



**Studiju virziena
„Ekonomika”
1. līmeņa profesionālās augstākās izglītības
studiju programmas
“Mārketings un tā inovācijas”
pašnovērtējuma ziņojums**

akreditēta līdz 31.12.2019.

APSTIPRINĀTS
Padomes sēdē 2014.g. 11.februārī
Protokols Nr.02/14

Rīga, 2013

SATURA RĀDĪTĀJS

1. STUDIJU VIRZIENA RAKSTUROJUMS	4
1.1. Studiju virziena attīstības stratēģija, kopīgie mērķi un to saistība ar koledžas kopējo stratēģiju	4
1.2. Studiju virziena un studiju programmas perspektīvais novērtējums no Latvijas republikas interešu viedokļa	5
1.3. Studiju virziena attīstības plāns	7
1.4. Studiju virziena un studiju programmas atbilstība darba tirgus pieprasījumam.....	9
1.5. Studiju virziena stipro un vājo pušu, iespēju un draudu (SVID) analīze	10
1.6. Studiju virziena iekšējās kvalitātes nodrošināšanas sistēmas apraksts	13
1.7. Studiju virzienam pieejamie resursi un materiāltehniskais nodrošinājums	15
1.8. Sadarbības iespējas Latvijā un ārzemēs studiju virziena ietvaros	16
1.9. Studiju virziena īstenošanā iesaistītā akadēmiskā personāla uzskaitījums	17
1.10. Studiju virziena īstenošanā iesaistītā akadēmiskā personāla pētnieciskā darbība un tā ietekme uz studiju darbu, studējošo iesaistīšana pētniecības projektos, kā arī dalība starptautiskajos projektos	17
1.11. Studiju virziena īstenošanā iesaistītā akadēmiskā personāla zinātnisko publikāciju un sagatavotās mācību literatūras saraksts	19
1.12. Studiju virziena īstenošanā iesaistīto struktūrvienību uzskaitījums	21
1.13. Studiju virziena īstenošanā nepieciešamā mācību palīgpersonāla raksturojums	21
1.14. Ārējie sakari.....	23
2. STUDIJU PROGRAMMAS RAKSTUROJUMS.....	25
2.1. Studiju programmas īstenošanas mērķi un uzdevumi	25
2.2. Studiju programmas plāns	28
2.3. Studiju kursu apraksti	30
2.4. Studiju programmas organizācija	30
2.5. Prasības, uzsākot studiju programmu	35
2.6. Studiju programmas praktiskā īstenošana	35
2.7. Vērtēšanas sistēma.....	37
2.9. Studiju programmas atbilstība profesijas standartam un profesionālās augstākās izglītības valsts standartam un citiem normatīvajiem aktiem augstākajā izglītībā	39
2.9.1. Studiju programmas atbilstība profesijas standartam	39
2.9.2. Studiju programmas atbilstība pirmā līmeņa profesionālās augstākās izglītības valsts standartam.....	42
2.10. Informācija par studējošiem	42
2.11. Studējošo aptauja un to analīze	43
2.12. Absolventu aptauja un analīze.....	46

2.13. Studējošo līdzdalība studiju procesa pilnveidošanā	
KOPSAVILKUMS	47

1. STUDIJU VIRZIENA RAKSTUROJUMS

1.1. Studiju virziena attīstības stratēģija, kopīgie mērķi un to saistība ar koledžas kopējo stratēģiju

Alberta koledža īsteno studiju virzienu ar studiju programmu „Ekanomika: mārketings un tā inovācijas” (turpmāk tekstā – MUNI), kas ir orientēta uz uzņēmējdarbības jomā veiktajiem tirgvedības un tirdzniecības pakalpojumiem un to nodrošinājumu, un ir veidota saskaņā ar Latvijas Republikas Izglītības likumu, Profesionālās izglītības likumu un Augstskolu likumu, kā arī Ministru kabineta noteikumiem, kas reglamentē pirmā līmeņa profesionālo augstāko izglītību. Šīs SP sekmīgas absolvēšanas rezultātā tiek piešķirta jurista palīga kvalifikācija (4.profesionālās kvalifikācijas līmenis).

Tirgvedības un tirdzniecības speciālista kvalifikācijai izvirzāmās prasības atbilst Latvijas Republikas Ministru kabineta noteikumiem Nr.461 (18.05.2010.) „Noteikumi par Profesiju klasifikatoru, profesijai atbilstošiem pamatuzdevumiem un kvalifikācijas pamatprasībām un Profesiju klasifikatora lietošanas un aktualizēšanas kārtību” (tirgvedības un tirdzniecības speciālists profesijas kods – 3339 21).

Studiju virziena attīstības stratēģija ir cieši saistīta ar Alberta koledžas darbības attīstības stratēģiju 2013.-2018.gadam. **Stratēģijas mērķi ir šādi:**

- 1) Sagatavot kvalificētus speciālistus darba tirgum;
- 2) Nodrošināt studiju virziena ilgtspējīgu attīstību vienlaicīgi ar koledžas izaugsmi, pielāgojoties mainīgajiem vides apstākļiem;
- 3) Būt konkurētspējīgiem ar citu augstākās izglītības iestāžu īstenotiem līdzīga veida studiju virzieniem.

Studiju virziena attīstības prioritārie uzdevumi ir šādi:

- 1) Piesaistīt praktizējošus speciālistus mācību procesā un ārpus studiju aktivitātēs;
- 2) Regulāri aktualizēt virziena programmu, atbilstoši normatīvo aktu un darba tirgus izmaiņām;
- 3) Attīstīt studējošo un docētāju pētniecisko darbību;
- 4) Sagatavot un realizēt atsevišķus studiju kursus un moduļus svešvalodā, attīstot docētāju un studējošo starptautisko mobilitāti;
- 5) Piesaistīt ārvalstu studentus, piedāvājot studiju kursus un moduļus svešvalodā, t.sk. izmantojot *Erasmus* iespējas;
- 6) Iesaistīties profesionālās organizācijās, piemēram, Juristu biedrībā;

- 7) Regulāri realizēt aktivitāšu projektus studiju virziena popularizēšanai, t.sk. vidusskolās;
- 8) Veicināt sadarbību ar darba devējiem, citām Latvijas un ārvalsts augstākās izglītības iestādēm;
- 9) Regulāri atjaunot bibliotēkas krājumus ar virzienam aktuālo literatūru, t.sk. ar e-grāmatām un pieslēgumu datu bāzēm un rakstu krājumiem.

1.2. Studiju virziena un studiju programmas perspektīvais novērtējums no Latvijas republikas interešu viedokļa

Alberta koledža turpina studiju virziena un MUNI īstenošanu, pamatojoties uz to, ka piedāvātā MINI programma atšķirās no citām līdzīgām programmām un tai ir plaša mērķauditorija.

- 1) SP atšķirās no citām līdzīgām programmām Latvijā:
 - ✓ SP ir unikāla ar to, ka tā ir vienīgā šāda veida programma Latvijā. Tās izveide un īstenošana ir nepieciešama, apzinoties to, ka kvalitatīva mārketinga un inovatīvu ideju radīšana un realizēšana ir viens no svarīgākajiem pamatnosacījumiem uzņēmuma sekmīgai darbībai. Ne tikai uzņēmējdarbība, bet arī ikdienas dzīve ir ļoti cieši saistīta ar daudzveidīgiem svarīgiem mārketinga rakstura jautājumiem, piemēram, patērētāju interešu ievērošana, patērētāju konsultēšana, produktu virzīšana tirgū, jaunu ideju radīšana, cenu politikas veidošana, produktu pieprasījuma un piedāvājuma analīze no tā u.c. SP tiek paredzēti studiju kursi, kas orientēti uz tirgus izpēti, mārketinga plāna izstrādi un īstenošanu, uzņēmuma tirdzniecības darbības nodrošināšanu.
- 2) Studiju virzienam, tai skaitā SP ir plaša mērķauditorija:
 - ✓ pirmā augstāka izglītība - personas ar vidējo izglītību, kas vēlas īsā laika posmā iegūt profesionālās iemaņas un ieiet darba tirgū kā kvalificēts un praktiskam darbam sagatavots darbspēks;
 - ✓ otrā augstāka izglītība - personas ar augstāko izglītību kam ikdienas darbā ir nepieciešamas padziļinātas zināšanas tirgzinībās.
- 3) Reklāmas stratēģija paredz studiju virziena, tai skaitā SP popularizēšanu cilvēku vidū ar jau iegūtu augstāko izglītību un citu profesiju strādājošo speciālistu, tādējādi piesaistot augsti motivētus studentus, kuriem ikdienas darbā ir nepieciešamas padziļinātas zināšanas tirgzinībās.

Akreditējamā SP ir paredzēta tai sabiedrības daļai, kas pēc vidējās vai jau augstākās izglītības iegūšanas izjūt nepieciešamību pēc mūsdienīgas profesionālas izglītības, kas samērojama ar Eiropas standartiem un prasībām. Koledža īsā laika posmā sagatavo profesionālus darbiniekus,

kuri studiju procesā iegūst praktiskās iemaņas un ir konkurētspējīgi mūsdienu tirgus apstākļos. Latvijas darba tirgū pieaug pieprasījums pēc speciālistiem, kas ir ne tikai kvalificēti konkrētajā profesijā, specializējoties konkrētajā nozarē, bet kuriem papildus ir plašas zināšanas tirgzinībās.

1.3. Studiju virziena attīstības plāns

Pasākumu veids	Izpildes termiņi	Atbildīgās personas
1. Studiju kursu sagatavošana un realizēšana svešvalodā, nodrošinot lektoru un studentu starptautisko mobilitāti		
1.1. Studiju kursu aprakstu aktualizācija	katru gadu līdz mācību gada sākumam	Metodiskās komisija un docētāji
1.2. Studiju kursu un moduļu sagatavošana un realizēšana svešvalodā	no 2013./2014.m.g.	Studiju programmas direktors
1.3. Vieslekciju organizēšana, iesaistot ārzemju speciālistus	katru gadu	Studiju programmas direktors
1.4. Studējošo starptautiskās mobilitātes īstenošana	no 2013./2014.m.g.	<i>Erasmus</i> koordinatore
1.5. Docētāju starptautiskās mobilitātes īstenošana	no 2012./2013.m.g.	<i>Erasmus</i> koordinatore
1.6. Pieredzes apmaiņas braucienu un lekciju vadīšanas ārvalstu augstskolās organizēšana	no 2012./2013.m.g.	Studiju programmas direktors, <i>Erasmus</i> koordinatore
2. Iesaistīšanās profesionālās organizācijās		
2.1. Studējošo apvienošanās profesionālajā biedrībā ar mērķi paplašināt zināšanas, iegūt profesionālās iemaņas, apmainīties ar pieredzi.	līdz 2014./2015. m.g.	Studiju programmas direktors
3. Mācību līdzekļu izstrāde un publicēšana		
3.1. Mācību līdzekļu izstrāde visos studijuursos; veicināt grāmatu, brošūru, lekciju konspektu sagatavošanu un publicēšanu	katru gadu	Studiju programmas direktors, docētāji
4. E-studiju formas attīstība un efektīva pielietošana studiju procesā		
4.1. Studiju kursu īstenošana e-studiju formā	no 2012./2013.m.g.	Studiju programmas direktors, docētāji
4.2. Vieslekciju un semināru īstenošana e-studiju formā	no 2012./2013.m.g.	Studiju programmas direktors, docētāji
5. Materiāli tehniskais nodrošinājums, izmantojot informācijas resursus		
5.1. Studiju procesa tehniskā nodrošinājuma pilnveidošana	pēc vajadzības	Alberta koledžas direktore
5.2. Alberta koledžas bibliotēkas paplašināšana ar jaunāko literatūru	katru gadu	Alberta koledžas direktore, Studiju programmas direktors
5.3. Pieslēguma nodrošinājums saistošām datu bāzēm, kā arī juridisko krājumu datu bāzēm	no 2012./2013.m.g.	Alberta koledžas direktore, bibliotekāre
6. Pētnieciskās darbības attīstība un jaunrades projektu realizēšana		
6.1. Dalība vismaz vienā studējošo praktiski – zinātniskā konferencē	katru gadu	Studiju programmas direktors, Alberta koledžas docētāji un studējošie
6.2. Dalība starptautiska līmeņa konferencēs	Katru gadu	Studiju programmas direktors un docētāji
6.3. Starptautisko publikāciju sagatavošana par	Vismaz reizi trīs	Docētāji

nozares aktuāliem jautājumiem	gados	
6.4. Vismaz vienas radošas darbnīcas organizēšana	katru gadu	Studiju programmas direktors
6.5. Dalība Alberta koledžas organizētā lietišķā spēlē	katru gadu	Studiju programmas direktors un studējošie
7. Nozares speciālistu piesaistīšana un kvalifikācijas celšana		
7.1. Nozares speciālistu (profesionāļu) iesaistīšana studiju kursu docēšanā, organizējot vismaz vienu vieslekciju mēnesī	no 2012./2013. m.g. un turpmāk katru gadu	Studiju programmas direktors
7.2. Alberta koledžas docētāju iesaistīšana kvalifikācijas celšanasursos, dalība konferencēs	katru gadu	Alberta koledžas direktora vietnieks personāla vadības jautājumos
7.3. Vismaz viena iekšēja projekta izstrāde un īstenošana Alberta koledžas docētāju kvalifikācijas celšanai	katru gadu	Alberta koledžas direktora vietnieks personāla vadības jautājumos
8. Sadarbība ar darba devējiem, citām Latvijas un ārvalsts augstākās izglītības iestādēm		
8.1. Mācību ekskursiju organizēšana pie potenciālajiem darba devējiem un citām iestādēm	katru gadu	Studiju programmas direktors, Alberta koledžas docētāji
8.2. Dalība diskusijās, nodrošinot Alberta koledžas studējošo tikšanās ar citu augstskolu un koledžu studējošiem, ka arī speciālistiem tiesību zinātnēs	katru gadu	Studiju programmas direktors, Alberta koledžas docētāji
8.3. Vismaz viena projekta izstrāde un īstenošana sadarbībā ar darba devējiem	katru gadu	Studiju programmas direktors, Alberta koledžas docētāji
8.4. Vismaz viena projekta izstrāde un īstenošana sadarbībā ar citām Latvijas vai ārvalstu augstskolām	katru gadu	Studiju programmas direktors, Alberta koledžas docētāji

1.4. Studiju virziena un studiju programmas atbilstība darba tirgus pieprasījumam

Šajā studiju gadā koledža organizē izvērstākas darba devēju aptaujas prakses noslēgumā, lūdzot novērtēt praktikanta/darbinieka sagatavotību darbam, kompetenci, komunikācijas prasmes, iegūtās teorētiskās zināšanas, praktiskās iemaņas, spējas analizēt darba vidē notiekošos procesus un pieņemt atbilstošus lēmumus, prasmi strādāt komandā, spēju deleģēt un nodrošināt pienākumu izpildi, prasmi efektīvi plānot un organizēt savu darbu, spējas apgūt jaunas zināšanas un prasmes, zināšanu un prasmju kvalitātes atbilstību darba tirgus prasībām, kā arī novērtēt to, vai nākamajos 6 gados uzņēmumā būs nepieciešami mārketinga speciālisti. Visi vērtējumi ir noteikti 5 ballu sistēmā, kur 5 ir augstākais vērtējums, bet 1 – zemākais vērtējums. Apkopojot aptaujas rezultātus varam secināt, ka tirgvedības un tirdzniecības speciālists arī turpmākos sešus gadus būs nepieciešams uzņēmumiem, tā atzina visi aptauju aizpildījušie prakses vadītāji. Vērtēšanas kritēriji bija šādi: praktikanta profesionālā sagatavotība darbam – 4,4; kompetence veicot darba pienākumus - 4,1; komunikācijas prasmes ar kolēģiem un klientiem - 4,7; koledžas studiju procesā iegūtās teorētiskās zināšanas – 4,6; koledžas studiju procesā iegūtās praktiskās iemaņas – 4,2; spējas analizēt darba vidē notiekošos procesus un pieņemt atbilstošus lēmumus – 4,1; prasmi strādāt komandā, spēju deleģēt un nodrošināt pienākumu izpildi - 4,7; prasmi efektīvi plānot un organizēt savu darbu - 4,5; spējas apgūt jaunas zināšanas un prasmes – 4,8; zināšanu un prasmju kvalitātes atbilstība darba tirgus izvirzītajām prasībām - 4,9. Šādu aptauju rezultātā iegūtā informācija palīdz sasniegt izvirzīto studiju programmas mērķi, kā arī veiksmīgi strādāt pie programmas attīstības.

