

„digiskill-retail“

Development and use of flexible, digital tools in the classroom to increase digital competences and skills among trainees and employees in the retail sector

2022-1-DE02-KA220-VET-000089396

Tööpaketi tulemuste dokumenteerimine 4 – Õppimise stsenaarium

Projekti raames töötas konsortsium tööpaketi 4 raames välja spetsiaalsed õpistsenaariumid mikroõppeüksuste jaoks, mille eesmärk oli konkreetselt tegeleda koolitajate, õppejõudude ja kutsekoolide õpetajate seas tuvastatud oskuste puudujääkidega. Need stsenaariumid kohandati hoolikalt, et võtta arvesse kutsekoolide, koolituskeskuste ja ettevõtete tingimusi ning sihtrühmade erinevaid oskuste tasemeid. Kohandatud stsenaariumide koostamise abil võimaldab projekt e-õppe tõhusat ja jätkusuutlikku integreerimist igapäevastesse koolitusrutiinidesse. Üldeesmärk on optimeerida õppeprotsesse ja pakkuda sihipärast tuge nii koolitavate kui ka kvalifitseeritud spetsialistide jaoks, edendades nende professionaalset kasvu ja arengut.

Välja töötatud õpistsenaariumidega saab tutvuda käesolevas projektidokumentis ja need on kättesaadavad kõigile huvitatud osapooltele.

Partnerid:



Projekt on rahastatud Euroopa Liidu toetusel. Käesolev väljaanne kajastab üksnes autori seisukohti ja Euroopa Komisjon ei vastuta selles sisalduva teabe võimaliku kasutamise eest.

Content

Õppimise stsenaarium 1.....	3
Alateema 1.2.2: Pahatahtlike linkide klõpsamise ja kahtlaste manuste käitlemise vältimine.....	3
Õppimise stsenaarium 2.....	5
Alateema 1.3.1: vormide kasutamine klientide tagasiside kogumiseks.....	5
Õppimise stsenaarium 3.....	7
Alateema 1.4.1: Märgistuse elemendid	7
Õppimise stsenaarium 4.....	9
Alateema 1.3.2: Klientide tagasiside analüüsimine.....	9
Õppimise stsenaarium 5.....	11
Alateema 1.4.2: keskkonnasõbralikud sümbolid	11
Õppimise stsenaarium 6.....	13
Alateema 1.1.3: Faktikontroll	13
Õppestsenaarium 7	15
2.3 E-posti kasutamine e-kaubanduse äriprotsessides.....	15
Õppestsenaarium 8	18
2.3 E-posti kasutamine e-kaubanduse äriprotsessides	18
Õppestsenaarium 9	22
2.2.3: Edukas suhtlemine klientidega	22
Õppestsenaarium 10	26
Alateema 2.1: turundusvahendid ja e-kaubanduses.....	26
Õppestsenaarium 11	29
Alateema 2.2: Teenindus ja side	29
Õppestsenaarium 12	33
Alateema 2.3: E-posti kasutamine e-kaubanduse äriprotsessides.....	33
Õppestsenaarium 13	37
Alateema 4.1: Digitaalse sisu tähtsus.....	37
Õppestsenaarium 14	42
Alateema 4.3 - Autoriõigused ja litsentsid sisu loomisel.....	42
Õppestsenaarium 15.....	46
Alateema 4.4: Visuaalse loomine	46

Õppimise stsenaarium 1

Alateema 1.2.2: Pahatahtlike linkide klõpsamise ja kahtlaste manuste käitlemise vältimine

1. Teave õppeasutuse kohta	
Nimi ja aadress:	BCS Koolitus - Mall
Looja nimi:	Kerli Saareleid

2. Teave e-õppe mooduli kohta	
Moodul:	Alateema 1.2: tugeva parooli- ja andmepüügiteadlikkuse loomine jaekaubandustöötajatele
Teema:	Küberturvalisus
Õpiamps:	1.2.2: Pahatahtlike linkide klõpsamise ja kahtlaste manuste käitlemise vältimine
Operatiivtegevuse olukordade nimetused:	Küberturvalisuse ohtudega silmitsi seismine

3. Teave õppestsenaariumi kohta	
Õppestsenaariumi pealkiri:	Pahatahtlikel linkidel klõpsamise ja kahtlaste manuste käitlemise vältimine
Lühikirjeldus selle kohta, kuidas e-õppe moodulit või selle alamelemente stsenaariumisse manustada:	<i>See e-õppe moodul antakse uutele töötajatele osana „uue töötaja paketi“st, mille nad peavad läbima, et vältida küberturvarünnakute ohvriks langemist.</i>
Stsenaariumi pädevusele suunatud üldine (õpi)eesmärk:	Võimalik näidislause: <i>Kokkuvõttes tõstab üksuse läbimine osaleja pädevust seoses küberturbeohtudega ja nende ohtude ohjamisega. See tõstab ka osaleja kriitilise mõtlemise oskust.</i>
Stsenaariumi didaktiline kontseptsioon:	<i>Pärast üldist sissejuhatust küberturvalisuse tähtsuse kohta töökohal käsitletakse ülevaetlikult pahatahtlike linkide ja kahtlaste manuste omadusi, tuues iseseisva õppena välja nende ühised tunnused ja võimalikud riskid. Sellele järgneb reaalse stsenaariumide iseseisev uurimine õppijate poolt, keda juhendatakse kogu protsessi vältel.</i> <i>Esmakordselt õpivad osalejad interaktiivsete simulatsioonide abil tundma ja vältima andmepüügikatsetusi. Õppimise kinnistamiseks viiakse koos läbi harjutus e-kirjade manuste ohutuse hindamiseks. Kokkuvõtvad praktilised ülesanded simuleerivad tavalisi küberturvalisuse ohte, millega töötajad võivad kokku puutuda, selgitades lahtisi küsimusi või probleeme.</i>
Sisu omistamine olemasolevatele õppekavadele/koolitusmäärustele jne:	<i>Eeskirju ei ole kehtestatud, kuid ettevõtte võib määrata, et see on kohustuslik igale uuele töötajale.</i>

4. Üldtingimused

Asukoht:	Ettevõte
Kvalifikatsiooni tase:	<i>Uus töötaja</i>
Suurus, omadused Sihtgrupp:	<i>Iga töötaja, individuaalne õppimine</i>
Vajalik tehnoloogia (riistvara, internetiühendus) Meedia kasutamine	<i>Arvuti või muu seade (tahvelarvuti, mobiiltelefon), internetiühendus</i>
Meedia kasutamine (tarkvara, tööriistad, videod jne)	<i>Powerpoint</i>

5. Organisatsiooni märkused

Õppestsenariumi kogukestus (täistundides):	<i>10 minutit</i>
Rakendamise ajakava (päevades/nädalates jne):	<i>10 minutit</i>
Ettevalmistuse ja järelmeetmete kestus (täistundides):	<i>Õpiampsi üleslaadimine muude "uue töötaja paketi" materjalide hulka</i>
Kontroll-loend ettevalmistamiseks:	<ul style="list-style-type: none"> • Materjalid on üles laetud

6. Nõutavad teadmised:

- Väga elementaarsed arvutioskused
- Erialaseid teadmisi pole vaja

Õppimise stsenaarium 2

Alateema 1.3.1: vormide kasutamine klientide tagasiside kogumiseks

1. Teave õppeasutuse kohta	
Nimi ja aadress:	BCS Koolitus - Mall
Looja nimi:	Kerli Saarelaid

2. Teave e-õppe mooduli kohta	
Moodul:	Moodul 1-Info- ja andmekirjaoskus
Teema:	Vormide tööriista kasutamine
Õpiamps:	Õpimaps 1.3.1: vormide kasutamine klientide tagasiside kogumiseks
Operatiivtegevuse olukordade nimetused:	Klientide tagasiside kogumine

3. Teave õppestsenaariumi kohta	
Õppestsenaariumi pealkiri:	Klientide tagasiside kogumine vormide abil
Lühikirjeldus selle kohta, kuidas e-õppe moodulit või selle alamelemente stsenaariumisse integreerida:	<i>E-õppe moodulis esitatud õppematerjal klientide tagasiside kogumise kohta vormide abil kinnistatakse ja rakendatakse praktikas operatiivse tegevusstsenaariumi 1.3.1 abil. Selles stsenaariumis kavandavad ja levitavad õppijad iseseisvalt tagasiside vormi, koguvad vastuseid ja analüüsivad andmeid. See e-õppe mooduli juhitud praktiline harjutus võimaldab õppijatel rakendada teoreetilisi teadmisi reaalses kontekstis, tagades tervikliku arusaamise ja meeldejäämise.</i>
Stsenaariumi pädevusele suunatud üldine (õpi)eesmärk:	<i>Lisaks kliendi tagasiside kogumise ja analüüsimise eriteadmistele (kompetentsimudel ärianalüüsi, tehniliste ja meetodiliste oskuste) keskendub käesolev õpistsenaarium andmete tõlgendamise ja otsuste tegemise alampädevuse arendamisele. Lisaks rõhutatakse tulemustele orienteeritud tegevust, kriitilist mõtlemist ja meediapädevust.</i>
Stsenaariumi didaktiline kontseptsioon:	<i>Pärast üldist sissejuhatust klientide tagasiside kogumise tähtsuse ja meetodite kohta arutatakse erinevaid ärikeskkonnas kasutatavaid vahendeid ja meetodeid, sealhulgas nende eeliseid ja puudusi. Sellele järgneb õppijate poolt iseseisev tegevusstsenaariumi 1.3.1 töötlemine. Neid juhendatakse kogu protsessi vältel.</i> <i>Õppijad õpivad interaktiivsete õpetuste ja näidete abil tagasisidevormide kujundamist ja levitamist. Tagasiside ühine kogumine ja analüüsimine tagab, et õpitut mõistetakse ja rakendatakse tõhusalt. Kokkuvõtavad ülesanded simuleerivad praktilisi olukordi igapäevasest äritegevusest, selgitades lahtisi küsimusi või probleeme.</i>

	<i>Seda individuaalset õpistsenaariumi saab teha näidete abil reaalsest olukordadest, kus on vaja tagasisidet, kasutades ettevõtte mentori abi, kes saab abistada küsimuste sõnastamisel ja protsessi suunamisel.</i>
Sisu omistamine olemasolevatele õppekavadele/koolitusmäärustele jne:	<i>Ei kohaldata. Seda peaksid õppima eelkõige töötajad, kes peavad tegelema klientide tagasisidega.</i>

4. Üldtingimused	
Asukoht:	Ettevõtte
Kvalifikatsiooni tase:	<i>Iga töötaja, kes peab koguma klientide tagasisidet või kellel on teema vastu huvi</i>
Suurus, omadused Sihtgrupp:	<i>Seda saab teha erineva suurusega rühmadega</i>
Vajalik tehnoloogia (riistvara, internetiühendus) Meedia kasutamine	<i>Arvuti, Interneti-ühendus, Microsofti konto (juurdepääs Formsile), kõlarid</i>
Meedia kasutamine (tarkvara, tööriistad, videod jne)	<i>Ülesande kirjeldus (digitaalselt või paberil) koos näidetega reaalsest olukordadest, mille alusel küsitlus koostatakse.</i>

5. Organisatsiooni märkused	
Õpeplansenaariumi kogukestus (täistundides):	<i>2 tundi</i>
Rakendamise ajakava (päevades/nädalates jne):	<i>2 tundi</i>
Ettevalmistuse ja järelmeetmete kestus (täistundides):	<i>4 tundi</i>
Kontroll-loend ettevalmistamiseks:	<ul style="list-style-type: none"> • -Võib teha kas kodus või samas ruumis. Samas ruumis viibimise korral kontrollitakse arvutite internetiühendust. • Microsofti kontod Formsile juurdepääsuks • Internetiühendus, kõlarid • Ülesannete kirjelduste ettevalmistamine (ja vajadusel printimine)

6. Nõutavad teadmised:
- Vajalikud on arvutikasutaja põhioskused. Soovitavalt minimaalne varasem kogemus vormidega - Erialaseid teadmisi pole vaja

Õppimise stsenaarium 3

Alateema 1.4.1: Märgistuse elemendid

1. Teave õppeasutuse kohta	
Nimi ja aadress:	BCS Koolitus - Mall
Looja nimi:	Kerli Saarelaid

2. Teave e-õppe mooduli kohta	
Moodul:	Moodul 1-Info- ja andmekirjaoskus
Teema:	Toote märgistuse elemendid
Õpiamps:	1.4.1: Märgistuse elemendid
Operatiivtegevuse olukordade nimetused:	Tootesildi elementide äratundmine

3. Teave õppestsenaariumi kohta	
Õppestsenaariumi pealkiri:	Tootesildi elementide äratundmine
Lühikirjeldus selle kohta, kuidas e-õppe moodulit või selle alamelemente stsenaariumisse integreerida:	<p><i>E-õppe moodulis esitatud õppematerjal toote märgistuse elementide äratundmise kohta kinnistatakse ja rakendatakse praktikas operatiivse tegevusstsenaariumi 1.4.1 abil.</i></p> <p><i>Selles stsenaariumis analüüsivad õppijad iseseisvalt erinevaid tootemärgiseid, et tuvastada ja tõlgendada olulisi märgistuse elemente, juhindudes e-õppe moodulist. See praktiline harjutus võimaldab õppijatel rakendada teoreetilisi teadmisi reaalses kontekstis, tagades tervikliku arusaamise ja meeldejäämise.</i></p>
Stsenaariumi pädevusele suunatud üldine (õpi)eesmärk:	<p><i>Lisaks tootemärgistuse elementide äratundmise ja tõlgendamise erialastele teadmistele (tooteteadmiste, tehniliste ja metoodiliste oskuste pädevusmudel) keskendutakse käesolevas õpistsenaariumis detailidele tähelepanu pööramise ja analüüsi oskuste alampädevuse arendamisele.</i></p> <p><i>Lisaks rõhutatakse tulemustele orienteeritud tegevust, kriitilist mõtlemist ja oskust rakendada õpitud kontseptsioone reaalses olukordades.</i></p>
Stsenaariumi didaktiline kontseptsioon:	<p><i>Osalejad käivad läbi toodete märgistamise põhitõed, kasutades mikroõppeüksust 1.4.1. Järgneb harjutus, kus õppijad peavad ära tundma ja õigesti identifitseerima erinevaid märgistuse elemente.</i></p> <p><i>See mikroõppeüksus on sissejuhatuseks kutsehariduse ja -koolituse õppekavas süvendatud märgistuselementide teemasse, mis annab kindla aluse selle valdkonna edasijõudnute õppimiseks. Õppestsenaarium on kavandatud nii, et tagada terviklik arusaamine ja kinnipidamine.</i></p>

