Attēls, kurā ir teksts

Apraksts ģenerēts automātiski

**G**lobālās **m**ācību un **p**rofesionālās **p**ilnveides **p**amatnostādnes

Komunikācijas un sadarbības ar plašsaziņas līdzekļiem

**profesionālais standarts**

Šā profesionālā standarta mērķis ir sniegt atbalstu antidopinga nozarei, nodrošinot kompetences etalonu noteiktam amatam. Antidopinga organizācijas (ADO) var izmantot šo profesionālo standartu, lai palīdzētu novērtēt kompetenci un – kas ir svarīgi – lai atbalstītu profesionāļu kvalifikācijas celšanu, identificējot profesionālās pilnveides vajadzības.

Versija: 1.0

Publicēts: 2021. gada novembrī

Profesionālajā standartā:

* aprakstītas attiecīgā antidopinga speciālista amata galvenās funkcijas;
* sīki izklāstīts paredzētais kompetences standarts katrai no šīm funkcijām (izmantojot izpildes kritērijus);
* sīki izklāstītas šim amatam nepieciešamās zināšanu un prasmju prasības.

Graphical user interface, website

Description automatically generated

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Izstrādāt komunikācijas plānu, kas veicina organizācijas vispārīgo mērķu sasniegšanu | | | | |
| Analizēt savu pašreizējo situāciju | Izpildes kritēriji  Jums ir jāspēj: | | Zināšanas un izpratne | |
| PC1 | pārskatīt organizatorisko stratēģisko mērķu prioritātes, kā arī sporta sistēmu un apstākļus, kādos pastāvēs jūsu komunikācijas plāns; | K1 | Organizatoriskie stratēģiskie mērķi |
| PC2 | veikt stipro pušu, vājo pušu, iespēju un draudu novērtēšanu (SVID analīzi), kas saistīta ar jūsu organizāciju, ņemot vērā komunikāciju; | K2 | Vispārējā izpratne par savu antidopinga sistēmu un antidopinga programmām |
| PC3 | identificēt iespējamās jūsu komunikācijas plāna mērķauditorijas; | K3 | Sporta sistēma un apstākļi, kādos jūsu organizācija ir izveidota |
| PC4 | iegūt, analizēt un dokumentēt informāciju par dažādo mērķauditoriju vajadzībām, viedokļiem un domām, kā arī to, kādiem komunikācijas kanāliem tiek dota priekšroka un kā tie tiek izmantoti; | K4 | Antidopinga pasākumu uztvere sabiedrībā |
| PC5 | iegūt, analizēt un novērtēt dažādus komunikācijas kanālus, procesus un līdzekļus, kurus jūs varat izmantot, lai vislabāk sasniegtu jūsu mērķgrupu; | K5 | Kā veikt SVID analīzi |
| PC6 | identificēt savus pašreiz pieejamos cilvēku, finanšu un materiālos resursus, kā arī to ieinteresēto pušu resursus, ar kurām jūs varat sadarboties, un dokumentēt to, kā jūs tos izmantosiet, lai palīdzētu īstenot savu komunikācijas plānu; | K6 | Vispārējā informētība par ieinteresētajām personām antidopinga jomā un segmentēšanas stratēģijām |
|  |  | K7 | Dažādās komunikācijas tendences, kanāli, procesi un līdzekļi |
|  |  | K8 | Kā novērtēt savus cilvēku, finanšu un materiālos resursus |
|  |  | K9 | Kā dažādās ieinteresētās personas, īstenojot komunikāciju antidopinga jomā, var sadarboties un gūt labumu no šādas sadarbības |
| Izstrādāt savu komunikācijas plānu\* | PC1 | izvēlēties konkrētās mērķgrupas un noteikt *SMART* mērķus, kā arī satura izstrādes un auditorijas iesaistes stratēģijas, pamatojoties uz situācijas analīzi; | K1 | Nozīme, kāda ir jūsu komunikācijas plāna saskaņošanai ar organizācijas stratēģiskajiem mērķiem |
| PC2 | izvēlēties un dokumentēt komunikācijas kanālus, procesus un līdzekļus, kas atbilst komunikācijas plāna\* mērķiem un stratēģijām, kā arī katram mērķauditoriju profilam un vajadzībām; | K2 | Kas ir *SMART* mērķi un kā tos izstrādāt |
