

TALLINNA MAJANDUSKOOL

MÜÜGIJUHT, tase 5 jätkuõpe
RAKENDUSKAVA
Mittestatsionaarne õppevorm

Põhiõpingute moodulid

Mooduli nr	MOODULI NIMETUS			Maht
1	ETTEVÖTTE MÜÜGIEESMÄRKIDE PÜSTITAMINE, KONTROLL JA TULEMUSTE TAGAMINE			35 EKAP (sh 15 EKAP praktika)
<p>Eesmärk: õpetusega taotletakse, et õpilane tuleb toime ettevõtte müügieesmärkide püstitamise, kontrolli ja tulemuste tagamisega lähtudes ettevõtte strateegiast ja kehtestatud regulatsioonidest</p>				
<p>Nõuded mooduli alustamiseks: puuduvad</p>				
<p>Õpetajad: Rain Arro; Marius Kuningas; Rain Veetõusme; Ott Alemaa; Mare Muskat; Riina Rohelaan; Anti Radik</p>				
Õpiväljundid	Hindamiskriteeriumid	Õppemeetodid	Hindamismeetodid ja ülesanded	Mooduli teemad
<ul style="list-style-type: none"> • Mõistab ettevõtte strateegia olemust ja müügijuhi rolli organisatsiooni eesmärkide täitmisel (1.1; 1.2; 1.4) • Mõistab toodete väärtuspakkumise kujunemise põhimõtteid arvestades ettevõtte üldist strateegiat (1.3) 	<ul style="list-style-type: none"> • Analüüsib sh praktilisel ettevõtte müügistrateegiat lähtudes ettevõtte eesmärkidest (1.1; 1.2; 1.4) • Teeb ettepanekuid sh praktilisel toodete väärtuspakkumise kujundamiseks lähtudes ettevõtte strateegiast (1.3) 	<ul style="list-style-type: none"> • Suhtluspõhised loengud • Juhtumianalüüs-müügisituatsioonide lahendamine • Teemapõhise kirjanduse analüüs • Müügiaruannete ning prognooside koostamine 	<ul style="list-style-type: none"> • Rühmatöö: ettevõtete müügistrateegiate analüüs (1.1; 1.2; 1.4) • Praktiline ülesanne väärtuspakkumise kujundamisest (1.3) • Praktiline ülesanne müügiplaani ja tegevuskava koostamisest ja rakendamisest (1.5; 1.6; 1.8) 	<p>1. Müügiorganisatsioon 15 EKAP (sh 6 EKAP praktika)</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.1 Müügistrateegia 1.2 Müügijuhi koostöö teiste valdkondade juhtidega 1.3 Toote väärtuspakkumine 1.4 Koostöö edasimüüjate ja hankijatega 1.5 Müügiplaani koostamine, eelarvestamine 1.6 Müügieesmärkide jagamine ja töökorraldus meeskonnas 1.7 Müügitöötajate töötasu kujunemine 1.8 Geograafiliselt hajutatud müügimeeskond 1.9 Müügiaruandlus 1.10 Müügijuhi IT abivahendid

<ul style="list-style-type: none"> • Kavandab müügiplaani, tegevuskava ja meeskonna lähtudes ettevõtte müügistrateegiast (1.5; 1.6; 1.8; 1.10) • Rakendab müügitöötajatele motiveerivaid tasustamise põhimõtteid (1.7) • Analüüsib müügitulemusi toetudes müügiplaanile (1.9; 1.10) 	<ul style="list-style-type: none"> • Koostab ettevõtte müügiplaani ja tegevuskava vastavalt etteantud kriteeriumitele (1.5) • Organiseerib müügiplaani elluviimise müügimeeskonna poolt (1.6; 1.8; 1.10) • Kirjeldab sh praktikal ettevõtte müügimeeskonna võimalikku töötasu süsteemi vastavalt etteantud kriteeriumitele (1.7) • Koostab sh praktikal müügiaruande ja tõlgendab saadud andmeid (1.9) 	<p>kasutades IT-vahendeid</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Praktiline ülesanne müügitöötajate töötasu kujundamisest (1.7) • Koostab müügianalüüsi vastavalt etteantud juhendile (1.9; 1.10) • Praktikaaruande koostamine ja kaitsmine (1.11) 	<p>1.11 Praktika töökeskkonnas</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Loob jätkusuutlikke kliendisuheteid tuginedes ettevõtte kliendihalduse põhimõtetele (2.1; 2.2; 2.3; 2.4; 2.5; 2.6) • Koostab nõuetele vastava müügipakkumise ja -lepingu (2.7; 2.8; 2.9) • Teab õiguslikele regulatsioonidele tuginevaid võlgnikega töötamise põhimõtteid (2.10) 	<ul style="list-style-type: none"> • Demonstreerib sh praktikal erinevaid müügivõtteid erinevates müügikanalites järgides ettevõtte kliendihalduse põhimõtteid (2.1; 2.2; 2.3; 2.4; 2.5; 2.6) • Koostab sh praktikal korrektse müügipakkumise ja müügilepingu vastavalt etteantud kriteeriumitele (2.7; 2.8; 2.9) • Koostab kliendi 	<ul style="list-style-type: none"> • Suhtluspõhised loengud • Rollimängud • Teemapõhise kirjanduse analüüs • Müügilepingute koostamine • Esitlus ja eneserefleksioon 	<ul style="list-style-type: none"> • Rollimäng : valmistab ette ja viib läbi näitliku kliendikohtumise ja tootesitluse (2.1; 2.2; 2.3; 2.4; 2.5; 2.6) • Praktiline töö: pakkumise ja müügilepingualaste kaasuste lahendamine (2.7; 2.8; 2.9) • Praktiline töö: kliendi võlgnevuse 	<p>2. Müügiläbirääkimised 11 EKAP (sh 5 EKAP praktika)</p> <p>2.1 Kliendisuhete loomine ja arendamine</p> <p>2.2 Esinemisoskus</p> <p>2.3 Silmast-silma suhtlus</p> <p>2.4 Telefonimüük</p> <p>2.5 Kirjalik eneseväljendus sh ametikirjad</p> <p>2.6 Esitluste läbiviimine</p> <p>2.7 Müügipakkumiste koostamine</p> <p>2.8 Müügilepingute koostamine ja sõlmimine</p> <p>2.9 Müügitööd mõjutav seadusandlus</p> <p>2.10 Töö võlgnikega</p> <p>2.11 Praktika töökeskkonnas</p>

