

PROJEKTITÄIENDKOOLITUSKESKUS

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

**TURUNDUS, TURUNDUSPROJEKTID JA
MÜÜGISUHTLUS**

02.11.2020

(kinnitatud
Projektiteenus OÜ juhatuses)

Maht ainepunktides ja akadeemilistest tundides: 240 akadeemilist tundi; 120 auditoorset tundi ja 120 iseseisvat ja 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.

Sihtgrupid:

- 1) Tegutsevad või tulevased turundusjuhid
- 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: tunnistus 110 at kontaktõppe läbimisel ja praktilise töö sooritamisel 50% mahus (miinimumtase) või tõend vähemalt 90at kontaktõppe läbimisel ja vähemalt 30% mahus praktilise töö tegemisel.

Õppetöö korralduse, õppematerjalide ja õppekeskkonna lühikirjeldus.

Loengud, seminarid ja praktikumid koos iseseisva tööga.

Kursustele registreerumine: meili teel info@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), e-õpet ei toimu, kuna osalejaid on võimalik hajutada 2x2 põhimõttel ning vajadusel ka isoleerida suurema rühma korral terve õppepäeva jooksul 3-5 gruppidesse 4 erinevasse ruumi (v.a koroonast tingitud vastavate riiklike ja koolituspartnerite poolt kontaktõppe kohustuslikul asendamisel e-õppe ja kaugõppega: sellisel juhul toimub e-õpe Skype või Zoom keskkonnas ja õppematerjal on koostatud põhimõttel, et on võimalik omandada ka iseseisvalt kaugõppe

vormis.)

Põhiõppekeskkond: Projektiteenus OÜ õpestudio, aadress: Kure, Saue k., Saku vald. Vastab töö- ja tervishoiunõuetele ning on varustatud vajaliku õppetehnikaga. Tellija soovil sisekoolitustel või suuremate gruppide puhul toimub õpe kliendiettevõtte ruumides või renditavas õppekeskkonnas, mis vastab töö- ja tervishoiunõuetele ning on varustatud või varustatav vajaliku õppetehnikaga.

Osaliselt võib toimuda sobiva ilma korral ka õuesõppena.

Õppekorraldus ja õppemeetodid: Koolitus toimub reeglina 5-8 at mahus koolituspäevadena, koolituse kellaajad ja koolituspäevade kuupäevad lepatakse kokku osalejatega, et tagada maksimaalne osavõtt kontaktõppest ning vajadusel võimaldada ka projekti arenduseks ja edukaks elluviimiseks vajalikul tööpraktikal, kutseksamil, maakondlikes arenduskeskustes ja/ või toetusmeetmete infopäevadel käimist, mida vajadusel ja võimalusel koolitaja ja/või Töötukassa vm karjäärinõustaja turundusprojekti, turundusplaani teostamiseks või tuurndusvaldkondade ametikohtadel töötamiseks vajalike kogemuste või kvalifikatsiooni saamiseks soovitab.

Loenguid ja seminare eraldi ei toimu, õpe on interaktiivne ja vaheldusrikas, kombineeritud plaanide tagasiside analüüsi, diskussioonidega ja grupitöödega. Turundusplaani ja turundusprojektide arendust õpetatakse ja teostatakse integreeritult, kuna turundusplaanis on vaja välja arendada mitmeid projekte: turundusplaani lansseerimis- ja turundusprojektid, avalikkuse teavitamise projekt jms. Projektimeetodid aitavad kaasa ka mitmete turunduplaani tüüpiliste vigade ja puudulike osade põhjalikumale planeerimisele (turunduseelarve, sh turundustoetuste puhul ka abikõlblik toetuseelarve, tööprotsesside ja ajaplaneerimise meetodid hilinevise vältimiseks jne). Õpestudios on loodud võimalused mitmekülgsete ja eelkõige interaktiivsete õppevormide rakendamiseks ja kombineerimiseks nii õpperuumides kui ka õppeterrassil ja ümbrisevas looduses, nt antud õppekavas kasutatakse grupitööd, simulatsioone (eelkõige müügisuhtluse, läbirääkimiste, juhi empaatilise enesekehtestamise ja konfliktilahenduste meetodite harjutamiseks olukordade läbimängimine). Ideede edasiarenduses ja riskide tuvastamiseks kasutatakse pro-contra meetodit (koolitaja esineb enamasti kriitilise toetusmeetme hindamiseksperdi rollis või kogunud ettevõtja rollis). Lisaks kaasatakse õppijaid aktiivselt õppeprotsessi sokraatilise meetodiga ehk koolitaja lahenduste etteütlamise asemel suunab küsimustega õppija diskussioonis lahenduse või uue teadmise ise avastamisele. Kasutatakse ka turudusuhtide poolt rakendatavaid kirjalikke produktiivsemaid ajurünnakute meetodeid turunduse ideede, turundustegevuste ja lisandväärtuste genereerimisel. Ka koolituse kohvipaus (koolituskohas) on vabas ja õhkkonnas vormis suhtlemise kaudu tõhusaks ideede arenduse vormiks, mil õppijad jagavad isiklike seniseid karjääri-, projekti- ja ettevõtlusalasid positiivseid ja negatiivseid kogemusi. Saadud infot kasutatakse plaanide kompetentside ja kogemuste analüüsil. Lisaks rakendatakse ka pauside ajal projektiideede arenduse jaoks tõhusat suulist ajurünnakut, kus terve rühm mõtleb kaasa iga osaleja idee ja selle teostamiseks takistuste ületamisele, sh vajalike kogemuste arendamisele.