| PC3 | noteikt galvenos darbības rādītājus, kā arī pārraudzības un novērtēšanas metodes, kas atbilst jūsu plāna\* mērķiem un stratēģijām; | K3 | Kā noteikt un izstrādāt stratēģijas, pamatojoties uz situācijas analīzi |
| PC4 | noteikt un dokumentēt galvenos pienākumus un termiņus jūsu komunikācijas darbībām; | K4 | Dažādie komunikācijas kanāli, procesi un līdzekļi, kas jums ir pieejami, un kā izvēlēties tos kanālus, kas ir piemēroti jūsu komunikācijas plānam\* |
| PC5 | izstrādāt sadarbības ar plašsaziņas līdzekļiem politiku; | K5 | Kā noteikt galvenos darbības rādītājus, kā arī pārraudzības un novērtēšanas metodes atbilstoši jūsu komunikācijas plānam |
| PC6 | izstrādāt problēmu atrisināšanas un krīzes vadības vadlīnijas, kā arī attiecīgus atbildes pasākumus, pamatojoties uz situācijas analīzi; | K6 | Kā izstrādāt sadarbības ar plašsaziņas līdzekļiem politiku |
| PC7 | formalizēt komunikācijas plānu\* un konsultēties ar attiecīgajiem kolēģiem. | K7 | Plānošanas nozīme krīzes vadībā |
|  |  | K8 | Kā izstrādāt krīzes komunikācijas plānu |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Īstenot komunikācijas plānu | | | | |
| Izveidot komunikācijas saturu | Izpildes kritēriji  Jums ir jāspēj: | | Zināšanas un izpratne | |
| PC1 | noteikt sava komunikācijas plāna galvenos vēstījumus atbilstoši tā mērķiem un stratēģijām; | K1 | Kā identificēt un rakstīt galvenos vēstījumus |
| PC2 | izvēlēties tēzes, kas pieejamajā informācijā apstiprina komunikācijas satura\* mērķi; | K2 | Kā pētīt, identificēt un izmantot būtisko informāciju par antidopingu |
| PC3 | identificēt un izpētīt iespējamos jaunos, topošos un alternatīvos veidus radošai komunikācijai; | K3 | Kā izstrādāt komunikācijas saturu vai to pārbaudīt, ja šis saturs ir iegūts, izmantojot ārpakalpojumus |
| PC4 | izstrādāt komunikācijas saturu\*, izmantojot valodu, kas atbilst jūsu mērķauditoriju antidopinga izpratnes un uztveres līmenim, kā arī ir pielāgota komunikācijas kanālam\*; | K4 | Ar ko konsultēties par satura veidošanu |
| PC5 | konsultēties ar attiecīgajiem kolēģiem par saturu un, ja nepieciešams, to apstiprināt, kā arī ņemt vērā attiecīgo atgriezenisko saiti; | K5 | Kā komunikācijas formu, valodu un saturu pielāgot izvēlētajai mērķauditorijai un kanāliem |
| PC6 | izstrādāt komunikācijas saturu\* tādā formā un veidā, kas atbilst piemērojamajiem konfidencialitātes, privātuma un informācijas izpaušanas noteikumiem, kā arī piemērojamajos termiņos; | K6 | Piemērojamie satura konfidencialitātes, privātuma un informācijas izpaušanas noteikumi antidopinga jomā |
| PC7 | izmantot pareizu gramatiku, interpunkciju un pareizrakstību, lai pārliecinātos, ka nozīme ir skaidra un viss ir pārlasīts un koriģēts, kā arī pārskatīt darbu un veikt visus nepieciešamos labojumus, izstrādājot rakstisko komunikācijas saturu\*; |  |  |
| PC8 | sagatavot komunikācijas saturu\*, ievērojot sava komunikācijas plāna termiņus, kā arī apzinoties atšķirību starp to, kas ir svarīgs un kas ir steidzams; |  |  |
| PC9 | pārraudzīt un nodrošināt, ka visas izmaksas, kas saistītas ar jūsu komunikācijas satura izveidi, atbilst jūsu komunikācijas plāna finanšu līdzekļiem; |  |  |
| Izstrādāt savas izglītības programmas\* mācību plānu | PC1 | informēt iekšējās ieinteresētās personas par satura izveidi un tā publicēšanu; | K1 | Kā publicēt saturu komunikācijas platformā |