	võlgnevuse lahendamiseks tegevuskava (2.10)		lahendamine (2.10) <ul style="list-style-type: none"> • Praktikaaruande koostamine ja kaitsmine (2.11) 	
<ul style="list-style-type: none"> • Mõistab CRM-programmide peamisi toimimispehõhimõtteid (3.1) • Tunneb kliendisegmenteerimise võimalusi efektiivse müügi teostamiseks (3.2) • Rakendab segmendipõhiseid müügivõtteid vastavalt ettevõtte strateegiale (3.3; 3.7; 3.8) • Teenindab ja haldab kliente vastavalt teeninduse heale tavale ja ettevõtte väärtustele (3.4; 3.5; 3.6) 	<ul style="list-style-type: none"> • Kirjeldab sh praktikal CRM programmide funktsionaalsust (3.1) • Hindab sh praktikal segmenteerimiseks ettevõtte kliendiportfelli (3.2) • Valib sh praktikal sobilikud müügivõtted ja kanalid vastavalt kliendisegmendile (3.3; 3.7; 3.8) • Analüüsib sh praktikal teenindusolukorra lahendamist kliendisuhete hoidmiseks (3.4; 3.5) • Analüüsib sh praktikal erinevaid lojaalsusprogramme (3.6) 	<ul style="list-style-type: none"> • Suhtluspõhised loengud • Praktilised ülesanded • Juhtumianalüüsid • Teemapõhise kirjanduse analüüs • Võrdlusanalüüs (lojaalsus-programmid) 	<ul style="list-style-type: none"> • Praktiline ülesanne: CRM programmi analüüs (3.1) • Praktiline ülesanne: klientide segmenteerimine ja müügi tegevusplaan vastavalt tarbimisprofiilile (3.2; 3.3; 3.7; 3.8) • Juhtumi analüüs teenindusolukorra lahendamiseks (3.4; 3.5) • Grupitöö: lojaalsusprogrammide võrdlus (3.6) • Praktikaaruande koostamine ja kaitsmine (3.9) 	<p>3. Kliendihaldus 9 EKAP (sh 4 EKAP praktika)</p> <p>3.1 CRM programmid (p)</p> <p>3.2 Klientide segmenteerimine</p> <p>3.3 Segmendikeskne müük</p> <p>3.4 Infovahetus kliendiga (p)</p> <p>3.5 Klientide teenindamine, haldamine ja kinnistamine (p)</p> <p>3.6 Kliendilojaalsus (p)</p> <p>3.7 Kliendipäevade ja kliendiürituste korraldamine (p)</p> <p>3.8 Ametikohtumiste korraldamine</p> <p>3.9 Praktika töökeskkonnas</p>
Iseseisev töö moodulis:	Teemapõhise kirjanduse lugemine ja analüüs; hindamisülesannete, rühmatööde, praktiliste tööde ettevalmistamine, esitluste koostamine; praktikaaruande koostamine.			
Mooduli hinde kujunemine:	Moodulit hinnatakse mitteeristavalt. Hinne kujuneb kõikide ettenähtud suuliste ja kirjalike tööde sooritamisel positiivsele tulemusele. Hindamise eeluduseks on aruteludes ja rühmatöodes osalemine, praktiliste tööde ja praktika sooritamine, hindamisülesannete sooritamine vähemalt lävendi tasemel.			
Hindamiskriteeriumid:	Moodul loetakse arvestatuks, kui õpilane: <ul style="list-style-type: none"> • Analüüsib ettevõtte müügistrateegiat lähtudes ettevõtte eesmärkidest (1.1; 1.2; 1.4) • Teeb ettepanekuid toodete väärtuspakkumise kujundamiseks lähtudes ettevõtte strateegiast (1.3) 			