1.5. Studiju virziena stipro un vājo pušu, iespēju un draudu (SVID) analīze

Stiprās puses	Vājās puses
<ul style="list-style-type: none"> • MUNI ir izstrādāta atbilstoši normatīvo aktu un standartu prasībām; • Kvalificēti un profesionāli mācībspēki ar lielu praktiskā un pedagoģiskā darba pieredzi; • Iegūtā izglītība ir aktuāla un praktiski pielietojama; • Darba tirgū vajadzīga kvalifikācija; • Ņemot vērā mācībās izmantotas metodes, studentiem, absolvējot koledžu, ir praktiskā pieredze un prasmes, kas var ietekmēt ātrāku un drošāku ienākšanu darba tirgū; • Notiek regulāra programmas pilnveidošana atbilstoši iesaistīto pušu ieteikumiem • Ir dažādas studiju formas; • Pēc kvalifikācijas iegūšanas ir iespējas turpināt studijas 2.līmeņa augstākās izglītības studiju programmās citās augstskolās; • Tiek ievērots demokrātijas princips darbā ar studentiem, „atvērto durvju” princips (administrācija vienmēr ir pieejama un atvērta sarunai ar studējošiem); • Tiek organizētas pilna, nepilna, tai skaitā e-studijas; • Studiju procesā tiek attīstītas pētnieciskā darba iemaņas, tiek sekmēts radošais un praktiskais darbs; • Koledžas docētāji regulāri paaugstina savu kvalifikāciju; • Tiek izmantotas dažādas mācību studentu zināšanu novērtēšanas; • Studentiem, absolvējot koledžu, ir labi attīstītas prezentācijas prasmes, prasme pamatot un aizstāvēt savu viedokli, prasme uzstāties auditorijas priekšā, kas ir svarīgi ikviena tirgvedības un tirdzniecības speciālista darbā; • Studentiem ir labs kontakts un profesionāli veidotas attiecības ar docētājiem, kas uzlabo studiju procesa atgriezenisko saiti un labvēlīgi ietekmē zināšanu un prasmju apguvi; • Ir attīstīts ārpus mācību darbs ar 	<ul style="list-style-type: none"> • Starppriekšmetu saikņu nepilnības • Pēdējo divu gadu laikā nav palielinājies imatrikulēto studentu skaits • Uzņemto studentu priekšzināšanu atšķirības • Pirmā kursa studentiem ir grūtības patstāvīgi studēt • Nav izstrādāti un sagatavoti izdošanai mācību līdzekļi visos studijuursos • Docētājiem trūkst zinātnisko publikāciju starptautiski citējamās izdevumos • Nav izveidota sadarbība ar pētniecības centriem • Trūkst sadarbības zinātniskas un pētniecības darbības jomā ar ārvalstu AII • Studenti un docētāji vēl nav iesaistījušies mobilitātes programmās • Programmā nav iesaistīti ārvalstu studenti un docētāji

<p>studentiem – notiek studentu konferences, ekskursijas, vieslekcijas, radošās darbnīcas u.tml.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ir izstrādāta un darbojas iekšējās kvalitātes nodrošināšanas sistēma; • Koledža finansē studijas labākajiem studentiem (piešķir „budžeta vietu”) un pastāv labs finansiāls atbalsts studējošo aktivitātēm. Maksājumu sistēma ir elastīga, atsevišķām studentu grupām ir atlaides; • Koledža atrodas pilsētas centra, apkārt ir transports, ēdnīcas un u.c. iestādes; • Auditorijas ir aprīkotas ar multimediju ierīcēm, pieejams bezmaksas bezvadu Internets; • Bibliotēkas fonds tiek nodrošināts ar jaunākiem izdevumiem, mācību grāmatām; • Koledža ir iesaistījies <i>Erasmus</i> apmaiņas programmā. 	
Iespējas	Draudi
<ul style="list-style-type: none"> • Pilnveidot studiju kursu saturu, veidojot starppriekšmetu saiknes • Sagatavot mācību līdzekļus visos studijuursos • Veidot kopīgus projektus ar citām augstākās izglītības iestādēm Latvijā un ārzemēs; • Aktīvāk iesaistīties docētāju un studentu apmaiņas programmās ārzvalstīs; • Piesaistīt vieslektoros no ārzvalstīm; • Piesaistīt ESF līdzekļus studiju procesa pilnveidošanai; • Piesaistīt ārvalstu studentus, piedāvājot atsevišķos modulus angļu valodā, tādējādi, palielinot studentu skaitu. • Realizēt plānotos pasākumus par studiju programmas popularizēšanu vidusskolās • Uzsākt sadarbību ar pētniecības centriem • Motivēt docētājus uzstāties starptautiskās konferencēs un publicēt pētījumu rezultātus starptautiski recenzējamās izdevumos • Motivēt programmā iesaistītos doktorandus tuvāka laikā aizstāvēt 	<ul style="list-style-type: none"> • Studējošo skaita samazināšanās sakarā ar sliktu demogrāfisko situāciju valstī, iedzīvotāju aizplūšanu uz ārzvalstīm; • Konkurences paaugstināšanās augstākās izglītības sistēmā. Konkurenti var izmantot koledžas mārketinga stratēģijas sasniegumus; • Nestabila ekonomiskā situācija valstī; • Resursu cenu pieaugums (elektroenerģijas tarifi) • Studiju un studējošā kredīta nepieejamība • Normatīvo aktu izmaiņas augstākās izglītības jomā.

<p>promocijas darbus</p> <ul style="list-style-type: none">• Motivēt studentus un docētājus iesaistīties mobilitātes programmās• Izveidot atsevišķus moduļus, t.sk. svešvalodā	
---	--

1.6. Studiju virziena iekšējās kvalitātes nodrošināšanas sistēmas apraksts

Koledžā ir izstrādātā iekšējās kvalitātes kontroles sistēma. Koledžā ir izstrādāts Nolikums par iekšējās kvalitātes sistēmas nodrošināšanu Alberta koledžā. Šis nolikums ir izstrādāts balstoties uz ENQA (Eiropas asociācija kvalitātes nodrošināšanai augstākajā izglītībā) standartiem un vadlīnijām kvalitātes nodrošināšanai Eiropas augstākās izglītības telpā.

Administratīvās darbības kvalitātes nodrošināšanai ir veikti šādi pasākumi.

- 1) Ir izstrādāts dokuments „Alberta koledžas darbības pamats”. Šajā dokumentā ir aprakstīta visa koledžas darbība. Dokuments sadalīts vairākās sadaļās, katrā no tām ir atrunātas nepieciešamās darbības, noteikta atbildīgā persona un termiņi, kā arī izveidoti nepieciešamo dokumentu paraugi. Ir izveidota kopējā mape – Galvenā mape – kurā glabājas visi dokumentu paraugi. Visiem administrācijas darbiniekiem ir pieeja šai mapei. Katram koledžas administrācijas darbiniekam ir jāiepazīstas ar šī dokumenta saturu.
- 2) darbojas datorprogramma „Biznesa kalendārs”. Tā paredzēta visu procesu koordinēšanai un kontrolei. Programmā ir ievadītas visas darbības, kas saistītas ar studiju procesa organizāciju un saimniecisko darbību. Katrai darbībai ir nozīmēts izpildītājs un pārbaudītājs, kā arī darbības sākuma un beigu datums. Pārbaudītājs seko tam, lai katra darbība tiktu izpildīta laicīgi un atbilstošā kvalitātē.
- 3) Informācijas apmaiņas nodrošināšanai un lēmumu pieņemšanai katru mēnesi tiek organizētas sapulces, kurās piedalās visi administrācijas darbinieki.
- 4) Koledžas darbības efektīvākai plānošanai tiek izstrādāts darbības plāns, kuru apstiprina Padomes sēdē pirms jaunā mācību gada;
- 5) Reizi mēnesī notiek studiju programmu direktoru sapulce, kuras laikā tiek apriestas aktualitātes studiju un pētniecības jomā, kā arī sadarbības iespējas starp programmām.

Studiju procesa kvalitātes nodrošināšanai ir veikti sekojoši pasākumi:

- 1) Regulāri organizētas aptaujas: studējošo, darba devēju, absolventu un docētāju aptaujas.
- 2) Katru gadu MUNI direktors sagatavo programmas pašnovērtējumu, kuru pēc apstiprināšanas izvieto koledžas mājas lapā. Līdz mācību gada sākumam programmu direktori sagatavo darbības plānu jaunajam mācību gadam, tajā iekļaujot plānotas aktivitātes programmas studentiem un docētājiem.
- 3) Katru gadu docētāji pārskata studiju kursu aprakstus un papildina tos ar aktuālām tēmām un jaunāko literatūru, kā arī ar praktisko nodarbību saturu. Gada beigās docētāji papildina savus datus Personāla uzskaites sistēmā, kā arī aizpildīta pašnovērtējuma anketu. Pēc tam

- organizētas pārrunas ar studiju programmas direktoru. Pārrunu laikā tiek apspriesti gada rezultāti un darbības pilnveidošanas nepieciešamība un virzieni.
- 4) Koledžas e-vidē ir ievietota informācija par semestrī apgūstamajiem kursiem. Katra kursā studentam ir pieejama šāda informācija: studiju kursa apraksts, lekciju konspekts, mājas uzdevumi un to iesniegšanas iespējas, papildus materiāli, forumi, vērtējumi.
 - 5) Gala pārbaudījumu (kvalifikācijas darbu aizstāvēšana) norise notiek, veidojot komisiju saskaņā ar normatīvo aktu prasībām.
 - 6) Sadarbība ar Studējošo pašpārvaldi. Koledžas administrācija organizē tikšanās ar Studējošo pašpārvaldi ne retāk ka 2 reizes gadā, lai pārrunātu galvenos koledžas attīstības un pašpārvaldes darbības virzienus. Studējošo pašpārvaldes pārstāvjus pieaicina strīdīgo jautājumu izskatīšanā: eksāmenu vai ieskaīšu vērtējums, studējošo un/vai docētāju iekšējās kārtības noteikumu nepildīšana u.tml.
 - 7) Lai kontrolētu studiju plānu izpildi, studējošo sekmību un studiju samaksas savlaicīgu veikšanu, koledža izmanto speciālu datorprogrammu „NEXUS”. Studējošais var sekot līdz savām sekmēm koledžas mājas lapā.
 - 8) Studējošo sekmības kontrolei divas reizes gadā notiek akadēmisko parādu kontrole, pēdējiem kursiem četras reizes gadā.
 - 9) Lai nodrošinātu studējošajiem iespējas labāk apgūt mācību vielu, kā arī nokārtot akadēmiskos parādus, koledžas studiju daļa organizē konsultācijas. Konsultācijas tiek rīkotas šādā kārtībā: centralizēti (visiem studējošajiem) – sesiju laikā, individuāli – saskaņā ar izstrādāto grafiku.
 - 10) Informācijas apmaiņas nodrošināšanai un lēmumu pieņemšanai ne retāk ka divas reizes gadā tiek organizētas sapulces, kurās piedalās visi administrācijas darbinieki un akadēmiskais personāls.
 - 11) Par visiem jaunumiem koledžā studējošos informē izmantojot informācijas dēļus un paziņojumus Internetā, atsevišķos gadījumos (piemēram, docētāja slimības gadījumā) katram studējošam informācija tiek nosūtīta uz e-pastu vai īsziņas veida uz mobilo tālruni.

1.7. Studiju virzienam pieejamie resursi un materiāltehniskais nodrošinājums

Koledža regulāri pilnveido resursu kvalitāti un palielina pieejamo resursu apjomu atkarībā no attīstības prioritātēm, kuri savukārt atkarīgas no izglītības un darba tirgus prasībām.

Finanšu resursi. Koledžas budžetu pamatā veido studiju maksa. Izmantojot iegūtos līdzekļus tiek finansēta studiju virzienu un MUNI darbība atbilstoši MUNI direktora sagatavotajam darbības plānam un apstiprinātajam budžetam. Ir paredzēts finansējums arī zinātniskai un pētnieciskai darbībai un Studējošo pašpārvaldes darbības nodrošināšanai. Koledžas finansiālie rādītāji liecina par stabilo finanšu situāciju. Galvenā grāmatvede un valdes priekšsēdētājs rūpīgi kontrolē finanšu līdzekļu izlietojumu saskaņā ar apstiprināto budžetu.

Cilvēkresursi. Studiju virziena īstenošanā iesaistīti profesionālie docētāji: visiem ir maģistra grāds vai doktora grāds. Galvenie kritēriji docētāju atlasei ir: izglītība (grāds), profesionālā pieredze un pētnieciskā un jaunrades darbība, komunikācijas prasmes.

Metodiskais, informatīvais un materiāltehniskais nodrošinājums. Koledžā ir attīstīta e-vide (Moodle un mājas lapa), kurā ir atrodama visa metodiskā informācija katra studiju kursā, kā arī studējošais var redzēt savus vērtējumus par studiju darbiem un gala vērtējumus studiju kursus. Videolekciju vadīšanai tiešraidē un to ierakstīšanai izmantots nodrošinājums Adobe Connect. Koledžā ir sava bibliotēka, ka arī studējošiem tiek apmaksāta vienota lasītāja karte uz 14 Latvijas bibliotēkām. Ir pieslēgtas datu bāzes. Ir izveidots grāmatu online katalogs, kas pieejams koledžas mājas lapā. Šobrīd tiek veidota studiju darbu elektroniskā bibliotēka, lai studējošie varētu iepazīties ar citu studējošo darbiem un to veidošanas principiem, kā arī publicēt savus labākos darbus. Koledžas telpas (750 kv.m, no tiem 500 kv.m. ir koledžas īpašums un 250 kv.m. ir Zemesgrāmatā reģistrēts nomas līgums līdz 2019.g. beigām) ir aprīkotas ar multimediju ierīcēm, visās telpās darbojas bezmaksas bezvadu internets, ir iekārtoti atpūtas stūrīši studējošajiem. Ir pieejamas trīs datorklases. Komunikācijā ar studējošiem tiek izmantoti dažādi līdzekļi: e-pasts, tālrunis, skype, mājas lapa (paziņojumi un aktualitātes), konsultācijas klātienē un e-vidē, forumi Moodle. Studējošo un docētāju starptautiskās mobilitātes veicināšanai ir izveidota vietne: <http://international.alberta-koledza.lv/>.