Praktiliste tööde juhendamise meetodid:

Põhiliseks praktiliseks tööks olev osaleja poolt valitud valdkonnast ja ideega kogu

ettevõtte turundusplaan või turundusprojekt valmib järk-järgult (loogiliste projekti- ja planeerimisetappide kaupa) koolitaja kui projekti- ja ettevõtlusmentori järjepideval juhendamisel ja iganädalasel tagasisidestamisel. Mentorluse võimaldamiseks vajalikud mahus igal koolituspäeval ja koolitusvälisel ajal kodutööde hindamisel toimub õppetöö väikestes õppegruppides (enamasti 4-6, harvem kuni 10 õppijat). Reeglina on iga nädal 1 päev enne esimest koolituspäeva kellaajaline põhitähtaeg (analoogselt toetusprojektide ja hankeprojektide taotlusvoorudega) ja nädala sees võimalusel kokkuleppeliselt ka täiendav vahetähtaeg. Tähtaegsus tagatakse grupivastutuse kujundamisega, rakendades vajadusel projektimeeskondade motiveerimise põhimõtet: kellaajaline tähtaeg lükkub varasemaks sama palju, kuivõrd hilines enim hilineja.

Kursus on (võimalusel) ülesehitatud ajakriitilise tähtaegse projekti põhimõttel, mille põhiväljundiks on kursuse põhilise praktiliseks põhitöökse olev osaleja poolt valitud valdkonnast valmis (või valmimisjärgus, kui lõplik valmimine sõltub välistest osapooltest) turundusplaan või (toetus)turundusprojekt, mis vastab toetusprojekti korral osaleja valitud toetusmeetmest toetuse saamise tingimustele (kui osaleja soovib taotleda toetust). Valmis plaani lõpphindamiseks esitatav tähtaeg on reeglina 10 päeva enne kursuse lõppu, lõplik tähtaeg fikseeritakse kirjalikult iga osalejaga kuupäevaliselt ja kellaajaliselt (simuleerides toetusmeetmete taotlusvoorude põhimõtet). Personaalsete tähtaegade kokkuleppimisel arvestatakse võimalusel ka õppija toetusmeetme taotlusvoorude tähtaega jm osalejate põhjendatud vajadusi.

Õppekava teemade läbimise meetod ei põhine traditsioonilisel jäigal ajakaval, mis ei arvesta õppijate tegeliku edenemise ega personaalsete vajadustega. Kursuse tempo ja teemade paindliku ajakava alusel läbivõtmisel kasutatakse tõhusat, Eestis veel praktikas vähe levinud ja uuenduslikku ajakriitiliste tähtaegsete projektijuhtimise kriitilise tee meetodit, millega kaasneb teemade paindliku ajakava alusel läbivõtmine (ehk edenetakse plaani koostamise põhiteemadega nii kiiresti, kui aeglasemad edenejad võimaldavad ning pakutakse nõrgemate kiiremaks järeleaitamiseks seejuures vajaduspõhiselt rohkem personaalset tuge tagasisidestamise, lisanäidete ja –materjalide ning -selgitustega. Kui plaan või turundusprojekt pole kursusel valminud nt eeluuringust tulenevalt idee muutmise vajaduse tõttu, konkreetse toetusmeetme sulgumise tõttu ja uue kursuse jooksul mitteleidmise tõttu, siis on kaasõppijal võimalik kas õppeotstarbel oma plaan/projekt lõpuni teha või asendada kokkuleppel juhendajaga kaasõppija projekti hindamise vms kasulikke oskusi arendava iseseisva praktilise tööga.

Õppijate põhimotivaator vahe- ja lõpptähtaegade täitmiseks ja plaani valmis tegemiseks kursuse jooksul on koolitajalt vahetähtaegade täitmisel algusest lõpuni juhendatud ja tähtaegselt esitatud valmis plaanile kui tervikule põhjaliku eksperthinnangu andmine.