| PC2 | izmantot sadarbību ar īpašumā esošajiem, iegūtajiem un apmaksātajiem plašsaziņas līdzekļiem; | K2 | Kā dalīties informācijā (un ar kādu informāciju dalīties) iekšējā apritē, un informācijas nozīmīgums attiecīgajās antidopinga jomās |
| PC3 | publicēt un dalīties ar komunikācijas saturu saskaņotajos termiņos, izmantojot attiecīgo komunikācijas kanālu, un tādā formā un veidā, kas atbilst piemērojamajiem konfidencialitātes, privātuma un informācijas izpaušanas noteikumiem; | K3 | Mērķis un nozīme, kāda ir piedāvājumam veikt papildu pārbaudi pēc informācijas sniegšanas |
| PC4 | kad saturs ir publicēts, atbildēt uz mērķauditoriju jautājumiem; | K4 | Piemērojamie satura konfidencialitātes, privātuma un informācijas izpaušanas noteikumi antidopinga jomā |
| Atbalstīt pasākumu\* plānošanu un organizēšanu, kā arī saskaņot pasākuma saturu\* | PC1 | identificēt un iesaistīt visas attiecīgās ieinteresētās personas pasākuma organizēšanā; | K1 | Kā noteikt piemērotas vietas un ēdināšanas iespējas dažādu veidu pasākumiem |
| PC2 | izvēlēties un sagatavot aprīkojumu, materiālus un iekārtas vai platformas pasākumiem, ievērojot piemērojamos organizatoriskos noteikumus; | K2 | Tā aprīkojuma un materiālu veidi, kas būs nepieciešami dažādu veidu pasākumiem, tostarp pasākumiem klātienē un tiešsaistē |
| PC3 | noteikt mērķauditorijas, lai attiecīgos gadījumos varētu ielūgt dalībniekus uz pasākumiem un organizēt šo dalībnieku reģistrēšanu, kā arī noskaidrot īpašas vajadzības, kas var būt jāņem vērā; | K3 | Piemērojamie organizatoriskie noteikumi pasākuma organizēšanai |
| PC4 | nodrošināt, ka jūs un citi runātāji esat pienācīgi sagatavojušies pasākumam; | K4 | Īpašas vajadzības, kas var būt dalībniekiem, un kā tās apmierināt |
| PC5 | nodrošināt, ka pasākumu atspoguļojums ir atbilstošs pasākumam; | K5 | Kā organizēt reģistrēšanos uz pasākumu |
| PC6 | attiecīgos gadījumos pirms jūsu pasākuma sniegt dalībniekiem attiecīgo informāciju par loģistiku; | K6 | Kā vadīt pasākumu klātienē vai tiešsaistē |
| PC7 | pārraudzīt un nodrošināt, ka visas izmaksas, kas saistītas ar pasākuma organizēšanu, atbilst jūsu komunikācijas plāna finanšu līdzekļiem; | K7 | Kā mobilizēt iesaistītās puses pasākuma atspoguļošanai |
| Vadīt plašsaziņas līdzekļu pasākumus\* | PC1 | izveidot un uzturēt pastāvīgas attiecības ar plašsaziņas līdzekļu personālu, kā arī plašsaziņas līdzekļu datubāzi; | K1 | Kā pārvaldīt plašsaziņas līdzekļu datubāzi |
| PC2 | radīt iespējas, lai uzturētu kontaktus un sadarbotos ar plašsaziņas līdzekļiem attiecībā uz konkrētu plašsaziņas līdzekļu pasākumu\*, un noteikt vēlamos rezultātus; | K2 | Kā izveidot un uzturēt labu sadarbību ar plašsaziņas līdzekļiem |
| PC3 | novērtēt plašsaziņas līdzekļu potenciālo interesi, informācijas vajadzības un antidopinga izpratnes un uztveres līmeni; | K3 | Kā noteikt plašsaziņas līdzekļu pasākumu mērķi un vēlamos rezultātus |
| PC4 | izvēlēties atbilstošus plašsaziņas līdzekļu kanālus un/vai žurnālistus, ar kuriem sadarboties, ņemot vērā: sadarbības nolūku; mērķus un vēlamos rezultātus; plašsaziņas līdzekļu potenciālo interesi; | K4 | Dažādu plašsaziņas līdzekļu izpratne un uztvere attiecībā uz antidopingu |
| PC5 | identificēt ierobežojumus attiecībā uz informāciju, kas jāsniedz plašsaziņas līdzekļiem, atbilstoši noteiktajam antidopinga informācijas konfidencialitātes un/vai privātuma līmenim; | K5 | Piemērojamie konfidencialitātes un privātuma noteikumi antidopinga jomā |