1.8. Sadarbības iespējas Latvijā un ārzemēs studiju virziena ietvaros

Koledžā sadarbojas ar vairākām Latvijas un ārvalstu augstskolām un darba devējiem. Partneraugstskolu sarakstā ir Rīgas Pedagoģijas un izglītības vadības augstskola, RSEBAA, Ekonomikas un kultūras augstskola, Northern Lithuania College (Lietuva), Klaipeda State College (Lietuva,) University of Huddersfield (Lielbritānija), University of Central Lancashire (Lielbritānija), Utenos College (Lietuva), Pan-European university (Faculty of Law –Slovākija), Vytautas Magnus University (Lietuva), Boleslaw Markowski Higher School of Commerce in Kielce (Polija), Lillebaelt Academy of Professional Higher Education (Dānija), Estonian Entrepreneurship University of Applied Sciences (Igaunija).

Galvenie sadarbības virzieni:

- ar augstākās izglītības iestādēm - docētāju apmaiņa, studējošo apmaiņa, konferenču rīkošana, pētnieciskie un jaunrades projekti;
- ar darba devējiem – pētījumu un citu uzdevumu veikšana, mācību ekskursijas, prakses vietu nodrošinājums, docētāju piesaiste studiju kursiem un vieslekcijām, dalība projektos, studiju darbu un kvalifikācijas darbu vadīšana un recenzēšana, dalība Valsts noslēguma pārbaudījuma komisijā, personāla apmācība;
- nevalstiskās organizācijas Latvijā un ārzemēs - dalība nozares politikas dokumentu un normatīvo aktu izveide, koledžas un MUNI popularizēšana, pieredzes apmaiņa, dalība projektos, kā arī cita sadarbība līdzīgi kā ar darba devējiem.

1.9. Studiju virziena īstenošanā iesaistītā akadēmiskā personāla uzskaitījums

MUNI nodarbināto docētāju kvalifikācija atbilst Alberta koledžas mērķu un uzdevumu īstenošanai. MUNI nodarbināto pamatdarbā esošo docētāju īpatsvars ir 54%. MUNI īstenošanā piedalās 3 zinātņu doktors, 5 doktoranti, 10 docētāji ar maģistra grādu. 3 docētāji ir ieguvuši vairāk nekā vienu maģistra grādu.

1.1.tabula

MINI īstenošanā iesaistīts akadēmiskais personāls

Nr.	Vārds, Uzvārds	Zin. grāds	Akadēmiskais amats	Studiju kursi
Pamatdarbā strādājošie				
1.	Armands Kalniņš	Pedagoģijas maģistra grāds	Lektors	Kvalitātes vadības pamati Uzņēmējdarbības vadīšana
2.	Biruta Briško	Izglītības zinātņu maģistra grāds, RSU doktorande*	Lektore	Lietišķā saskarsme
3.	Ļena Gorenšteina	Augstākā izglītība	Docente	Lietišķā svešvaloda
4.	Maija Anspoka	RTU ekonomikas zinātņu maģistra grāds, doktorande	Lektore	Jaunu ideju radīšana
5.	Anna Saltikova	Maģistra grāds tiesību zinātnēs, LU doktorande	Docente	Uzņēmējdarbības tiesiskie pamati
6.	Zinta Lauva	Pedagoģijas maģistra grāds, ekonomista kvalifikācija	Lektore	Tirgzinības Uzņēmējdarbības organizēšana un plānošana Mārketinga plānošana
7.	Olga Kiseļova	Pedagoģijas maģistra grāds	Lektore	Lietišķā svešvaloda
8.	Andris Gabranovs	Pedagoģijas maģistra grāds	Lektors	Datormācība (pamatkurss)
9.	Kaspars Šteinbergs	Dabaszinātņu maģistra grāds vides zinātnē, VeA biznesa vadības doktorands	Lektors	Uzņēmējdarbības vadīšana
10.	Oksana Lentjušenkova	Ekonomikas maģistra grāds, RTU doktorande	Docente	Projektu vadība Investīciju ekonomika
11.	Iveta Neilande	Izglītības zinātņu maģistra grāds	Lektore	Matemātika
12.	Daiga Puriņa	Ekonomikas maģistra grāds	Lektore	Grāmatvedība
13.	Natalja Verina	LU doktorante; Bc.sc.soc. (uzņēmējdarbības vadībā); Mg.iur	Lektore	Uzņēmējdarbības tiesiskie pamati
Viesdocētāji				
1.	Inese Pabērza	Ekonomikas zinātņu maģistra grāds, LLU	Viesdocētāja	Mikroekonomika Makroekonomika

		doktorande		Starptautiskā tirdzniecība
2.	Zoja Makarova	Augstākā izglītība, inženiere	Viesdocētāja	Datormācība (pamatkurss)
3.	Ieva Ruperte	Ekonomikas maģistra grāds	Viesdocētāja	Pārdošanas veicināšana
4.	Jūlija Sjomina	Profesionālais bakalaura grāds uzņēmējdarbībā**	Viesdocētāja	Tirdzniecības vadīšana Patērētāju rīcība tirgū
5.	Vēsma Abizāre	Izglītības zinātņu maģistra grāds pedagoģijā, ekonomista kvalifikācija	Viesdocētāja	Uzņēmējdarbības ekonomika Makroekonomika
6.	Jekaterina Vozņuka	Ekonomikas zinātņu doktora grāds	Viesdocētāja	Jaunās produkcijas tirgzinības Reklāmas teorija un prakse
7.	Atis Papins	Pedagoģijas maģistra grāds	Viesdocētājs	Inovāciju ekonomika Starptautiskais mārketing
8.	Natālija Buļipopa	Ekonomikas maģistra grāds	Viesdocētāja	Ekonomiskā statistika Mikroekonomika
9.	Iveta Magone	Ekonomikas doktora grāds	Viesdocētāja	Grāmatvedība Projektu vadība

* maģistri, kas izstrādā promocijas darbu

** bakalaura, kas studē maģistratūrā

1.10. Studiju virziena īstenošanā iesaistītā akadēmiskā personāla pētnieciskā darbība un tā ietekme uz studiju darbu, studējošo iesaistīšana pētniecības projektos, kā arī dalība starptautiskajos projektos

Saskaņā ar personālā attīstības, atjaunošanas un apmācības plānu, katram koledžas docētājam ir jāveic pētnieciskā darbība, pēc iespējas iesaistot tajā studējošos. Neskatoties uz to, ka koledža īsteno profesionālās izglītības programmas, koledžas politika ir attīstīt docētāju pētniecisko darbību, jo tā nodrošina jaunākās un aktuālākās informācijas pielietojumu studiju procesā, kā arī veicināt studējošo pētnieciskās prasmes.

Koledžas docētāji:

- piedalās starptautiskās zinātniskās konferencēs, semināros un diskusijās Latvijā un ārzemēs kā ziņotāji un klausītāji. Iegūta jaunāka informācija tiek izmantota studiju kursu un darbu vadīšanā, kā arī mācību līdzekļu sagatavošanā;
- sagatavo publikācijas par nozares aktualitātēm, apkopojot veikto pētījumu rezultātus. Pētījumu informācijas vākšanā tiek iesaistīti studējošie, kuri arī veic šīs informācijas apkopošanu un savas vīzijas prezentāciju;
- veic pētījumus sadarbībā ar darba devējiem, iesaistot studentus;

- piedalās projektos. Projekta rezultāti tiek izmantoti studiju kursu satura aktualizēšanā.

Docētāju un studējošo pētniecības darbības atbalstam tiek īstenoti šādi pasākumi:

- ir piešķirts finansējums SP pētnieciskajām aktivitātēm;
- ir piesaistīti darba devēji, kuri pasūta pētījumus koledžai;
- katru gadu organizētas divas konferences: biznesa un studentu. Biznesa konferencē uzstājās profesionāļi ar saviem pētījumiem un studentu konferencē studenti prezentē pētījumus vai projektus, kuru viņi veica studiju gadā. Koledžas studējošie piedalās arī citu iestāžu konferencēs;
- ir projektu konkurss, kura labākais projekts tiek finansēts no koledžas budžeta;
- katru gadu notiek lietišķā spēle, kuras ietvaros studentiem jāspēj pielieto iegūtas zināšanas praksē, risinot nestandarta situācijas;
- ir noslēgti sadarbības līgumi ar augstākās izglītības iestādēm, krur ietvaros tiek īstenotas dažādas pētnieciskas aktivitātes.

1.11. Studiju virziena īstenošanā iesaistītā akadēmiskā personāla zinātnisko publikāciju un sagatavotās mācību literatūras saraksts

Studiju virziena īstenošanā iesaistītais akadēmiskais personāls aktīvi darbojas zinātniski pētnieciskajā un jaunrades jomā. Katrs docētājs pēta jautājumus, kas saistīti ar iegūto izglītību vai doktorantūras studiju virzienu un koledžā docējamo studiju kursu.

1.2.tabula

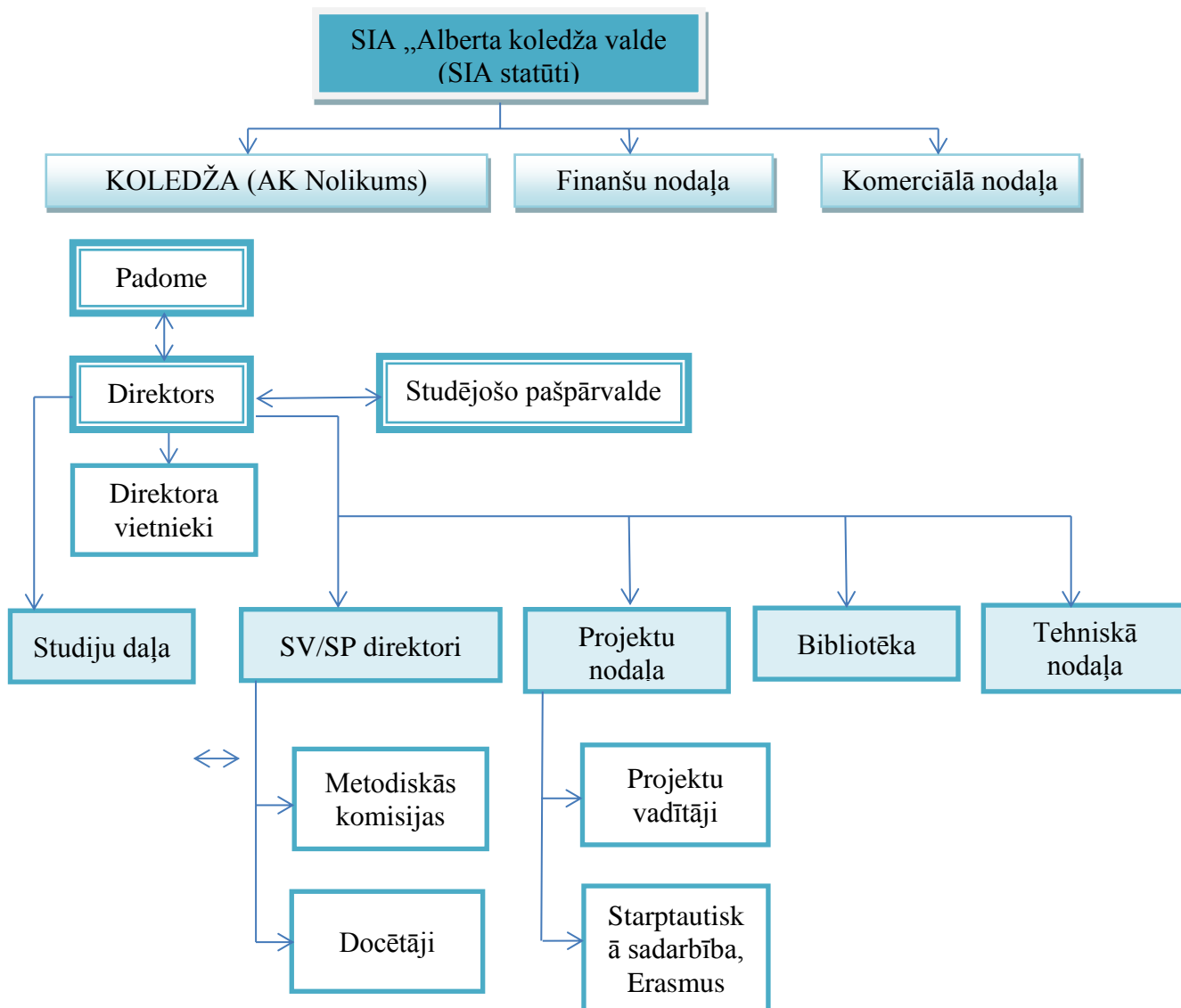
Akadēmiskā personāla zinātnisko publikāciju un sagatavotās mācību literatūras saraksts

N.p.k.	Zina.grāds	Vārds, uzvārds	Zinātniskā publikācija/mācību līdzeklis
1.	Ekonomikas zinātņu doktora grāds	Jekaterina Vozņuka	1. Teritoriālais mārketing: izmantošanas iespējas un īpatnības Latgales mazpilsētu attīstībai, Pedagoģijas un izglītības vadības akadēmijas VII Jauno zinātnieku konferences rakstu krājums, Rīga: Rīgas Pedagoģijas un izglītības vadības akadēmija, 2012, 168.-176. lpp. 2. Latgales mazpilsētu mārketing kā sociālekonomiskās attīstības un stratēģiskās plānošanas instruments. Вестник. Серия «Экономическая». – Алматы: КазНПУ им.Абая,

			2012. - №4 (34), C.23-32 3., „Place Marketing Strategy of Latgale Region Development”. – Regional Formation and Development Studies. Journal of Social Sciences, No.1 (6), Klaipeda, 2012, P.171-182
2.	Pedagoģijas maģistra grāds, ekonomista kvalifikācija	Zinta Lauva	1.Lekciju konspekts studiju kursā: Tirgzinības 2. Lekciju konspekts studiju kursā: Uzņēmējdarbības organizēšana un plānošana
3	Dabaszinātņu maģistra grāds vides zinātnē	Kaspars Šteinbergs	Lekciju konspekts studiju kursā: Vadības zinību pamati
4.	Maģistra grāds tiesību zinātnēs, LU doktorande	Anna Saltikova	Lekciju konspekts studiju kursā: Uzņēmējdarbības tiesiskie pamati
5.	Izglītības zinātņu maģistra grāds	Iveta Neilande	Lekciju konspekts studiju kursā: Matemātika
6.	Izglītības zinātņu maģistra grāds pedagoģijā, ekonomista kvalifikācija	Vēsma Abizāre	Lekciju konspekts studiju kursā: Mikroekonomika
7.	Profesionālais bakalaura grāds uzņēmējdarbībā	Jūlija Sjomina	Lekciju konspekts studiju kursā: Tirdzniecības vadīšana

1.12. Studiju virziena īstenošanā iesaistīto struktūrvienību uzskaitījums

Koledžā nav katedras un institūti. Ir virzieni, kuru ietvaros ir viena vai vairākas programmas. Studiju virziena vadītājs ir arī studiju programma direktors, ja virzienā ir 1 programma. Ir izveidotas nodaļas vai daļas pēc darbības jomas, piem., Studiju daļa, Projektu daļa.



