

Õppeasutus: JÄRVAMAA KUTSEHARIDUSKESKUS

TÄISKASVANUTE ESF VAHENDITEST RAHASTATAVA TÖÖALASE KOOLITUSE ÕPPEKAVA LÜHIANDMED

Õppekava nimetus: **Kaupluse müügidisain**

Õppekava kinnitamise kuupäev ja käskkirja nr. 9.oktoober 2009 nr 186-tk

Õppekavarühm: Hulgi – ja jaekaubandus

Õppekeel: eesti keel

Koolituse kogu maht ak. tundides (45 min.):	80 h
s.h. - auditoorse töö (<i>õpe loengu, seminari, õppetunni või koolis määratud muus vormis</i>) maht tundides	32 h
- praktilise töö (<i>õpitud teadmiste ja oskuste rakendamine õppekeskkonnas</i>) maht tundides	48 h
- iseseisva töö maht tundides	
Õppekava koostamise alus Kutsestandard Müügiassistent III, Kaubanduserialade RÕK, Järvamaa Kutsehariduskeskuse Müügikorralduse õppekava, Eesti säästva arengu riiklik strateegia – Säästev Eesti 21	
Kursuse läbiviimiseks vajalike sertifikaatide/litsentside olemasolu:	
Eesmärk Rakendada jaekaupluse funktsioneerimise kaasaegseid müügidisaini printsiipe ja analüüsida tarbijate reaktsiooni nendele. Kujundada olemasolevates tingimustes ja piirangutes sotsiaalselt toimiv keskkond, milline soodustab arukat ostukäitumist ja kaupluse majanduslikku arengut.	
Sihtrühm ja selle kirjeldus Kaupluste omanikud, müügispetsialistid, kes soovivad teha majanduslikult õigustatud muutusi kaubandusettevõtte töös. Optimaalne grupi suurus on 10 inimest	
Nõuded õpingute alustamiseks Kaubanduslik töökogemus ja vähemalt kutsekeskharidus.	
Õppekava struktuur 1. auditoorse töö teemad 1. Rahvusvahelised eliitkauplused – üks bränd, omand, brändi imago kujundamine, asukoht, strateegiline eesmärk, jaotuse hierarhia, kommunikatsioon, arhitektuur – 4h 2. Kaupluse õhkkond – üldpilt, väärtus, stiimulid, ostuaktiivsus, temperatuur, valgustus, muusika, lõhnad – 8h 3. Kaupluse funktsionaalsed elemendid – planeering, mugavus, privaatsus – 8h 4. Kaupluse esteetika – arhitektuur, materjalid, värvigamma, kaupade väljapanek – 4h 5. Kaupluse sotsiaalne keskkond – inimeste arv, tüüp, käitumine – 8h 2. praktilise töö lühikirjeldus 1. Tarbija valikut mõjutatavate kaubandusliku ruumi tegurite uurimine – tarbijate huvid, eelistused, ootused, ostukogemus, teeninduse maastik – 8h 2. Emotsioonide visualiseerimine – kaupade, lõhnade mõju, värvitaju, hinnasildi vormistuse, fotode, kaupluse temaatika emotsionaalse mõju hindamine ja presentatsiooni ettevalmistus – 8h 3. Vitriinide ja lettide kujunduse praktika – suurus, stiil, teema ja skeem, idee visualiseerimine, värv, sõnum, eskiis, planeering, keskpunkt, optimaalne tasakaalustus, kompositsioon, värv, valgustus, graafikalenderplaan, eelarve – 16h 4. Kauplusesisene kaubanduskunst – kaupade naabus, müügisaali planeering, kaubanduslikud seadmed, kaupade paigutamine, ekspositsioonid kaupluses, kassade ümbrus – 16h	
Nõuded õpingute lõpetamiseks Koostatud kaupluse müügidisaini pilootprojekt	