

Õppeasutus: JÄRVAMAA KUTSEHARIDUSKESKUS

TÄISKASVANUTE ESF VAHENDITEST RAHASTATAVA TÖÖALASE KOOLITUSE ÕPPEKAVA LÜHIANDMED

Õppekava nimetus: **Moe – ja trendikaupade turundus**

Õppekava kinnitamise kuupäev ja käskkirja nr. 10.oktoober 2009 nr 194-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	11 h
- praktilise töö (<i>õpitud teadmiste ja oskuste rakendamine õppekeskkonnas</i>) maht tundides	69 h
- iseseisva töö maht tundides	
Õppekava koostamise alus Kutsestandard Müügiasistent III, Kaubanduserialade RÕK, Järvamaa Kutsehariduskeskuse Müügikorralduse õppekava, Eesti säästva arengu riiklik strateegia – Säästev Eesti 21	
Kursuse läbiviimiseks vajalike sertifikaatide/litsentside olemasolu:	
Eesmärk Ühitada turunduslikult moe – ja trendikaupade esteetika, tehnoloogia ja äri kultuurilises ja sotsiaalses majandusruumis köitvaks, emotsionaalseks, loominguliseks ja dünaamiliseks ettevõtluseks. Osata lahendada moe – ja trendikaupade võtmeprobleeme, reageerida deflatsioonile ja krediteerimise vähenemisele.	
Sihtrühm ja selle kirjeldus Kaupluste omanikud, kaubandustöötajad, väikeettevõtjad, kes kavatsevad müüma hakata moe – ja trendikaupu. 10 osalejat.	
Nõuded õpingute alustamiseks Tööstuskaupade tundmine esmatasandil. Vähemalt kutsekeskharidus või 3 aastane tööstuskaupade müügikogemus.	
Õppekava struktuur 1. <u>auditoorse töö teemad</u> 1.Globaliseerumine – turud, vabakaubandus, mõju ressursidele, tootmine – 1h 2. Tarbijate segmenteerimine – eelised, printsübid, identsuse kontseptsioon, seisukohad – 2h 3.Rahvusvaheline edu – faktorid, jaekaubanduse uurimisprogrammid, jaemüüjate spetsialiseerumine – 2h 4.Moetööstuse bränd – uus tarbija, nõudlus, tehtud vead, jaekaubanduse algatused – 2h 5.Konkurentsivõimelised strateegiad – luksus, turustuskanalid, empiiriline turundus, online kommunikatsioon – 4h 2. <u>praktilise töö lühikirjeldus</u> 1. Analüüsida moemuutuste käsitlusi - põhjused ja tagajärjed – 7h 2. Segmentida turgu – turu määratlus, turukaart, klassikalised nõuded, klientsegment, tajukaart, ostukäitumine, mikroklastrid, VALS – 6h 3.Viia läbi trendi-analüüs – psühholoogilised muutused, kultuuriline tähendus, kollektiivne käitumine, uue välimuse otsing, performance art, moetsükkel – 6h 4.Brändilooma – meeskond, brändiarhitektuur, kuulajad, positsioon, isikupära, teostus, omandiõigus – 6h 5.Moesesooni trendiarendus – atribuudid, tarbija erilised asjaolud, etapid, kajastamine – 4h 6.Kreatiivne moedisain – protsess, etapid, faasid, kauba elutsükkel, 4D (designers, developers, distributors, displausers) mudel – 16h 7. Tarbijate „negatiivne valik” – sümboolne tarbimine, negatiivse stereotüübi muutmine – 8h 8.Moe- ja trendikaupade turundusplaani koostamine – uuringud, kliendi profiil, tarnijad.sortiment, PR ja reklaam, eelarve koostamine, riskide analüüs - 16h	
Nõuded õpingute lõpetamiseks Koostatud moe – ja trendikaupade turundusplaani	