| PC6 | nepieļaut informācijas nodošanu plašsaziņas līdzekļu pārstāvjiem, kas varētu apdraudēt izmeklēšanas vai notiekošo rezultātu pārvaldības procesu godīgumu; | K6 | Jūsu sadarbības ar plašsaziņas līdzekļiem politika |
| PC7 | izvēlēties piemērotus štata darbiniekus komunikācijai ar izraudzītajiem plašsaziņas līdzekļu kanāliem, saskaņā ar sadarbības ar plašsaziņas līdzekļiem politiku, un pirms publiskas iejaukšanās instruēt runātājus; | K7 | Kā instruēt runātājus, lai veiktu publisku iejaukšanos |
| PC8 | vienmēr nodrošināt nepieciešamo informācijas konfidencialitāti un privātumu; | K8 | Novērtēt informācijas, kas ir jāizplata, veidu un attiecīgo izplatīšanas grafiku |
| PC9 | sadarbojoties ar plašsaziņas līdzekļiem, uzturēt pozitīvu tīra sporta tēlu; |  |  |
| Reaģēt uz mainīgām situācijām un pieprasījumiem | PC1 | pārraudzīt plašsaziņas līdzekļus un jūsu ieinteresēto personu vidi, kā arī reaģēt uz informāciju, kas varētu ietekmēt jūsu komunikācijas plānu un organizācijas reputāciju; | K1 | Tēmas, kas ir sensitīvas jūsu organizācijai, un kā identificēt tendences un notikumus, kas varētu būt nozīmīgas jūsu organizācijai |
| PC2 | savlaicīgi, precīzi un apmierinoši atbildēt uz plašsaziņas līdzekļu pieprasījumiem, ņemot vērā jūsu atbildes iespējamo ietekmi; | K2 | Kā pārraudzīt un mazināt riskus, ko rada atspoguļojums ziņās |
| PC3 | ja nepieciešams, izmantot krīzes vadības vadlīnijas. | K3 | Kā taktiski un pārliecinoši atbildēt uz plašsaziņas līdzekļu pieprasījumiem |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Pārraudzīt, novērtēt un pielāgot komunikācijas plānu | | | | |
| Savākt datus | Izpildes kritēriji  Jums ir jāspēj: | | Zināšanas un izpratne | |
| PC1 | izmantot jūsu komunikācijas plānā izklāstītās pārraudzības un novērtēšanas metodes, lai vāktu, izsekotu, apstiprinātu un ierakstītu informāciju par īstenošanu un virzību galveno darbības rādītāju (*KPI*) sasniegšanai; | K1 | To pārraudzības rīku, platformu un etalonu veidi, kas ir piemēroti saistībā ar antidopinga komunikāciju un sadarbību ar plašsaziņas līdzekļiem, un kā tos izmantot |
| PC2 | ņemt vērā jauno informāciju un dezinformāciju; | K2 | Kā iegūt atgriezenisko saiti no mērķauditorijām |
| PC3 | pārraudzīt mērķauditoriju atbildes un atgriezenisko saiti; | K3 | Jaunās informācijas un dezinformācijas veidi un iespējamie avoti |
| Analizēt datus | PC1 | novērtēt savāktos datus, lai identificētu jomas, kuras var uzlabot jūsu komunikācijas plānā; | K1 | Kā pārraudzīt un novērtēt savu komunikācijas plānu |
| PC2 | novērtēt to, vai jūsu komunikācijas plāna īstenošana laika gaitā notiek tā, kā bija plānots; | K2 | Jūsu komunikācijas plāna *KPI* |
| PC3 | novērtēt to, vai esat sasniedzis *KPI*, kas norādīti jūsu komunikācijas plānā; |  |  |
| *Izmantot datus\* un analīzi, lai ieviestu izmaiņas* | PC1 | ja nepieciešams, nepārtraukti koriģēt sava komunikācijas plāna īstenošanu, reaģējot uz jūsu darbību pārraudzības un analīzes rezultātiem; | K1 | Kā izmantot pārraudzību un novērtēšanu, lai nepārtraukti uzlabotu komunikācijas plānu, un kad izstrādāt jaunu komunikācijas plānu |
| PC2 | izmantot sava komunikācijas plāna vērtējumu, lai nepieciešamības gadījumā pamatotu pārskatīta komunikācijas plāna izstrādi; | K2 | Kā noteikt jūsu *KPI* un uzraudzības un novērtēšanas (*M&E*) metožu piemērotību, un kā tos uzlabot |
| PC3 | noteikt to, vai galvenie darbības rādītāji, kā arī pārraudzības un novērtēšanas metodes bija piemēroti, un, ja nepieciešams, tos mainīt. |  |  |

