

TÄIENDKOOLITUSKESKUS

Organisatsioon: Projektiteenus OÜ
Õppekavarühm: Turundus ja reklaam
Õppekava nimetus eesti keeles

**TURUNDUS, TURUNDUSPROJEKTID JA
MÜÜGISUHTLUS**

25.02.2023

(kinnitatud
Projektiteenus OÜ juhatuses)

Maht ainepunktides ja akadeemilistest tundides: 280 akadeemilist tundi; 140 auditoorset tundi ja 140 iseseisvat praktilist tundi

Vastuvõtutingimused: kesk- või kutseharidus, erandkorras ka põhiharidus töökogemuse olemasolul turunduse või valdkonnast, mille kohta turundusprojekti hakatakse arendama. Põhihariduse korral eelneb õppekavajuhiga vestlus veendumaks, et osalejal on võimekus, eeldused ja vastavad töökogemused turundusplaani või turundusprojekti arendamiseks. Eesti keele suuline ja kirjalik oskus vähemalt kesktasemel.

Õpingute alustamise tingimused: Arvuti wordi ja exceliga, nende baaskasutuse oskus ning teksti arvutil trükkimise baasoskus. Koolituskohal õpeks on vajalik sülearvuti koos wordi ja exceliga, selle puudumisel on võimalik laenutada koolituskeskuse kahte sülearvutit. Õppematerjalide ja äriplaanide saatmiseks ning koolitusinfo edastamiseks on vajalik aktiivses kasutuses olev meiliaadress. Osalemislehtede digiallkirjastamiseks on vajalik digiallkirjastamise võimalus.

Digiõppes osalemiseks vajalikud nõuded: Google Meet õppekeskkonnas on vajalik gmail-i konto ja interneti olemasolu. Koolitaja saadab enne koolituse algust õppekorralduse eelinfo meiliga Google Meet lingi. Vajalik on arvutil töötav mikrofon. Väga soovituslik on, et õppija arvutil oleks töötav kaamera, et oleks võimalik ka videopildi vahendusel suhelda kogu grupil. Sama lingiga pääseb interaktiivsesse õppekeskkonda iga koolituspäeva algul.

Sihtgrupid:

- 1) Tegutsevad turundusspetsialistid ja tulevased turundusjuhid ning alustavate või tegutsevate mikrofirmade juhid ja ettevõtjad, kes täidavad ka turundaja ülesandeid, kuid kel puuduvad kaasaegne turundusharidus ja tänapäevased ja/või süstemaatilised turundusteadmised (tulenevalt turunduse väga kiirest arengust)
- 2) Tegutsevad või tulevased turundusprojektide juhid, projektiassistendid ja projektimeeskonna spetsialistid
- 3) Kõrgkoolide või gümnaasiumide lõpetajad, kes soovivad tööturule sisenemisel tõsta oma konkurentsivõimet, et kandideerida turundusvaldkonna töökohtadele.

Lõpetamisel väljastatavad dokumendid ja lõpetamise tingimused: tunnistus vähemalt 140 at mahus osalemisel auditoorses töös ja praktilise töö sooritamisel vähemalt 70% esitatud koolitaja antud praktilistest töödest (sh grupitöödest ja iseseisvatest töödest). Kui koolituse lõpus antakse tunnistus, siis on hinnatud kõigi õpiväljundite saavutamist ja antud õppijale tagasisidet. Kui koolituse lõpus väljastatakse tõend, kantakse läbitud teemad ja maht tõendile. Kui õppija on teinud ka praktilisi töid ja saavutatud osa õpiväljunditest, kantakse need tõendile. Hindamine, tagasisidestamine on läbipaistev ja objektiivne ning toetab õpiväljundite saavutamist.