Sisu omistamine olemasolevatele õppekavadele/koolitusmäärustele jne:	Poemüüja, tase 4
--	------------------

4. Üldtingimused	
Asukoht:	Kutsekool
Kvalifikatsiooni tase:	EstQF tase 4
Suurus, omadused Sihtgrupp:	10-25, Poemüüjad
Vajalik tehnoloogia (riistvara, internetiühendus) Meedia kasutamine	Arvutitöökoht, internetiühendus, ettevalmistatud harjutuse kirjeldus (digitaalne või paberkandjal)
Meedia kasutamine (tarkvara, tööriistad, videod jne)	Esitluse tarkvara

5. Organisatsiooni märkused	
Õppestsenaariumi kogukestus (täistundides):	1,5 tundi
Rakendamise ajakava (päevades/nädalates jne):	1,5 tundi
Ettevalmistuse ja järelmeetmete kestus (täistundides):	4 tundi
Kontroll-loend ettevalmistamiseks:	<ul style="list-style-type: none"> • Õppijate tööjaamadega tutvumine • testide ettevalmistamine kas digitaalsel kujul või paberkandjal

6. Nõutavad teadmised:
- Vajalikud põhilised arvutioskused - Erialaseid teadmisi pole vaja

Õppimise stsenaarium 4

Alateema 1.3.2: Klientide tagasiside analüüsimine

1. Teave õppeasutuse kohta	
Nimi ja aadress:	BCS Koolitus - Mall
Looja nimi:	Kerli Saarelaid

2. Teave e-õppe mooduli kohta	
Moodul:	Moodul 1 Informatsioon ja andmekirjaoskus
Teema:	Klientidelt kogutud tagasiside analüüsimine
Õpiamps:	1.3.2: Klientide tagasiside analüüsimine
Operatiivtegevuse olukordade nimetused:	Klientide tagasiside analüüsimine

3. Teave õppestsenaariumi kohta	
Õppestsenaariumi pealkiri:	Klientidelt kogutud tagasiside analüüsimine
Lühikirjeldus selle kohta, kuidas e-õppe moodulit või selle alamelemente stsenaariumisse manustada:	<i>E-õppe moodul klientide tagasiside analüüsimiseks lihtsate Exceli graafikute ja arvutuste abil on manustatud õppestsenaariumisse 1.3.2. Selle stsenaariumi korral on õppijate ülesandeks sisestada klientide tagasiside andmed Excelisse ning kasutada andmete tõlgendamiseks põhilisi graafiku- ja arvutusfunktsioone. Mooduli õpetustest ja harjutustest juhendades rakendavad õppijad neid tehnikaid reaalsele tagasisidele, tagades, et nad saavad klientide vastuseid tõhusalt analüüsida ja visualiseerida.</i>
Stsenaariumi pädevusele suunatud üldine (õpi)eesmärk:	<i>Lisaks Exceli kasutamise erialastele teadmistele graafikute ja arvutuste tegemiseks (andmeanalüüsi pädevusmudel, tehnilised ja meetoodilised oskused) keskendub käesolev õpistsenaarium andmete tõlgendamise ja analüütilise mõtlemise alampädevuse arendamisele. Lisaks rõhutatakse tulemustele orienteeritud tegutsemist, tähelepanu detailidele ja digitaalset kirjaoskust.</i>
Stsenaariumi didaktiline kontseptsioon:	<i>Moodul keskendub klientide tagasiside analüüsimisele ja annab ülevaate Exceli põhilistest graafikute koostamise ja arvutamise funktsioonidest. Seejärel töötavad õppijad iseseisvalt operatiivse tegevuse stsenaariumi 1.3.2 kallas.</i> <i>Osalejad sisestavad andmeid Excelisse, loovad graafikuid ja teevad arvutusi klientide tagasiside tõlgendamiseks. Praktilised ülesanded simuleerivad reaalse maailma analüüsi stsenaariume, selgitades küsimusi.</i> <i>Õpetaja saab teha lõpliku testi või harjutuse, et tagada õppijate tõhus kasutamine Exceli klientide tagasiside analüüsimiseks.</i>

	<i>Lisaks saab seda seadet kombineerida inglise keele tundidega, võimaldades õppijatel harjutada samaaegselt analüütikat ja keeleoskust.</i>
Sisu omistamine olemasolevatele õppekavadele/koolitusmäärustele jne:	<i>Ei ole kohustuslik komponent</i>

4. Üldtingimused

Asukoht:	Kutsekool
Kvalifikatsiooni tase:	<i>EstQF 4</i>
Suurus, omadused Sihtgrupp:	<i>10-25, Klienditeeninduse üliõpilased</i>
Vajalik tehnoloogia (riistvara, internetiühendus) Meedia kasutamine	<i>PC tööjaam, internetiühendus, ettevalmistatud harjutuse kirjeldus (digitaalne või paber kandjal), kõlarid</i>
Meedia kasutamine (tarkvara, tööriistad, videod jne)	<i>Video</i>

5. Organisatsiooni märkused

Õppestenaariumi kogukestus (täistundides):	<i>3 tundi</i>
Rakendamise ajakava (päevades/nädalates jne):	<i>3 tundi</i>
Ettevalmistuse ja järelmeetmete kestus (täistundides):	<i>6 tundi</i>
Kontroll-loend ettevalmistamiseks:	<ul style="list-style-type: none"> • Tutvu tööjaamadega, internetiühendus, kõlarid õppijatele • Testi/harjutuse ettevalmistamine kas digitaalsel kujul või paber kandjal

6. Nõutavad teadmised:

- Vajalikud põhilised arvutioskused
- Väga algteadmised Exceli kohta
- Erialaseid teadmisi pole vaja

Õppimise stsenaarium 5

Alateema 1.4.2: keskkonnasõbralikud sümbolid

1. Teave õppeasutuse kohta	
Nimi ja aadress:	BCS Koolitus - Mall
Looja nimi:	Kerli Saarelaid

2. Teave e-õppe mooduli kohta	
Moodul:	Moodul 1-Info- ja andmekirjaoskus
Teema:	Keskkonnasõbralikud sümbolid märgistel
Õpiamps:	Õpiamps 1.4.2: keskkonnasõbralikud sümbolid
Operatiivtegevuse olukordade nimetused:	Keskkonnasõbralike sümbolite tähenduse äratundmine tootemärgistel

3. Teave õppestsenaariumi kohta	
Õppestsenaariumi pealkiri:	Keskkonnasõbralike sümbolite tähenduse äratundmine tootemärgistel
Lühikirjeldus selle kohta, kuidas e-õppe moodulit või selle alamelemente stsenaariumisse integreerida:	<i>E-õppe moodulis esitatud õppematerjal keskkonnasõbralike sümbolite tähenduse äratundmise kohta tootemärgistel on konsolideeritud ja rakendatud praktikas rakendusliku tegevusstsenaariumi 1.4.2 abil. Selles stsenaariumis analüüsivad õppijad iseseisvalt erinevaid tootemärgiseid, et tuvastada ja tõlgendada keskkonnasõbralikke sümboleid, juhindudes e-õppe moodulist. See praktiline harjutus võimaldab õppijatel rakendada teoreetilisi teadmisi reaalses kontekstis, tagades tervikliku arusaamise ja meeldejäämise.</i>
Stsenaariumi pädevusele suunatud üldine (õpi)eesmärk:	<i>Lisaks erialastele teadmistele keskkonnasõbralike sümbolite äratundmisest ja tõlgendamisest tootemärgistel (keskkonnateadlikkuse, tehniliste ja meetodiliste oskuste pädevusmudel) keskendub käesolev õpistsenaarium kriitilise mõtlemise ja tähelepanelikkuse alampädevuse arendamisele. Lisaks rõhutatakse tulemustele orienteeritud tegevust, meediapädevust ja oskust aidata klientidel teha teadlikke, säästvaid ostuotsuseid.</i>
Stsenaariumi didaktiline kontseptsioon:	<i>Pärast üldist sissejuhatust keskkonnasõbralike sümbolite tähtsuse ja mõju kohta tootemärgistel käsitletakse erinevaid tööstuses kasutatavaid keskkonnasõbralikke sümboleid ning nende tähendust ja mõju. Sellele järgneb tegevusüksuse 1.4.2 iseseisev töötlemine õppijate poolt.</i> <i>Osalejad õpivad keskkonnasõbralike sümbolite tuvastamist ja tootemärgiste analüüsimist, et tagada õpitu tõhus mõistmine ja rakendamine.</i> <i>Toimub test, kus õppijad peavad ära tundma ja õigesti tuvastama erinevaid keskkonnasõbralikke märgiseid. Ettevõtte võib testile lisada ka oma spetsiifilisi märgiseid, et tagada, et töötajad tunnevad kõiki asjakohaseid sümboleid, mida</i>

	<i>organisatsioonis kasutatakse. Selline lähenemisviis tagab, et töötajad ei õpi mitte ainult üldisi keskkonnasõbralikke sümboleid, vaid ka oma ettevõttele omaseid sümboleid, mis parandab saadud teadmiste praktilist rakendamist.</i>
Sisu määramine olemasolevatele õppekavadele/koolituseeskirjadele jne:	<i>Kaupluse assistent, EstQF tase 4</i>

4. Üldtingimused	
Asukoht:	Ettevõte
Kvalifikatsiooni tase:	<i>Uued töötajad; Kõik töötajad, kui töötatakse välja uued märgised</i>
Suurus, omadused Sihtgrupp:	<i>Saab teha individuaalselt või grupis</i>
Vajalik tehnoloogia (riistvara, internetiühendus) Meedia kasutamine	<i>Arvuti, Interneti-ühendus</i>
Meedia kasutamine (tarkvara, tööriistad, videod jne)	<i>Esitlus tarkvara, testide läbiviimise keskkond</i>

5. Organisatsiooni märkused	
Õppestenaariumi kogukestus (täistundides):	<i>1,5 tundi</i>
Rakendamise ajakava (päevades/nädalates jne):	<i>1,5 tundi</i>
Ettevalmistuse ja järelmeetmete kestus (täistundides):	<i>4 tundi</i>
Kontroll-loend ettevalmistamiseks:	<ul style="list-style-type: none"> • Võib teha kas kodus või samas ruumis. Samas ruumis viibimise korral kontrollitakse arvutite internetiühendust. • Interneti-ühendus • testide ettevalmistamine kas digitaalsel kujul või paber kandjal

6. Nõutavad teadmised:
- Põhilised arvutioskused - Üldteadmised toodete märgistamisest - Erialaseid teadmisi pole vaja

Õppimise stsenaarium 6

Alateema 1.1.3: Faktikontroll

1. Teave õppeasutuse kohta	
Nimi ja aadress:	BCS Koolitus - Mall
Looja nimi:	Kerli Saarelaid

2. Teave e-õppe mooduli kohta	
Moodul:	Moodul 1-Info- ja andmekirjaoskus
Teema:	Teadmiste omandamine selle kohta, kuidas internetis teavet faktikontrollida ja kuidas vaeandmeid ära tunda
Õpiamps:	1.1.3: Faktikontroll
Operatiivtegevuse olukordade nimetused:	Faktikontrolli teave

3. Teave õppestsenaariumi kohta	
Õppestsenaariumi pealkiri:	Faktikontrolli teave
Lühikirjeldus selle kohta, kuidas e-õppe moodulit või selle alamelemente stsenaariumisse integreerida:	<i>Faktide kontrollimist Internetis ja vaeleabe tuvastamist käsitlevas õpiampsus õpetatakse õppijatele, kuidas hinnata veebiallikate usaldusvärsust ja tuvastada vaeleavet, rakendades moodulis õpitud faktide kontrollimise tehnikaid reaalse teabe näidete puhul.</i>
Stsenaariumi pädevusele suunatud üldine (õpi)eesmärk:	<i>Lisaks erialastele teadmistele faktide kontrollimisest ja vaeleabe tuvastamisest internetis (digitaalse kirjaoskuse ja kriitilise mõtlemise oskuse pädevusmudel) keskendub käesolev õpiampsus analüütilise mõtlemise alampädevuse arendamisele. Lisaks rõhutatakse tulemustele orienteeritud tegutsemist, tähelepanu üksikasjadele ning oskust veebisüsteemides navigeerida ja seda kriitiliselt hinnata. Kutseõppe üliõpilaste jaoks, kes peavad kirjutama töid ja tegema uurimistöid, on see kriitiline oskus.</i>
Stsenaariumi didaktiline kontseptsioon:	<i>Pärast õpiampsu läbimist antakse õpilastele ülesanne hinnata veebiartiklite, sotsiaalmeediapostituste ja muu digitaalse sisu usaldusvärsust ja täpsust. Kogu stsenaariumi vältel saavad õppijad juhendamist ja tuge oma oskuste tugevdamiseks.</i> <i>Esmakordselt kasutavad osalejad teabe kontrollimiseks digitaalseid vahendeid ja ressursse, näiteks faktikontrolli veebisaiti ja brauseripikendusi. Koostööharjutus hõlmab rühmatööd, mille käigus rühmitaolised kontrollivad teavet ja koostavad aruande oma leidude kohta. See harjutus tagab, et õppijad mõistavad, kuidas oma oskusi realses kontekstis rakendada.</i> <i>Kokkuvõtvalt ülesanded simuleerivad praktilisi olukordi, kus õppijad peavad kiiresti tuvastama vaeleinfot erialases või akadeemilises keskkonnas, käsitledes kõiki avatud küsimusi või probleeme, millega nad võivad kokku puutuda.</i>