	<ul style="list-style-type: none"> ● Koostab ettevõtte müügiplaani ja tegevuskava vastavalt etteantud kriteeriumitele (1.5) ● Organiseerib müügiplaani elluviimise müügimeeskonna poolt (1.6; 1.8; 1.10) ● Kirjeldab ettevõtte müügimeeskonna võimalikku töötasu süsteemi vastavalt etteantud kriteeriumitele (1.7) ● Koostab müügiaruande ja tõlgendab saadud andmeid (1.9) ● Demonstreerib erinevaid müügivõtteid erinevates müügikanalites järgides ettevõtte kliendihalduse põhimõtteid (2.1; 2.2; 2.3; 2.4; 2.5; 2.6) ● Koostab korrektse müügipakkumise ja müügilepingu vastavalt etteantud kriteeriumitele (2.7; 2.8; 2.9) ● Koostab kliendi võlgnevuse lahendamiseks tegevuskava (2.10) ● Kirjeldab CRM programmide funktsionaalsust (3.1) ● Hindab segmenteerimiseks ettevõtte kliendiportfelli (3.2) ● Valib sobilikud müügivõtted ja kanalid vastavalt kliendisegmendile (3.3; 3.7; 3.8) ● Analüüsib teenindusolukorra lahendamist kliendisuhete hoidmiseks (3.4; 3.5) ● Analüüsib erinevaid lojaalsusprogramme (3.6)
Kasutatav õppekirjandus /õppematerjal	<ul style="list-style-type: none"> ● Cialdini, R. Mõjustamise psühholoogia. Pegasus 2014 ● Diamond, S., Edukad läbirääkimised. Ersen 2012 ● Lewicki, R., J., Läbirääkimised: kuidas sõlmida kokkuleppeid ja lahendada konflikte, Väike Vanker 2007 ● Shell, G. R., Edukad läbirääkimised: kuidas jõuda eesmärgini, Pegasus 2005 ● Talab, Stefan A. Meisterlääbirääkija: tark mees taskus. Viin: Comeon 2016 ● Unt, I. Tulemuslikud läbirääkimised. Äripäeva Kirjastus 2005 ● T. Nagle, J. Hogan, Hind, Strateegia ja taktika, 2006 ● P. Underhill, Miks me ostame, 2006 ● R. Alas, Strateegiline juhtimine, 2005 ● T. Muring, Isiklik müük , 1997 ● Z. Ziglar, Ziglari müügisaladused, 2000 ● A. Zoltners, P. Sinha, S. Lorimer, Sales Force Design, 2004 ● A. Vihalem, Marketing. Hind, müük ja reklaam, Tallinn, 1996 ● K. Jalak Müügiprotsessi seitse astet, 2006 ● T. Niiberg. Suhtlemise kuldreeglid. Tunnusta, naerata ja kehtesta. Tallinn, Pegasus, 2011 ● Soone, I. Kliendilojaalsuse kuldraamat. Kuidas võita ja hoida kliente. Äripäev, 2010 ● Watkinson, M. Hea kliendikogemuse kümme põhimõtet. Äripäev, 2016

Mooduli nr	MOODULI NIMETUS		Maht	
2	MÜÜGIMEESKONNA JUHTIMINE, ARENDAMINE JA MOTIVEERIMINE		16 EKAP (sh 5 EKAP praktika)	
Eesmärk: õpetusega taotletakse, et õpilane tuleb toime müügimeeskonna juhtimise ja arendamisega				
Nõuded mooduli alustamiseks: nõuded puuduvad				
Õpetajad: Anti Radik; Mare Muskat; Riina Rohelaan; Kersti Pärn; Lily Loidap				
Õpiväljundid	Hindamiskriteeriumid	Õppemeetodid	Hindamismeetodid ja ülesanded	Mooduli teemad
<ul style="list-style-type: none"> Kasutab sobivaid juhtimisstiile vastavalt olukorrale (1.1; 1.2; 1.3; 2.6; 2.7) Teab, kuidas müügimeeskonda komplekteerida lähtudes ettevõtte vajadusest ja müügistrateegiast (2.1) Juhendab ja arendab müügimeeskonda ettevõtte eesmärkide täitmiseks ning töötajate motivatsiooni tagamiseks (2.2; 2.3; 2.4; 2.5) Mõistab, millistest etappidest ja tegevustest koosneb projekti ja protsessi juhtimine (3.1; 3.2; 3.3) Koostab projektikavandi ja tugineb sellele tuginedes (3.4; 3.5; 3.6) Koostab protsessikaarte vastavalt organisatsiooni eesmärkidele (3.1; 3.2) 	<ul style="list-style-type: none"> Analüüsib sh praktikal müügimeeskonnajuhi rolli ja kompetentse (1.1; 1.2; 1.3; 2.1-2.7) Koostab sh praktikal müüginõupidamise plaani vastavalt etteantud situatsioonile ja viib läbi müüginõupidamise (2.4; 2.7) Analüüsib sh praktikal müügiüksuse töötajate kompetentse ja koostab meeskonna arendusplaani (2.1) Analüüsib sh praktikal müügimeeskonna personalivajadust ja kavandab värbamistegevuse (2.1) Demonstreerib koolitaja kompetentse (2.2; 1.3; 2.3; 2.6) Viib läbi arenguveestluse/ coachimise lühisessiooni 	<ul style="list-style-type: none"> Suhtluspõhised loengud Praktilised ülesanded Juhtumianalüüsid Teemapõhise kirjanduse analüüs Kompetentsikaartide analüüs Esitluste läbiviimine 	<ul style="list-style-type: none"> Praktilised harjutused: müügi juhi tööga seotud situatsioonolukordade lahendamine (1.1; 1.2; 1.3; 2.6; 2.7) Praktiline töö: müüginõupidamise plaani ettevalmistamine ning läbiviimine (2.4; 2.7) Praktiline töö: müügiüksuse töötajate kompetentse analüüs ja arendustegevuste planeerimine (2.1) Praktiline töö: müügimeeskonna personalivajaduse ja värbamistegevuse kavandamine (2.1) Praktiline harjutus: lühikoolituse ettevalmistamine, läbiviimine ja hindamine (2.2; 2.3) Praktiline harjutus: arenguveestluse/ coachimise läbiviimine (2.4; 2.5; 2.6) 	<p>1 Juht kui liider 3 EKAP</p> <p>1.1 21. sajandi juhi kompetentsid</p> <p>1.2 Juhtimisstiilid, -funktsioonid ja rollid</p> <p>1.3 Suhtlemispsühholoogia ja toimetulek pingelolukorras</p> <p>2 Töö müügimeeskonnaga 9 EKAP (sh 4 EKAP praktika)</p> <p>2.1 Müügimeeskonna komplekteerimine</p> <p>2.2 Väljaõpetamine, juhendamine ja arendamine</p> <p>2.3 Juht kui koolitaja</p> <p>2.4 Motiveerimine, kontrollimine, tagasisidestamine</p> <p>2.5 Müügimeeskonna hindamine, arenguveestlused ja coachimine</p> <p>2.6 Probleemide ennetamine ja lahendamine meeskonnas</p> <p>2.7 Müüginõupidamiste läbiviimine</p> <p>2.8 Praktika töökeskkonnas</p> <p>3 Protsessi ja projekti juhtimine 4 EKAP (sh 1 EKAP praktika)</p> <p>3.1 Protsessikaartide vajadus</p> <p>3.2 ja kasutamine organisatsioonis</p> <p>3.3 Protsessikaartide koostamine</p>