Praktiline töö: Turundusplaani (sh äriplaani osana turundusplaani, mis sisaldab turundusprojekte ja/või on äriplaani osa) ja/või turundusprojekti koostamine osade kaupa vahetähtaegadeks ja tervikplaani esitamine lõpptähtajaks või praktiliste turundusülesannete tegemine ja kaasõppija turundusplaani või turundusprojekti hindamine, võimalusel planeeritava või lähedase toetusmeetme hindamiskriteeriumidega.

Õppetöö korralduse, õppematerjalide ja õppekeskkonna lühikirjeldus.

Loengud, seminarid ja praktikumid koos iseseisva tööga.

Kursustele registreerumine: meili teel sigrid@projektiteenus.ee

Õppematerjalid: 1. Slaidipakett digitaalsel kujul 2. Sigrid Salla käsiraamat „Projektijuhtimine. Praktiline käsiraamat näiteprojektiga“.

Soovituslik täiendav kirjandus (lisaks veebimaterjalidele, jagatakse kursusel):

Kirjandus: Vihalem, A. Turunduse alused. 2. trükk. Tallinn: Külim, 2008.

Kallam, H. jt. Ärikorralduse põhiteadmised. Tallinn: Külim, 2003.

Kotler, P. Kotleri turundus. Tallinn: Pegasus, 2002.

Kotler, P. Sissevaated turundusse A-st Z-ni. Tallinn: Eesti Ekspressi Kirjastus, 2003.

Õppekeskkond: 100% kontaktõpe (sh õuesõpe) koolitusstudios, e-õpe google meet keskkonnas ning kombineeritud õpe mõlemas eelnimetatud keskkonnas. Osalejaid on võimalik kontaktõppe riiklike piirangute korral hajutada 2x2 põhimõttel.

Projektiteenus OÜ õppestudio, aadress: Kure, Saue k., Saku vald. Õpperuumid vastavad töö- ja tervishoiu nõuetele ning on varustatud vajaliku õppetehnikaga. Osaliselt võib toimuda õpe sobiva ilma korral ka õuesõppena õppeterrassidel.

Tellijal soovil sisekoolitustel või suuremate gruppide puhul toimub õpe kliendiettevõtte ruumides või renditavas õppekeskkonnas, mis vastab töö- ja tervishoiu nõuetele ning on varustatud või varustatav vajaliku õppetehnikaga.

Õppekorraldus ja õppemeetodid: Koolitus toimub keskmiselt 3-6 liikmelistes minigruppides, reeglina 5-8 at mahus koolituspäevadena, koolituse kellaajad ja koolituspäevade kuupäevad lepatakse jooksvalt kokku osalejatega, et tagada maksimaalne osavõtt kontaktõppest. Õpe on interaktiivne ja vaheldusrikas, teooria on kombineeritud grupidiskussioonidega, reflektiooni ja grupi- ja individuaaltöödega. Igal koolitusnädalal toimub äriplaani tagasiside analüüs ning reflektioon. Osalejate äriidee valdkondade spetsiifika ja erisusi arvestava grupimentorlusega, mis võimaldab personaalse lähenemise igale osalejale. Lisaks pakutakse vajadusel ka personaalset mentorlust telefoni teel, *google meet* keskkonnas või telefoni teel kursuse jooksul, et tagada kogu grupi edenemine vajalikus tempos kõigi õpiväljundite ja koolituse eesmärgi saavutamiseks.