# Glosārijs

**Piemērojamie privātuma un datu aizsardzības standarti**

Visi privātuma un datu aizsardzības standarti, kas var attiekties uz saziņas koordinatoru darbībām, tostarp Pasaules antidopinga kodekss, Privātuma un personas datu aizsardzības starptautiskais standarts (*ISPPPI*) un saistītās vadlīnijas, organizatoriskās specifikācijas un/vai reģionālie un valsts normatīvie akti.

**Komunikācijas plāns**

Komunikācijas plāns var nozīmēt:

* iekšējās komunikācijas plānu;
* ārējās komunikācijas plānu;
* sadarbības ar sociālajiem plašsaziņas līdzekļiem plānu;
* sadarbības ar plašsaziņas līdzekļiem plānu;
* institucionālo attiecību plānu;
* jebkuru līdzīgu plānu.

**Dati**

Dati, kas savākti pārraudzības un novērtēšanas vajadzībām, var ietvert:

* tīmekļa vietņu analītiskos datus;
* sociālo plašsaziņas līdzekļu analītiskos datus;
* kvalitatīvos un kvantitatīvos datus un
* datus par ieinteresēto pušu piedalīšanos, atgriezenisko saiti un iesaistīšanās līmeņiem.

**Segmentēšanas stratēģijas**

Segmentēšanas stratēģijas attiecas uz dažādajām pieejām, ko jūs varat izmantot, lai identificētu savas mērķgrupas, to vajadzības un profilus.

# Elementu uzskaitījumi

##### Komunikācijas kanāli

Komunikācijas kanāli var būt tīmekļa vietnes (uzņēmumu tīmekļa vietnes, kā arī tādas, kas saistītas ar pasākumiem), sociālo plašsaziņas līdzekļu platformas, plašsaziņas līdzekļi (drukātie plašsaziņas līdzekļi, audio plašsaziņas līdzekļi, TV), iekštīkls, e-pasta vēstules (tostarp paraksts, reklāmkarogi u. tml), pasākumi (konferences / diskusijas / tiešsaistes platformas), fiziskie aktīvi, mobilās lietotnes un ziņojumapmaiņas lietojumprogrammas

##### Komunikācijas saturs

Paziņojums plašsaziņas līdzekļiem, tēzes, informatīvi paziņojumi plašsaziņas līdzekļos, tīmekļa vietņu saturs, videosižeti, infografikas, raidieraksti, radioraidījumi, vizuālais saturs, reklāmlapas, mikrovietnes, autoru slejas, raksti, e-pasta masveida sūtījumi, *PowerPoint* prezentācijas, sociālo plašsaziņas līdzekļu saturs, mobilo lietotņu saturs, ziņojumi (teksti)

##### Plašsaziņas līdzekļu pasākumi

Intervija ar plašsaziņas līdzekļiem, preses turneja, preses konference, atbildes uz plašsaziņas līdzekļu jautājumiem, sadarbība ar plašsaziņas līdzekļiem

|  |
| --- |
| Prasmes Saskaņā ar rezultātiem, ko sniedza komunikācijas un sadarbības ar plašsaziņas līdzekļiem profesionāļu aptauja, kas 2021. gadā tika veikta visā antidopinga nozarē, tika atzīts, ka prasmju saraksts ir profesijai nepieciešams. Turpmāk ietvertajā sarakstā sīki uzskaitītas prasmes, ko 75 % aptaujāto uzskatīja par būtiskām. Jānovērtē šādas to kandidātu prasmes, kuri piesakās komunikācijas un sadarbības ar plašsaziņas līdzekļiem profesionāļa amatam:   * rakstīšana; * spēja strādāt ar organizācijai piederīgām un nepiederīgām ieinteresētajām personām; * plānošana; * spēja strādāt ar sensitīvu informāciju un saglabāt konfidencialitāti; * spēja iepazīstināt ar sarežģītu tehnisko saturu un tēmām interesantā vienkāršajā valodā/formātos; * spēja pienācīgi pavēstīt paziņojumus auditorijai; * spēja sniegt un saņemt atgriezenisko saiti; * spēja sadarboties komandā; * mērķu izvirzīšana; * laika pārvaldība / prioritāšu noteikšana; * vēlme un spēja mācīties; * kritiskā domāšana; * radošā domāšana; * analītiskā un loģiskā domāšana; * uzmanības pievēršana detaļām; * spēja izmantot teksta apstrādes izklājlapas, sociālos plašsaziņas līdzekļus, datu vizualizāciju un saziņu e-pastā; * spēja strādāt saskaņā ar kodeksu, standartiem, ētikas normām; * klausīšanās; * stratēģiskā domāšana; * emocionālā inteliģence; * spēja veikt vairākus uzdevumus vienlaikus; * runāšana; * spēja rakstīšanas stilu pielāgot platformai. |