	<i>Selle mooduli uuenduslik element on vastastikuse hindamise süsteem, kus õppijad hindavad üksteise faktikontrolli aruandeid, edendades koostöö ja tagasiside kaudu sügavamalt arusaamist.</i>
Sisu omistamine olemasolevatele õppekavadele/koolitusmäärustele jne:	<i>Ei ole kohustuslik komponent</i>

4. Üldtingimused	
Asukoht:	Kutsekool
Kvalifikatsiooni tase:	<i>Kohaldatav mis tahes jaemüügikvalifikatsiooni suhtes</i>
Suurus, omadused Sihtgrupp:	<i>10-30 osalejat (rühmatööde puhul 2 või enam osalejat). Kohaldatakse mis tahes jaekaubanduse kvalifikatsiooniga õpilastele, kõige paremini 1-aasta õpilastele.</i>
Vajalik tehnoloogia (riistvara, internetiühendus) Meedia kasutamine	<i>Arvutitöökoht, juurdepääs internetile, ettevalmistatud ülesannete kirjeldus (digitaalselt või paberil).</i>
Meedia kasutamine (tarkvara, tööriistad, videod jne)	<i>Esitluse tarkvara</i>

5. Organisatsiooni märkused	
Õppestenaariumi kogukestus (täistundides):	<i>3 tundi</i>
Rakendamise ajakava (päevades/nädalates jne):	<i>3 tundi</i>
Ettevalmistuse ja järelmeetmete kestus (täistundides):	<i>6 tundi</i>
Kontroll-loend ettevalmistamiseks:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tööjaamadega tutvumine, internetiühendus ▪ Ülesannete kirjelduse koostamine, kas digitaalsel kujul või paberkandjal

6. Nõutavad teadmised:
<ul style="list-style-type: none"> - Põhilised arvuti- ja sirvimisoskused - Erialaseid teadmisi pole vaja

Õppestsenaarium 7

2.3 E-posti kasutamine e-kaubanduse äriprotsessides

1. Ettevõtte andmed	
Nimi ja aadress:	Ettevõtlus- ja kaubanduskool
Looja nimi:	Katarzyna Brunsch - zbb ja kutsekooli õpetaja

2. Teave integreeritud e-õppe mooduli või selle alamelementide kohta	
Moodul:	2.3 E-posti kasutamine e-kaubanduse äriprotsessides
Alamteema:	E-Mail-marketing
Õpiamps:	Õpiamps 2.3.1: Automaatsed sünnipäevaõnnitlused Õpiamps 2.3.2: Tervituskirjad Õpiamps 2.3.3: Automaatsed tellimuse kinnitused Õpiamps 2.3.4: Uudiskirjade saatmine
Operatiivse tegevuse olukordade pealkirjad:	

3. Teave õpistsenaariumi kohta	
Õpestsenaariumi pealkiri:	E-posti kasutamine e-kaubanduse äriprotsessides
Lühikirjeldus selle kohta, kuidas e-õppe moodul või selle alamelemendid on stsenaariumisse põimitud:	Mooduli 2.3. õppematerjal, Õpiamps 2.3.1 - 2.3.4 annab teadmisi automatiseeritud sünnipäevatervituste ja tellimuste kinnituste, tervituskirjade ja uudiskirjade tähenduse, loomise ja kujundamise kohta kahe näite abil: Sinus-Milieuse sotsiaalne mudel ja operatiivturunduse kontroll.
Stsenaariumi pädevusele suunatud üldine (õpi)eesmärk:	Mõista automatiseeritud sünnipäevatervituste ja tellimuste kinnituste, tervituskirjade ja uudiskirjade tähtsust ning osata nimetada nende eeliseid kliendi ja ettevõtte seisukohast. Omandage teadmisi asjakohastest õigusnormidest, näiteks üldisest andmekaitsemäärusest (GDPR), opt-in/opt-out mehhanismidest ning sellest, kuidas käsitleda tellimuste tühistamist ja kaebusi. omandada põhiteadmised e-kirjade kujundusest, tõhusast teemaridast, üleskutsetest tegevuste (CTA) ja sisukujundusest. Omandage oskused luua ja kujundada automatiseeritud sünnipäevatervitusi ja tellimuste kinnitusi, tervituskirju ja uudiskirju.
Stsenaariumi didaktiline kontseptsioon:	Õppeüksuse ettevalmistamisel lühike ettevalmistus teemast LF5/1. Väiksema mudelettevõtte näitel rõhutatakse e-turunduse tähtsust. Sihtrühma valik asub pigem kõrgema hinnaga segmentis, eesmärgiga tugevdada isiklike kliendisuheteid. Sihtrühma segmenteerimine põhineb Sinus-Miljöö sotsiaalsel mudelil. Seejärel töötatakse välja isiklike kliendisuhete tugevdamise olulisus e- kirjade abil, kasutades selleks loodud miljöö näitel. Siinkohal kohaldatakse Õpiampse 2.3.1-2.3.4. Teemat saab hõlpsasti siduda ka operatiivse turunduse kontrolli võtmeandmetega. Siin saab mõõta, kui tugevalt reageerivad kliendid turundusmeetmele. Esimeses etapis palutakse praktikantidel sõnastada e-kiri,

	<p>mis ei ole suunatud konkreetsele sihtrühmale. Võtmearvude hindamine annab esialgu madala tulemuse ostu/kontakti määra osas. Seejärel arutatakse probleemi klassiplenaaris ja pannakse kirja, milles probleem seisneb ja miks see ei saa toimida "märksõna" sihtrühm ei ole kindlaks määratud. Teises etapis vaadatakse, kuidas saaks e-kirja paremini kirjutada. Selleks kasutatakse ülesannet 2.3.4, kus e-kiri struktureeritakse AIDA valemi alusel ja õpilased kirjutavad selle uuesti. Turundusmeetet mõõdetakse taas ülalnimetatud näitajate järgi ja seekord oodatakse positiivset tulemust, sest õpilased on e- kirja kujundanud AIDA-kontseptsiooni järgi.</p>
<p>Sisuline vastavus olemasolevatele õppekavadele/koolituseeskirjadele jne:</p>	<p>3. õppeaasta - õppeaine saksa keel (üldharidus) ja/või õppevaldkond 12 "E- kaubandus" E-kaubanduse liigid müügiettevõtete jaoks, e-kaubanduse strateegiad, online-turunduse kontroll</p>

4. Raamtingimused	
Õppimise asukoht:	Kutsekool
Kvalifikatsioonitase:	Jaemüüja, müüja (IHK)
Sihtrühma suurus, eripära:	15 - 25 osalejat (SuS)
Vajalik tehnoloogia (riistvara, internetiühendus) Meedia kasutamine:	Arvuti või tahvelarvuti, internetiühendus
Meedia kasutamine (tarkvara, tööriistad, videod jne):	Tahvel või flipchart, lehed oluliste punktide kogumiseks ja visualiseerimiseks

5. Organisatsiooniline teave	
Õppestsenaariumi koguaeg (täistundides):	2 x 2 tundi
Rakendamise ajakava (päevades/nädalates jne):	ei kohaldata
Ettevalmistuse ja järelmeetmete ajakulu (täistundides):	ei kohaldata
Ettevalmistamise kontrollnimekiri:	Mõistliku õpikeskkonna loomine Valmistage ette arvutiruum, testige igat tööjaama (Internet Explorer kui vaikimisi brauser, uusima Adobe Flash Playeri installimine/uuendamine, internetiühendus,

6. Vajalikud teadmised:

ei kohaldata

7. Õpitulemused

- Õppijad oskavad tuvastada erinevusi automaatsete sünnipäevatervituste ja tellimuste kinnituste, tervituskirjade ja uudiskirjade vahel ning selgitada e-turunduse tähtsust ettevõtte seisukohast.
- Õppijad oskavad nimetada eeliseid kliendi ja ettevõtte seisukohast ning saada teadmisi asjakohastest õiguslikest eeskirjadest, mis tulenevad eespool nimetatud e-turunduskampaaniatest.
- Õppijad õpivad, kuidas kirjutada personaliseeritud ja sihipärast e-posti sisu, mis järgib e-posti kujundamise parimaid tavasid.

8. Õppestsenaariumi didaktiline kontseptsioon ja kulgemine:

Õppeüksuse rakendamine: Vajalike erialaste teadmiste kordamine, rühmatöö erinevate lähtesituatsioonide, tööstusharude ja sihtrühmadega, et saavutada erinevaid tulemusi vigade analüüsimisel. Seejärel esitatakse tulemused "Gallery Walk" meetodi abil. Klassiruum muutub galeriiks. Üksikute töörühmade töö tulemused on ruumis selgelt nähtavad.

Õppestsenaarium 8

2.3 E-posti kasutamine e-kaubanduse äriprotsessides

1. Ettevõtte andmed	
Nimi ja aadress:	Bildungszentrum Handel und Dienstleistungen
Looja nimi:	Katarzyna Brunsch - zbb ja õpetaja

2. Teave integreeritud e-õppe mooduli või selle alamelementide kohta	
Moodul:	2.3 E-posti kasutamine e-kaubanduse äriprotsessides
Teema:	E-Mail-marketing
Õpiampsud:	Õpiamps 2.3.1: Automaatsed sünnipäevaõnnitlused Õpiamps 2.3.2: Tervituskirjad Õpiamps 2.3.3: Automaatne tellimuse kinnitamine Õpiamps 2.3.4: Uudiskirjade saatmine
Operatiivse tegevuse olukordade pealkirjad:	Näitlik ostuprotsess erinevate kliendikontaktidega

3. Teave õpistsenaariumi kohta	
Õpestsenaariumi pealkiri:	E-posti kasutamine e-kaubanduse äriprotsessides
Lühikirjeldus selle kohta, kuidas e-õppe moodul või selle alamelemendid on stsenaariumisse põimitud:	Moodulis õpetatud õppematerjali kinnistatakse ja rakendatakse praktikas ülesande 2.3.1 - 2.3.4 tegevussituatsioonide abil. Temaatilisel keskendutakse automaatsete sünnipäevatervituste ja tellimuste kinnituste, tervitusmeilide ja uudiskirjade loomisele ja kujundamisele.
Stsenaariumi pädevusele suunatud üldine (õpi)eesmärk:	<ul style="list-style-type: none"> Mõista automatiseeritud sünnipäevatervituste ja tellimuste kinnituste, tervituskirjade ja uudiskirjade tähtsust ning osata nimetada nende eeliseid kliendi ja ettevõtte seisukohast. Omandage teadmisi asjakohastest õigusnormidest, näiteks üldisest andmekaitsemäärusest (GDPR), opt-in/opt-out mehhanismidest ning sellest, kuidas käsitleda tellimuste tühistamist ja kaebusi. omandada põhiteadmised e-kirjade kujundusest, tõhusast teemariidest, üleskutsetest tegevuste (CTA) ja sisukujundusest. Omandage oskused luua ja kujundada automatiseeritud sünnipäevatervitusi ja tellimuste kinnitusi, tervituskirju ja uudiskirju.
Stsenaariumi didaktiline kontseptsioon:	Õppeüksuse alguses on lühidalt tutvustatud, kui kiiresti on kogu digitaliseerimisprotsess jaemüügistruktuurides arenenud. Sellele järgneb reeglina õpilaste (SuS) ühine mõttevahetus ja refleksioon täiskogus, kes jagavad oma praktilisi kogemusi klassis ja parimal juhul kinnitavad lõputööd. Arutelu käigus integreeritakse esmakordselt e-posti kasutamise kontekst e-kaubanduse äriprotsessides ja praktiline rakendamine jaekaubandusettevõttes. Siinkohal ei pea õpilased veel oskama nimetada mingit tasu. Sellele järgneb teoreetiline arutelu

	<p>konkurentsistrateegia/konkurentsisisituatsiooni ja ärimudeli vaheliste seoste üle. Eelnevad teadmised on vajalikud õppematerjali edastamiseks, et saada</p>
	<p>ärijuhiks, ning on ühtlasi ühenduslülilik, et liikuda edasi põhiteema "Võimalike kliendikontaktide loomine erinevate kanalite abil" juurde.</p> <p>Tööpealkiri: "Näitlik ostuprotsessi algatamine erinevate kliendikontaktidega"</p> <ul style="list-style-type: none"> • Erinevate kommunikatsioonikanalite tutvustamine (võimalik on lisada ka õppeüksus 2.1.2: Kliendisuhtlus mitmekanalilises keskkonnas) • Keskendumine e-kirjade kasutamisele/kasutamisele reklaamivaldkonnas koos erinevate võtmeteemadega, nagu näiteks kliendiläbirääkimised, klienditeenindus ja makseviisid. Vajaduse korral eristamine vastavalt klienditüüpidele • Keskendumine uudiskirjale ja selle kasutamisele koos eeliste ja puudustega ettevõtte/kliendi seisukohalt • Uudiskirja kasutamise praktiline tutvustamine, näiteks ostuprotsessi erinevate etappide tutvustamine (tellimisprotsess, saatmine, uudised erinevatest makseviisidest, nagu Klarna, PayPal, Apple Pay jne). <p>Kriteeriumid teema jätkamiseks seoses sihtrühmaga:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uudiskirja funktsioonide eristamine äri- ja eraklientide vahel • Orientatsiooni eristamine statsionaarse äri / veebipoe ja piirkondliku, riikliku või piiriettevõtte vahel.
<p>Sisuline vastavus olemasolevatele õppekavadele/koolituseeskirjadele jne:</p>	<p>Täiendkoolitus kaubandusspetsialistina Jaemüügiturundus: Müügikontseptsioonide edasiarendamine, võttes arvesse e-kaubandust.</p> <p>Teema liigitamine jaemüügi turunduse teemasse: E-posti uudiskiri ja selle kasutamine peatükis 9 10.</p>

4. Raamtingimused	
Õppimise asukoht:	Haridusasutused
Kvalifikatsioonitase:	Kaubandusspetsialist (IHK)
Sihtrühma suurus, eripära:	10 - 12 osalejat (SuS) Tulevased jaemüügispetsialistid toovad sageli endaga kaasa varasemad teadmised e-turunduse kohta ettevõtetest.
Vajalik tehnoloogia (riistvara, internetiühendus) Meedia kasutamine:	Arvuti või tahvelarvuti, internetiühendus
Meedia kasutamine (tarkvara, tööriistad, videod jne):	Tahvel või flipchart oluliste punktide kogumiseks ja visualiseerimiseks.