1.3.att. SIA „Alberta koledža” struktūra

1.13. Studiju virziena īstenošanā nepieciešamā mācību palīgpersonāla raksturojums

Studiju virziena, t.s.k. SP, īstenošanā ir iesaistīts šads palīgpersonāls – Studiju daļas vadītāja, direktores palīdzē un *Erasmus* koordinatore, lietvede un sabiedrisko attiecību speciāliste, datortīklu un datorsistēmu administrators, kā arī bibliotekāre.

Studiju daļas vadītājas pienākumi ir nodarbību saraksta un sesijas sarakstu sastādīšana, koordinēšana un kontrole, studiju plānu kontrole, individuālo plānu sastādīšana un kontrole, pasniedzēju darba laika uzskaitē un kontrole u.c. pienākumi.

Direktores palīdzē un *Erasmus* koordinatore nodarbojas ar e-studiju koordinēšanu (darbs ar e-studentiem), studiju/studējošo kredītu koordinēšanu (pieteikumu pieņemšana, apstrāde, atskaišu iesniegšana Studiju un zinātnes administrācijā) un ar citu ikdienas pienākumu veikšanu Studiju daļā (darbs ar studentiem, docētājiem, lietvedību).

Lietvedes un sabiedrisko attiecību speciālistes pienākumi ir informēt studentus par koledžas darbību un studijām, lietvedes darba pienākumi un sabiedrisko attiecību koordinēšana u.c. pienākumi.

Datortīklu un datorsistēmu administrators uztur un administrē koledžas datoru tīklu, *Moodle* sistēmu un videokonferenču sistēmu, t.sk., uztur un administrē datoru tīklus un datortehniku, sistēmas programmatūru, lietojumprogrammas un visa veida konfigurācijas, veic izmaiņas, lai uzlabotu sistēmu, kā arī koordinē piekļuvi datortīklam un tā izmantošanu, administrē koledžas *Moodle* un *Adobe connect* sistēmas, apmāca un sniedz konsultācijas koledžas personālam, sagatavo nepieciešamas instrukcijas koledžas personālam un studējošiem darbam ar *Moodle* un *Adobe connect* sistēmām.

Bibliotekāre nodrošina bibliotēkas krājumu uzskaiti, kārtošanu un izmantošanu, pēc lasītāju pieprasījumiem izsniedz grāmatas u.c. izdevumus un veic citus ar bibliotēkas darbu saistītos uzdevumus.

1.14. Ārējie sakari

Koledža sadarbojas ar vairākām institūcijām: augstskolām, darba devējiem, nevalstiskām organizācijām, valsts un pašvaldību iestādēm u.c. Sadarbība notiek gan uz noslēgto līgumu pamatā, gan arī bez līgumiem.

1.3.tabula

Sadarbība ar augstskolām (daži piemēri)

Augstskola	Aktivitāte	Laika periods
PanEuropean university, Faculty of Law, Slovākija	Vieslekcija Starptautiskās nedēļas ietvaros: „Law of the media and the law of advertising (from the perspectives of public law)”. Lektors: Dr.Peter Potach	2013.g. 23.aprīlis
Biznesa augstskola Tūrība	Docētāju un studējošo dalība Starptautiskā konference „Radīt nākotni: Komunikācija. Izglītība. Bizness”	2013.g. 30.maijs
RSEBAA	Docētāju dalība koledžas Biznesa konferencē „Biznesa attīstība: kā to darīt mūsdienu Latvijas situācijā?”	2012.g.05.decembris

Ik gadu starptautiskās sadarbības ietvaros tiek organizēta vieslekcija kopā ar Lielbritānijas kompāniju "*English Oak Recruitment*", tās pārstāvim Alanam Haletam iepazīstinot ar studiju iespējām Lielbritānijā.

Alberta koledža piedalās arī *Erasmus* intensīvajā programmā. 2012. gadā Alberta koledža bija pirmā koledža Latvijā, kas īstenoja šo programmu. Projekta nosaukums bija „Innovative management methods in Social sciences”, un tajā tika iesaistīti arī Estonian Entrepreneurship University of Applied Sciences (Igaunija) un Northern Lithuania College (Lietuva). Projekts bija veltīts tādiem tematiem, kā ideju menedžments, modernās prezentācijas tehnoloģijas, publiskā uzstāšanās, kritiskā domāšana, organizācijas psiholoģija, mērķu un laika menedžments.

Sadarbības un mobilitātes veicināšanai ir izveidota jauna vietne <http://international.alberta-koledza.lv>

Koledža aktīvi sadarbojas ar vairākiem darba devējiem. Galvenie sadarbības virzieni – prakses vietas nodrošināšana, darba devēju pārstāvju dalība vieslekciju sagatavošana un uzstāšanās,

dalība radošajās darbnīcās, mācību ekskursiju organizēšana, studiju kursu docēšana, kvalifikācijas darbu vadīšana un recenzēšana, darbs valsts noslēguma pārbaudījuma komisijā, kā arī pētniecisko un jaunrades projektu īstenošana.

1.4. tabula

Sadarbība ar darba devējiem (daži piemēri)

Darba devējs	Sadarbības veids
SIA "BITE Latvija"	Prakses vietas studējošiem
SIA „Statoil Fuel & Retail Latvija”	Prakses vietas studējošiem
SIA „Baltic Trade Network”	Prakses vietas studējošiem
SIA „Telemarket”	Prakses vietas studējošiem
A/s „Citadeles banka”	Prakses vietas studējošiem
„Radio Skonto” SIA	Prakses vietas studējošiem
SIA „MAXIMA” Latvija	Prakses vietas studējošiem
SIA „Narvesen Baltija”	Prakses vietas studējošiem
Arkādijs Suškins, Latvijas Darba devēju konfederācijas padomes loceklis	Valsts noslēguma pārbaudījuma komisijas priekšsēdētājs
Armands Umbraško, SIA „SAKRET” mārketinga direktors	Valsts noslēguma pārbaudījuma komisijas loceklis, vieslekcijas
Henriks Danusēvičs, Latvijas Tirgotāju asociācijas prezidents	Vieslekcija

Koledža sadarbojas arī ar nevalstiskām organizācijām, piemēram:

- koledža ir Latvijas Koledžu asociācijas (LKA) biedre, Koledžas direktore ir asociācijas valdes locekle. Koledžas administrācija piedalās asociācijas organizētajos pieredzes apmaiņas braucienos uz ārvalstu izglītības iestādēm;
- koledžas direktore ir LKA pilnvarotais pārstāvis LDDK. Koledža sadarbojas ar LDDK dažādos ar darba un izglītības tirgus saistītajiem jautājumiem;
- koledža ir Tirgotāju asociācijas biedre.

Alberta koledža ir dalībnieks ANO programmā Principles of Responsible Management Education (PRME).

2. STUDIJU PROGRAMMAS RAKSTUROJUMS

2.1. Studiju programmas īstenošanas mērķi un uzdevumi

SP mērķis ir šāds:

Sagatavot augsta līmeņa tirgvedības un tirdzniecības speciālistus atbilstoši valsts izglītības un profesiju standartu un darba tirgus prasībām.

SP uzdevumi:

- organizēt studiju procesu tā, lai studējošais studiju laikā varētu apgūt gan teorētiskās zināšanas, gan praktiskās iemaņas izvēlētajā specialitātē;
- organizēt praksi tā, lai studējošais varētu nostiprināt studijuursos iegūtas zināšanas, izvēlēties kvalifikācijas darba tēmu un savākt nepieciešamo materiālu;
- nodrošināt mācību programmas nepārtrauktu realizāciju, īstenojot ilgtermiņa attīstības plānu saistībā ar mācību, personāla, administratīvajiem, materiāli tehniskiem un finanšu uzdevumiem;
- nodrošināt studiju programmas satura un studiju procesa atbilstību izmaiņām tirgū;
- nodrošināt studentu un akadēmiskā personāla mācību un praktisko vienotību, nodrošināt studiju procesu ar metodiskiem materiāliem, veidot mūsdienīgu materiāli tehnisko bāzi;
- veicināt interesi par turpmāko izglītošanos un pilnveidošanos, profesionālo un akadēmisko zināšanu paplašināšanos;
- pēc sekmīgi izpildītām programmas prasībām nodrošināt iespēju iegūt profesionālo kvalifikāciju „Tirgvedības un tirdzniecības speciālists”, izstrādājot un aizstāvojot kvalifikācijas darbu.

Nepieciešamās zināšanas, prasmes un studiju rezultāti ir definēti, pamatojoties uz valsts 1.līmeņa profesionālās augstākās izglītības standartu un profesijas standartu „Tirgvedības un tirdzniecības speciālists”.

SP plānotie studiju rezultāti:

1. Atbildīgi un patstāvīgi veikt tirgvedības un tirdzniecības speciālista pienākumus atbilstoši Latvijas Republikas normatīvajiem aktiem un Eiropas Savienības tiesību normām.

2. Sazināties valsts valodā un vismaz divās svešvalodās.
3. Patstāvīgi plānot un organizēt savu darbu un darba izpildi.
4. Sniegt operatīvu informāciju par darba rezultātiem.
5. Strādāt komandā un organizēt komandas darbu.
6. Risināt problēmsituācijas savas kompetences ietvaros.
7. Izmantot informācijas tehnoloģijas atbilstoši darba specifikai.
8. Ievērot profesionālās ētikas principus.
9. Formulēt tirdzniecības mērķus, uzdevumus; uzdevumus un pielietojamās metodes dažādām klientu grupām.
10. Noteikt reklāmas mērķus, funkcijas, veidus un līdzekļus atbilstoši tirdzniecības mērķiem un uzdevumiem.
11. Novērtēt reklāmas kampaņas izmantošanas efektivitāti.
12. Izzināt tirdzniecības iekšējo un ārējo vidi, veikt stipro pušu, vājo pušu, iespēju un draudu (SVID) analīzi.
13. Veikt tirgus izpēti, pielietojot vienkāršas statistikas metodes.
14. Sastādīt tirdzniecības plāna budžetu.
15. Analizēt iegūtos rezultātus un izstrādāt tirdzniecības attīstības plānu.
16. Pielietot pārdošanas veicināšanas līdzekļus.
17. Informēt uzņēmuma vadību par sasniedzamajiem tirdzniecības mērķiem un uzdevumiem.
18. Lietot praksē iegūtas zināšanas un prasmes.
19. Pieņemt lēmumus savas kompetences ietvaros un uzņemties atbildību par sekām.
20. Noteikt ietekmējošos faktorus patērētāju uzvedībai tirgū.
21. Noteikt produkta pieprasījumu un piedāvājumu ietekmējošos faktorus.
22. Organizēt tirdzniecības vietas iekārtojumu.
23. Noteikt cenu politiku un metodes.
24. Noteikt produktu marķējumu.
25. Noteikt produkta dzīves cikla stadiju.
26. Plānot jauna produkta ieviešanu tirgū.

27. Radīt idejas un pielietot tās tirdzniecības mērķu sasniegšanā.
28. Pielāgoties tirgus apstākļiem.
29. Nodrošināt darba tiesisko attiecību normu ievērošanu.
30. Nodrošināt darba aizsardzības, ugunsdrošības un vides aizsardzības normatīvo aktu prasības.

SP absolventiem arī jāiegūst arī vispārējās kompetences, kas atbilst koledžas izglītības kvalifikācijas līmenim:

1. Balstoties uz analītisku pieeju, veikt praktiskus uzdevumus attiecīgajā profesijā;
2. Parādīt prasmes, kas profesionālām problēmām ļauj rast radošus risinājumus;
3. Formulēt, aprakstīt un analizēt praktiskas problēmas;
4. Atlasīt nepieciešamo informāciju un izmantot to skaidri definētu problēmu risināšanai;
5. Pārrunāt un argumentēti apspriest praktiskus jautājumus un risinājumu ceļus ar kolēģiem, klientiem un vadību; spēj strādāt ar citiem cilvēkiem;
6. Plānot un organizēt darbu, lai veiktu konkrētus uzdevumus;
7. Izvērtēt un pilnveidot savu un citu cilvēku darbību;
8. Veikt vai pārraudzīt tādas darba aktivitātes, kurās iespējamas neprognozējamas izmaiņas;
9. Ar zināmu patstāvības pakāpi mācīties tālāk, pilnveidojot savas kompetences.

2.2. Studiju programmas plāns

2.1. tabula

Nr	Studiju priekšmeti	Kopējais studiju apjoms					I kurss		II kurss		Kontroles forma						
		K P	Stundu skaits					1	2	3	4	I kurss		II kurss			
			Aud	Kon	Pārb	Patst	Kopā					1	2	3	4		
VISPĀRIZGLĪTOJOŠIE STUDIJU KURSI: 20KP																	
<i>I. Humanitārie, sociālie, ekonomiskie un informācijas tehnoloģijas studiju kursi.</i>																	
1.	Mikroekonomika	3	48	18	6	48	120		3/3				E				
2.	Makroekonomika	3	48	18	6	48	120			3/3					E		
3.	Ekonomiskā statistika	2	32	12	4	32	80		2/2				I				
4.	Matemātika	4	64	24	8	64	160	4/4					E				
5.	Lietišķā saskarsme	2	32	12	4	32	80	2/2					I				
6.	Lietišķā svešvaloda	2	32	12	4	32	80	2/2					I				
7.	Uzņēmējdarbības tiesiskie pamati	2	32	12	4	32	80	2/2					I				
8.	Uzņēmējdarbības ekonomika	2	32	12	4	32	80	2/2					I				
NOZĀRES STUDIJU KURSI: 36KP																	
<i>II. Obligātie studiju kursi 32 KP</i>																	
1.	Tirgzinības	3	48	18	6	48	120	3/3					E				
2.	Uzņēmējdarbības organizēšana un plānošana	2	32	12	4	32	80		2/2						I		
3.	Tirdzniecības vadīšana	2* (4)	32 (64)	12 (24)	4 (8)	32 (64)	80 (160)			2/2* (4/4)					I (D)		
4.	Pārdošanas veicināšana	2	32	12	4	32	80		2/2				I				
5.	Starptautiskā tirdzniecība	2	32	12	4	32	80			2/2					I		
6.	Starptautiskais mārketing	2	32	12	4	32	80		2/2				I				
7.	Patērētāju rīcība tirgū	2	32	12	4	32	80	2/2					I				
8.	Datormācība (pamatkurss)	3	48	18	6	48	120	3/3					E				
9.	Grāmatvedība	3	48	18	6	48	120		3/3				E				
10.	Uzņēmējdarbības vadīšana	2	32	12	4	32	80		2/2				I				
11.	Mārketinga plānošana	2	32	12	4	32	80			2/2* (4/4)					E (D)		
12.	Inovāciju ekonomika	3	48	18	6	48	120			3/3							
13.	Jaunu ideju radīšana	2	32	12	4	32	80		2/2				I				
<i>III Izvēles studiju kursi 4 KP</i>																	
		4	64	24	8	64	160		2		2		I			I	
1.	Projektu vadība	2	32	12	4	32	80										
2.	Jaunās produkcijas tirgzinības	2	32	12	4	32	80										
3.	Investīciju ekonomika	2	32	12	4	32	80										
4.	Kvalitātes vadības pamati	2	32	12	4	32	80										
5.	Reklāmas teorija un prakse	2	32	12	4	32	80										
6.	E-komercija	2	32	12	4	32	80										
7.	Otra svešvaloda	2	32	12	4	32	80										
8.	Ietekmēšanas teorijas	2	32	12	4	32	80										
<i>IV. Prakse un kvalifikācijas darbs: 24kp.</i>																	
	Prakse I, II	16	640							6	10			I		I	
	Kvalifikācijas darbs	8	320							8							A

