commercialization) problems with the example for selected businesses enterprises. | Komercializēšanas pirmie soļi, pieprasījuma un piedāvājuma pētīšana.  Ņemot vērā SalesLabs iekārtas un laboratorijas aprīkojumu, ierosinājums ir koncentrēties uz pārtikas nozares produktu inovācijām, kas reģiona jauniešiem būtu pieejamas. Kā arī veidot savām iekārtas un ekspertīzei potenciālu noietu, informēt sabiedrību, kā vietu kur var attīstīties jauni pārtika produkti.  Sniegt ieskatu arī par citām vispārējām inovācijām, kas risina patērētāju vajadzības.  Pastāvīgo vai praktisko darbu organizēt balstoties uz SalesLabs laboratorijas iekārtu iespējām. Arī pētniecības jomā iespējas izstrādāt jaunu produktu koncepcijas, rūpnieciskos pētījumus un eksperimentālās iestrādnes, veicot produktu promo degustācijas un pārdošanas pirmajiem klientiem ar mērķi gūt atgriezenisko informāciju. |
| 3. Sales management, sales activity organization, planning, management, control. Sales programmes formation. Sales ethics. Sales team formation and education. Analysis of good examples. Solving the sales management problems as an example for selected businesses enterprises. | Pārdošanas stratēģijas izveide un kontrole.  Ņemot vērā, ka lielākai daļai jauniešu, visdrīzāk, nav iepriekšējas pieredzes pārdošanā, kursa saturu vēlams organizēt tādā veidā, kā parādīt pārdošanu kā interesantu un saistošu procesu. Motivēt kursa dalībniekus būt motivētiem un mērķtiecīgiem, sava produkta virzīšanai tirgū. Apelēt pie Latvijā pastāvošiem negatīvajiem stereotipiem par pārdošanu. Dot praktiskus padomus un interesantas tehnikas, kas jauniešiem varētu noderēt arī, piemēram, darba intervijās, bet arī savu ideju pārdošanā. Trenēt jauniešus par veiksmīgas ķermeņa valodas pamatprincipiem un likumsakarībām. Iepazīstināt ar pārdošanas stratēģijām.  SalesLabs misija ir sniegt atbalstu šajā jomā, gan reģiona iesācēj uzņēmumiem, gan korporatīviem klientiem. Sākot no tirgus pētījumiem, produktu fokuss grupām, kampaņu stratēģijām, zīmola vadības, beidzot ar akcijām, digitālo mārketingu un e-komerciju. |
| 4. Modern marketing for greater competitiveness. New product marketing. Telemarketing. Direct marketing. Digital marketing. Social media marketing. Analysis of good examples. Solving the marketing problems as an example for selected businesses enterprises. | Mūsdienu mārketinga rīki un sociālo tīklu iespējas,  Lielākais uzsvars būtu jāliek uz Google business, Facebook un Instagram pakalpojumu iespēju realizēšanu ar piemēriem un praktiskiem uzdevumiem kursu apmeklētāju mazo uzņēmumu pieejamām vajadzībām. Salīdzināt šīs platformas savā starpā un atklāt katras priekšrocības. Mārketinga teorētiskos aspektus var sadalīt divās daļās: mārketinga dažādiem pielietojuma veidiem; klientu auditorijas mērķtiecīgāka identificēšana, jo biznesa idejas sākotnējā realizācijas fāzē kritiski ir atrast sava produkta klientu un tā vajadzības, kuras atrisinot ir iespējams gūt pietiekamus ieņēmumus ilgtspējas nodrošināšanai. Starptautiskās un vietējās tirgzinības vides analīze.  Pastāvīgo vai praktisko darbu organizēt balstoties uz apmācāmo uzņēmējdarbības idejām izanalizējot tās no mārketinga zinību puses.  Pētniecībā ir iespēja izmantot big data un focused data. |
| 5. Business communication and ethics. Promotion and advertisement. Public relations of the modern business organization, public relations. Online business advertising. Peculiarities of young business communication. Analysis of good examples. Solving the business communication and ethics, promotion and advertisement, public relations and public relations issues as an example for selected businesses enterprises. | Uzņēmuma sabiedriskās attiecības, iekšējās un ārējās komunikācijas īpatnības, Reklāma.  Komunikāciju praktiskās iemaņas un prasmes, kā nodrošināt pozitīvu uzņēmuma komunikāciju arī apstākļos, kad jānodod negatīva informācija. Šādi pamatlikumi palīdzētu jauniešiem ne tikai savas idejas realizācijā, bet arī privātajā karjerā. Kā arī galvenās komunikāciju barjeras, minot pozitīvus komunikāciju kultūras pazīstamus piemērus Latvijā.  Pastāvīgo vai praktisko darbu organizēt balstoties uz apmācāmo pašu uzņēmējdarbības piemēriem vai attīstāmām idejām.  Pētniecības jomā ar vien svarīgāki kļūst patērētāju uzvedības mērījumi un dati, kas kalpo ar vien efektīvāku kampaņu stratēģiju realizācijai (ROI). |
| 6. Importance of the quality management in modern business. Organization and optimization of quality management in a business enterprise. Analysis of good examples. Solving the quality management problems as an example for selected businesses enterprises. | Kvalitātes kontroles nozīme un procesu optimizācija.  Kvalitātes vadības kontroles nepieciešamība ārējos tirgos, kvalitātes sistēmiska pieejas kā ražošanas efektivitātes pamatnosacījums. Pakalpojumu (ēdināšanas servisa) uzņēmumu kvalitātes kontroles tiešsaistes monitoringa iespējas uzstādot patērētāju atsauksmes paneļus, izejot no uzņēmuma, kas uzrāda uzņēmuma vadībai momentānus datus klientu apmierinātībai ar pakalpojumu un spēku analizēt darbinieku maiņas.  Pastāvīgo vai praktisko darbu organizēt balstoties uz apmācāmo pašu uzņēmējdarbības kvalitātes procesu pieejas, kas ir svarīgs priekš noteiktums automatizācijai. |