5. Organisatsiooniline teave

Õppeetsenaariumi koguaeg (täistundides):	2 õppetundi (sõltuvalt sihtrühma eelteadmistest) 1 õppetund eksamiks ettevalmistusena
Rakendamise ajakava (päevades/nädalates jne):	ei kohaldata
Ettevalmistuse ja järelmeetmete ajakulu (täistundides):	ei kohaldata
Ettevalmistamise kontrollnimekiri:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Määrake kindlaks, kas MLE-d õpetatakse kombineeritud õppesüsteemis või näost-näkku (mõlemad on võimalikud). ▪ Mõistliku õpikeskkonna loomine ▪ Valmistage ette arvutiruum, testige iga tööjaam (Internet Explorer kui vaikumisi brauser, uusima Adobe Flash Playeri installimine/uuendamine, internetiühendus).

6. Vajalikud teadmised:

Erialased teadmised e-turunduse valdkonnas on eelduseks tulevaste ettevõtete administraatorite sihtrühmale.

7. Õpitulemused

- Õppijad oskavad tuvastada erinevusi automaatsete sünnipäevatervituste ja tellimuste kinnituste, tervituskirjade ja uudiskirjade vahel ning selgitada e-turunduse tähtsust ettevõtte seisukohast.
- Õppijad oskavad nimetada kasu kliendi ja ettevõtte seisukohast ning omandada teadmisi asjaomaste õigusnormide, eespool nimetatud e-turunduskampaaniate kohta.
- Õppijad õpivad, kuidas kirjutada personaliseeritud ja sihipärast e-posti sisu, mis järgib e-posti kujundamise parimaid tavasid.

8. Õppeetsenaariumi didaktiline kontseptsioon ja kulgemine:

Olemasolevate teadmiste kaitsmine küsitletakse/kordatakse SuS-is selle õpitsenaariumi alusel:

- Uurimine, kas jaekaubandusettevõttes kasutatakse ja kasutatakse uudiskirju
- Erinevate näidete koostamine ettevõtetelt
- Millised prioriteedid on sätestatud ettevõtete uudiskirjas.

- Teema tutvustamine suulise ettekandena (õpetaja) ja kogemuste vahetamine (rühm) (maksimaalselt 15 minutit).
- Ülesannete lahendamine - individuaalne töö (max. 15 minutit)
- Töötamine tulemustega aruteluna klassi täiskogul (individuaalne hindamine/lühiettekanne 10 minutit osaleja kohta).
- Teema kordamine eksamiks ettevalmistamiseks, sest e-posti uudiskiri kui turundusvahend on eksamiga seotud.

Õppestsenaarium 9

2.2.3: Edukas suhtlemine klientidega

1. Ettevõtte andmed	
Nimi	Toiduturg
Looja nimi:	Katarzyna Brunsch - zbb ja koolitaja toiduturult
2. Teave integreeritud e-õppe mooduli või selle alamelementide kohta	
Moodul:	Suhtlemine - suhtlemisoskus ja suhtlemisvalmidus
Alateema:	2.2 Teenindus ja teabevahetus
Õpiamps:	Õpiamps 2.2.3: Edukas suhtlemine klientidega
Operatiivse tegevuse olukordade pealkirjad:	Müügivestluste õige läbiviimine
3. Teave õpistsenaariumi kohta	
Õppestsenaariumi pealkiri:	Müügivestluste pidamine kliendikeskselt
Lühikirjeldus selle kohta, kuidas e-õppe moodul või selle alamelemendid on stsenaariumisse põimitud:	Õpetatud õppematerjali kinnistatakse ja rakendatakse praktikas tegevussituatsiooni abil 2.2.3: Edukas suhtlemine klientidega.
Stsenaariumi pädevusele suunatud üldine (õpi)eesmärk:	<p>Praeguses õpistsenaariumis keskendutakse dialoogi pidamise oskuse, kliendikesksuse ja nõustamisoskuse arendamisele, et olla võimeline nõustama kliente vastavalt nende vajadustele.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Koolitavad peaksid õppima kliente sõbralikult ja enesekindlalt kõnetama. - Nad peaksid oskama esitada avatud küsimusi ja mõista klientide vajadusi. - Praktikandid peaksid õppima edastama päringuid vastutavatele spetsialistidele, kui neil endil ei ole vajalikku teavet. - Esimesed sammud eneserefleksioonis: Praktikandid peaksid mõtisklema oma suhtlemise üle klientidega, et parandada oma vestlusoskust.
Stsenaariumi didaktiline kontseptsioon:	<p>Õpituatsioon: Praktikandid on oma teise kuu jooksul praktikal toidupoes. Nende peamine ülesanne on pöörduda kaupluses klientide poole, vastata lihtsatele küsimustele ja vajadusel suunata klient õige spetsialisti juurde.</p> <p>Võimalik õpistsenaarium: Praktikant läheneb kliendile, tervitab teda sõbralikult ja küsib: „Tere päevast! Kas ma saan teid aidata?“ Klient vastab: „Jah, ma otsin värsked puuvilju puuviljasalati jaoks. Mida te oskate mulle soovitada?“ Praktikant on juba kuulnud erinevatest puuviljasortidest, kuid tal puuduvad veel üksikasjalikud teadmised nende omadustest või kombinatsioonidest. Enne kui ta kliendile edasi suunab, küsib ta avalikult: „Millised puuviljad teile eriti meeldivad?“ Klient vastab: „Mulle meeldivad õunad, viinamarjad ja kiivid.“</p> <p>Kui praktikant on kliendi eelistustest paremini aru saanud, saabab</p>

	<p>ta teda vastutava kolleegi juurde, et klient saaks oma puuviljasalati jaoks parimad soovitusel. Ta annab kogutud teabe kliendi soovide kohta edasi. Seejärel peatub ta vestluse ajal ja kuulab tähelepanelikult, kuidas kolleeg kliendile nõu annab.</p> <p>Mõtisklus: Pärast intervjuud mõtiskleb praktikant oma lähenemise üle. Ta mõtleb:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kas ma kõnetasin klienti sõbralikult ja enesekindlalt? - Kas ma esitasin avatud küsimusi, et kliendi vajadusi paremini mõista? - Kas mul oleks võinud olla rohkem teadmisi kohvimasinate kohta, et aidata klienti kiiremini? - Kuidas viis mu kolleeg konsultatsiooni läbi ja mida ma saan tema käitumisest õppida? <p>Ülesanne: Pärast seda palutakse koolitavatel töötada MLE 2.2.3 kallas: Edukas suhtlemine klientidega individuaalselt. Seejärel peavad nad rollimängudes läbi viima läbitöötatud stsenaariumid. Seejuures jälgivad nad üksteist ja annavad tagasisidet oma kliendikäsitluse, esitatud küsimuste ja kolleegidele edastamise kohta. Nad arutavad, kuidas nad saaksid järgmisel korral paremini toimida, ja töötavad ühiselt välja, milliseid avatud küsimusi nad võiksid esitada järgmisel korral, kui nad klientidega ühendust võtavad, et paremini mõista nende vajadusi.</p>
<p>Sisuline vastavus olemasolevatele õppekavadele/koolituseeskirjadele jne:</p>	<p>1 õppeaasta, kuud 1-8:</p> <p>Esimesel õppeaastal tutvustatakse praktikantidele olenevalt osakonnast erinevaid nõustamissessioone.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Osakonnad, kus on palju kliendikontakte: <ul style="list-style-type: none"> • Teenindusletis (liha, kala, pagariäri) hakkavad praktikandid varakult läbi viima aktiivset nõustamist. Nendes valdkondades on vaja põhjalikke teadmisi kaupadest ja kliendikontaktidest, sest klientidel on sageli individuaalseid soove ja küsimusi. - Osakonnad, kus kliendiga suhtlemine on väiksem: <ul style="list-style-type: none"> • Piimatoodete osakonnas on praktikantidel vähem võimalusi konsultatsioonideks, kuna kliendid vajavad tavaliselt vähem konkreetset teavet. - Isiklik areng: <ul style="list-style-type: none"> • Praktikandi isiklik areng mängib otsustavat rolli nõustamissessioonide sissejuhatuses. Praktikante, kes on häbelikumad ja tunnevad end ebakindlalt, tutvustatakse nõustamissituatsioonidega tavaliselt aeglasemalt. Seevastu enesekindlad ja enesekindla välimusega praktikandid integreeruvad tõenäolisemalt klienditeenindusse ja suudavad kiiremini vastutust võtta.
<p>4. Raamtingimused</p>	
<p>Õppimise asukoht:</p>	<p>Supermarket / äri</p>
<p>Kvalifikatsioonitase:</p>	<p>Jaemüüja, müüja õpipoisiõpe - 1. õppeaasta</p>

Sihtrühma suurus, eripära:	Õppeüksuse kavandamisel lähtutakse ettevõtte praktikantide arvust. Kui praktikante on mitu, on soovitatav praktilise klienditeeninduse (MLE) õpistsenaarium viia läbi rühmatööna. Iga praktikant peaks esmalt MLE-d iseseisvalt välja töötama, et saada isiklikke teadmisi. Sellele järgneb ühine hindamine, mille tulemusi arutatakse rühmas. Selline mõttevahetus soodustab klienditeeninduse aluste mõistmist ja võimaldab erinevate vaatenurkade arutamist. Lisaks on oluline, et praktikandid arutaksid klienditeeninduse aluseid oma kolleegidega, et süvendada oma teadmisi.
Vajalik tehnoloogia (riistvara, internetiühendus) Meedia kasutamine	Tahvelarvuti, internetiühendus
Meedia kasutamine (tarkvara, tööriistad, videod jne):	<p>Vestlus kolleegidega:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kindla aluse loomine klientide nõustamiseks. • Visualiseerimisvahendite kasutamine: <ul style="list-style-type: none"> ○ Tahvel või flipchart: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Koguda olulisi punkte klientide nõustamiseks. ▪ Esitage teave selgelt. ○ Suur lauakalender: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Salvestage kesksed teemad. <p>Tervituskaust uute praktikantide jaoks:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sisaldab kasulikke näpunäiteid ja teavet. • Teeb osakonnas alustamise lihtsamaks. • Teenib väärtuslikku ressursi kiireks sisseelamiseks.
5. Organisatsiooniline teave	
Õppeetsenaariumi koguaeg (täistundides):	2 - 3 õppetundi (sõltuvalt sihtrühma eelteadmistest).
Rakendamise ajakava (päevades/nädalates jne):	
Ettevalmistuse ja järelmeetmete ajakulu (täistundides):	Esimesel õppeaastal tutvustatakse praktikantidele olenevalt osakonnast erinevaid nõustamissessioone. Põhjalikke kliendivestlusi saab pidada alles siis, kui praktikandid on omandanud kindla aluse kaubandusteadmistest. Need teadmised on üliolulised, et vastata kindlalt ja asjatundlikult kliendi küsimustele ning viia läbi tõhusaid konsultatsioone, vt punkt „Sisuline ülesanne“.
Ettevalmistamise kontrollnimekiri:	<p>Ajaplaneerimine: Määrake kindlaks, millal õppimine peaks toimuma (kuupäev ja kellaaeg).</p> <p>Õppekeskkond: Luua mõistlik õpikeskkond (nt vaikne ruum, meeldiv valgustus).</p> <p>Tehniline ettevalmistus: Testige tahvelarvuteid/internetiühendust.</p> <p>Meeskonnatöö: Kaasake hindamisse koolitajad või kolleeg; vajadusel töötage koos välja, mis võib puududa; Pakkuge välja täiendusi ja lahendusi.</p>
6. Vajalikud teadmised:	
<p>Selleks, et olla võimeline korraldama lühikesi kliendikohtumisi, tuleb koolitatavale õpetada järgmised eelteadmised:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Algteadmisi orienteerumisel turul - Põhiteadmised: kuidas ma pöördun kliendi poole, kuidas läheneda talle - Kaubaalaste teadmiste põhitõdede õpetamine 	

7. Õpitulemused

- Koolitatavad õpivad tundma ja nimetama müügifaase konsultatsiooni käigus.
- Koolitatavad oskavad rakendada müügifaase müügikonsultatsioonis.
- Koolitatavad oskavad rakendada tavalist nõustamist, teha täiendavat ja lisamüüki või pakkuda alternatiivseid kaupu.