Hindamine

Põhiliseks praktiliseks tööks on osaleja poolt valitud valdkonnast turundusplaani või turundusprojekti. Turundusplaani ja/või selles sisalduvate või selle juurde kuuluvate projektide valmivad järk-järgult (loogiliste planeerimisetappidena) vahetähtaegadeks, milleks on reeglina 1 p enne järgneva koolitusnädala esimest koolituspäeva kindlaks määratud kellaajal. Projekti- ja/või turundusplaani tuleb esitada alati terviklikult, et oleks võimalik hinnata sama väljundiga seotud äriplaani osasid korraga (sh ka varasematel tähtaegadel valminud osasid). Hindamine on läbipaistev ja objektiivne ning toetab õpiväljundite saavutamist. Plaani osadega seotud õpiväljundeid hinnatakse õppija poolt valitud toetusmeetme eesmärkide, tingimuste, koolituse veebis avalikustatud õppekorralduses kvaliteedi hindamise hindamiskriteeriumide ja plaani juhendvormide alusel. Kriteeriumid on toodud toetusmeetme määruuses ja/või toetusotsuses. Kui hinnatud punktid äriplaanis ja toetusprojekti ei vasta nõuetele, siis antakse uus tähtaeg puuduste kõrvaldamiseks ning jooksvalt toimub kordushindamine. Turundusplaani ja -projekte hinnatakse kirjalikult tõendus põhises vormis. Enamasti teeb koolitaja puuduste kohta märkused äriplaani, et oleks õppijal selge, kuhu ta peab puuduva info lisama. Vajadusel edastatakse tagasisidet ning

täiendavaid juhiseid ka meiliga. Plaani valmimise lõpptähtajaks (1,5-2 nd enne kursuse lõppu) esitatud valmis plaan hinnatakse lisaks õpiväljundite järk-järgulisele hindamisele motiveeriva lisaboonusena ka terviklikult. Teisi õpiväljundeid hinnatakse grupitööde põhjal ja suuliste küsimustega reflekteeriva analüüsi käigus.

Õppekava juht, koolitaja/kontaktandmed: Sigrid Salla, info@projektiarenduskeskus.ee

Koolituse läbiviimiseks vajaliku kvalifikatsiooni, õpi- või töökogemuse kirjeldus:

Kõrgharidus (eelistatult turundusalane, majandusalane, ärikorraldusalane või kommunikatsioonivaldkonda hõlmav); vähemalt 5-aastane turundusalane või turundusjuhi tööd sisaldav ettevõtluskogemus ja 2-aastane turunduskoolituste läbiviimise kogemus. Läbinud täiskasvanute õpetamise ja mentori õppe ja omab vähemalt 5a täiskasvanute õpetamiskogemust.

Eesmärgid	Kujundada suutlikkus iseseisvalt ette valmistada, koostada ja juhtida turundusplaane ja turundusprojekte nii alustavale kui ka tegutsevale ettevõttele. Anda osalejatele struktureeritud arusaam turundusest kui ettevõtte kesksest ärifunktsioonist, mis ühendab firma ja tema tarbijad ning määrab ettevõtte turupositsiooni ja rolli ühiskonnas. Samuti võimaldab kursus arendada turundusinstrumentide kasutamise esmaseid oskusi.
Õpiväljundid	<ul style="list-style-type: none"> - oskus planeerida iseseisvalt kaasaegseid ja valdkondlikult sobivaid turundusmeetmeid sisaldavat turundusplaani nii alustavale kui ka tegutsevale ettevõttele - oskus planeerida, teostada turundusprojekte - oskus koostada ja täita turundusplaani ja turundusprojektide turunduseelarveid - oskus mõõta turundustegevuse, -projektide ja -plaanide efektiivsust ja arvestada seda edasiste turundustegevuste planeerimisel - oskus arvestada omahinda ja konkurentsivõimelist müügihinda - oskus maandada ja ennetada turundusriske äriplaani koostamisel - oskus rakendada terviklikku turundusprotsessi mudelit turuvajadusel põhinevast tootearendusest kuni toodete müüginii ja tarbijate tagasiside analüüsini. - oskus teha tulemuslikku müügitööd, rakendades professionaalseid müügitehnika

Koolituse põhi- ja alateemad; sulgudes kontaktõppe maht / kogumaht kontaktõppe koos iseseisva praktilise tööga:

Turunduse ja turundusprojektide mõisted, areng, funktsioonid. Turundusplaani ja –

projektid.(10/20at) Turunduse ja turundusmodelite mõisted ja areng. 4P-7P turundusmodelite areng. Strateegiline turundus, ettevõtte missioon, visioon ja põhiväärtused turundusinstrumentidena. Sektoripõhine turundus. Siseturundus. Siseturundus. Roheline turundus. Personibränding.