2.2.tabula

Nr	Studiju priekšmeti	Kop. Stud. Apjoms					I kurss			II kurss		III kurss	Kontroles forma					
		KP	Stundu skaits					1	2	3	4	5	I kurss		II kurss		III kurss	
			Aud	Kon	Pārb	Patst	Kopā						1	2	3	4	5	
VISPĀRIZGLĪTOJOŠIE STUDIJU KURSI: 20 KP																		
<i>I. Humanitārie, sociālie, ekonomiskie un informācijas tehnoloģijas studiju kursi.</i>																		
1.	Mikroekonomika	3	48	18	6	48	120		3/3							E		
2.	Makroekonomika	3	48	18	6	48	120			3/3							E	
3.	Ekonomiskā statistika	2	32	12	4	32	80		2/2							I		
4.	Matemātika	4	64	24	8	64	160	4/4								E		
5.	Lietišķā saskarsme	2	48	12	4	32	80		2/2							I		
6.	Lietišķā svešvaloda	2	32	12	4	32	80	2/2								I		
7.	Uzņēmējdarbības tiesiskie pamati	2	32	12	4	32	80	2/2								I		
8.	Uzņēmējdarbības ekonomika	2	32	12	4	32	80	2/2								I		
NOZĀRES STUDIJU KURSI: 36 KP																		
<i>II. Obligātie studiju kursi 32 KP</i>																		
1.	Tirgzinības	3	48	18	6	48	120	3/3								E		
2.	Uzņēmējdarbības organizēšana un plānošana	2	32	12	4	32	80		2/2								I	
3.	Tirdzniecības vadīšana	2* (4)	32 (64)	12 (24)	4 (8)	32 (64)	80 (160)			2/2* (4/4)							I (D)	
4.	Pārdošanas veicināšana	2	32	12	4	32	80			2/2							I	
5.	Starptautiskā tirdzniecība	2	32	12	4	32	80				2/2						I	
6.	Starptautiskais mārketing	2	32	12	4	32	80				2/2						I	
7.	Patērētāju rīcība tirgū	2	32	12	4	32	80		2/2								I	
8.	Datormācība (pamatkurss)	3	48	18	6	48	120	3/3								E		
9.	Grāmatvedība	3	48	18	6	48	120		3/3								E	
10.	Uzņēmējdarbības vadīšana	2	32	12	4	32	80		2/2								I	
11.	Mārketinga plānošana	2	32	12	4	32	80			2/2* plāni (4/4)							I (D)	
12.	Inovāciju ekonomika	3	48	18	6	48	120			3/3							E	
13.	Jaunu ideju radīšana	2	32	12	4	32	80			2/2							I	
<i>III Izvēles studiju kursi 4 KP x</i>																		
		4	64	24	8	64	160				4						I	
1.	Projektu vadība	2	32	12	4	32	80											
2.	Jaunās produkcijas tirgzinības	2	32	12	4	32	80											
3.	Investīciju ekonomika	2	32	12	4	32	80											
4.	Kvalitātes vadības pamati	2	32	12	4	32	80											
5.	Reklāmas teorija un prakse	2	32	12	4	32	80											
6.	E-komercija	2	32	12	4	32	80											
7.	Otra svešvaloda	2	32	12	4	32	80											
8.	Ietekmēšanas teorijas	2	32	12	4	32	80											
<i>IV. Prakse un kvalifikācijas darbs : 24KP</i>																		
1.	Prakse I, II	16	640							6	10						I	I
2.	Kvalifikācijas darbs	8	320								8							A

2.3. Studiju kursu apraksti

Vispārizglītojošie kursi 20 KP apjomā iekļauj sevī humanitāros, sociālos, ekonomiskos un informācijas tehnoloģijas kursus.

Nozares kursi 36 KP apjomā iekļauj sevī kursus, kuri nepieciešami zināšanu apgūšanai izvēlētajā profesijā. Studiju kursu anotāciju var redzēt 2.3. tabulā.

2.3. tabula

Studiju programmas „Mārketings un inovācijas” studiju kursu anotācija

<i>Studiju kursa nosaukums</i>	<i>Studiju kursa mērķis</i>	<i>Studiju kursa rezultāti</i>
Vispārizglītojošie kursi		
Mikroekonomika	Sniegt studentiem zināšanas par ekonomiskajiem resursiem, pieprasījuma un piedāvājuma mehānismu. Sniegt izpratni konkurences situācijas raksturošanā.	Studentiem jāprot pielietot mikroekonomikas teoriju un metodoloģiju uzņēmējdarbības ekonomisko problēmu analizē un lēmumu pieņemšanā.
Makroekonomika	Sniegt priekšstatu par ekonomiskajām likumsakarībām, ekonomisko izaugsmi un ekonomikas attīstības cikliskumu saistībā ar galvenajām problēmām.	Studentiem jāprot pielietot makroekonomikas teoriju un metodoloģiju ekonomisko problēmu analizē tautsaimniecības līmenī.
Ekonomiskā statistika	Sniegt studentiem zināšanas par statistisko datu vākšanu, informācijas apstrādi un analīzi. Iemācīt veikt pētījumus, pielietojot vienkāršas statistiskās metodes.	Studentiem jābūt izpratnei par statistisko datu vākšanu, informācijas apstrādi un analīzi, pielietojot statistiskās metodes. Jāsaprot zinātniskās pieejas būtība, pielietojot vienkāršas statistiskās metodes pētījumos, jāsaprot statistiskās informācijas loma vadošo lēmumu pieņemšanā.
Matemātika	Sniegt studentiem zināšanas matemātikā, veicināt un attīstīt matemātiski loģisko domāšanu.	Studentiem jāprot risināt vienādojumu sistēmas, analizēt funkcijas īpašības, ja funkcija uzdota analītiski vai grafiski, jāprot aprēķināt robežas, atvasināt, integrēt izmantojot vienkāršākās metodes.
Lietišķā saskarsme	Sniegt studentiem zināšanas par saskarsmes būtību, veidiem līdzekļiem, pilnveidot lietišķās saskarsmes kultūras prasmes, sekmēt efektīvas komunikācijas un konfliktu regulēšanas prasmes.	Studentiem jāzina verbālās un neverbālās saskarsmes līdzekļu pielietošanas iespējas uzņēmējdarbībā, jāprot risināt konfliktsituācijas un organizēt lietišķās sanāksmes.
Lietišķā svešvaloda	Attīstīt lietišķās sarunvalodas, klausīšanās, rakstīšanas prasmes par tēmām, saistītām ar mārketingu un inovācijām.	Studentiem jāprot kontaktēties mutiski un rakstiski ar biznesu saistītās situācijās.
Uzņēmējdarbības tiesiskie pamati	Sniegt studentiem zināšanas un iemaņas uzņēmējdarbības tiesībās, juridisku problēmu risināšanā, kas saistītas ar uzņēmējdarbības un	Studentiem jāprot analizēt un ieteikt priekšlikumus konkrētu juridisko jautājumu risināšanai, kas saistīti ar uzņēmējdarbības

	mārketinga aktivitātēm.	un mārketinga aktivitātēm.
Uzņēmējdarbības ekonomika	Sniegt studentiem izpratni par uzņēmējdarbības resursiem un to efektīvas izmantošanas nosacījumiem, veidot prasmes ekonomisku aprēķinu veikšanā un vienkāršu vadības ekonomisko lēmumu pieņemšanā.	Jāpārzina uzņēmējdarbības resursi un to racionālas izmantošanas nosacījumi. Jāprot aprēķināt, novērtēt uzņēmuma līdzekļu un cilvēkresursu izmantošanas rādītājus, kā arī uzņēmuma darbības rezultātus.
Nozares studiju kursi		
Tirgzinības	Sniegt studentiem zināšanas un veidot izpratni par tirgzinības pamatjēdzieniem un to būtību, procesiem. Sniegt zināšanas un iemaņas, kas saistītas ar produktu (pakalpojumu) pārdošanu un patērētāju vajadzību apmierināšanu. Iemācīt saskatīt esošās un iespējamās problēmas, kas saistītas ar tirdzniecības jautājumiem uzņēmējdarbībā, izanalizēt to cēloņus un sekas un atrast pareizo problēmas risinājumu.	Jābūt priekšstatam par uzņēmuma darbības SVID analīzes izstrādi un šīs analīzes metodes rezultātu izmantošanu uzņēmuma konkurētspējas palielināšanai. Jāizprot stratēģiskā mārketinga nepieciešamība un jāpārzina tirgvedības stratēģija. Jāprot sniegt uzņēmuma vadībai informāciju par produkcijas virzību un realizāciju.
Uzņēmējdarbības organizēšana un plānošana	Sniegt studentiem izpratni par uzņēmējdarbības būtību, vides ietekmi, komercdarbības formām, plānošanas metodoloģijas būtību, plānošanas un plānu veidiem, biznesa plāna izstrādi.	Studentiem jāzina plānošanas metodika, jāpārzina plānošanas etapi, jāprot formulēt uzņēmējdarbības misiju un mērķus, izveidot SVID analīzi, jāprot veikt ekonomiskos aprēķinus biznesa plāna izveidei.
Tirdzniecības vadīšana	Sniegt studentiem zināšanas un veidot izpratni par vadības teoriju un mazumtirdzniecības uzņēmumu specifiku, to stratēģisko vadību un finansēšanu	Studentiem jāzina vadības stratēģiskie principi mazumtirdzniecības uzņēmumos, plānošanas un kontroles procesus uzņēmumā, jāprot analizēt situācijas saistībā ar darbības ārējo vidi, jāpārzina mazumtirdzniecības uzņēmuma finansēšana.
Pārdošanas veicināšana	Sniegt studentiem zināšanas un veidot prasmes par virzības tirgū elementu kopumu un stratēģijas pielietošanu praksē.	Studentiem jāizprot virzības tirgū pieaugoša nozīme mārketinga kompleksā, jāprot noteikt virzības tirgū stratēģijas, jāprot pielietot katram konkrētam produktam atbilstošu virzības tirgū elementu kopumu.
Starptautiskā tirdzniecība	Sniegt studentiem zināšanas par starptautiskās tirdzniecības pamatprincipiem un teorijām, par valūtas kursa veidiem un ietekmi uz starptautisko tirdzniecību, veidot izpratni par tirdzniecības noteikumiem ar citām valstīm, izskaidrot Latvijas ārējās tirdzniecības īpatnības.	Studentiem jāprot analizēt un izskaidrot starptautiskās tirdzniecības nepieciešamību, ārējās tirdzniecības īpatnības, jāprot analizēt dažādu tirdzniecības barjeru mehānismus un sekas, izprast valūtas kursa ietekmi, sagatavot dokumentāciju.
Starptautiskais mārketings	Sniegt studentiem zināšanas par	Studentiem jāprot noteikt un

	starptautiskā mārketinga īstenošanas stratēģisko plānošanu un starptautiskā tirgus vides īpatnībām, veidot prasmes izvēlēties un plānot optimālāko iekļūšanas stratēģiju ārvalstu tirgos. Veidot prasmi organizēt starptautiskās mārketinga aktivitātes.	izvērtēt potenciālās patērētāju vajadzības atšķirīgos pasaules reģionos. Jāprot noteikt atbilstošāko mārketinga stratēģiju, plānot un organizēt starptautiskā mārketinga aktivitātes.
Patērētāju rīcība tirgū	Sniegt studentiem zināšanas un izpratni par patērētāju uzvedību tirgū, izpētes metodēm, tirgus segmentēšanu, mērķa tirgus noteikšanu un produkta pozicionēšanas principiem.	Studentiem jāzina patērētāju uzvedību noteicošie faktori pirkuma lēmuma pieņemšanas procesā, jāprot veikt tirgus un patērētāju izpēti tirgus segmentēšanas, mērķa tirgus noteikšanas un produkta pozicionēšanas nolūkiem.
Datormācība (pamatkurss)	Sniegt studentiem zināšanas un iemaņas lietojot IT daudzveidīgu uzdevumu risināšanā, veidojot teksta dokumentus profesionālajā līmenī, tabulas prezentācijas.	Studentiem jāprot sagatavot jebkura līmeņa dokumentus un prezentācijas, jāprot veikt aprēķinus tabulu procesorā un tos grafiski noformēt.
Grāmatvedība	Sniegt studentiem zināšanas un izpratni par grāmatvedības uzskaites reglamentējošo likumdošanu, galvenajiem grāmatvedības principiem, izmaksu un izdevumu posteņu būtību, veidot prasmes sistematizēt un grupēt saimnieciskos darījumus.	Studentiem jāprot sagatavot grāmatvedības organizācijas dokumentus, reģistrēt, sistematizēt un grupēt saimnieciskās darbības.
Uzņēmējdarbības vadīšana	Sniegt studentiem zināšanas par vadīšanā pielietojamajiem paņēmieniem un metodēm, radīt izpratni par vadīšanas teoriju izmantošanu mūsdienu organizāciju vadīšanā.	Studentiem jāzina vadīšanas teorijas pamatprincipi, vadīšanas pamatfunkciju būtība un grūtības, jāprot novērtēt un analizēt uzņēmuma ārējo vidi, izvēlēties piemērotas komunikācijas formas, izveidot organizācijas struktūru.
Mārketinga plānošana	Sniegt studentiem zināšanas un iemaņas par mārketinga darbības procesiem, saistību starp uzņēmuma darbības plānu sistēmu un mārketinga plānošanu, vienkārša uzņēmuma mārketinga plāna sagatavošanā.	Studentiem jāzina, no kādiem posmiem sastāv mārketinga darbības process un mārketinga darbības kontrolēšanas process, jāprot sastādīt uzņēmuma mārketinga plāns un mārketinga darbības budžets.
Jaunu ideju radīšana	Sniegt studentiem zināšanas un iemaņas par ideju radīšanas metodēm un to pielietošanu uzņēmējdarbībā.	Studentiem jāprot pielietot radošas domāšanas attīstības metodes un pielietot ideju ģenerēšanas metodes.
Inovāciju ekonomika	Sniegt studentiem zināšanas par inovāciju procesa jēdzienu, būtību un to lomu ekonomikā, inovāciju finansēšanas sistēmām. Sniegt izpratni par Latvijas un citu valstu inovācijas sistēmām un finansēšanas mehānismiem.	Studentiem jāzina inovāciju procesa jēdziens un būtība, inovāciju finansēšanas avoti, inovāciju finansēšanas sistēmas, jāizprot Latvijas un citu valstu inovāciju sistēmas un finansēšanas mehānismi.
Izvēles kursi		

Projektu vadība	Sniegt zināšanas par projekta vadības jēdzienu un projekta sagatavošanas un īstenošanas paņēmieniem.	Studentiem jāprot sagatavot projekta pieteikumu un jāsaprot projekta īstenošanas paņēmieni.
Investīciju ekonomika	Sniegt studentiem zināšanas par investīciju jēdzienu, būtību un to lomu ekonomikā, investīciju finansēšanas sistēmām	Studentiem jāzina investīciju jēdziens, būtība un to lomu ekonomikā, investīciju finansēšanas avoti, investīciju novērtēšanas metodes.
Jaunās produkcijas tirgzinības	Iepazīstināt studentus ar pamatnostādņēm uzsākot jaunas produkcijas ieviešanu tirgū un pieņemot lēmumus par to virzību tirgū.	Studentiem jāprot veikt tirgus izpēti klientu pieprasījuma pēc jaunā produkta noteikšanai, prognozēt optimālo produkcijas daudzumu, jāzina mārketinga komunikācijas iespējas jauna produkta virzīšanai tirgū, jāpārzina produkta dzīves cikla stadijas.
Kvalitātes vadības pamati	Sniegt studentiem zināšanas par kvalitātes vadības principiem, modeļiem, izvērtējot to piemērotību ieviešanai uzņēmējdarbībā un inovācijās. Veidot prasmes noteikt atbilstošāko kvalitātes vadības modeli atbilstoši organizācijas prasībām.	Studentiem jāizprot kvalitātes vadības būtība, principi, priekšrocības, iespējamās problēmas, sistēmas procesi, dokumentācija, ieviešanas iespējas. Jāprot lietot kvalitātes vadības modeļus un izvēlēties atbilstošāko modeli konkrētas organizācijas vajadzībām.
Reklāmas teorija un prakse	Kursa mērķis ir panākt, lai studenti saprastu reklāmas veidošanas, plānošanas un izvietojuma noteikumus.	Studenti patstāvīgi izstrādā reklāmas koncepcijas, orientējas reklāmu veidos un apzinās katra veida priekšrocības, patstāvīgi sastāda reklāmas tekstus.
E-komercija	Nodrošināt studentu informētību par e-komercijas sniegtajām iespējām un priekšrocībām Interneta vidē, veicināt studentos apziņu par e-mārketinga plašajām iespējām preču virzīšanai tirgū.	Izvērtēt un izvēlēties piemērotāko e-komercijas modeli un e-mārketinga līdzekļus veiksmīgai komercdarbības veikšanai Interneta vidē, orientēties normatīvajos aktos.
Ietekmēšanas teorijas un prakse	Iepazīstināt studentus ar populārākajām ietekmēšanas (tajā skaitā diskusiju un manipulāciju) teorijām un praksi.	Studenti iemācās pārliecināši uzstāties auditorijas priekšā un kvalitatīvi analizēt savas un citu uzstāšanās stiprās un vājās puses.