8. Õppeetsenaariumi didaktiline kontseptsioon ja kulgemine:

Sissejuhatus õpitsenaariumisse: 10 minutit

- Eesmärkide ja protsessi tutvustamine.

MLE individuaalne arendamine: 30 minutit

- Praktikandid töötavad MLEs iseseisvalt, et nõustada kliente.
- Aeg uurimistöök ja isiklikuks mõtisklemiseks.

Rühma hindamine: 30 minutit

- Individuaalsete tulemuste esitamine rühmas.
- Arutelu erinevate lähenemisviiside ja vaatenurkade üle.

Praktilised harjutused ja rollimängud: 30 minutit

- Nõustamissessioonide simulatsioon.
- Tagasisidevoorud vestlustehnika parandamiseks.

Kokkuvõtte ja mõtisklus: 30 minutit

- Kõige olulisema õppesisu kordamine.
- Kogege teadmisi ja parendusettepanekuid.

Koguaeg: 2 tundi

Kõigepealt töötavad praktikandid iseseisvalt välja MLE, millele järgneb ühine hindamine. Seejärel töötatakse ühiselt välja puuduolevad punktid. Tegelik olukorra loomiseks kogutakse kokku kõik tingimused (müügifaasid) ja kõige olulisemad võtmepunktid, mille praktikandid on välja selgitanud. Seejärel töötatakse ühiselt välja, milline peaks olema ideaalne tulemus või vastus. Seejärel võrreldakse lahendusi ja tulemusi.

Koolitajal on mõttekas kontrollida koos koolitatavaga MLEs edasi antud teadmisi ja töötada rühmas välja täiendused, et anda edasi olulisi punkte.

Õppeetsenaarium 10

Alateema 2.1: turundusvahendid jaekaubanduses

1. Teave õppeasutuse kohta	
Nimi ja aadress:	<i>Prof. Ivan Apostolovi kool</i>
Looja nimi:	Milena Koleva

2. Teave e-õppe mooduli kohta	
Moodul:	<i>3. koolitusaasta</i>
Teema:	<i>Turundus</i>
Alateema:	<i>Turunduskampaaniad ja -vahendid</i>
Operatiivtegevuse olukordade nimetused:	<i>Turunduskampaania</i>
Asukoht virtuaalses kaubanduskeskuses	<i>Spetsialistid</i>

3. Teave õppeetsenaariumi kohta	
Õppeetsenaariumi pealkiri:	Turunduse tööriistad
Lühikirjeldus selle kohta, kuidas e-õppe moodulit või selle alamelemente stsenaariumisse integreerida:	Võimalik näidislause: <i>jaemüügi turundusvahenditega seotud õppematerjal kantakse üle jaemüügi turunduskampaaniatega seotud õppetundidesse.</i>
Stsenaariumi kompetentsikeskne üldine (õppe)eesmärk:	Võimalik näitelause: <i>Turunduskampaania mõistete tutvustamine: eesmärgid ja tööriistad. Lisaks eriteadmiste turunduse/sotsiaalmeedia valdkonnast arendab praegune stsenaarium teadmisi ja oskusi kohandatud sõnumite ja õigete sotsiaalmeedia kanalite jaoks. Praeguses õppeetsenaariumis on fookuses meeskonnas töötamise võime alapädevuse arendamine. Lisaks on küsimus ka tulemustele suunatud tegevuses ja meediapädevuses.</i>
Stsenaariumi didaktiline kontseptsioon:	Võimalik näidislause: <i>Pärast üldist sissejuhatust turunduskampaaniate arendamise ja toimimise, üldistesse vahenditesse nagu: Reklaam: Erinevad kanalid, nagu televisioon, internet ja sotsiaalmeedia; visuaalne kaubandus: Kaupluse kujundus ja toodete väljapanekud; brändi kujundamine: Tugeva kaubamärgi identiteedi loomine. Õppeetsenaarium viiakse läbi nelja 40-minutilise õppetöö tunni jooksul, kokku 160 minutit. Keskendutakse sotsiaalmeediale: Instagram ja Facebook - teha sissejuhatust pigem ettevõtte vaatenurgast kui nende poolt tuntud kasutajate profiilidest. Räägitakse sihtrühmadest ja vajadustest, klientide käitumisest ja eelistustest sotsiaalmeedias.</i>
Sisu omistamine olemasolevatele õppekavadele/koolitusmäärustele jne:	<i>1. õppeaasta: Õppevälja turundusklassid - üks tund nädalas, Teema: Digitaalsed turunduskampaaniad ja -vahendid</i>
4. Üldtingimused	

Asukoht:	Kool
Kvalifikatsiooni tase:	<i>Keskhariduse ülemine tase</i>
Suurus, omadused Sihtgrupp:	<i>22 osalejat, uuringute ettevõtlusprofiil</i>
Vajalik tehnoloogia (riistvara, internetiühendus) Meedia kasutamine	<i>Arvutitöökoht 2 osalejat, igaühel on internetiühendus ja printer, nutitelefonid. Projektor/tehniline tahvel, tahvel, Kaamera, peakomplektid</i>
Meedia kasutamine (tarkvara, tööriistad, videod jne).	<i>Mobiilirakendused - Instagrami ja Facebooki installatsioonid, kasutusprofiilid, YouTube Töölehed situatsioonülesannetega ja ülevaated</i>
5. Organisatsiooni märkused	
Õppestenaariumi kogukestus (täistundides):	<i>2 õppetundi</i>
Rakendamise ajakava (päevades/nädalates jne):	<i>2 õppetundi</i>
Ettevalmistuse ja järelmeetmete kestus (täistundides):	<i>1 päev</i>
Ettevalmistamise kontrollnimekiri:	<ul style="list-style-type: none"> • Muudatused - Leht vihjeteks, ettepanekuteks, probleemideks • PC - valmistage ruum ette, testige iga töökoht. • Paigaldatud tarkvara: Google Chrome, Google Play Instagrami/Facebooki allalaadimiseks, praeguste rakenduste installimine/uuendamine, internetiühendus, peakomplekti/heliväljundi test) • Tehke väljatrüki ülesannete lahendamiseks
6. Vajalik ekspertiis:	
<p>- Vajalikud põhiteadmised jaekaubanduse valdkonna turundusvahenditest</p> <p>- Ei nõuta eriteadmisi</p>	

7. Peamised õpiväljundid: (samad, mis mallimaailmas - MLE)

1. Praktikandid teavad erinevust reklaami- ja reklaammaterjalide vahel ning oskavad neid õigesti määrata.
2. Praktikandid oskavad valida reklaamikampaaniate jaoks sobivaid reklaammaterjale ja -vahendeid.
3. Koolitatavad teavad, nimetavad ja eristavad erinevaid müügikanaleid ja kommunikatsioonikanaleid mitmekanalilises keskkonnas

8. Õppestenaariumi didaktiline kontseptsioon ja kulgemine:

Kirjeldage punktide kaupa, millal MLEd klassiruumis/ettevõttes kasutatakse:

- Sissejuhatus teemasse
- Juhtumiuuringu ettevalmistamine - üks lõige konkreetse ülesandena
- Meeskonnatöö
- Video
- Näost-näku õpetamine
- Iseõppimine
- Rühmatöö

- Projektitöö
- Lõpptulemused ja tulemused

Õppestsenaarium 11

Alateema 2.2: Teenindus ja side

1. Teave õppeasutuse kohta	
Nimi ja aadress:	<i>Prof. Ivan Apostolovi kool</i>
Looja nimi:	Milena Koleva

2. Teave e-õppe mooduli kohta	
Moodul:	<i>3. koolitusaasta</i>
Teema:	<i>Teabevahetus ja läbirääkimised</i>
Alateema:	<i>Kommunikatsioon</i>
Operatiivtegevuse olukordade nimetused:	<i>Klienditeenindus jaekauplustes</i>
Asukoht virtuaalses kaubanduskeskuses	<i>Spetsialistid</i>

3. Teave õppestsenaariumi kohta	
Õppestsenaariumi pealkiri:	Kommunikatsioon klienditeeninduse jaoks jaekaubanduses
Lühikirjeldus selle kohta, kuidas e-õppe moodulit või selle alamelemente stsenaariumisse integreerida:	Võimalik näidislause: <i>Õppematerjal, mis on seotud suhtlemisega, õpetab õpilastele, kuidas kasutada õiget keelt, müügi etappe ja kvaliteetset teenindust. See parandab üldist suhtlemisuskust ning vestluste õiget „toonit“ ja sisu.</i>
Stsenaariumi kompetentsikeskne üldine (õppe)eesmärk:	Võimalik näidislause: <i>Esitleme kontseptsiooni eduka jaekaubandusketi kvaliteetsest klienditeenindusest, müügisuhtlusest klientidega, lähenemisviisid tervitamisele, nõustamisele, klientide veenmisele ostmiseks, järelkontrollile ja hüvastijätmisele. Lisaks tuuakse välja ja arutatakse empaatia mõistet kui osa emotsionaalsest intelligentsusest. Tutvustatakse ka kliendi vaatenurka.</i>
Stsenaariumi didaktiline kontseptsioon:	Võimalik näidislause: <i>On olemas jäämurdmise tegevus, mille käigus näidatakse kahte tüüpi vestlusi/suhtlemist müügiinimeste ja klientide vahel: üks halb ja üks hea näide. Seejärel on artikkel korrektse keelekasutuse ja suhtumise kohta klientidesse ning strateegiad nende ostuotsuse/kaupade nõustamiseks.</i>
Sisu omistamine olemasolevatele õppekavadele/koolitusmäärustele jne:	<i>3. õppeaasta: Õppevaldkond Kommunikatsiooni- ja turunduskursused - üks tund nädalas, 4 tundi - 160 minutit, 2 sessiooni positiivse ja 2 - negatiivse stsenaariumi jaoks, mis käsitleb vestlust / lahenduse leidmist müügiinimese ja kliendi vahel. Teema: Kommunikatsioon</i>
4. Üldtingimused	
Asukoht:	Kool
Kvalifikatsiooni tase:	<i>Keskhariduse ülemine tase</i>
Suurus, omadused Sihtgrupp:	<i>22 osalejat, uuringute ettevõtlusprofiil</i>

Vajalik tehnoloogia (riistvara, internetiühendus) Meedia kasutamine	<p>PC tööjaam</p> <p>2 osalejat, igaühel paber ja pliiats märkmete tegemiseks ning eelnevalt ettevalmistatud vestluse stsenaarium.</p> <p>Projektor/tehniline tahvel, tahvel,</p> <p>Kaamera/nutitelefon</p>
Meedia kasutamine (tarkvara, tööriistad, videod jne).	<p>Kirjalik stsenaarium vestluse ja olukorra jaoks - üks negatiivne ja üks positiivne praktiseerimiseks</p> <p>Töölehed situatsioonülesannetega ja ülevaatega</p> <p>Täiustatud meedia ja tehnoloogia integreerimine</p> <p>Videod: Täiendavad rollimängu tegevusi lühikeste videote abil, mis kajastavad jaekaubanduses toimuvaid tegelikke kliendisuhtlusi.</p> <p>Digitaalsed vahendid: Kasutage koostöövahendeid (nt Google Docs või Miro), et teha ajurünnakuid ja salvestada grupi mõtteid.</p> <p>Interaktiivsed viktoriinid: Kasutage kiireks hindamiseks selliseid platvorme nagu Kahoot! või Mentimeter.</p> <p>Ajakohastatud ajajaotus</p> <p>Tund 1 (80 minutit):</p> <p>Sissejuhatus ja teoreetiline taust (30 minutit).</p> <p>Rollimängu stsenaariumid (50 minutit).</p> <p>Õppetund 2 (80 minutit):</p> <p>Juhtumi analüüs (40 minutit).</p> <p>Rühmade esitlused ja tagasiside (30 minutit).</p> <p>Refleksioon ja kokkuvõte (10 minutit).</p> <p>Selline ülesehitus tagab õpilaste aktiivse osalemise, integreerides teoreetilised teadmised praktilise rakendamise, ning julgustab neid arendama kriitilisi suhtlemisoskusi, mida saab rakendada klienditeeninduses.</p>
5. Organisatsiooni märkused	
Õppestsenaariumi kogukestus (täistundides):	2 õppetundi
Rakendamise ajakava (päevades/nädalates jne):	2 õppetundi
Ettevalmistuse ja järelmeetmete kestus (täistundides):	1 Päeva
Ettevalmistamise kontrollnimekiri:	<ul style="list-style-type: none"> • Muudatused - Leht vihjeteks, ettepanekuteks, probleemideks • PC - valmistage ruum ette, testige iga töökoht. • Tehke väljatrüki ülesannete lahendamise kohta

6. Vajalik ekspertiis:

- Vajalikud põhiteadmised jaekaubanduse valdkonna turundusvahenditest
- Ei nõuta eriteadmisi

7. Peamised õpiväljundid: (samad, mis mallimaailmas - MLE)

1. Koolitusel osalejad oskavad rõhutada teenuste eeliseid kliendi seisukohast ja tuua välja teenuste kategooriad.
2. Koolitatavad oskavad kasutada teenuseid müügiargumendina.
3. Koolitatavad teavad ja nimetavad müügifaase nõustamisvestluse käigus.
4. Koolitatavad oskavad rakendada müügivestluses müügifaase.

8. Õppestsenaariumi didaktiline kontseptsioon ja kulgemine:

Kirjeldage punktide kaupa, millal MLEd klassiruumis/ettevõttes kasutatakse:

Sissejuhatus (jäämurdja):

Alustage lühikese interaktiivse viktoriini või videoga, kus näidatakse näiteid hea ja halva klienditeeninduse kohta.