| 7. Organization of the electronic business. Management of the electronic business. Analysis of good examples. Solving the electronic business problems as an example for selected business enterprises. | E-biznesa vadība un organizēšana.  Iepirkšanās internetā, ka svarīgs uzņēmējdarbības noieta organizēšanas elements tieši realizējot jaunas biznesa idejas. Šāda kanāla izvērtēšanu nosaka arī statistika par pieaugošo iepirkumu skaitu internetā, t.sk. no mobilajām ierīcēm. Nepieciešams parādīt gatavas platformas dažādu iespēju risinājumu, kurus var sākt izmantot kaut vai šodien, t.sk. norēķinu iespējas un kurjeru pakalpojumi. Kritēriji, kuri nosaka, ka jūsu preci varēs vieglāk atrast interneta tīklā un galvenās kļūdas iesākot e-komerciju un “atkārtots pirkums” veiksme. Informācija par cilvēka paradumiem internetā būtu svarīga informācija uzņēmējdarbības uzsācējiem e-vidē. Tīra, patīkama web dizaina piemēri, kā arī CTA (call to action) obligāta nepieciešamība. Kā arī vienmēr labi noder dzīvi piemēri no Latgales vai Latvijas, kurus visi zina un, kas labi tirgojas e-vidē (ObeliskFarm).  Pastāvīgo vai praktisko darbu organizēt balstoties uz apmācāmo pašu uzņēmējdarbības produkcijas e-kataloga izveides. Šim noderīgas būtu Dizaina pakalpojumi (foto studija) un plānotās iekārtas produktu katalogu veidošanai.  Pētniecības jomā ar vien vairāk jāpievēršas risinājumiem, ko piedāvā Mākslīgais intelekts (AI) un biznesa optimizācijas rīki. |
| 8. Opportunities for the project activities in establishing a business or developing a business. Fundamentals of the project preparation and management. Analysis of good examples. Solving the project activity problems as an example for selected businesses enterprises. | Projektu piesaistes iespējas uzņēmējdarbības uzsākšanai vai attīstībai.  Galvenie veiksmīgu projektu īstenošanas pamatnosacījumi, problēmas definīcija un loģisku pasākumu kopums. Veiksmīga projekta vadītāja nepieciešamās īpašības un funkcijas. Sagatavošanās darbi, lai iesniegtu kvalitatīvi izstrādātu projektu. Būtiskākās kļūdas. Veiksmīgākie piemēri no mazas saimniecības, līdz lielam biznesam Latgalē.  Pētniecības joma varētu būt analizēt kādas ir uzņēmējdarbības iesācēju iespējas iesaistīties finansējuma piesaistei, dažādās nozarēs. |
| 9. The basics of the functioning of the international market. International business environment. International business and trade organization. Provision of the international services. Intercultural communication. Peculiarities of international marketing. Analysis of good examples. Solving the international business and trade problems as an example for selected business enterprises. | Starptautiskā biznesa vide, tās organizēšana, starp kultūru komunikācija ir 2000.gadu populārs izpētes lauks, globalizācijas uzplaukuma laikā. Šobrīd, īpaši iesācēj uzņēmējiem šī var šķist mazāk saistoša tēma, tamdēļ priekšlikums vairāk pievērsties jaunu produktu komercializācijai, reklāmai un digitālajai komunikācijai.  Pētniecības jomā var tikt izstrādātas sadarbības dažādas platformas izmantojot 5G radītās iespējas (IoT, AI, Ml), piemēram, tiešās pirkšanas kustība Latvijā var tikt attīstīta vai citas. Šim mērķim darbojas H2020 uzsaukumi. |
| 10. Trade equipment and its peculiarities of use. Technological innovation in commercial equipment. Demonstration of the use of commercial equipment (POS systems, cash machines and etc.). | Moderna kases termināla (POS termināla) lietošanas apguve.  SalesLabs var nodrošināt kases aparātu apmācības saviem klientiem un praktizējošiem studentiem. Kā arī kases sistēmu padziļinātas apmācības, ko var arī demonstrēt izveidotajās laboratorijās (meistarklasē, mācību veikals). Visi uzskaites procesi sākot no klientu datu bāzes, materiālu piegādes dokumentācija, produkta kartiņas, receptūra, kalkulācija, realizācija, inventarizācija, noiets un norakstīšana var notikt veikta uz vietas.  Pētniecības jomā var tikt izstrādāti risinājumi, atgriezeniskās saites veidošanai ar klientu, drukājot uz čeka kvīts QR kodus dažādām akcijām. |

Jānis Viegliņš. 27.septembrī 2019.gadā.

Projekts “Nodarbinātības kompetenču uzlabošana pārdošanas laboratorijās/ SalesLabs” (Nr. LLI-184) tiek īstenots ar Interreg V-A Latvijas – Lietuvas programmas 2014-2020 atbalstu, Rēzeknes Tehnoloģiju akadēmijā.

Kopējās projekta izmaksas ir 524 866,73 EUR. Projekta līdzfinansējums no Eiropas Reģionālās attīstības fonda ir 447 223.32 EUR”

Šis dokuments ir sagatavots ar Eiropas Savienības finansiālo atbalstu.

Par šī dokumenta saturu pilnībā atbild Rēzeknes Tehnoloģiju akadēmija, un tas nekādos apstākļos nav uzskatāms par Eiropas Savienības oficiālo nostāju.