	<p>(2.4; 2.5; 2.6)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Loob protsessikaardi vastavalt ette antud situatsioonile (3.1; 3.2) • Võrdleb sh praktikal projekti- ja tavatöö eripära (3.3) • Analüüsib projektijuhtimise rakendamist organisatsioonis ja toob asjakohaseid näiteid (3.1; 3.2; 3.3; 3.6) • Kavandab ning esitleb arendusprojekti läbiviimise, kirjeldab projekti eesmärki, ajakava ja eelarvet (3.1; 3.2; 3.3; 3.4; 3.5) 		<ul style="list-style-type: none"> • Praktikaaruande koostamine ja kaitsmine (2.8) • Projekti ja tavatöö eripärade võrdlev analüüs (3.1) • Juhtumianalüüs: projektijuhtimise rakendamine organisatsioonis (3.1; 3.2; 3.3) • Praktiline ülesanne: projekti koostamine ja läbiviimine (3.1; 3.2; 3.3; 3.6) • Praktiline ülesanne: projekti esitlemine ja kaitsmine (3.5) • Praktiline ülesanne: protsessikaartide koostamine (3.4; 3.5) 	<p>3.4 Projekti- ja protsessipõhise töö erinevused. Projekti etapid</p> <p>3.5 Projekti kavandamine ja jälgimine sh riskide planeerimine</p> <p>3.6 Projektide esitlemine ja tagasisidestamine</p> <p>3.7 Projekti läbiviimine. Ebaõnnestumise vältimise peamised tegurid</p>
Iseseisev töö moodulis:	Teemapõhise kirjanduse lugemine ja analüüs; hindamisülesannete, rühmatööde, praktiliste tööde ettevalmistamine, esitluste koostamine; praktikaaruande koostamine.			
Mooduli hinde kujunemine:	Moodulit hinnatakse mitmeeristavalt. Hinne kujuneb kõikide ettenähtud suuliste ja kirjalike tööde sooritamisel positiivsele tulemusele. Hindamise eeluduseks on aruteludes ja rühmatöödes osalemine, praktiliste tööde ja praktika sooritamine, hindamisülesannete sooritamine vähemalt lävendi tasemel.			
Hindamiskriteeriumid:	Moodul loetakse arvestatuks, kui õpilane: <ul style="list-style-type: none"> • Analüüsib müügimeeskonnajuhi rolli organisatsioonis (1.1; 1.2; 1.3; 2.6) • Koostab müüginõupidamise plaani vastavalt etteantud situatsioonile (2.4; 2.7) • Analüüsib müügiüksuse töötajate kompetentse ja koostab värbamisplaani (2.1) • Demonstreerib koolitaja kompetentse (2.2; 2.3) • Viib läbi arenguestluse/ coachimise lühisessiooni (2.4; 2.5; 2.6) • Loob protsessikaardi vastavalt ette antud situatsioonile (3.1; 3.2) 			

	<ul style="list-style-type: none"> • Võrdleb projekti- ja tavatöö eripära (3.3) • Analüüsib projektijuhtimise rakendamist organisatsioonis ja toob asjakohaseid näiteid (3.1; 3.2; 3.3; 3.6) • Kavandab ning esitleb arendusprojekti läbiviimise, kirjeldab projekti eesmärki, ajakava ja eelarvet (3.1; 3.2; 3.3; 3.4; 3.5)
Kasutatav õppekirjandus /õppematerjal	<ul style="list-style-type: none"> • Alas, R. Strateegiline juhtimine. Külim 2001 • Hermarij, J. The better practices of Project management. Van Haren 2013 • Lencioni, P. Viis põhjust, miks meeskonnad ei toimi. Pegasus 2008 • Perens, A. Projektijuhtimine. Külim 2001 • Projektijuhtimise käsiraamat. Äripäeva kirjastus 2000 • www.bizagi.com