Paluge õpilastel tuvastada, mis läks hästi ja mis mitte. See loob aluse arutelule tõhusa suhtlemise põhielementide üle.

Teoreetiline alus:

Esitage kaasahaarav loeng või multimeediasisu suhtlusstrateegiate kohta, keskendudes empaatiavõimele, aktiivsele kuulamisele ja veenvale keelele.

Rõhutage peamisi müügi etappe, nagu tervitamine, nõustamine, veenmine, lõpetamine ja järelkontroll.

Rollimängu stsenaariumid (praktiline etapp):

Jagage õpilased väikestesse rühmadesse ja andke neile ette valmistatud positiivsed ja negatiivsed kliendisuhtluse stsenaariumid.

Vahetage rolle kliendi, müüja ja vaatleja vahel, et kõik õpilased saaksid kogemusi eri vaatenurkadest.

Vaatlejad võivad kasutada kaasasolevaid töölehti, et märkida üles tugevused ja parandamist vajavad valdkonnad.

Rühmaarutelu ja tagasiside:

Koguge vaatlejatelt tagasisidet ja arutage seda klassis. Kasutage selliseid küsimusi nagu:

Millised strateegiad toimisid positiivse näite puhul kõige paremini?

Kuidas saaks müügimees negatiivse stsenaariumi puhul paremaks muutuda?

Hõlbustage vastastikust tagasisidet, et luua koostööl põhinev õpikeskkond.

Juhtumiuuringu rakendamine (seos tegeliku eluga):

Tehke juhtumiuuring, milles õpilased analüüsivad jaeketi kommunikatsioonistrateegiat.

Paluge õpilastel teha parandusettepanekuid või tuvastada tugevad küljed, kasutades õpitud mõisteid.

Loovprojekt:

Andke õpilastele ülesanne luua lühike sketš või digitaalne esitus, mis näitab edukat kliendikontakti. Kasutage selliseid vahendeid nagu nutitelefonid, et salvestada videoid või teha rollimänge otseülekandes.

Järelemõtlemine ja kokkuvõte:

Lõpetuseks tehke juhendatud mõtisklustegevus, näiteks kirjutage lühike lõik sellest, mida nad õppisid tõhusast klienditeenindusest.

Julgustage õpilasi määratlema üks oskus, mida nad parandavad, ja kuidas nad kavatsevad seda reaalses elus rakendada.

Õppestsenaarium 12

Alateema 2.3: E-posti kasutamine e-kaubanduse äriprotsessides

1. Teave õppeasutuse kohta	
Nimi ja aadress:	<i>Prof. Ivan Apostolovi kool</i>
Looja nimi:	Milena Koleva

2. Teave e-õppe mooduli kohta	
Moodul:	<i>3. õppeaasta</i>
Teema:	<i>Suhtlemine ja läbirääkimised</i>
Alateema:	<i>Kommunikatsioon</i>
Operatiivtegevuse olukordade nimetused:	<i>E-posti saatmine jaekaubanduses</i>
Asukoht virtuaalses kaubanduskeskuses	<i>Spetsialistid</i>

3. Teave õppestsenaariumi kohta	
Õppestsenaariumi pealkiri:	E-posti saatmine e-kaubanduses
Lühikirjeldus selle kohta, kuidas e-õppe moodulit või selle alamelemente stsenaariumisse integreerida:	Võimalik näidislause: <i>Õppematerjal, mis on seotud e-kirjaga, hõlmab teemat, kuidas kirjutada e-kirju, mida õpitakse tavalistes inglise keele tundides. Siinne stsenaarium paneb õpilased olukorda, kus nad peavad tervitama oma kliente nende sünnipäevade puhul. See õpetab suhtlemist ja õiget keeleoskust ning empaatiavõimet ja suhtumist klientidesse.</i>
Stsenaariumi kompetentsikeskne üldine (õppe)eesmärk:	Võimalik näidislause: <i>Automaatsed sünnipäeva e-kirjad pakuvad jaemüüjale hea võimaluse klientidega suhtlemiseks. Sünnipäevasoovid saadetakse kliendi sünnipäeval. Selle tulemusena saab luua, säilitada ja tugevdada klientide lojaalsust. Sünnipäeva e-kirjad kuuluvad e-turunduse alla ja on osa otseturundusest. Otsepostitused on adresseeritud reklaamiartikkel ja neid saadetakse automaatselt valitud klientidele eriliste sündmuste puhul. Need võivad koosneda erinevatest komponentidest, nagu saatekirjad, brošüürid, kataloogid või isegi isiklikud sünnipäevasoovid. E-posti turundus on paljude jaekaubandusettevõtete turunduskontseptsioonis kindlalt juurdunud ja seda kasutatakse kõige tavalisema turundusvahendina. Paluge õpilastel tuua sarnaseid näiteid oma kogemustest ja järgida eeskujul. Küsige ka isikuandmete töötlemise kohta ja selle kohta, kuidas jaemüüjad andmeid koguvad (GDPR) ja millal on sünnipäev.</i>
Stsenaariumi didaktiline kontseptsioon:	Võimalik näidislause: <i>Kirjutage e-kommertsiklienditeenindaja positsioonilt e-kiri ja tervitage oma klienti tema sünnipäeva puhul, mõelge sõnadele, sõnumitele ja võimalikule preemiale/kingitusele. Milline oleks strateegia ja h kuidas see sobib ettevõtte üldisesse turundusstrateegiasse?</i>

Sisu omistamine olemasolevatele õppekavadele/koolitusmäärustele jne:	3. õppeaasta: Õppevaldkond Kommunikatsiooni- ja turundusklassid, inglise keele tunnid - kolm tundi nädalas, üks nädal tööks - 120 minutit, Teema: Kirjalik suhtlus, e-kirjad.
4. Üldtingimused	
Asukoht:	Kool
Kvalifikatsiooni tase:	Keskhariduse ülemine tase
Suurus, omadused Sihtgrupp:	22 osalejat, uuringute ettevõtlusprofiil
Vajalik tehnoloogia (riistvara, internetiühendus) Meedia kasutamine	PC tööjaam 2 osalejat, igaühel paber ja pliiats märkmete tegemiseks ja stsenaarium e-kirjade kirjutamiseks, tervitused, mis on eelnevalt ette valmistatud. Projektor/tehniline tahvel, valge tahvel, nutitelefon E-posti tarkvara: Gmail ja/või Outlook/massiivne e-posti platvorm
Meedia kasutamine (tarkvara, tööriistad, videod jne).	Kirjalik stsenaarium klientide tervitamiseks Töölehed situatsioonülesannete ja ülevaatega
5. Organisatsiooni märkused	
Õppetsenaariumi kogukestus (täistundides):	3 õppetundi
Rakendamise ajakava (päevades/nädalates jne):	1 õppetund
Ettevalmistuse ja järelmeetmete kestus (täistundides):	1/2 päev
Ettevalmistamise kontrollnimekiri:	<ul style="list-style-type: none"> • Muudatused - Leht vihjeteks, ettepanekuteks, probleemideks • PC - valmistage ruum ette, testige iga töökoht. • Tehke väljatrüki ülesannete lahendamise kohta
6. Vajalik ekspertiis:	
<p>Põhiline digitaalne kirjaoskus: o tutvavlikkus e-posti kasutajaliideste ja põhifunktsioonide (nt koostamine, vormindamine ja failide lisamine) kasutamisega. o Oskus navigeerida ja kasutada tavalisi e-postiplatvorme, nagu Gmail või Outlook.</p> <p>- Suhtlemisoskus: o Professionaalsete suhtluspõhimõtete mõistmine, sealhulgas toon, grammatika ja sihtrühmale suunatud sõnumite edastamine. o Oskus edastada kirjalikus suhtluses empaatiavõimet, selgust ja eesmärki.</p> <p>- Turunduse alused: o Teadlikkus kliendilojaalsusstrateegiatest ja otseturunduse rollist äritegevuses. o Põhiline arusaam sellest, kuidas kliendiandmeid kogutakse, säilitatakse ja kasutatakse vastutustundlikult.</p> <p>- Koostööoskused: o Meeskonnatöö ja vastastikuse hindamise oskus, et tõhusalt osaleda rühmaaruteludes ja projektides.</p> <p>Soovitavad (edasijõudnud) teadmised: - Nii õppejõududele kui ka üliõpilastele: o kokkupuude tegelike e-turunduskampaaniate või juhtumiuuringutega.</p>	

- o Teadmised e-posti turundusstrateegiate tõhususe analüüsi vahenditest (nt avanemismäärad, klikimismäärad).
- o Tutvumine kujundusvahenditega (nt Canva, Mailchimp) visuaalselt atraktiivsete e-kirjade mallide loomiseks.

7. Peamised õpiväljundid: (samad, mis mallimaailmas - MLE)

5. Koolitatavad teavad, mis vahe on automaatsetel sünnipäevatervitustel, tervituskirjadel ja tellimuse kinnitustel, ning oskavad neid õigesti määrata.
6. Koolitatavad oskavad nimetada eespool nimetatud e-turunduskampaaniate eeliseid.
7. Koolitatavad teavad eespool nimetatud e-posti kampaaniate eeliseid ja kaubanduses, nad teavad, mida need endast kujutavad, miks need on olulised ja mida tuleb silmas pidada.

8. Õppeetsenaariumi didaktiline kontseptsioon ja kulgemine:

Sissejuhatus (kontekstuaalne ülevaade):

Alustage arutelu sellest, kuidas e-turundus on muutunud jaekaubandust ja e-kaubandust. Jagage näiteid ettevõtetest, mis kasutavad klientide kaasamiseks tõhusalt automatiseeritud e-kirju (nt sünnipäevatervitused või reklaamikampaaniad).

Paluge õpilastel jagada oma isiklike kogemusi turunduskirjade saamisega - nii positiivseid kui ka negatiivseid kogemusi.

Teoreetiline alus:

Esitage lühiloeng või video, milles käsitletakse e-kirjaturunduse põhielemente:

E-kirjade liigid (nt tervitus-, sünnipäeva-, reklaamikampaaniad ja tellimuste kinnitused).

Tooni, isikupärastamise ja GDPRi järgimise tähtsus e-kirjade edastamisel.

Arutelu selle üle, kuidas sünnipäeva tervitused mõjutavad konkreetset klientide lojaalsust ja e-kaubandusettevõtte üldist turundusstrateegiat.

Rollimängud ja juhtumiuuringud (rakendusfaas):

Tegevus: Jagage klass väikesteks rühmadeks ja koostage stsenaarium, kus õpilased tegutsevad e-kaubandusettevõtte klienditeenindajatena.

Stsenaarium 1: Koostage soe, personaalne sünnipäeva e-kiri koos väikese preemiaga (nt allahindluskood või tasuta saatmine).

Stsenaarium 2: koostage e-kiri kliendile, kelle isikuandmed (nt sünnipäev) on puudulikud. Paku välja taktitundlik viis puuduvate andmete küsimiseks, jäädes samas GDPR-i nõuetele vastavaks.

Iga rühm:

Arutlevad ja mõtisklevad oma e-kirjade sisu, tooni ja struktuuri üle.

Tuvastage tõhusa e-kirjade kirjutamise põhielemendid (nt teemakohad, üleskutse tegutsemiseks ja preemiad).

Interaktiivne vastastikune vastastikune hindamine:

Iga rühm esitab oma e-kirja projekti klassile.

Klass annab konstruktiivset tagasisidet, kasutades selliseid kriteeriume nagu professionaalsus, toon, selgus ja vastavus turunduseesmärkidele.

Julgustage õpilasi hindama, kas e-kirjaga saavutatakse turunduse tõhususe ja kliendi rahulolu kaks eesmärki.

Reaalse elu juhtumiga seotud uurimus (iseõppimine):

Andke õpilastele ülesanne uurida reaalseid näiteid juhtivate e-kaubanduse kaubamärkide automatiseeritud sünnipäeva e-kirjade kohta. Nad analüüsivad:

Mis tegi e-kirja kõitvaks või tõhusaks?

Mida oleks võinud parandada?

Õpilased võivad oma tulemusi klassiga jagada järgmisel õppetunnil.

Tulemus (projektipõhine õpe):

Õpilased kavandavad iseseisvalt fiktiivse e-kaubanduse kaupluse jaoks e-posti turunduskampaania, mis hõlmab järgmist:

Isikupärastatud sünnipäeva e-kiri.

Jälgimismeil, mis julgustab kliente preemiat lunastama või kommentaare jagama.

Kampaaniaid hinnatakse loovuse, turundusstrateegiatega vastavusse viimise ja GDPRi suuniste järgimise alusel.

Järelemõtlemine ja kokkuvõte:

Korraldage arutelu peamiste õppetundide üle:

Empaatia ja isikupärastamise tähtsus klientidega suhtlemisel.

Loovuse ja professionaalse keele tasakaalustamine e-kirjaturunduses.

Jagage välja brošüür, mis võtab kokku parimad tavad tõhusate turundussõnumite kirjutamiseks.

