

Studiju kursa nosaukums		PĀRDOŠANAS VADĪBA	
Apjoms kredītpunktos/ ECTS)	2/3	Apjoms (stundās)	80
Priekšzināšanas	Uzņēmējdarbība		
Zinātņu nozare	Sociālās zinātnes/ Ekonomika un uzņēmējdarbība		
Zinātņu apakšnozare	Uzņēmējdarbības vadība/Tirgzinība		
Akadēmisko stundu kopsavilkums		Apjoms (akadēmiskās stundas)	
Tālmācības nodarbības		40	
Kontaktstundas / video lekcijas		8	
Vingrinājumi, pašpārbaudes jautājumi un testi		14	
Patstāvīgie darbi/attālinātās diskusijas		16	
Eksāmena/Ieskautes darbs		2	
1. līmeņa profesionālās studiju programmas	Mārketinga un tirdzniecība		
Studiju kursa autors(i)	MBA Kaspars Barons		
Studiju kursa pasniedzējs(i)	MBA Kaspars Barons		
Studiju kursa mērķis:	Veicināt interesi un sapratni studējošajos par pārdošanas procesa nozīmi uzņēmuma attīstībā, Parādīt pārdošanas nodaļas vadītāja darba ikdienu lomas, atbildību un uzdevumus Iemācīt izvēlēties atbilstošas pārdošanas stratēģijas pielietojumu.		
Prasības kredītpunktu iegūšanai (kurša novērtējuma struktūra):	Gala vērtējums tiek aprēķināts: Moodle diskusija/uzdevums – 50% Eksāmens – 50% Lai izliktu gala vērtējumu, abās aktivitātēs jāuzrāda sekmīgs vērtējums – ne zemāks kā 4 balles. Gala vērtējums ir vidējā atzīme 10 baļļu sistēmā, proporcionāli abu minēto aktivitāšu procentuālajam sadalījumam.		
Studiju rezultāti			
1. Zināšanas: 1.1. Studējošais atpazīst pārdošanas kanālus un pārdošanas stratēģiju. 1.2. Studējošais identificē pārdošanas uzskaites sistēmas un izvēlas atbilstošāko.			
2. Prasmes: 2.1. Studējošais izvēlas un pielieto pārdošanas kanālus un to metodes atbilstoši sektoram, kurā strādā uzņēmums. 2.2. Studējošais analizē un secina, kurš no pārdošanas kanāliem ir efektīvs, kurš mazāk efektīvs. 2.3. Studējošais izstrādā pārdošanas nodaļas mērķus un darbības principus.			
3. Kompetence: 3.1. Studējošais izveido pārdošanas procesu uzņēmumā.			

Studiju kursa saturs

N.p.k.	Temati	Kontaktstundas, video, audio nodarbības	Tālmācības nodarbības	Vingrinājumi, pašpārbaudes jautājumi un testi	Patstāvīgie darbi - attālinātās diskusijas. Patstāvīgā darba apraksts pieejams e- studiju vidē	Eksāmens
1.	PĀRDOŠANAS FUNKCIJAS UZŅĒMUMĀ UN VADĪTĀJA LOMAS 1.1. Pārdošanas loma uzņēmumā; 1.2. Pēc pārdošanas loma uzņēmumā; 1.3. Klientu apkalpošana uzņēmumā; 1.4. Pārdošanas vadītājs – darba procesa līderis un organizētājs.	8	5	2	2	2
2.	PĀRDOŠANAS STRATĒGIJAS 2.1. Pārdošanas kanālu veidi; 2.2. B2C sektors un pārdošana kanālu izvēle; 2.3. B2B sektors un pārdošanas kanālu izvēle		5	1	2	
3.	PĀRDOŠANA UN MĀRKETINGS 3.1. Mārketinga kanālu izvēle atbilstoši noteiktajai pārdošanas stratēģijai; 3.2. Pārdošanas kampaņu mārketinga; 3.3. Pārdošanas un mārketinga kanālu izvērtēšana pēc LEAN metodes		5	2	2	
4.	PĀRDOŠANAS ORGANIZĀCIJAS DARBA IZPILDE UN REZULTĀTU UZSKAITE 4.1. Pārdošanas administrēšanas sistēmas; 4.2. Pārdošanas aktivitāšu budžeta uzskaitē;		5	1	2	
Vispārējai lietošanai		Spēkā ar 01.03.2021.		Versija 4		lpp 2 no 5

	4.3. Pārdošanas kanālu efektivitātes analīze				
5.	PĀRDOŠANAS ORGANIZĀCIJAS DARBA PLĀNOŠANA 5.1. Pārdošanas organizācijas stratēģijas izvēle 5.2. Pārdošanas plānu uzstādīšana; 5.3. Pārdošanas budžeta un darba ieguldījuma plānošana; 5.4. Pārdevēju darba atalgošana – fiksētās algas apmēra noteikšana un piemaksu apmēra noteikšana par sasniegtajiem rezultātiem.		5	2	2
6.	PĀRDOŠANAS VADĪTĀJA IKDIENAS DARBS 6.1. Darba modeļa izveidošana; 6.2. Pārdošanas nodaļas izveide; 6.3. Pārdošanas stratēģijas ieviešana; 6.4. Pārdošanas komandas motivēšana; 6.5. Pārdošanas komandas kvalifikācijas celšana; 6.6. Pārdošanas rezultātu izpildes kontrole.		5	2	2
7.	PĀRDOŠANAS KOMANDAS VEIDOŠANA, ATTĪSTĪBA UN MOTIVĀCIJA 7.1. Pārdevēja kompetenču novērtējums. 7.2. Apmācība darba vietā. 7.3. Pārdevēju atlases un pieņemšanas procesa raksturojums 7.3.1. Uzdevumi, pārdevējiem, darba intervijas laikā.		5	2	2
8.	UZŅĒMUMA PĀRDOŠANAS IZVEIDOŠANA: 8.1. Pārdošanas stratēģijas izveide; 8.2. Pārdošanas kampaņas mārketinga sastādīšana;		5	2	2