# Līdzstrādnieki

*WADA*, vadot normatīvu izstrādes darbu, lai izstrādātu profesionālos standartus, sadarbojas ar ieinteresētajām personām un *WADA* tehniskajām grupām. Izstrādāšanas darbu attiecībā uz komunikāciju un plašsaziņas līdzekļiem veica Tehniskā darba grupa, kuras sastāvā bija:

* Aditija Kumars [*Aditya Kumar*] (*AIU*);
* Endijs Kalhūns [*Andy Colquhoun*] (Dienvidāfrikas Regbija savienība);
* Elviss Gitau [*Elvis Gitau*] (*ADAK*);
* Eva Bunthofa [*Eva Bunthoff*] (Vācijas *NADA*);
* Džeims Fitzdžeralds [*James Fitzgerald*] (*WADA*);
* Marta Navrocka [*Marta Nawrocka*] (*ITA*);
* Megana Kaminga [*Megan Cumming*] (*CCES*);
* Vanesa Reida-Ledforda [*Vanessa Reid-Ledford*] (*JADCO*).

Šo grupu vadīja antidopinga nozares izglītības profesionāle:

* Katrīna Kolē [*Catherine Coley*] (*AFLD*).

**Kvalitātes vadība**

##### Versija: 1.0

*\* Lai gan WADA šo dokumentu regulāri atjauninās, lai nodrošinātu, ka tas ir aktualizēts, 1.0 versija ir īpaši publicēta kā izmēģinājumprojekta daļa, un tā tiks pārskatīta pēc izmēģinājumu noslēgšanas.\**

**Apstiprinājusi:** *WADA* Izglītības komiteja

**Apstiprināšanas datums:** 2021. gada novembris

**Publicēšanas datums:** 2021. gada decembris

# *GLDF* pārskats

Viena no sešām *WADA* prioritātēm saskaņā ar Pasaules Antidopinga aģentūras 2020.–2024. gada stratēģisko plānu ir “palielināt ietekmi”. Saskaņā ar vienu no šīs prioritātes galvenajām iniciatīvām aģentūra ir apņēmusies “izstrādāt mācību programmas un kvalifikācijas standartus antidopinga profesionāļiem, lai uzlabotu antidopinga nozares darbinieku profesionalitāti un palielinātu to spējas”.

Tādēļ 2020. gada aprīlī *WADA* Izglītības nodaļa sāka izstrādāt Globālās mācību un profesionālās pilnveides pamatnostādnes (*GLDF*), kas tiek izmantotas, lai sagatavotu īpašas, standartizētas mācības dažādiem antidopinga profesionāļu amatiem un darītu tās pieejamas antidopinga organizācijām (ADO) un citām ieinteresētajām personām, kas pieder antidopinga kopienai visā pasaulē. *GLDF* ir noteikti amatu apraksti, profesionālie standarti un globālās mācību un profesionālās pilnveides aktivitātes profesionāļu amatiem antidopinga nozarē.

*WADA* ir izmantojusi amatu aprakstus, lai izstrādātu kvalifikācijai atbilstošas mācību programmas. Tos var lasīt līdztekus:

1) atbilstošo amatu profesionālajiem standartiem, kas raksturo paredzēto kompetences standartu attiecīgajam amatam;

2) antidopinga pamatkompetenču pamatnostādnēm, kurās sīki aprakstītas vispārpieņemtās vērtības un kompetences dažādiem amatiem antidopinga nozarē.

*\*\* Profesionālie (aroda) standarti ir labas prakses etaloni, un tie raksturo paredzēto kompetences standartu attiecīgajam amatam. Tos nedrīkst sajaukt ar starptautiskajiem standartiem, kuri ir dokumentu kopums, kura (tāpat kā Pasaules antidopinga kodeksa) uzdevums ir saskaņot antidopinga politiku, noteikumus un nolikumus antidopinga organizācijās (ADO) attiecībā uz noteiktām antidopinga programmu tehniskajām un operatīvajām daļām.\*\**