Õppe stsenaarium 13

Alateema 4.1: Digitaalse sisu tähtsus

1. Teave õppeasutuse kohta	
Nimi ja aadress:	IDEC
Looja nimi:	Stefania Skandalou

2. Teave e-õppe mooduli kohta	
Moodul:	1.
Teema:	Digitaalse sisu loomine
Alateema:	Digitaalse sisu aspektid
Operatiivse tegevuse olukordade pealkirjad:	Digitaalse sisu loomine
Asukoht virtuaalses kaubanduskeskuses	Spetsialistid

3. Teave õpistsenaariumi kohta	
Õpe stsenaariumi pealkiri:	Digitaalse sisu loomise aspektid
Lühikirjeldus selle kohta, kuidas e-õppe moodulit või selle alamelemente stsenaariumisse integreerida:	Võimalik näidislause: Õppematerjal keskendub digitaalse sisu loomise vahenditele ja sellele, kuidas jaekaubandustöötajad saavad neid kasutada
Stsenaariumi pädevusele orienteeritud üldine (õppe)eesmärk:	Võimalik näidislause: Digitaalse sisu loomise pädevus jaemüügispetsialistidele tähendab vajalike oskuste ja teadmiste omandamist, et luua, hallata ja täiustada digitaalset sisu veebiplatvormide jaoks . See hõlmab sisu loomise põhialuste mõistmist, erinevate digitaalsete vahendite kasutamise oskust ja viimaste sisuturunduse suundumustega sammu pidamist. Jaemüügispetsialistid peavad õppima, kuidas kaasata kliente, edastada brändi sõnumeid ja suurendada müüki veenva ja asjakohase digitaalse sisu abil.
Stsenaariumi didaktiline kontseptsioon:	Võimalik näidislause: Osalejad tutvuvad pärast üldist sissejuhatust selle kohta, mis on "Digitaalse sisu loomine", digitaalse sisu loomise peamiste aspektidega . Need aspektid saab tuletada neljaks põhielemendiks , mis moodustavad tõi hUSA sisu digitaalses valdkonnas, tagades, et jaemüügispetsialistid on hästi varustatud, et olla edukas pidevalt areneval maastikul. "Sotsiaalmeedia ja digitaalse sisu loomine." "Autoriõigused ja litsentsid sisu loomisel" "Visuaalse brändi loomine" "Videodisain ja YouTube" Õpe stsenaarium viiakse läbi viie õppetöö tunni jooksul.

Sisu omistamine olemasolevatele õppekavadele/koolitusmäärustele jne:	
--	--

4. Üldised tingimused	
Asukoht:	Kool / ettevõtte
Kvalifikatsioonitase:	Täiendkoolitus sertifitseeritud kaubandusspetsialistiks (sh jaemüüja koolitus), 1. õppeaasta
Suurus, omadused sihtrühm:	10 osalejat E-kaubanduse juhid
Vajalik tehnoloogia (riistvara, internetiühendus) Meedia kasutamine	Arvutitöökoht 2 osaleja kohta, igaühel on internetiühendus ja printer, Projektor, projektsiooniekraan, tahvel, Kalkulaator, kaamera, peakomplekt
Meedia kasutamine (tarkvara, tööriistad, videod jne).	CD-ROMi makseviisid, paneelmaalid, Töölehed situatsioonülesannete ja ülevaatega

5. Organisatsioonilised märkused	
Õppestenaariumi koguaeg (täistundides):	2 õppetundi
Rakendamise ajakava (päevades/nädalates jne):	2 õppetundi
Ettevalmistuse ja järelmeetmete kestus (täistundides):	1 päev
Ettevalmistamise kontrollnimekiri:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Muudatused - Leht vihjeteks, ettepanekuteks, probleemideks ▪ PC - valmistage ruum ette, testige iga töökohta. (Internet Explorer või Google Chrome standardse brauserina, praeguse Adobe Flash Playeri paigaldamine/uuendamine, printimisfunktsioon, internetiühendus, peakomplekti/heliväljundi test) ▪ Tehke ülesannete lahendamise väljatrükid

6. Vajalik ekspertiis:
- Vajalikud põhiteadmised digitaalse infosisu loomise valdkonnas - Ei nõuta eriteadmisi

7. Peamised õpiväljundid

Saate põhjalikud teadmised digitaalse sisu loomise põhiaspektidest, mis võimaldavad teil luua sisu, mis kõnetab teie sihtrühma ja on kooskõlas teie brändi eesmärkidega.

Omandada oskused ja teadmised, et kasutada tõhusalt digitaalse sisu loomise vahendeid, nagu sotsiaalmeedia haldamine, kujundustarkvara ja videotöötlus, et suurendada brändi nähtavust ja klientide kaasamist.

Tuvastada ja selgitada välja ainulaadsed probleemid, millega jaemüügispetsialistid digitaalse sisu loomisel kokku puutuvad, tagades, et suudate kohaneda ja uuendusi teha, et ületada tööstusspetsiifilised takistused tõhusalt.

	8. Õppeetsenaariumi didaktiline kontseptsioon ja kulgemine:
Teooria	<ol style="list-style-type: none"> 1. Alateema 1.1 <ol style="list-style-type: none"> a. Rõhutada teabe- ja andmekirjaoskuse, tõhusa otsingu ja allikate kontrollimise tähtsust teabe otsimisel, et seda sisusse lisada. (Õpiampsud 1.1.1.1,1.1.2,1.1.3) 2. Alateema 3.2 <ol style="list-style-type: none"> a. Õpetada erinevaid sotsiaalmeediaplatvorme ja kuidas valida kanalit erineva sisu jaoks (Õpiamps 3.2.1). b. Tutvustada erinevaid vahendeid, mida saab kasutada sisuliseks koostööks ja kommunikatsiooniks sisu loomise ajal (Õpiampsud 3.2.2, 3.2.3). 3. Alateema 3.3 <ol style="list-style-type: none"> a. Navigeerige väliskoostöö protsessis, õppige sisu loomise ajal kasutatavaid tavasid. (Õpiamps 3.3.1) 4. Alateema 3.4 <ol style="list-style-type: none"> a. Õpetada, kuidas õpilased saavad kasutada MS Office'i programme, et parandada suhtlust ja tootlikkust sisu loomise ajal. (Õpiamps 3.4.1) b. Näidata, kuidas samade vahendite täiustatud funktsioone saab kasutada sisu loomise ja sisu edu seisukohalt oluliste andmete analüüsimiseks. (Õpiamps 3.4.2) 5. Alateema 4.1 <ol style="list-style-type: none"> a. Tutvustada digitaalse sisu loomise erinevaid aspekte (Õpiamps 4.1.1). b. Analüüsida digitaalse infosisu loomise vahendite kasutamise eeliseid (Õpiamps 4.1.2). c. Arutlege probleemide üle, millega sisu loojad võivad silmitsi seista (Õpiamps 4.1.3). 6. Alateema 4.2

	<ul style="list-style-type: none"> a. Tutvustage peamisi sotsiaalmeediavõrgustikke, kuhu on postitatud palju sisu. Arutlege, kuidas kaasata kogukonda sisu, reklaami ja paljude sotsiaalmeedia funktsioonide kaudu (Õpiampsud 4.2.1,4.2.2, 4.2.3). <p>7. Alateema 4.5</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Õpetab videosisu kujundamise põhimõtteid ja vaatab läbi videosisu loomise protsessi. (Õpiampsud 4.5.1,4.5.2) b. Uurige Youtube'i videosisu levitamiseks ja videosisu edukuse mõõtmiseks analüütikat. (Õpiampsud 4.5.3, 4.5.4)
Extra	<ol style="list-style-type: none"> 1. Alateemad 1.1,3.2,3.3,3.4,4.2 sisaldavad kõik slide või videopresentatsioone asjakohase materjali õpetamiseks. 2. Alateema 4.1 <ul style="list-style-type: none"> a. Täiendav lugemine digitaalse infosisu loomise turu kohta. 3. Alateema 4.2 <ul style="list-style-type: none"> a. Lisateave suuremate sotsiaalmeediavõrgustike ja nende funktsioonide kohta. 4. Alateema 4.5 <ul style="list-style-type: none"> a. Vaata videot Youtube'i kanali loomise protsessist.
Grupitegevus	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jagage klassirühmad rühmadesse. Iga rühm peab valima toote ja tegema uurimistööd, mille eesmärk on luua sisu. Kogu teave ja allikad registreeritakse ühiselt koostatud Microsoft Wordi dokumendis. Rühm peab otsustama, milliste kanalite kaudu ja miks nad oma sisu levitavad. Lõpuks esitlevad rühmad oma tööd Power Point esitluses. Selle tegevuse kaudu harjutavad õpilased järgmisi teemasid: <ul style="list-style-type: none"> a. Koostöö b. Uurimisoskused ja andmetöötlusoskus c. Microsoft Office'i vahendite kasutamine d. Parima sobiva levikukanali valimine
Hindamine	<ol style="list-style-type: none"> 1. Alateema 1.1, Õpiamps 1.1.3. <ul style="list-style-type: none"> a. Hinnake õpilasi faktide kontrollimise teemal. 2. Alateema 3.3, Õpiamps 3.3.2 <ul style="list-style-type: none"> a. Hinnake õpilasi väliskoostöö teemal. 3. Alateema 3.4, Õpiamps 3.3.3. <ul style="list-style-type: none"> a. Hinnatakse õpilaste teadmisi Microsoft Office Suite'i kohta.

1. Teave õppeasutuse kohta	
Nimi ja aadress:	IDEC
Looja nimi:	Stefania Skandalou

2. Teave e-õppe mooduli kohta	
Moodul:	1.
Teema:	Digitaalse sisu loomine
Alateema:	Digitaalse sisu aspektid
Operatiivse tegevuse olukordade pealkirjad:	Digitaalse sisu loomine
Asukoht virtuaalses kaubanduskeskuses	Spetsialistid

3. Teave õpistsenaariumi kohta	
Õppestsenaariumi pealkiri:	Digitaalse sisu loomise aspektid
Lühikirjeldus selle kohta, kuidas e-õppe moodulit või selle alamelemente stsenaariumisse integreerida:	Võimalik näidislause: Õppematerjal keskendub digitaalse sisu loomise vahenditele ja sellele, kuidas jaekaubandustöötajad saavad neid kasutada
Stsenaariumi pädevusele orienteeritud üldine (õppe)eesmärk:	Võimalik näidislause: Digitaalse sisu loomise pädevus jaemüügispetsialistidele tähendab vajalike oskuste ja teadmiste omandamist, et luua, hallata ja täiustada digitaalset sisu veebiplatvormide jaoks . See hõlmab sisu loomise põhialuste mõistmist, erinevate digitaalsete vahendite kasutamise oskust ja viimaste sisuturunduse suundumustega sammu pidamist. Jaemüügispetsialistid peavad õppima, kuidas kaasata kliente, edastada brändi sõnumeid ja suurendada müüki veenva ja asjakohase digitaalse sisu abil.
Stsenaariumi didaktiline kontseptsioon:	Võimalik näidislause: Osalejad tutvuvad pärast üldist sissejuhatust selle kohta, mis on "Digitaalse sisu loomine", digitaalse sisu loomise peamiste aspektidega . Need aspektid saab tuletada neljaks põhielemendiks , mis moodustavad tõhusa sisu digitaalses valdkonnas, tagades, et jaemüügispetsialistid on hästi varustatud, et olla edukas pidevalt areneval maastikul. "Sotsiaalmeedia ja digitaalse sisu loomine." "Autoriõigused ja litsentsid sisu loomisel" "Visuaalse brändi loomine" "Videodisain ja YouTube" Õppestsenaarium viiakse läbi viie õppetöö tunni jooksul.

Õppestsenaarium 14

Alateema 4.3 – Autoriõigused ja litsentsid sisu loomisel

1. Teave õppeasutuse kohta	
Nimi ja aadress:	IDEC SA
Looja nimi:	Stefania Skandalou
2. Teave e-õppe mooduli kohta	
Moodul:	1.
Teema:	Digitaalse sisu loomine
Alateema:	Autoriõigused ja litsentsid sisu loomisel
Operatiivse tegevuse olukordade pealkirjad:	Autoriõigused ja litsentsid
Asukoht virtuaalses kaubanduskeskuses	Spetsialistid
3. Teave õpistsenaariumi kohta	
Õpestsenaariumi pealkiri:	Autoriõigused ja litsentsid sisu loomisel
Lühikirjeldus selle kohta, kuidas e-õppe moodulit või selle alamelemente stsenaariumisse integreerida:	Võimalik näidislause: Õppematerjal keskendub autoriõiguse ja litsentside kriitilistele aspektidele sisu loomisel, eesmärgiga anda jaemüügispetsialistidele põhjalik arusaam õiguslikust raamistikust ja parimatest tavadest.
Stsenaariumi pädevusele orienteeritud üldine (õppe)eesmärk:	Võimalik näidislause: Sõnastada autoriõiguse põhiprintsiibid, sealhulgas sisu loojale antud õigused ja kaitse. Kohaldada autoriõiguse kestuse põhimõtteid eri sisutüüpide suhtes ja mõista järeelmõjude mõju. Võtta kasutusele parimad tavad sisu loomisel, näiteks nõuetekohane allikate tsiteerimine, litsentseeritud sisu vastutustundlik kasutamine ja autoriõiguse seaduste järgimine. pidada läbirääkimisi ja sõlmida selgeid autoriõiguse lepinguid, tagades läbipaistvuse ja õigluse koostööpartnerite vahel. tuvastada ja ennetada võimalikke autoriõiguse rikkumisi jaemüügitegevuses, edendades seaduslikke ja eetilisi sisutavasid.
Stsenaariumi didaktiline kontseptsioon:	Võimalik näidislause: Osalejad uurivad autoriõiguse, omandiõiguse, kestuse ja erinevate litsentsimudelite, nagu Creative Commons, kasutustasuta ja avalikuks kasutamiseks mõeldud mudelid, keerukust. Peamised eesmärgid on anda jaemüügispetsialistidele teadmised ja vahendid, et kaitsta oma loometööd, liikuda omandiküsimustes ning kasutada ja jagada sisu eetiliselt ja õiguslikult. Õpestsenaarium viiakse läbi nelja õppetöö tunni jooksul.