Turundusfunktsioonid. Turundusplaanide ja turundusprojektide seosed.

Turundusprojektide toetusmeetmed, osad ja lisad.

Turuanalüüs. Sihtgrupid ja tarbijakäitumine. Toote- ja teenusedisain.(40/80at)

Turuanalüüsi meetodid, turutrendide ja turuolukorra statistiline analüüs. Sihtgruppide vajaduste ja konkurentide analüüs. Alakaetud turusegmentide ja turunišside määratlus.

Sihtturud. Sihtrühmad ja nende vajaduste uuring. Tarbijate tüübid ja ostukäitumine.

maatriks. Tootearendus ja teenuste disain vastavalt turunõudlusele. Konkurentide

sotsiaalmeediakasutuse analüüs. Väärtuspakkumine, lisandväärtused ja eristumine.

Start-upid ja turunõudluse tekitamine uute toodete ja teenuste järele.

Ettevõtte korporatiivne disain. (5/10at) Professionaalne visuaalne disain, meilisignatuur

persooni- ja ettevõttebrändingu instrumendina. Firma sümboolika, ettevõtte ja kaubamärgi nimi, logo tüübid, slogan. Stiiliraamat.

Turundusprojekti eesmärgistamine, planeerimine, teostamine, juhtimine, ajajuhtimine. (20/40at) Reklaamikampaaniad. Turundusprojekti loogiline maatriks (logframe). Projekti tähtajastamine; aja, inimeste ja ajavarude planeerimine. Ajajuhtimise praktilised meetodid turundusprojekti ja -plaani tegevuste tähtaegsuse parandamiseks. Turunduseelarve planeerimine ja täitmine. Turundusprojektide ja turundustegevuste riskid ja nende maandamine.

Toote hinnakujundus.(10/20at) Turuhinna, konkurentsipõhise hinna ja omahinna põhised hinnastamise meetodid.

Reklaamid, sisuloome ja unikaalne müügiargument. (10/20at) Reklaamikanalid. Sisuloome – kampaanialehed, blogiartiklid, reklaamtekstid. Reklaami- ja sisuturunduslike tekstide ülesehitus, piltide jm visuaali osatähtsus ja keerukusaste eri meedia- jt sisuturunduse ja reklaamikanalites. Unikaalse müügiargumendi mõiste, arendamise etapid (USP) ning reklaamides, sisuturundustekstides kasutamine.

E-turundus. (10/20at) Turustamise meetodid tegevusvaldkondades. E-turunduskanalid , nende eripära ja kampaaniad veebi, e-poe, sotsiaalmeedia kanalites (FB, Instagram, TikTok, Youtube, LinkedIn jt) Google ja FB kampaaniad ja meiliturundus. SEO. Google Ads kampaaniad. E-müük. Müügikirjade, E-uudiskirjade masspost. Veebi, FB teenuste ja toodete valmimise, persoonibrändingu minivideod.

Müük, müügiendendus ja müügisuhtlus (30/40at). Müügiotsuse etapid. Tarbija ostumotivatsioon ja ostulävend. Turunduskommunikatsioon, suhtluskanalite eripära ja kommunikatsioonilõksud. Müügiendenduse strateegia, promotsioonivahendid. Suhtekorraldus, müügi edendamine. Müügi- ja jaotuskanalid. Ostukünnise ületamine. Müügitehnikad. Kahvli meetod. Lojaalse kliendisuhete hoidmise viisid.

Turundusprojektide ja turundustegevuste tulemuslikkuse mõõtmine. (5/10at) Kliendikontakti hinna, kliendi ja ostu hinna kalkuleerimise meetodid. Turundusmeetmete (ümber)planeerimisel arvestamine tegelike müügitulemustega.