Valikõpingute moodulid

Valikmooduli nr	MOODULI NIMETUS	Maht õppenädalates /EKAP		
1	Turundustegevuse korraldamine	3 EKAP		
Eesmärk: õpetusega taotletakse, et õpilane tuleb toime turundustegevuse korraldamisega lähtudes ettevõtte eesmärkidest				
Nõuded mooduli alustamiseks: puuduvad				
Õpetajad: Rain Arro				
Õpiväljundid	Hindamiskriteeriumid	Õppemeetodid	Hindamismeetodid ja ülesanded	Mooduli teemad (maht)
<ul style="list-style-type: none"> Mõtestab ettevõtte turundustegevust vastavalt olukorrale turul (1; 2; 7; 8; 12) Valib sobivad tooted ja turundustegevused vastavalt kliendisegmendile (2; 3; 4; 5; 6) Valib kampaania koostamisel e-turunduse kanalid ja määrab kanalitele sihtrühmad (11) Koostab turunduskampaania ja analüüsib kampaania tulemusi (9; 10) 	<ul style="list-style-type: none"> Positsioneerib ettevõtte ja selle tooted turul vastavalt etteantud olukorrale (1; 2; 7; 8; 12) Analüüsib erinevate kliendigruppide vajadusi lähtudes ettevõtte toodete portfelist vastavalt kliendi ootustele ning ettevõtte eesmärkidele (2; 3; 4; 5; 6) Leiab e-kanalitele õige sihtsegmenti vastavalt etteantud olukorrale (11) Analüüsib turunduskampaania tulemusi vastavalt etteantud kriteeriumitele (9; 10) 	<ul style="list-style-type: none"> Suhtluspõhised loengud Praktilised ülesanded Juhtumianalüüsid Teemapõhise kirjanduse analüüs 	<ul style="list-style-type: none"> Rühmatöö: hinnangu andmine ettevõtte positsioonile turul, selle toodetele ja klientidele (1; 2; 7; 8; 12) Praktiline töö: erinevate kliendigruppide vajaduste analüüs (2; 3; 4; 5; 6) Rühmatöö: sihtsegmentide määratlemine vastavalt e-kanalile (11) Praktiline töö: koostab turunduskampaania vastavalt eelarvele ning analüüsib tulemusi (9; 10) 	<ol style="list-style-type: none"> Turu segmenteerimine Turunduskompleks Toote kolm tasandit Toodete portfelli Klientide vajadused ning soovid Tarbijate ostukäitumine Turundust mõjutavad trendid Turunduskeskkond Turunduskommunikatsiooni olemus Kampaaniate elluviimine ja eelarve E-turunduse kanalid Kaubamärk/bränd
Iseseisev töö moodulis:	Teemapõhise kirjanduse lugemine ja analüüs; hindamisülesannete, rühmatööde, praktiliste tööde ettevalmistamine, esitluste koostamine.			
Mooduli hinde kujunemine:	Moodulit hinnatakse mitteeristavalt. Hindamise eelduseks on aruteludes ja rühmatöödes osalemine, praktiliste tööde ja praktika sooritamise, hindamisülesannete sooritamise vähemalt lävendi tasemel.			
Hindamiskriteeriumid:	Moodul loetakse arvestatuks, kui õpilane:			

	<ul style="list-style-type: none"> ● Positioneerib ettevõtte ja selle tooted turul vastavalt etteantud olukorrale (1; 2; 7; 8; 12) ● Analüüsib erinevate kliendigruppide vajadusi lähtudes ettevõtte toodete portfelist vastavalt kliendi ootustele ning ettevõtte eesmärkidele (2; 3; 4; 5; 6) ● Leiab e-kanalitele õige sihtsegmendi vastavalt etteantud olukorrale (11) ● Analüüsib turunduskampaania tulemusi vastavalt etteantud kriteeriumitele (9; 10)
<p>Kasutatav õppekirjandus /õppematerjal</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Aken A., „Firma pidu“ Äripäeva Kirjastus 2006 ● Arvola R., „Turunduskommunikatsioon“, Külim 2002 ● Jantsch J., „Soovitusmootor. Kuidas panna äri end ise turundama“ Äripäev 2012 ● Kotler P., „Kotleri turundus“, Pegasus 2007 ● Kotter J.P., Whitehead L.A., „Ideemüük“ Äripäev 2011 ● Kuusik A.jt., „Teadlik turundus“ Tartu Ülikool 2011 ● Soone I., „Kliendilojaalsuse kuldraamat“ Äripäev 2010 ● Stull C.jt., „Õigel lainel. Äritõed, mis eristavad turuliidreid ebaõnnestujatest“ Äripäev 2009 ● Underhill P., „Miks me ostame“ Eesti Ekspressi Kirjastus 2006