Sisu omistamine olemasolevatele õppekavadele/koolitusmäärustele jne:	
4. Üldised tingimused	
Asukoht:	Kool / ettevõte
Kvalifikatsioonitase:	Täiendkoolitus sertifitseeritud kaubandusspetsialistiks (sh jaemüügispetsialisti koolitus), 1. koolitusaasta
Suurus, omadused sihtrühm:	10 osalejat E-kaubanduse juhid/ sotsiaalmeedia juhid/ visuaalsed müügiinimesed/ kutsehariduse ja -koolituse õpetajad/ kutsehariduse ja -koolitajad/ jaemüüjad/ sisukirjutajad ja blogijad
Vajalik tehnoloogia (riistvara, internetiühendus) Meedia kasutamine	Arvutitöökoht 2 osaleja kohta, igaühel on internetiühendus ja printer, Projektor, projektsiooniekraan, tahvel, Kalkulaator, kaamera, peakomplekt
Meedia kasutamine (tarkvara, tööriistad, videod jne).	Töölehed situatsioonülesannete ja ülevaatega
5. Organisatsioonilised märkused	
Õppestenaariumi koguaeg (täistundides):	2 õppetundi
Rakendamise ajakava (päevades/nädalates jne):	2 õppetundi
Ettevalmistuse ja järelmeetmete kestus (täistundides):	1 päev
Ettevalmistamise kontrollnimekiri:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Muudatused - Leht vihjeteks, ettepanekuteks, probleemideks ▪ PC - valmistage ruum ette, testige igat töökohta. (Internet Explorer või Google Chrome standardse brauserina, praeguse Adobe Flash Playeri paigaldamine/uuendamine, printimisfunktsioon, internetiühendus, peakomplekti/heliväljundi test) ▪ Tehke ülesannete lahendamise väljatrüki

6. Vajalik ekspertiis:
- Vajalikud põhiteadmised digitaalse infosisu loomise valdkonnas
- Ei nõuta eriteadmisi

7. Peamised õpiväljundid

Autoriõiguse põhimõtete tundmine: Mõista autoriõiguse aluspõhimõtteid, sealhulgas autoriõigusega antud õigusi ja selle rolli loominguuliste teoste kaitsmisel.
 Tasuta sisu vastutustundlik kasutamine: Näidata oskust tuvastada, hinnata ja vastutustundlikult kasutada kasutustasuta sisu, võttes arvesse kõiki kindlaksmääratud piiranguid.
 Tõhustatud õiguskirjaoskuse suurendamine sisu loomisel: Saavutada suurem õiguskirjaoskus sisu loomise valdkonnas, mis võimaldab teadlikke otsuseid teha ja loominguulisi ettevõtmisi kaitsta

8. Õppestsenaariumi didaktiline kontseptsioon ja kulgemine:	
Teooria	<ol style="list-style-type: none"> 1. Alateema 1.1 <ol style="list-style-type: none"> a. Rõhutada teabe- ja andmekirjaoskuse, tõhusa otsingu ja allikate kontrollimise tähtsust litsentside ja autoriõigustega seotud teabe otsimisel. (Õpiampsud 1.1.1.1,1.1.2,1.1.3) 2. Alateema 1.4 <ol style="list-style-type: none"> a. Õppige tundma keskkonnasõbralike sümbolite tüüpe seoses toodetega sisu loomise ajal. (Õpiamps 1.4.2) 3. Alateema 4.3 <ol style="list-style-type: none"> a. Süvenege autoriõiguse mõistesse ja selle seosesse sisu loomisega. Analüüsida omandiõigust, kestust ja parimaid tavasid. (Õpiamps 4.3.1) b. Uurige erinevaid litsentse, mida on vaja sisu loomisel. (Õpiamps 4.3.2)
Extra	<ol style="list-style-type: none"> 1. Alateemad 1.1 ja 1.4 sisaldavad slide asjakohase materjali õpetamiseks. 2. Alateema 1.4 <ol style="list-style-type: none"> a. Loe lähemalt erinevate keskkonnasõbralike märgiste ja sümbolite tähenduse ja nõuete kohta. (Õpiamps 1.4.2) 3. Alateema 4.3 <ol style="list-style-type: none"> a. Täiendav materjal autoriõiguse ja omandiõiguse kohta (Õpiamps 4.3.1) b. Lisamaterjalid ja ametlikud allikad eri tüüpi litsentside kohta. (Õpiamps 4.3.2)
Grupitegevused	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jagage õpilased rühmadesse. Koostage slaidiesitlus toodete ja sisuga, mis tutvustab erinevaid autoriõiguse ja keskkonnamärgiseid. Iga rühma esindajad astuvad kordamööda vastamisi, kusjuures see, kes esimesena märgist ja selle tähendust õigesti tuvastab, saab oma rühmale punkti. Selle tegevuse kaudu harjutavad õpilased järgmisi teemasid: <ol style="list-style-type: none"> a. Teadmised keskkonnamärgiste kohta b. Teadmised autoriõiguse kohta sisu loomisel
Hindamine	<ol style="list-style-type: none"> 1. Alateema 1.1, Õpiamps 1.1.3.

	<ul style="list-style-type: none">a. Hinnake õpilasi faktide kontrollimise teemal. <p>2. Alateema 1.4, mikroõpe Üksus 1.4.2</p> <ul style="list-style-type: none">a. Hinnake õpilaste teadmisi keskkonnasõbralike sümbolite ja märgiste kohta.
--	--

Õppestsenaarium 15

Alateema 4.4: Visuaalse loomine

1. Teave õppeasutuse kohta	
Nimi ja aadress:	IDEC
Looja nimi:	Stefania Skandalou

2. Teave e-õppe mooduli kohta	
Moodul:	1.
Teema:	Digitaalse sisu
Alateema:	Looge visuaalne kaubamärk
Operatiivse tegevuse olukordade pealkirjad:	Digitaalse sisu loomine
Asukoht virtuaalses kaubanduskeskuses	Spetsialistid

3. Teave õpistsenaariumi kohta	
Õppestsenaariumi pealkiri:	Luu visuaalne
Lühikirjeldus selle kohta, kuidas e-õppe moodulit või selle alamelemente stsenaariumisse integreerida:	Võimalik näidislause: Õppematerjal keskendub digitaalse sisu loomisele ja konkreetset visuaalse brändi loomise olulistele elementidele , andes jaemüügispetsialistidele oskusi ja teadmisi, mis on vajalikud veenvate ja tõhusate visuaalide loomiseks digitaalsele meediale, plakatitele ja brošüüridele.
Stsenaariumi pädevusele orienteeritud üldine (õppe)eesmärk:	Võimalik näidislause: Eesmärk: arendada võimet toota visuaale, mis on kohandatud sihtrühma eelistustele ja demograafilistele omadustele, tagades, et need on asjakohased ja leiavad tõhusat vastukaja. Kujundada visuaale, mõistes põhjalikult nende konkreetset otstarvet, eesmarke ja esilekutsutavaid emotsioone, tagades tõhusa kommunikatsiooni. Kasutage värviteooria põhimõtteid, et suurendada visuaalide psühholoogilist mõju, kasutades strateegiliselt värve, et tekitada publikus soovitud emotsioone. Looge visuaale, mis edastavad selgeid ja selgeid sõnumeid , rõhutades põhiteavet kirjeldavate elementide, näiteks graafika ja kujundite abil. Hinnake visuaalide tõhusust, tagades, et need on kooskõlas kaubamärgi üldise kuvandiga ja edastavad edukalt soovitud sõnumit.
Stsenaariumi didaktiline kontseptsioon:	Võimalik näidislause: Pärast üldist sissejuhatust selle kohta, mis on visuaalse brändi loomine ja selle teadmise vajadus, tutvuvad osalejad visuaalse brändi loomise põhielementidega. Neile antakse oskused ja teadmised, mis on vajalikud veenvate ja tõhusate visuaalsete kujunduste loomiseks digitaalmeedia, plakatite ja brošüüride jaoks. Osalejad uurivad kirjatüübi, värviteooria, emotsionaalse mõju ja üldise kujundusstruktuuri tähtsust brändi sõnumi edastamisel. Kursuse eesmärk on anda jaemüügispetsialistidele võime kujundada strateegiliselt visuaalset kujundust, mis kõnetab sihtrühma, edastab tõhusalt

	brändi sõnumit ja tugevdab brändi üldist identiteeti. Õppestsenaarium viiakse läbi kuue õppetöö tunni jooksul.
--	---

Sisu omistamine olemasolevatele õppekavadele/koolitusmäärustele jne:	
--	--

4. Üldised tingimused	
Asukoht:	Kool / ettevõtte
Kvalifikatsioonitase:	Täiendkoolitus sertifitseeritud kaubandusspetsialistiks (sh jaemüüja koolitus), 1. õppeaasta
Suurus, omadused sihtrühm:	10 osalejat E-kaubanduse juhid/ sotsiaalmeedia juhid/ visuaalsed müügimehed/ kutsehariduse ja -koolituse õpetajad/ kutsehariduse ja -koolitajad/ jaemüüjad/ sisukirjutajad ja blogijad/ kutsehariduse ja -koolituse üliõpilased
Vajalik tehnoloogia (riistvara, internetiühendus) Meedia kasutamine	Arvutitöökoht 2 osaleja kohta, igaühel on internetiühendus ja printer, Projektor, projektsiooniekraan, tahvel, Kalkulaator, kaamera, peakomplekt
Meedia kasutamine (tarkvara, tööriistad, videod jne).	CD-ROMi makseviisid, paneelmaolid, Töölehed situatsioonülesannete ja ülevaatega
5. Organisatsioonilised märkused	
Õppestsenaariumi koguaeg (täistundides):	3 õppetundi
Rakendamise ajakava (päevades/nädalates jne):	3 õppetundi
Ettevalmistuse ja järelmeetmete kestus (täistundides):	1 päev
Ettevalmistamise kontrollnimekiri:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Muudatused - Leht vihjeteks, ettepanekuteks, probleemideks ▪ PC - valmistage ruum ette, testige iga töökohta. (Internet Explorer või Google Chrome standardse brauserina, praeguse Adobe Flash Playeri paigaldamine/uuendamine, printimisfunktsioon, internetiühendus, peakomplekti/heliväljundi test) ▪ Tehke ülesannete lahendamise väljatrükid

6. Vajalik ekspertiis:	
- Vajalikud põhiteadmised digitaalse infosisu loomise valdkonnas	
- Ei nõuta eriteadmisi	

7. Peamised õpiväljundid

Kohandatud visuaalne kujundus: Arendage oskust luua visuaale, mis vastavad sihtrühma eelistustele ja demograafilistele näitajatele, tagades asjakohasuse ja kaasatuse.

Selge sõnumi edastamine visuaalselt: Looge selge ja selge sõnumiga visuaalid, rõhutades põhiteavet kirjeldavate elementide, näiteks graafika ja kujundite abil.

Tegevusjuhiste ja -keeldude kohaldamine: Rakendage parimaid tavasid, alustades olulisest teabest, täpsustades kasu, pöörates tähelepanu kirjatüübi kasutamisele ja vältides visuaalse kujunduse tavalisi lõkse.

8. Õppeetsenaariumi didaktiline kontseptsioon ja kulgemine:	
Teooria	<ol style="list-style-type: none"> 1. Alateema 3.2 <ol style="list-style-type: none"> a. Õpetada erinevaid sotsiaalmeediaplatforme ja kuidas valida kanal oma brändi levitamiseks (Õpiamps 3.2.1). b. Tutvustada erinevaid vahendeid, mida saab kasutada visuaalse brändi loomisel sisemiseks koostööks ja kommunikatsiooniks (Õpiampsud 3.2.2, 3.2.3). 2. Alateema 3.3 <ol style="list-style-type: none"> a. Navigeerige väliskoostöö protsessis, õppige, milliseid tavasid visuaalse brändi loomisel kasutada. (Õpiamps 3.3.1) 3. Alateema 3.4 <ol style="list-style-type: none"> a. Õpetada, kuidas õpilased saavad kasutada MS Office'i programme, et suurendada suhtlust ja tootlikkust visuaalse brändi loomise ajal. (Õpiamps 3.4.1) b. Näidata, kuidas samade tööriistade täiustatud funktsioone saab kasutada visuaalse brändi loomisega seotud andmeanalüüsiks. (Õpiamps 3.4.2) 4. Alateema 4.4 <ol style="list-style-type: none"> a. Analüüsige, kui oluline on järjepidev visuaalne kaubamärk, ja uurige selle erinevaid elemente, nagu näiteks piltide, plakatite ja brošüüride loomine. (Õpiampsud 4.4.1,4.4.2,4.4.3)
Ekstra	<ol style="list-style-type: none"> 1. Alateemad 3.2, 3.3, 3.4 sisaldavad slide või videopresentatsioone vastava materjali õpetamise kohta.

Grupitegevus	<p>1. Jagage õpilased rühmadesse. Iga rühmale määratakse välja mõeldud ettevõtte ja selle kaubamärk, näiteks keskkonnasõbralikud rõivad või luksuslikud kotid. Rühmad teevad ajurünnaku, et leida värvipalett, sümbolid ja logo, mis nende arvates esindavad kõige paremini nende ettevõtte sõnumit ja kõnetavad sihtrühma kõige paremini. Selle tegevuse kaudu harjutavad õpilased järgmist:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Visuaalse brändi tähtsus b. Koostöö c. Loovus
Hindamine	<ol style="list-style-type: none"> 1. Alateema 3.3, Õpiamps 3.3.2 <ol style="list-style-type: none"> a. Hinnake õpilasi väliskoostöö teemal. 2. Alateema 3.4, Õpiamps 3.3.3. <ol style="list-style-type: none"> a. Hinnatakse õpilaste teadmisi Microsoft Office Suite'i kohta. 3. Alateema 4.4, Õpiamps 4.4.3 <ol style="list-style-type: none"> a. Hinnata õpilaste teadmisi visuaalse brändi loomisest