8.3. Pārdošanas sistēmas izvēle 8.4. Pārdošanas budžeta sastādīšana 8.5. Pārdevēju darba algas noteikšana; 8.6. Pārdevēju komandas izveide; 8.7. Pārdevēju motivācija					
KOPĀ:	8	40	14	16	2
	80				

Apgūstot studiju kursu un sekmīgi nokārtojot pārbaudījumus, studējošais spēj (*zināšanas, prasmes un kompetences*)

Studiju rezultāti:	Novērtēšanas kritēriji		
	(40-69%)	(70-89%)	(90-100%)
Zināšanas 1.1. Atpazīt pārdošanas kanālus un pārdošanas stratēģiju.	Ar grūtībām spēj atpazīt pārdošanas kanālus un pārdošanas stratēģijas veidus	Atpazīst pārdošanas kanālus un pārdošanas stratēģijas veidus, bet ir grūtības attiecināt to uz reālu uzņēmumu	Pārvalda un pilnībā atpazīst pārdošanas kanālus un pārdošanas stratēģiju veidus spēj brīvi attiecināt to uz reālu uzņēmumu
1.2. Identificēt pārdošanas uzskaites sistēmas un izvēlas atbilstošāko.	Grūtības identificēt pārdošanas uzskaites sistēmas, nespēja attiecināt to uz uzņēmumu un analizēt to	Identificē pārdošanas uzskaites sistēmu, attiecina uz uzņēmumu, bet nepilnības pārdošanas uzskaišu sistēmu analizē	Identificē pārdošanas uzskaites sistēmu, to analizē un praktiski izmanto uzņēmuma konkurētspējas palielināšanai
Prasmes 2.1. Izvēlēties un pielietot pārdošanas kanālus un to metodes atbilstoši sektoram, kurā strādā uzņēmums.	Daļēji pielieto pārdošanas kanālus, bet grūtības orientēties metodēs un to praktiskajā pielietojumā	Pielieto pārdošanas kanālus, izprot tos, izmantojot pārdošanas metodes, bet tikai moderatora jeb vadītāja uzraudzībā	Pārdošanas kanālus pielieto, atbilstoši sektoram, kurā uzņēmums strādā un patstāvīgi izvēlas atbilstošo metodi un izmanto to savā profesionālajā darbībā, uzņēmuma problēmu risināšanai
2.2. Analizēt un secināt, kurš no pārdošanas kanāliem ir efektīvs, kurš mazāk efektīvs.	Nepilnīgi analizē un secina pārdošanas kanālu efektivitāti un secināšana, bet nespēj to attiecināt uz savu uzņēmumu	Nepilnīgi analizē un secina pārdošanas kanālu efektivitāti un secināšana, attiecina uz savu uzņēmumu	Analizē un secina pārdošanas kanālu efektivitāti, attiecina uz savu uzņēmumu praktiski izmanto uzņēmuma

Vispārējai lietošanai	Spēkā ar 01.03.2021.	Versija 4	lpp 4 no 5
-----------------------	----------------------	-----------	------------

			konkurētspējas palielināšanai
2.3. Izstrādāt pārdošanas nodaļas mērķus un darbības principus.	Nepilnīgi izstrādā pārdošanas nodaļas mērķu un darbības principus, bet nespēj to attiecināt uz konkrētu uzņēmumu	Izstrādā pārdošanas nodaļas mērķu un darbības principus, attiecina uz konkrētu uzņēmumu, bet tikai moderatora jeb vadītāja uzraudzībā	Izstrādā pārdošanas nodaļas mērķus un darbības principus, attiecina uz konkrētu uzņēmumu, patstāvīgi identificēt mērķus un darbības principus uzņēmuma darbībā
Kompetences 3.1. Izveidot pārdošanas procesu uzņēmumā.	Nepilnīgi izveido pārdošanas procesu uzņēmumā.	Izprot Pārdošanas procesu izveidošanu un tā lietojumu uzņēmējdarbības procesā, izveido pārdošanas procesu uzņēmumā moderatora jeb vadītāja uzraudzībā	Patstāvīgi izveido pārdošanas procesu, integrēt to savā profesionālajā sfērā vai pārstāvētajā uzņēmumā

Iegūto studiju rezultātu apliecinājums

Studiju rezultāti	1.1.-1.2.	2.1	3.1.
Novērtēšanas metode			
Moodle diskusija/uzdevums	X	X	X
Eksāmens	X	X	X

Pamatliteratūra

1.	Jobber D., Lancaster G. (2009), Selling and Sales management , Prentice hall, Financial times
2.	Schwartz M. (2006), Fundamentals of Sales Management for the Newly Appointed Sales Manager , AMACOM, ISBN0814408737
3.	Straumēns J., Kasatkina L. u.c. (2003), Pārdošanas vadītāja rokasgrāmata . – Rīga: Dienas Bizness
4.	Pārdošanas procesa izveide e-vidē, https://www.trello.com/
5.	Pārdošanas procesa izveide e-vidē, https://www.pipedrive.com/

Papildliteratūra

1.	Carl Sewell (1990) Customers for life
2.	Robins Šarma (2011) Līderis bez titula , Izdevniecība avots, ISBN 978-9984-859-43-9
3.	Washington state government, An Introduction to Lean Thinking , video: https://www.youtube.com/watch?v=RxDw0Q_gVt0