Valikmooduli nr	MOODULI NIMETUS	Maht õppenädalates /EKAP		
2	Tootearendus	3 EKAP		
Eesmärk: õpetusega taotletakse, et õpilane tuleb toime tootearenduse põhimõtete rakendamisega kliendi väärtusloomes				
Nõuded mooduli alustamiseks: puuduvad				
Õpetajad: Ott Alemaa				
Õpiväljundid	Hindamiskriteeriumid	Õppemeetodid	Hindamismeetodid ja ülesanded	Mooduli teemad (maht)
<ul style="list-style-type: none"> Mõistab toote elutsükli ja tooteinnovatsiooni turuvajadusest lähtuvalt (1; 2) Rakendab tootearenduse põhimõtteid kliendi väärtusloomes (2; 3) Toob turule uue toote ja kujundab tegevusplaani (3; 4; 5) 	<ul style="list-style-type: none"> Analüüsib toote elutsükli ja turusituatsiooni vastavalt etteantud kriteeriumitele (1; 2) Teostab tootearenduse- ja disaini protsessi, arvestades turu arenguid ning kliendi vajadusi ja ootusi (2; 3) Loob tooteidee ja kujundab toote turuletoomise kava (3; 4; 5) 	<ul style="list-style-type: none"> Suhtluspõhised loengud Uute toodete ja teenuste väljatöötamine-praktilised ülesanded Teemapõhise kirjanduse analüüs Turuuringu läbiviimine Juhtumianalüüs 	<ul style="list-style-type: none"> Praktiline töö: tootearenduse- ja disaini protsessi näidete analüüs (1; 2) Iseseisev töö: turuuring uute toodete ja teenuste vajaduse kohta (3) Praktiline rühmatöö: uue toote väljatöötamine ja turuletoomise kava koostamine (4; 5) 	<ol style="list-style-type: none"> Toote elutsükkel Tooteinnovatsioon Toodete arendamine vastavalt turuanalüüsile ja klientide tagasisidele Tootearenduse protsess (nt. prototüüpimine) Uue toote turuletoomine Toote omahinna arvutamine
Iseseisev töö moodulis:	Teemapõhise kirjanduse lugemine ja analüüs; hindamisülesannete, rühmatööde, praktiliste tööde ettevalmistamine, esitluste koostamine.			
Mooduli hinde kujunemine:	Moodulit hinnatakse mitteeristavalt. Hinne kujuneb kõikide ettenähtud suuliste ja kirjalike tööde sooritamisel positiivsele tulemusele. Hindamise eelduseks on aruteludes ja rühmatöodes osalemine, praktiliste tööde ja hindamisülesannete sooritamine vähemalt lävendi tasemel.			
Hindamiskriteeriumid:	Moodul loetakse arvestatuks, kui õpilane: <ul style="list-style-type: none"> Analüüsib toote elutsükli ja turusituatsiooni vastavalt etteantud kriteeriumitele (1; 2) Teostab tootearenduse- ja disaini protsessi, arvestades turu arenguid ning kliendi vajadusi ja ootusi (2; 3) Loob tooteidee ja kujundab toote turuletoomise kava (3; 4; 5) 			
Kasutatav õppekirjandus /õppematerjal	<ul style="list-style-type: none"> Tootearendus (2006). http://www.tartu.ee/data/Tootearendus.pdf Osterwalder, A.; Pigneur, Y. Ärimudeli generatsioon (2014) Meybaum, H.(2014).<i>The Art of Product Design: Changing How Things Get Made</i>. Publisher: John Wiley & Sons. Intellektuaalomand. http://www.intellektuaalomand.edicypages.com/intellektuaalomand 			

- | | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none">● Kolk, A. Tootearenduse seminar (1/3) audioslaidid https://www.youtube.com/watch?v=laBqArhISg4● Kütt, A. - Tootearenduse seminar (2/3) audioslaidid https://www.youtube.com/watch?v=tJik3PpqND4● Mõtlük, R. (Metec) - Tootearenduse seminar (3/3) audioslaidid https://www.youtube.com/watch?v=2eW_XirIFxY● Kuusik, A. Eduka brändi teadlik loomine. Teemahommik https://www.youtube.com/watch?v=dpPsMgxxg1uU● Karu, S. Kulude juhtimine ja arvestus tulemuslikkusele suunatud organisatsioonis I osa, Tartu : Rafiko, 2008 |
|--|---|

Valikmooduli nr	MOODULI NIMETUS	Maht õppenädalates /EKAP		
3	Suurkliendihaldus	2 EKAP		
Eesmärk: õpetusega taotletakse, et õpilane tuleb toime suurkliendi segmendile kohaste müügi- ja haldustegevuste rakendamisega lähtudes õigusaktidest				
Nõuded mooduli alustamiseks: puuduvad				
Õpetajad: Ott Alemaa				
Õpiväljundid	Hindamiskriteeriumid	Õppemeetodid	Hindamismeetodid ja ülesanded	Mooduli teemad (maht)
<ul style="list-style-type: none"> Mõistab müügi eripära avalikule sektorile (1) Rakendab suurkliendi segmendile kohaseid müügi- ja haldustegevusi (2) 	<ul style="list-style-type: none"> Koostab hankepakkumuse järgides etteantud hanketingimusi (1) Analüüsib suurkliendile suunatud müügi- ja haldustegevuste vajadust vastavalt etteantud kriteeriumitele (2) 	<ul style="list-style-type: none"> Suhtluspõhised loengud Praktilised ülesanded Teemapõhise kirjanduse analüüs Portfellianalüüs 	<ul style="list-style-type: none"> Praktiline ülesanne: hankepakkumuse koostamine (1) Iseseisev töö: kliendiportfelli analüüs kliendilojaalsuse ja müügimahtude kasvatamise eesmärgil (2) 	<ol style="list-style-type: none"> Müük avaliku sektori klientidele ja osalemine hangetes Suurärikliendihaldus ja müük
Iseseisev töö moodulis:	Teemapõhise kirjanduse lugemine ja analüüs; hindamisülesannete, rühmatööde, praktiliste tööde ettevalmistamine, esitluste koostamine.			
Mooduli hinde kujunemine:	Moodulit hinnatakse mitteeristavalt. Hindamise eelduseks on aruteludes ja rühmatöodes osalemine, praktiliste tööde ja hindamisülesannete sooritamine vähemalt lävendi tasemel.			
Hindamiskriteeriumid:	Moodul loetakse arvestatuks, kui õpilane: <ul style="list-style-type: none"> Koostab hankepakkumuse järgides etteantud hanketingimusi (1) Analüüsib suurkliendile suunatud müügi- ja haldustegevuste vajadust vastavalt etteantud kriteeriumitele (2) 			
Kasutatav õppekirjandus /õppematerjal	<ul style="list-style-type: none"> Implementing key account management : designing customer-centric processes for mutual growth / Javier Marcos, Mark Davies, Rodrigo Guesalaga and Sue Holt. New York : Kogan Page Ltd, [2018] Key account management and planning : the comprehensive handbook for managing your company's most important strategic asset / Noel Capon. New York [etc.] : Free Press, c2001 Service operations dynamics : managing in an age of digitization, disruption and discontent / Henk Akkermans ; foreword by Chris Voss Basingstoke, Hampshire : Palgrave Macmillan, 2018 Riigihangete seadus https://www.riigiteataja.ee/akt/101072017001 			

