

MOODULI RAKENDUSKAVA

Sihtrühm: Matkajuht 4. taseme kutsehariduse taotlejad

Õppevorm: mittestatsionaarne

Moodul nr 26	<i>Turismiturundus</i>	<i>Mooduli maht 3 EKAPit</i>
Mooduli vastutaja	Kaja Sander	
Mooduli õpetajad	Kaja Sander	
Mooduli eesmärk	Mooduliga valmistatakse õpilane ette mõistma turismiturunduse põhialuseid ning kavandama turismitooteid ja –pakette, lähtudes kliendi ootustest, soovidest, vajadustest ning muudest motiividest.	
Nõuded mooduli alustamiseks	Nõuded puuduvad	
Nõuded mooduli lõpetamiseks	Moodul hinnatakse mitteeristavalt. Moodul on arvestatud kui õpilane on sooritanud arvestuslikud tööd lävendi tasemel.	
Õpiväljundid (ÕV)	1) Selgitab turismiturunduslike mõistete sisu:	<ul style="list-style-type: none">• Mõistab turismiturunduslike põhimõisteid;• Selgitab turismiturunduse põhiolemust;• Hangib, tõlgendab ja kasutab turundusinfot.
	2) Mõistab turundusmeetmestikku:	<ul style="list-style-type: none">• Selgitab turundusmeetmestiku olemust;• Kirjeldab turundusmeetmestiku komponentide vahelisi seoseid;• Annab selgitusi kommunikatiivsete turundusmeetmete kohta.
	3) Kavandab kliendikeskse turismitoote:	<ul style="list-style-type: none">• Koostab turundusplaani;• Kasutab hinnakujunduse põhiprintsiipe.
Mooduli maht kokku 78 tundi: sellest 16 tundi on kontaktõpe ja 62 tundi on iseseisvat tööd		

Teemad, alateemad	K	IT	L ¹	P	ÕV nr	Õppemeetodid	Hindamine	Hindamis-meetodid	Hindekriteeriumid						
									Lävend (3 või arvestatud)	4	5				
1. Turismiturunduse põhimõisted	2	0	0	0	1,3										
1.1. Turismiturunduse olemus ja eripära	2	0	0	0								Loeng, rühmatöö, arutelu	Mitteeristav	Äriplaan	Turundusplaani kohustuslikud punktid on kirjeldatud, äriidee on teostatav, finantsprognoosid on koostatud
1.2. Turismiturunduse vajadus ja tähtsus		0	0	0											
1.3. Turismiturg		0	0	0											
1.4. Turu segmenteerimine ja positsioneerimine		0	0	0											
1.5. Kliendikeskse turunduse olemus		0	0	0											
1.6. Kliendi ja sihtturu mõiste		0	0	0											
1.7. Jätkusuutlik turism		0	0	0											
2. Turunduse mikro- ja makrokeskkond, turundusinfo olemus ja kogumine	2	0	0	0	1,3	Loeng, rühmatöö, arutelu	Mitteeristav	Äriplaan	Vt punkt 1						
2.1. Turunduse mikrokeskkond	2	0	0	0											
2.2. Turunduse makrokeskkond															

¹ K-kontaktöpe; IT-iseseisev töö; L-kontaktöppesest lõimitud öpe; P-ettevõttepraktika

2.3. Turundusinfo allikad ja kogumise meetodid										
2.4. Turundusinfo töötlemine ja tulemuste kasutamine										
3. Turundusmeetmestik 9 P-d	12	62	0	0	2	Loeng, turismiettevõtte külastamine, tutvumine varem koostatud äriplaanidega, koostatud äriplaanide esitlused	Mitteeristav	Turundusplaan	Vt punkt 1	
3.1. Turismitoode ja turismitoote eripära	1	0	0	0						
3.2. Hinna kujundamine	1	0	0	0						
3.3. Turunduskommunikatsioon	2	0	0	0						
3.4. Jaotuskanalid	1	0	0	0						
3.5. Personal	1	0	0	0						
3.6. Pakettimine	1	0	0	0						
3.7. Programmimine	1	0	0	0						
3.8. Positsioonimine	1	0	0	0						
3.9. Partnerlus	1	0	0	0						
3.10. Õppereis	2	0	0	0						

Kokkuvõttev hinne: Kokkuvõtlik hinne tuleb turundusplaani koostamisest ja kaitsmisest. Tegemata turundusplaan tuleb koostada õpetaja poolt ettenähtud uuel tähtajal.

Õppekirjanduse loetelu: 1. Vihalem, A. Marketing. Hind, müük ja reklaam. Tallinn: Külim, 1996

2. Vihalem, A. Turunduse alused. Tallinn: Külim, 2008
3. Tooman, H. Kuidas kasvab turismipuu. Kirjastus Argo, 2010
4. Rekkor, S. Turundus. Kirjastus Ilo, 2006
5. Ardel, T. Maaturismi aabits. Tallinn, Kirjastus Argo, 2004