Studiju procesa laikā koledžas uzdevums ir nodrošināt ne tikai teorētisko zināšanu un prasmju apgušanu, bet arī studējošo iesaistīšanu pētnieciskajā un praktiskajā darbībā. Studiju kursu ietvaros ir paredzēti semināri (piemēram, studiju priekšmetos „Uzņēmējdarbības tiesiskie pamati”, „Investīciju ekonomika”), diskusijas (piemēram, studiju priekšmetos „Lietišķā saskarsme”, „Patērētāju rīcība tirgū”), grupu darbi un patstāvīgie darbi (piemēram, studiju priekšmetos „Tirgzinības”, „Mārketinga plānošana”). Papildus tam studējošiem ir iespēja iesaistīties konferencēs, lietišķās spēlēs un apmeklēt vieslekcijas. Uzdevumus semināriem un

patstāvīgiem darbiem sagatavo studiju kursa vadītājs un izsniedz studējošajiem, norādot laiku, kad notiks seminārs vai kad jāiesniedz izpildīts patstāvīgais darbs.

2.4. Studiju programmas organizācija

Studiju procesa organizācija notiek atbilstoši Izglītības likumam, Augstskolu likumam, Profesionālās izglītības likumam un pārējiem normatīvajiem aktiem. Studijas reglamentē SP realizācijas apraksts, studiju plāns, studiju kursu programmas un studiju kalendārais grafiks.

Studijas tiek organizētas pilna laika klātienē, nepilna laika klātienē un nepilna laika ar e-studiju elementiem. Studiju ilgums pilna laika studijās ir 2 gadi jeb četri semestri, nepilna laika studijās 2,5 gadi jeb pieci semestri.

Studijas organizētas tā, lai dotu iespēju studentiem apgūt gan vispārizglītojošās prasmes, gan speciālās prasmes atbilstoši profesijas standartam un valsts pirmā līmeņa profesionālās izglītības standartam. Programmas struktūra:

- studiju kursi 56 KP;
- prakse 16 KP;
- kvalifikācijas darbs 8 KP.

Kopumā: 70% no KP apjoma ir studiju kursi, 20% - prakse, 10% - kvalifikācijas darbs.

Pirmajā semestrī studenti pārsvarā apgūst vispārīgā izglītībā iegūto kursu bloku, kura ietvaros tiek dota iespēja iegūt pamatzināšanas tādos priekšmetos kā matemātika, lietišķā svešvaloda, uzņēmējdarbības tiesiskie pamati. Nākamajos semestros studijas organizētas tā, lai nodrošinātu specifiskas zināšanas un iemaņas, kas atbilst profesijas standarta prasībām.

Prakses apjoms ir 16 KP: pirmā prakse (mācību prakse) – 6 KP (6 nedēļas), otrā prakse (kvalifikācijas prakse) – 10 KP (10 nedēļas). Prakses galvenais mērķis ir nostiprināt studentu iegūtās zināšanas un prasmes praksē komercsabiedrībās un organizācijās kvalificētu speciālistu uzraudzību, kā arī apgūt praktiskas iemaņas mārketinga speciālista darbā

Pirmā prakse pilna laika studijās tiek organizēta 3.semestrī, nepilna laika studijās 4.semestrī, savukārt otrā prakse pilnā laika studijās tiek organizēta 4.semestrī un nepilna laika studijās 5.semestrī. Prakses nodrošināšanai ir noslēgti sadarbības un nodomu līgumi ar vairākām iestādēm, komercsabiedrībām un organizācijām.

Studiju procesa beigās ir paredzēta kvalifikācijas darba izstrāde 8 KP apjomā, kā arī aizstāvēšana ar vērtējumu ne zemāku par „4” ballēm. Materiāli kvalifikācijas darba izstrādei tiek iegūti kvalifikācijas prakses laikā pilna laika studijās 4.semestrī, nepilna laika studijās – 5.semestrī.

2.5. Prasības, uzsākot studiju programmu

Tiesības studēt koledžā bez jebkādas diskriminācijas ir katram LR pilsonim, personām, kurām ir tiesības uz LR izdotu nepilsoņu pasi, ES pilsoņiem, kā arī personām, kurām ir izsniegtas pastāvīgās uzturēšanās atļaujas. Tā kā koledža nodrošina pirmā līmeņa augstāko profesionālo izglītību, studēt tajā var tikai personas ar vidējo vai augstāko izglītību.

Uzņemšana notiek bez papildu iestājpārbaudījumiem (izņemot normatīvajos aktos paredzētos gadījumus), ņemot vērā:

- 1) centralizētajos eksāmenos latviešu valodā un svešvalodā (angļu vai krievu valodā) vērtējums ir ne zemāks par F līmeni;
- 2) personas, kuras nav kārtojušas centralizētos eksāmenus, t.i. personas, kuras ieguvušas vidējo izglītību līdz 2004.gadam, personas, kuras ieguvušas vidējo izglītību ārvalstīs, kā arī personas ar īpašām vajadzībām tiek uzņemtas Studiju programmā, pamatojoties uz vispārējo vidējo izglītību apliecinoša dokumenta atzīmēm latviešu valodā un svešvalodā (angļu vai krievu valodā). Jābūt sekmīgam vērtējumam.

Personai, kura iepriekšējo izglītību ieguvusi ārvalstīs, pirms pieteikšanās studijām nepieciešams apliecināt savas izglītības atzīšanu Latvijā.

2.6. Studiju programmas praktiskā īstenošana

SP realizācija notiek radoši, izmantojot dažādas metodes:

- 1) Lekciju metode – galvenokārt tiek izmantota studijuursos, kuros nav pieejama mācību literatūra pietiekamā apmērā, vaiursos, kur šī metode ir visefektīvākā, piemēram, kursa materiāla apguve patstāvīgi studentiem ir sarežģīta. Studiju procesā tiek organizētas arī vieslekcijas.
- 2) Patstāvīgais darbs.
- 3) Darbs nelielās grupās – studenti iemācās strādāt komandās un pilnveidot komunikatīvās un prezentēšanas prasmes tēmu praktiskai apgūšanai.
- 4) Dialoga metode – tiek pielietota studijuursos, kur vienlaikus ar teorētisko zināšanu apguvi tiek izkoptas arī komunikatīvās prasmes.
- 5) Praktiskās nodarbības – palīdz pielietot iegūtās teorētiskās zināšanas, tai skaitā risinot kāzus, izstrādājot dokumentu paraugus u.c.
- 6) Prakse – iespēja studentiem iegūt praktiskās iemaņas, iepazīties ar darbā notiekošajiem procesiem.

- 7) Semināri – tiek organizēti gandrīz visos studijuursos. Tie ļauj studentiem izkopt runas kultūru, prezentēt ziņojumu, attīstīt spējas argumentēt un aizstāvēt savu viedokli.
- 8) Studentu konferences - studentiem ir iespēja apspriest nozares aktualitātes, veikt patstāvīgo zinātnisko pētījumu un prezentēt to, tādā veidā padziļināt savas prezentēšanas un publiskās runas prasmes.
- 9) Lietišķās spēles – studenti pielieto praksē iegūtās zināšanas, risinot dažādas problēmas un analizējot praktiskās situācijas.
- 10) Mācību ekskursijas – studenti iepazīstas ar nozares speciālistiem un to darbu, iegūst jaunu informāciju, kas ir nepieciešama studiju kursos ietvaros.
- 11) E-studiju metodes: katra kursā notiek videolekcijas tiešraidē (ar ierakstu, kurš pieejams e-vidē), studenti saņem konsultācijas e-vidē, studenti saņem, pilda un iesniedz darbus e-vidē, docētāji pārbauda un vērtē darbus e-vidē.

Mācību ekskursijas

Lai studējošie gūtu priekšstatu par darba specifiku pie potenciālajiem darba devējiem 2012./2013.mācību gadā tika organizētas šādas mācību ekskursijas:

2012.gada septembris		
1.	Finanšu ministrija	Studiju kursa „Mārketinga plānšana” ietvaros
2.	Rīgas centrāltirgus	Studiju kursa „Tirdzniecības vadīšana” ietvaros
2012.gada oktobris		
3.	Tirdzniecības centrs „Galerija „Rīga”	Studiju kursa „Tirdzniecības vadīšana” ietvaros
2012.gada decembris		
4.	Tiesas nams	Studiju kursa „Uzņēmējdarbības tiesiskie pamati” ietvaros
5.	Uzņēmumu reģistrs	Studiju kursa „Uzņēmējdarbības tiesiskie pamati” ietvaros
2013.gada aprīlis		
6.	LR Banka	Studiju kursa „Uzņēmējdarbības organizēšana un plānošana” ietvaros

Vieslekcijas:

2012./2013.mācību gadā SP ietvaros tika organizētas šādas vieslekcijas:

- 1) „Latvijas Tirgotāju asociācija (LTA) un tās aktivitātes Latvijas preču virzības atbalstam Latvijā un ārzemēs – lektors asociācijas prezidents H.Danusevičs
- 2) „Mārketinga pētnieciskās metodes” lektors SIA ” SAKRET” mārketinga direktors Armands Umbraško..
- 3) „Biznesa komunikācijas” - lektors J. Vanags, SIA ” SAKRET” direktors.

- 4) „Vides reklāma Latvijā un labākie piemēri pasaulē” lektore, Media Art Ministry projektu direktore Lauma Zvaigzne
- 5) „Reklāmas vēstījuma satura un formas analīze” lektors SIA ” SAKRET” mārketinga direktors Armands Umbraško

Zinātne un jaunrades

Kopš 2003. gada Alberta koledža ik gadu organizē divu veidu konferences (plašāka informācija <http://www.alberta-koledza.lv/contents.php?parent=384>):

- Zinātniski praktiskā konference „Biznesa attīstība: kā to darīt mūsdienā Latvijā”, notiek katru rudenī, un tajā piedalās savas jomas profesionāļi. Katru gadu konferences uzmanība tiek pievērsta konkrētam aktuālam jautājumam.
- Studentu zinātniski praktiskā konference notiek katru pavasari. Tajā piedalās studenti ar saviem pētījumiem un zinātniskām atziņām. Konferences mērķis ir attīstīt augstāko izglītības iestāžu studējošo sadarbību diskusijām par aktuāliem sociāliem, ekonomiskiem un politiskiem procesiem, meklējot, piedāvājot alternatīvas un risinājumus.

2013. gadā konference notika jau vienpadsmito reizi, tās nosaukums ir „Studenti Latvijas izaugsmei”. Konferencē piedalījās arī SP studenti ar savu pētījumu, ko viņi bija veikuši pēc SIA NARVESERN pasūtījuma “ Hotdogu kampaņa izmantojot sociālos tīklus kā mediju kanālu” un „Datorspēļu popularitāte un attīstības iespējas Latvijā”.

Pētniecisko iemaņu attīstībai docētāji iesaista studējošos pētījumu veikšanai. 2012./2013.st.g. studējošie veica pētījumu pēc SIA NARVESERN, MAXSIMA, SIA „Ailaik” studijas „Studio Figura” pasūtījuma. Pētījuma mērķis ir pamatpakalpojuma pārdošanas apjoma palielināšana. Pētījumā rezultāti arī tiks izmantoti, lai uzlabotu un pilnveidotu servisu un palielinātu pārdošanas apjomus.

Praktisko iemaņu attīstībai un teorētisko zināšanu pārbaudei praksē koledža, sākot ar 2005.gadu, organizē lietišķās spēles.

2.7. Vērtēšanas sistēma

Iegūstamās izglītības vērtēšanas kritērijus, pārbaudes formas un kārtību nosaka Nolikums par studiju un pārbaudījumu kārtību un Nolikums par zināšanu vērtēšanas pamatprincipiem un kārtību. Studentu zināšanas vērtē visa veida nodarbībās, patstāvīgos darbos, ieskaitēs un eksāmenos.

Izglītības vērtēšanas pamatprincipi SP ir šādi:

- 1) Pozitīvo sasniegumu summēšanas princips – iegūtās zināšanas tiek vērtētas, summējot pozitīvos sasniegumus;
- 2) Vērtējuma obligātuma princips – nepieciešams iegūt pozitīvu vērtējumu par obligātā satura apguvi studiju programmas ietvaros;
- 3) Prasību atklātības un skaidrības princips – atbilstoši izvirzītajiem programmas mērķiem un uzdevumiem, kā arī studiju kursu mērķiem un uzdevumiem ir noteiktas pamatprasības iegūtās izglītības vērtēšanai;
- 4) Pārbaudes veidu dažādības princips – vērtējot studentu iegūtās zināšanas, tiek izmantoti dažādi pārbaudījumu veidi;
- 5) Vērtējuma atbilstības princips – pārbaudes darbā tiek dota iespēja apliecināt analītiskās un radošās spējas, zināšanas, prasmes un iemaņas visiem apguves līmeņiem atbilstošos uzdevumos un situācijās. Pārbaudēs iekļaujama satura apjoms atbilst kursu aprakstos noteiktajam saturam un profesiju standartā noteiktajām prasmju un zināšanu prasībām.

Programmas apguves vērtēšanas pamatformas ir eksāmeni un ieskaites, kas jākārtos katrā studiju kursa noslēgumā. Pārbaudījuma forma ir noteikta studiju kursa aprakstā. Zināšanas tiek vērtētas pēc 10 (desmit) balļu sistēmas.