Valikmooduli nr	MOODULI NIMETUS	Maht õppenädalates /EKAP		
4	Finantsarvestus ja -analüüs	2 EKAP		
Eesmärk: õpetusega taotletakse, et õpilane tuleb toime ettevõtte maksevõimelisuse ning varude ja ostjate arvete juhtimise hindamisega, kasutades sobivaid analüüsimeetodeid				
Nõuded mooduli alustamiseks: puuduvad				
Õpetajad: Ingrid Kääp				
Õpiväljundid	Hindamiskriteeriumid	Õppemeetodid	Hindamismeetodid ja ülesanded	Mooduli teemad (maht)
<ul style="list-style-type: none"> Hindab ettevõtte likviidsust ja jätkusuutlikkust ning võimet tasuda võetud kohustusi kasutades sobivaid analüüsimeetodeid (1; 2; 3) 	<ul style="list-style-type: none"> Annab hinnangu ettevõttele kasutades suhtarvude analüüsi: likviidsus, rentaablus, efektiivsus (1; 2; 3) Teeb analüüsi tulemustest järeldused ja ettepanekud (1; 2; 3) 	<ul style="list-style-type: none"> Selgitav loeng finantsaruandlusest. Enamkasutatud suhtarvud ettevõtte hindamiseks Praktiline töö Suhtarvude kasutamine, andmaks hinnanguid ettevõtte kasumlikkusele, efektiivsusele ja likviidsusele 	<ul style="list-style-type: none"> Praktiline töö: ettevõtte analüüs enim kasutatavate suhtarvudega (1; 2; 3) 	<ol style="list-style-type: none"> Finantsaruannete tutvustus Enam kasutatavad suhtarvud (lühiajaliste kohustiste kattekordaja, happetest, võlakordaja, arvete laekumise välde, varude käibevälde, bruto- ja puhasrentaablus) Suhtarvude praktiline kasutamine
Iseseisev töö moodulis:	Teemapõhise kirjanduse lugemine ja analüüs; hindamisülesannete, rühmatööde, praktiliste tööde ettevalmistamine, esitluste koostamine.			
Mooduli hinde kujunemine:	Moodulit hinnatakse mitteeristavalt. Hindamise eelduseks on aruteludes ja rühmatöodes osalemine, praktiliste tööde ja hindamisülesannete sooritamine vähemalt lävendi tasemel.			
Hindamiskriteeriumid:	Moodul loetakse arvestatuks, kui õpilane <ul style="list-style-type: none"> Annab hinnangu ettevõttele kasutades suhtarvude analüüsi: likviidsus, rentaablus, efektiivsus (1; 2; 3) Teeb analüüsi tulemustest järeldused ja ettepanekud (1; 2; 3) 			
Kasutatav õppekirjandus /õppematerjal	<ul style="list-style-type: none"> Loengumaterjalid (ÕIS-is) Tearu, A, Krumm, E. Ettevõtte finantsjuhtimine, Pegasus, Tallinn 2008 Karu, S. Kulude juhtimine ja arvestus tulemuslikkusele suunatud organisatsioonis I osa, Tartu : Rafiko, 2008 			