Pirms kvalifikācijas piešķiršanas studenti izstrādā un aizstāv kvalifikācijas darbu. Kvalifikācijas darbā studentiem ir jāapliecina savas profesionālās un teorētiskās zināšanas, kā arī spēja demonstrēt gan specifiskās profesionālās iemaņas, gan spēju rast argumentus un risināt problēmas specializācijas jomā. Studenti izstrādā kvalifikācijas darbu par aktuālu tēmu, kuru izvēlas no kvalifikācijas darbu tēmu saraksta, ko ir izstrādājis SP vadītājs un apstiprinājis koledžas padome, vai arī students pats var ierosināt tēmu savam kvalifikācijas darbam. Par darba izstrādi konsultē un vērtē darba vadītājs, vēlāk darbu vērtē recenzents. Koledža izvēlas recenzentus, kas ir augsti kvalificēti nozares speciālisti ar augstāko izglītību. Recenzenti var būt gan darba devējiem, gan no radniecīgā profila citām augstākās izglītības iestādēm.

Kvalifikācijas darba aizstāvēšana notiek valsts noslēguma pārbaudījuma komisijas sēdē. Komisijas sastāvā ir darba devēju pārstāvji, akadēmiskā personāla pārstāvji no citām augstskolām, kā arī koledžas pārstāvji.

Diplomu par pirmā līmeņa profesionālo augstāko izglītību saņem students, kurš ir sekmīgi apguvis visu programmu: nokārtojis visus studiju kursus, iesniedzis prakses atskaites un sekmīgi aizstāvējis prakses, un saņēmis ne zemāku vērtējumu kā „4” balles kvalifikācijas darba aizstāvēšanā.

2.9. Studiju programmas atbilstība profesijas standartam un profesionālās augstākās izglītības valsts standartam un citiem normatīvajiem aktiem augstākajā izglītībā

2.9.1. Studiju programmas atbilstība profesijas standartam

SP sagatavošanā izmantoti MK 2010.gada 18.maija noteikumi Nr.461 "Noteikumi par Profesiju klasifikatoru, profesijai atbilstošiem pamatuzdevumiem un kvalifikācijas pamatprasībām un Profesiju klasifikatora lietošanas un aktualizēšanas kārtību". Tirdzniecības un tirdzniecības specialist profesijas standarts saskaņots Profesionālās izglītības un nodarbinātības trīpusējās sadarbības sēdē 2011.gada 21.martā protokols nr. 3. Salīdzinot SP struktūru un saturu ar standarta prasībām var secināt, ka SP atbilst profesijas standarta prasībām: ir iekļauti visi studiju kursi, kuri nodrošina speciālista sagatavošanu noteikto pienākumu pildīšanai.

2.3.tabula

SP salīdzinājums ar profesijas standartu saskaņā ar 2.10.3. un 2.10.4.punktu

Profesionālās darbības veikšanai nepieciešamās profesionālās kompetences	Profesionālās darbības pamatuzdevumu veikšanai nepieciešamās prasmes	Apguvei paredzētais studiju kursa modulis Alberta koledžā
Spēja atbildīgi un patstāvīgi veikt tirdzniecības un tirdzniecības speciālista pienākumus atbilstoši Latvijas Republikas normatīvajiem aktiem un Eiropas Savienības tiesību normām.	Pārzināt un ievērot Eiropas Savienības tiesību normas, Latvijas Republikas normatīvos aktus, saistītus ar tirdzniecības un tirdzniecības jautājumiem. Slēgt līgumus par tirdzniecības darījumiem un noteikt maksājumu kārtību.	<ul style="list-style-type: none"> • Uzņēmējdarbības tiesiskie pamati;
Spēja sazināties valsts valodā un vismaz divās svešvalodās.	Pārvaldīt vismaz divas svešvalodas saziņas līmenī.	<ul style="list-style-type: none"> • Lietišķā svešvaloda; • Otra svešvaloda;
Spēja patstāvīgi plānot un organizēt savu darbu un darba izpildi.	Pieņemt lēmumus atbilstoši kompetencei Prast veikt sarunas par preces iegādi.	<ul style="list-style-type: none"> • Uzņēmējdarbības plānošana un organizēšana • Lietišķā saskarsme
Spēja sniegt operatīvu informāciju par darba rezultātiem.	Sastādīt rakstiskus ziņojumus, protokolus, sniegt rakstisku un mutisku ziņojumu par savu un komandas darbu.	<ul style="list-style-type: none"> • Lietišķā saskarsme
Spēja strādāt komandā un organizēt komandas darbu.	Organizēt tirdzniecības un tirdzniecības personāla darbu uzņēmuma stratēģiskā mērķa sasniegšanai. Strādāt multikulturālā vidē	<ul style="list-style-type: none"> • Uzņēmējdarbības plānošana un organizēšana
Spēja risināt problēmsituācijas savas kompetences ietvaros.	Pamatot un aizstāvēt savu viedokli	<ul style="list-style-type: none"> • Lietišķā saskarsme
Spēja izmantot informācijas tehnoloģijas atbilstoši darba	Lietot ekonomiska rakstura darba veikšanai nepieciešamās	<ul style="list-style-type: none"> • Datormācība (pamatkurss)

specifikai.	datorprogrammas, datu bāzes.	
Spēja ievērot profesionālās ētikas principus.	Ievērot ētikas pamatprincipus	<ul style="list-style-type: none"> • Uzņēmējdarbības tiesiskie pamati; • Lietišķā saskarsme; • Starptautiskā tirdzniecība
Spēja formulēt tirdzniecības mērķus, uzdevumus; uzdevumus un pielietojamās metodes dažādām klientu grupām.	Izvēlēties piemērotāko tirdzniecības stratēģiju Pārzināt produktu virzīšanas pasākumus, prast tos izvēlēties un efektīvi izmantot.	<ul style="list-style-type: none"> • Mārketinga plānošana
Spēja noteikt reklāmas mērķus, funkcijas, veidus un līdzekļus atbilstoši tirdzniecības mērķiem un uzdevumiem.	Noteikt reklāmas mērķus, funkcijas, veidus un līdzekļus atbilstoši izvēlētajai stratēģijai.	<ul style="list-style-type: none"> • Pārdošanas veicināšana
Spēja novērtēt reklāmas kampaņas izmantošanas efektivitāti.	Novērtēt reklāmas kampaņu izmantošanas efektivitāti	<ul style="list-style-type: none"> • Pārdošanas veicināšana
Spēja izzināt tirdzniecības iekšējo un ārējo vidi, veikt stipro pušu, vājo pušu, iespēju un draudu (SVID) analīzi	Noteikt tirdzniecību ietekmējošos iekšējos un ārējos vides faktorus	<ul style="list-style-type: none"> • Mārketinga plānošana
Spēja veikt tirgus izpēti, pielietojot vienkāršas statistikas metodes	Veikt tirgus izpēti, izmantojot pētnieciskās metodes.	<ul style="list-style-type: none"> • Ekonomiskā statistika
Spēja sastādīt tirdzniecības plāna budžetu	Izstrādāt tirdzniecības darbības budžetu un novērtēt to	<ul style="list-style-type: none"> • Mārketinga plānošana
Spēja analizēt iegūtos rezultātus un izstrādāt tirdzniecības attīstības plānu.	Izstrādāt tirdzniecības plānu un kontrolēt tā izpildi	<ul style="list-style-type: none"> • Mārketinga plānošana
Spēja pielietot pārdošanas veicināšanas līdzekļus	Pielietot piemērotākos pārdošanas veicināšanas līdzekļus	<ul style="list-style-type: none"> • Pārdošanas veicināšana
Spēja informēt uzņēmuma vadību par sasniedzamajiem tirdzniecības mērķiem un uzdevumiem	Piesaistīt finanšu resursus tirdzniecības procesu nodrošināšanai.	<ul style="list-style-type: none"> • Tirdzniecības vadīšana • Uzņēmējdarbības vadīšana
Spēja lietot praksē iegūtas zināšanas un prasmes	Pieņemt lēmumus atbilstoši kompetencei	<ul style="list-style-type: none"> • Mārketinga plānošana • Tirdzniecības vadīšana
Spēja pieņemt lēmumus savas kompetences ietvaros un uzņemties atbildību par sekām.	Pieņemt lēmumus atbilstoši kompetencei	<ul style="list-style-type: none"> • Tirdzniecības vadīšana • Mārketinga plānošana
Spēja noteikt ietekmējošos faktorus patērētāju uzvedībai tirgū	Noteikt ietekmējošos faktorus patērētāju uzvedībai tirgū.	<ul style="list-style-type: none"> • Patērētāju rīcība tirgū
Spēja noteikt produkta pieprasījumu un piedāvājumu ietekmējošos faktorus.	Noteikt produkta pieprasījumu un piedāvājumu ietekmējošos faktorus	<ul style="list-style-type: none"> • Mikroekonomika; • Makroekonomika • Mārketinga plānošana
Spēja organizēt tirdzniecības vietas iekārtojumu	Organizēt tirdzniecības vietas iekārtojumu	<ul style="list-style-type: none"> • Tirdzniecības vadīšana
Spēja noteikt cenu politiku un metodes	Aprēķināt preču un produktu cenas un prast tos pārdot	<ul style="list-style-type: none"> • Tirgzinības
Spēja noteikt produktu marķējumu	Prast sagatavot un sniegt informāciju pircējam par pārdodamo produktu.	<ul style="list-style-type: none"> • Pārdošanas veicināšana
Spēja noteikt produkta dzīves cikla stadiju	Noteikt produkta pieprasījumu un piedāvājumu ietekmējošos	<ul style="list-style-type: none"> • Tirgzinības

	faktorus Identificēt konkurentus, analizēt to darbību	
Spēja plānot jauna produkta ieviešanu tirgū	Ieviest un izplatīt jaunu produktu tirgū	<ul style="list-style-type: none"> • Mārketinga plānošana
Spēja radīt idejas un pielietot tās tirdzniecības mērķu sasniegšanā	Novērtēt un attīstīt uzņēmuma konkurētspēju	<ul style="list-style-type: none"> • Inovāciju ekonomika • Jaunu ideju radīšana • Pārdošanas veicināšana
Spēja pielāgoties tirgus apstākļiem	Organizēt pārdošanas procesu, noteikt pārdošanas metodes; Noteikt svarīgākos produkta tirgus segmentus un mērķa tirgu Veikt produkta pozicionēšanu (noteikt produkta vietu tirgū).	<ul style="list-style-type: none"> • Patērētāju rīcība tirgū
Spēja nodrošināt darba tiesisko attiecību normu ievērošanu.	Ievērot darba tiesisko attiecību noteikumus	<ul style="list-style-type: none"> • Uzņēmējdarbības tiesiskie pamati
Spēja nodrošināt darba aizsardzības, ugunsdrošības un vides aizsardzības normatīvo aktu prasības.	Ievērot darba aizsardzības, ugunsdrošības un vides aizsardzības noteikumus.	<ul style="list-style-type: none"> • Iekļauta prakses uzdevumu programmā

2.4. tabula

SP salīdzinājums ar profesijas standartu saskaņā ar 2.10.5.punktu

Profesionālās darbības pamatuzdevumu veikšanai nepieciešamās zināšanas atbilstoši profesijas standartam	Apguvei paredzētais studiju kurss	Studiju programmas daļa/ kreditpunkti	
Zināšanas izpratnes līmenī:			
• Patērētāju rīcība tirgū	• Patērētāju rīcība tirgū	B	2
• Starptautiskā tirgzinība	• Starptautiskais mārketings	B	2
• Starptautiskā tirdzniecība	• Starptautiskā tirdzniecība	B	2
• Komercedarbības vadīšana	• Uzņēmējdarbības vadīšana	B	2
• Komercedarbības organizēšana un plānpšana	• Uzņēmējdarbības organizēšana un plānpšana	B	2
• Ekonomika	• Mikroekonomika	A	3
	• Makroekonomika	A	3
• Profesionālie termini valsts valodā un vismaz divas svešvalodās	• Lietišķā svešvaloda	A	2
	• Otra svešvaloda	C	2
Zināšanas lietošanas līmenī:			
• Tirgzinības	• Tirgzinības	B	3
• Tirdzniecības plānošana	• Mārketinga plānošana	B	2
• Tirdzniecības vadīšana	• Tirdzniecības vadīšana		
• Komercedarbību reglamentējošie normatīvie akti	• Uzņēmējdarbības tiesiskie pamati	A	2
• Pārdošanas veicināšana	• Pārdošanas veicināšana	B	2
• Informātika un informāciju tehnoloģijas	• Datormācība (pamatkurss)	B	3
• Lietišķā saskarsme	• Lietišķā saskarsme	A	2
• Statistika	• Ekonomiskā statistika	A	2
• Divas svešvalodas saziņas līmenī	• Lietišķā svešvaloda	A	2

	• Otra svešvaloda		
• Darba tiesiskās attiecības	• Uzņēmējdarbības tiesiskie pamati	A	2
• Darba aizsardzība	• Iekļauta prakses uzdevumu programmā	B	1
• Vides aizsardzība	• Iekļauta prakses uzdevumu programmā	B	1

2.9.2. Studiju programmas atbilstība pirmā līmeņa profesionālās augstākās izglītības valsts standartam

Studiju programma veidota saskaņā ar LR MK noteikumiem Nr.141 no 2001.gada 20.marta „Noteikumi par pirmā līmeņa profesionālās augstākās izglītības valsts standartu”.

2.5.tabula

Standarta prasības	SP
Programmas apjoms ir no 80 līdz 120 KP	80 KP
Mācību kursi - kopējais apjoms - min 56 KP, bet nepārsniedzot 75 % no programmas kopējā apjoma	56 KP (70%)
Vispārīzglītojošie mācību kursi - min 20 KP	20 KP
Nozares mācību kursi - min 36 KP	36 KP
Prakse - min 16 KP	16 KP
Kvalifikācijas darbs - min 8 kredītpunkti, bet nepārsniedzot 10 % no programmas kopējā apjoma	8 KP (10%)
Studiju procesā ne mazāk kā 30 % no studiju kursu apjoma īsteno praktiski	Atbilst, sk. studiju metodes moduļu aprakstos un prakses organizāciju

2.10. Informācija par studējošiem

Imatrikulēto studējošo skaits kopš studijas programmas „Mārketings un tā inovācijas” atvēršanas ir palielinājies. Lielākais studējošo skaits uzsākt studijas izvēlējās nepilna laika plūsmā.

2.6.tabula

Imatrikulēto studentu skaits studiju programmā

Studiju gads	Studiju programmā kopumā			Kopā
	Pilna laika studijas	Nepilna laika studijas	Nepilna laika studijas ar e-studiju elementiem	
2009./2010.	24	25	-	49
2010./2011.	32	29	-	61
2011./2012.	19	36	-	55
2012./2013.	16	37	5	49

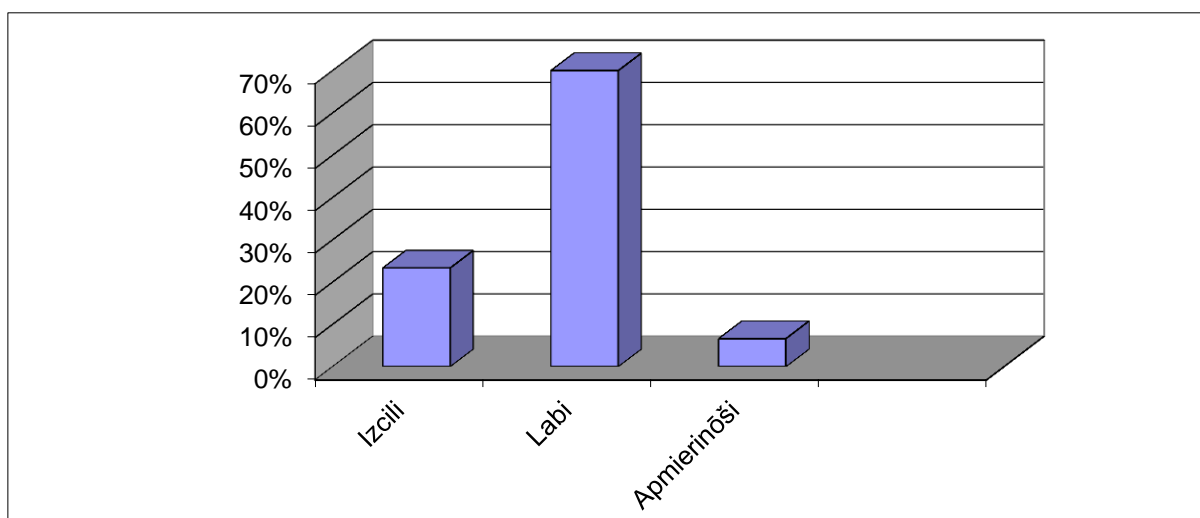
Eksmatrikulēto studējošo skaits uz 2012./2013.studiju gadā ir 41 šo studentu skaitā nav iekļauti tie studenti, kuri šo programmu šajā gadā absolvē. Galvenie eksmatrikulācijas iemesli: finansiālie parādi, akadēmiskie parādi, kā arī personīgie iemesli.

2.11. Studējošo aptauja un to analīze

Studiju programmas „Mārketingu un tā inovācijas” studējošo aptauja tika organizēta 2013. gada janvārī un maijā. Studenti, kuri studē nepilna laika studijās ar e-studiju elementiem pildīja savādāku anketu, nekā citi studenti, jo viņi tiek aptaujāti arī par specifiskiem jautājumiem, kuri skar e-vidi. 95% aptaujāto studentu ir apmierināti ar SP izvēli. Tas ir ļoti augsts rādītājs, kas atspoguļo viennozīmīgu studējošo apmierinātības pakāpi par pieņemto lēmumu SP izvēlē. Patstāvīgā darba apjomu 78.12% respondentu uzskata par pietiekošu. Nodarbību organizācija, kas sevī iekļauj precīzu lekciju saraksta ievērošanu, savlaicīgu informācijas izplatīšanu par izmaiņām, tika vidēji novērtēta ar 2.53 ballēm, tas ir, gandrīz labi. 78.12% aptaujātiem nebija ieteikumu par to, kam būtu jāpievērš lielāka uzmanība nākotnē, realizējot SP.

Studenti vērtēja arī Studiju daļas darba kvalitāti katru kritēriju vērtējot 4 baļļu skalā, kur 4 - izcili, bet 1 – slikti:

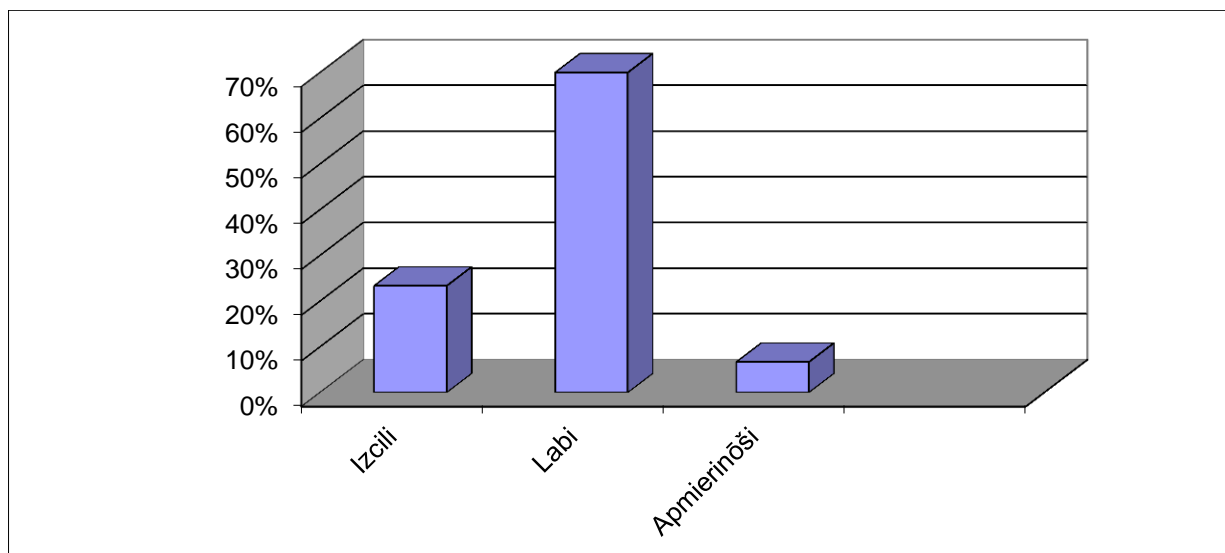
- 1) darbs kopumā: vērtējums – 2.81;
- 2) informācijas sniegšana, atbildes uz jautājumiem: vērtējums – 2.98;
- 3) atbildes uz e-pastiem: vērtējums – 2.97;
- 4) paziņojumu savlaicīgums: vērtējums – 2.63;
- 5) atsaucība, laipnība: vērtējums – 3.03;



2.2.att. Apmierinātība ar Studiju daļas darbu

Kopumā studējošie apmierināti ar Studiju daļas darbu.

Studējošie vērtēja arī SP direktora darbu pēc vairākiem kritērijiem un kopumā studējošie ir apmierināti ar direktora darbu.



2.3.att. Apmierinātība ar SP direktora darbu

Studējošie kuri studē grupās ar e-studiju elementiem, dod priekšroku video lekcijām ierakstā. Atsevišķi studējošie arī vērtēja docētāju darbu pēc dažādiem kritērijiem pēc 4 baļļu sistēmas (1 - slikti, 4 - izcili). Kopumā studējošie ir apmierināti ar docētāju darbu (vērtējums 3,43).

2.12. Absolventu aptauja un analīze

Studijas koledžā noslēdzas ar kvalifikācijas darba izstrādi un aizstāvēšanu un kvalifikācijas eksāmenu. Studējošie izstrādā kvalifikācijas darbus uz konkrēta uzņēmuma bāzes, veicot tā darbības analīzi un nosakot problēmas, kā arī piedāvājot šo problēmu risināšanas variantus.

Valsts noslēguma pārbaudījuma komisijas priekšsēdētājs 2013.gada 19.februarī bija A.Suškins (studiju programma „Mārketingu un tā inovācijas”), kurš atzīmēja, ka kopumā kvalifikācijas darbi vērtējami pozitīvi, studenti izstrādājuši priekšlikumus – ieteikumus konkrētu problēmu risināšanai. Valsts noslēguma pārbaudījuma komisijas priekšsēdētājs 2013.gada 26.jūnijā bija A.Suškins kurš atzīmēja kvalifikācijas darbu augsto kvalitāti. To apliecina augstas vidējas atzīmes. Vairākums kvalifikācijas darbi bija saistīti ar prakses vietām. Darbos izstrādātajiem priekšlikumiem uzņēmumu darbības uzlabošanai ir praktiskā nozīme. Visas kvalifikācijas darbu prezentācijas bija sagatavotas ar datoru, studentu uzstāšanās pārsvarā bija

pārliecinošas kas liecina par labas prezentācijas prasmes. Aizstāvēšanas laikā nav konstatēti trūkumi, raksturīgi visiem darbiem kopumā. Visas atbildes uz recenzentu jautājumiem bija sagatavotas rūpīgi un atbilda jautājumu būtībai. Kopumā studenti sniedza pārliecinošas atbildes uz komisijas jautājumiem.

5.1. tabula

Kvalifikācijas darbu aizstāvēšanas rezultāti 2012./2013. mācību gadā

2013.gada 19. februāris								
Studiju programma	Studentu skaits	Aizstāvēšanas atzīme						Vid. Atzīme
		10	9	8	7	6	5	
Mārketingu un tā inovācijas	15	2	5	3	2	3	0	8,06
	100%	13,33	33,34	20,00	13,33	20,00	0	

5.2. tabula

Kvalifikācijas darbu aizstāvēšanas rezultāti 2012./2013. mācību gadā

2013.gada 26. jūnijs								
Studiju programma	Studentu skaits	Aizstāvēšanas atzīme						Vid. Atzīme
		10	9	8	7	6	5	
Mārketingu un tā inovācijas	4	1	2	1	0	0	0	9,00
	100%	25,00	50,00	25,00	0	0	0	

Ņemot vērā valsts noslēguma pārbaudījuma komisijas priekšsēdētāja atsaukumi, var secināt, ka absolventu sagatavotības līmenis ir vērtēts pozitīvi.

Uz absolvēšanas brīdi visi nepilna laika studiju absolventi bija strādājoši cilvēki, kā arī 60% no dienas nodaļas absolventiem.

Šī studiju gada absolventu aptaujas tika veiktas 2013.gada 19.februārī un 2013.gada 26.jūnijā (kopumā saņemtas 11 respondentu atbildes). Tika uzdoti jautājumi par:

1. apmierinātību ar studijām Alberta koledžas studiju programmā „Mārketingu un tā inovācijas” kopumā;
2. to, kā studijas veicinājušas konkurētspēju darba tirgū vai izaugsmes iespējas organizācijā;
3. studiju nodarīgumu profesionālajā pilnveidē;
4. to, kuri studiju kursi ir bijuši visnoderīgākie profesijas apgūvē;
5. koledžas administrācijas darbības vērtējumu;
6. koledžas lektoru profesionalitātes vērtējumu;
7. informācijas apmaiņas vērtējumu;
8. koledžas bibliotēkas atbilstību;
9. telpām un studiju materiāli tehnisko nodrošinājumu;
10. studiju programmas un tās īstenošanas priekšrocībām;

11. studiju programmas un tās īstenošanas trūkumiem;
12. kvalifikācijas darbu sagatavošanas procesu;
13. prakšu organizēšanu un norisi;
14. plāniem turpināt studijas;
15. ieteikumiem koledžai.

Vērtējums tika izteikts 5 ballu skalā, kur 1 – ļoti labi, 2 – labi, 3 – vidēji, 4 – slikti, 5 – ļoti slikti. Augstu tiek vērtēta lektoru profesionalitāte (1,9) arī studiju noderīgums (1,5), telpas un studiju materiāli tehniskais nodrošinājums (1,5), apmierinātība ar studijām šajā studiju programmā (2,0) un administrācijas darbība (1,5). Nedaudz atturīgāk tiek vērtēts bibliotēkas darbs (2,25), absolventi iesaka pamainīt bibliotēkas darba laiku. Uzlabojama ir arī informācijas apmaiņa (2,5).

2.13. Studējošo līdzdalība studiju procesa pilnveidošanā

Alberta koledžā tiek ievēroti demokrātijas principi. Vadība attiecībās ar personālu izmanto atvērto durvju principu. Studējošie savas intereses var pārstāvēt tieši vai pastarpināti izmantojot Studējošo pašpārvaldi. Studējošo tiesības un pienākumi ir atrunāti studiju līgumā, kā arī iekšējās kārtības noteikumos un citos dokumentos. Studējošie tiek iesaistīti lēmumu pieņemšanā, kas saistīti ar studiju procesu un studējošo interesēm. Divi no Studējošo pašpārvaldes pārstāvjiem līdzdarbojas koledžas Padomes darbā.

Studiju gada sākumā notiek sapulces ar pirmā kursa studentiem nolūka informēt par studiju procesu un studējošo tiesībām studiju procesa pilnveidošanā. Katru gadu (studiju gada beigās) SP direktors tiekas ar studējošajiem un apspriež studiju gaitas. Tikšanas laikā izteiktie ierosinājumi analizēti, novērtēta to nozīme un lietderība. Ja tie ir nozīmīgi un lietderīgi, tad tos cenšas izmantot programmas pilnveidošanā. Divas reizes gadā notiek studējošo aptauja, kuras laikā studējošie vērtē koledžas darbību no dažādiem aspektiem un izsaka ierosinājumus.

Konfliktu situāciju novēršanai, problēmu risināšanai studējošie konsultējas vai nu ar Studējošo pašpārvaldi, vai programmas direktori, vai koledžas direktori. Lai programmas direktore / koledžas direktore varētu sniegt atbildi un attiecīgi rīkoties situācijas risināšanai ir nepieciešams no studenta vai studējošajiem saņemt iesniegumu. Iesniegums kalpo par pamatu sūdzības izskatīšanai un attiecīgā lēmuma pieņemšanai. Atsevišķos gadījumos ir iespējams aprobežoties ar pārrunām, kurās piedalās konfliktā iesaistītās puses un vidutājs, kura lomu pilda vai nu programmas direktore, vai koledžas direktore. Ja tiek organizētas pārrunas, tad bez iesaistītām pusēm un programmas vai koledžas direktores tiek aicināti piedalīties arī Studējošo pašpārvaldes pārstāvji. Vienīgais gadījums, kad koledža nereaģē uz sūdzībām: anonīma sūdzība un nav izdevies identificēt tas iesniedzēju.

KOPSAVILKUMS

SP atbilst normatīvo aktu prasībām un Eiropas augstākās izglītības telpas veidošanas rekomendācijām:

- 1) SP veidota atbilstoši likumu, MK noteikumu, profesijas un izglītības standartu, LKI/EKI u.c. normatīvo aktu prasībām;
- 2) SP īstenošanā izmantotas modernas mācību metodes, t.sk. e-studiju metodes;
- 3) docētāji un studējošie veic pētniecisko darbību;
- 4) ir izstrādāta un darbojas iekšējās kvalitātes nodrošināšanas sistēma;
- 5) koledža darbojas demokrātijas principi;
- 6) darbojas sociālā atbalsta programma: ir atlaides vidusskolu absolventiem, tiek finansētas budžeta vietas no koledžas līdzekļiem, ir bezmaksas studiju vietas bāreņiem un daudz bērnu locekļu bērniem. Katru gadu studējošie un docētāji realizē labdarības projektu: rīko labdarības koncertu un radošas darbnīcas maznodrošinātajiem ģimenēm ar bērniem;
- 7) koledža ir ANO iniciatīvas Principles for Responsible Management Education dalībnieks.

SP īstenošana ir nepieciešama, apzinoties to, ka kvalitatīva mārketinga speciālista palīdzība ir viens no svarīgākajiem pamatnosacījumiem uzņēmuma sekmīgai darbībai. Ne tikai uzņēmējdarbība, bet arī ikdienas dzīve ir ļoti cieši saistīta ar daudzveidīgiem svarīgiem mārketinga jautājumiem. Šī specializācija ir vienīga Latvijā. SP ir noteikta mērķauditorija:

- ✓ pirmā augstāka izglītība - personas ar vidējo izglītību, kas vēlas īsā laika posmā iegūt profesionālās iemaņas un ieiet darba tirgū kā kvalificēts un praktiskam darbam sagatavots darbspēks;
- ✓ otrā augstāka izglītība - personas ar augstāko izglītību kam ikdienas darbā ir nepieciešamas padziļinātas zināšanas tirgzinībās.

Darba devēji apliecināja, ka šādi speciālisti ir nepieciešami darba tirgū un būs arī nepieciešami tuvāko sešu gadu laikā.