Valikmooduli nr	MOODULI NIMETUS	Maht õppenädalates /EKAP		
5	Müük ekspordiks	2 EKAP		
Eesmärk: õpetusega taotletakse, et õpilane tuleb toime välisturu ärilise potentsiaali analüüsimise ja ekspordi tegevuse korraldamisega				
Nõuded mooduli alustamiseks: puuduvad				
Õpetajad: Marius Kuningas				
Õpiväljundid	Hindamiskriteeriumid	Õppemeetodid	Hindamismeetodid ja ülesanded	Mooduli teemad (maht)
<ul style="list-style-type: none"> Mõistab ekspordi planeerimise ja korraldamise olulisi etappe ja valmistab ette erinevateks ekspordiga seotud üritusteks (1; 2; 3) Annab sisendeid ekspordiga seotud dokumentatsiooni (sertifikaadid, ATA märkmikud) (4; 5; 6; 7; 8) Teab ekspordiga kaasnevaid juriidilisi nõudmisi (9) 	<ul style="list-style-type: none"> Viib läbi sihtturgude analüüse (1; 2) Viib läbi partnerotsinguid (3) Selgitab erinevaid tolliprotseduure ja neid välistavaid meetmeid (6; 7; 8; 9) Kirjeldab EL-sisese ja EL välise ekspordi spetsiifikat (4; 5) 	<ul style="list-style-type: none"> Suhtluspõhised loengud Praktilised ülesanded Teemapõhise kirjanduse analüüs Portfellianalüüs 	<ul style="list-style-type: none"> Iseseisev töö: sihtturu analüüs ja partnerotsing (1; 2; 3; 4; 5) Praktiline ülesanne: ATA märkmikud, päritolu sertifikaadid, tollideklaratsioonid (6; 7; 8; 9) 	<ol style="list-style-type: none"> Kultuuridevaheline kommunikatsioon Eksporditurundus – välismessid, äridelegatsioonid Ekspordi arendamine – partnerotsingud, <i>market intelligence</i> EL-sisene eksport EL-väline eksport Toll ATA märkmikud Päritoli sertifikaadid DCFTA
Iseseisev töö moodulis:	<ul style="list-style-type: none"> Teemapõhise kirjanduse lugemine ja analüüs; hindamisülesannete, rühmatööde, praktiliste tööde ettevalmistamine, esitluste koostamine. 			
Mooduli hinde kujunemine:	Moodulit hinnatakse mitteeristavalt. Hindamise eelduseks on aruteludes ja rühmatöödes osalemine, praktiliste tööde ja praktika sooritamine, hindamisülesannete sooritamine vähemalt lävendi tasemel.			
Hindamiskriteeriumid:	Moodul loetakse arvestatuks, kui õpilane <ul style="list-style-type: none"> Viib läbi sihtturgude analüüse Viib läbi partnerotsinguid Selgitab erinevaid tolliprotseduure ja neid välistavaid meetmeid Kirjeldab EL-sisese ja EL välise ekspordi spetsiifikat 			
Kasutatav õppekirjandus /õppematerjal	<ul style="list-style-type: none"> Elenurm, T, Aulik, S, Kablin, J, Tammemägi, T (2015) Ekspordi käsiraamat. Jah ekspordile!. Tallinn Delaney, L.J (2013) Exporting. The Definitive Guide to Selling Abroad Profitably. Chicago 			

Valikmooduli nr	MOODULI NIMETUS	Maht õppenädalates /EKAP		
6	Tarbimispsühholoogia	2 EKAP		
Eesmärk: õpetusega taotletakse, et õpilane omandab erialases vene keeles algtasemel keelekasutuse suheldes nii suuliselt, kui ka kirjalikult müügijuhtimisega seotud tegevustes				
Nõuded mooduli alustamiseks: puuduvad				
Õpetajad: R. Veetõusme				
Õpiväljundid	Hindamiskriteeriumid	Õppemeetodid	Hindamismeetodid ja ülesanded	Mooduli teemad (maht)
<ul style="list-style-type: none"> Mõistab kliendi ootusi ja käitumismustreid ning kasutab seda turunduskommunikatsioon (1; 2; 3; 6; 7; 9) Tagab turundusalase kommunikatsiooni edastamise tulenevalt turunduskampaania eesmärkidest. (4; 5; 6; 7; 8; 9) 	<ul style="list-style-type: none"> Analüüsib enda kogemusi ostukäitumises ja ostuotsuste langetamisel tulenevalt turundussõnumitest (1; 2; 3; 5; 6; 7; 9) Otsib ja näeb mustreid tarbijate ostukäitumises turunduskommunikatsiooni plaani koostamiseks (4; 5; 6; 7; 9) Loob kliendi profiili ja mõjutab kliendi ostuotsuseid sobivate turundusvõtetega (4; 5; 8; 9) 	<ul style="list-style-type: none"> Suhtluspõhised loengud Praktilised ülesanded Teemapõhise kirjanduse analüüs Juhtumianalüüs 	<ul style="list-style-type: none"> Praktiline ülesanne: ostukäitumise eneseanalüüs (1; 2; 3; 5; 6; 7; 9) Praktiline ülesanne tarbijate ostukäitumise kohta (4; 5; 6; 7; 9) Grupitöö: kliendiprofiili koostamine ja turundusvõtete määratlemine (4; 5; 8; 9) 	<ol style="list-style-type: none"> Tarbimispsühholoogia olemus Igapäevased kokkupuuted tarbimispsühholoogiaga Esmased mõjutamise võtted Tarbijaprofiilid Tarbija psühhograafilised tüübid Ostuotsuste protsess Mõjustamise psühholoogia Kliendi profileerimine Enamlevinud mõjutustegevuse praktikad
Iseseisev töö moodulis:	Teemapõhise kirjanduse lugemine ja analüüs; hindamisülesannete, rühmatööde, praktiliste tööde ettevalmistamine, esitluste koostamine.			
Mooduli hinde kujunemine:	Moodulit hinnatakse mitteeristavalt. Hindamise eelduseks on aruteludes ja rühmatöodes osalemine, praktiliste tööde ja hindamisülesannete sooritamine vähemalt lävendi tasemel.			
Hindamiskriteeriumid:	Moodul loetakse arvestatuks, kui õpilane: <ul style="list-style-type: none"> Analüüsib enda kogemusi ostukäitumises ja ostuotsuste langetamisel tulenevalt turundussõnumitest (1; 2; 3; 5; 6; 7; 9) Otsib ja näeb mustreid tarbijate ostukäitumises turunduskommunikatsiooni plaani koostamiseks (4; 5; 6; 7; 9) Loob kliendi profiili ja mõjutab kliendi ostuotsuseid sobivate turundusvõtetega (4; 5; 8; 9) 			
Kasutatav õppekirjandus /õppematerjal	<ul style="list-style-type: none"> Dale Carnegie „Kuidas võita sõpru ja mõjutada inimesi“ Robert Cialdini „Mõjustamise psühholoogia: teooria ja praktika“ Talis Bachmann „Reklaamipsühholoogia“ 			