Koolitaja ülesandeks on kujundada õppegrupis hea projektitöökultuur: kujundada õppegrupist sünergiline, üksteist toetav meeskond, kes seab eesmärgiks seatud plaani valmimise prioriteediks ja pingutab koos juhendajaga selle nimel tõsiselt.

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

Sooritatud kõrgkoolipedagoogika, andragoogika või pedagoogika kursus või selle

puudumisel varasem täiskasvanud õppijate juhendamise- ja õpetamise kogemus.

Eesmärgid	Kujundada suutlikkus iseseisvalt ette valmistada, koostada ja juhtida kaasaegsemaid, tegevusvaldkonnale sobivaid turundusmeetmeid hõlmavaid terviklikke 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	Põhiväljund: Turundusplaan ja/või turundusprojekt (nt turunduskampania) Väljundid: <ul style="list-style-type: none">- oskus planeerida, koostada nii alustavale kui ka tegutsevale ettevõttele kaasaegsemaid, tegevusvaldkonnale sobivaid turundusmeetmeid hõlmavaid terviklikke turundusplaane ning siduda seda tervikuks ettevõtte äriplaani ja strateegiliste eesmärkidega- oskus planeerida ja teostada eri turundustegevuste sünergiat loovaid terviklikke turundusprojekte- oskus koostada turundustegevuste ajakava ja turunduseelarve- oskus koostada äriplaani ja turundusprojektide turunduseelarveid- oskus mõõta turundustegevuse efektiivsust ja arvestada seda edasiste turundustegevuste planeerimisel- oskus arvestada omahinda- oskus arvestada toodete/teenuste müügihinna kujundamisel turupõhist, kliendipõhist ja omahinnapõhist printsiipi- oskus maandada ja ennetada turundusriske äriplaani koostamisel- oskus rakendada terviklikku turundusprotsessi mudelit turuvajaduspõhisest tootearendusest toodete realiseerimiseni turul ja tagasiside mõõtmiseni
Koolituse põhi- ja alateemad:	Sissejuhatus turundusse. Turunduse mõiste ja komponendid. 4P ja 5P turundusmudelid. Turundusfunktsioonid. Turu-uuringud. Turundusuuringu ülesanne. Sihtturud ja sihtrühmad. Tarbijakäitumine. tarbijate ostukäitumine ja turu segmenteerimine. Hinnakujundus. Turustuskanalid ja –strateegiad. Toode ja teenus. Toodete kujundamise alused. Toote ja teenuse hindamine. Toote elutsükkel. Teenusedisain. 4 ja Turuanalüüs, turusegmentide, sihtgruppide määratlus, turutrendide analüüs. Tootearendus vastavalt turunõudlusele. Alakaetud turusegmentide ja turunišside määratlus. Turuvajaduste statistiline analüüs. Innovaatilised, efektiivsed turustamise meetodid. Turunduseelarve. Toote hinnakujundus. Unikaalne müügiargument. Toote lisandväärtused ja innovaatilised eelised. Firma visuaalse kuvandi loomine ja firma sümboolika. Ettevõtte ja kaubamärgi nimi, logo ja slogan. Ettevõtte väärtused. Logo. Müügitootodika. Tarbijakäitumise põhimõtted, tarbijate tüübid. Tarbija ostukünnise ja ostumotiivide analüüs. Ostukünnise ületamine. Kahvli meetod jm müügitehnikad. Turu statistiline analüüs – kas piisava suurusega turg ja kriitiline arv potentsiaalseid kliente on kõigi toodete puhul statistiliste andmetega põhjendatud ning turustusmeetmed sobivad toodud sihtgruppidele. Toetusprojektide turundusplaani spetsiifika. Turunduskommunikatsioon. Reklaam: reklaamikanalid, e-

turundus. Suhtekorraldus, müügi edendamine, müügi protsess. Müügi- ja jaotuskanalid. Turundussituatsioonide analüüs. Turundusplaani koostamine ja analüüs. Turundusplaani ja turundusprojekti eesmärgid, turundusmeetmed. Turundusplaani ja turundusprojekti eelarved. Turundusriskid ja nende maandamine SWOT maatriks meetodil. Turundusmeetmete edukuse mõõtmine.

Õppekava moodulid: Võimalik läbida ka eraldi moodul VÕTA individuaalkava alusel

	Õppeaine/mooduli nimetus	Kontakt-tunde	Kogumaht iseseisva tööga
PR1012	Eeluringud, mikro- ja makroanalüüs, turuanalüüs	40	80
PR1013	Turundusplaani, turundusprojekti ja müügisuhtlus	50	100
PR1014	Ressursiplaneerimine, ajajuhtimine ja projektitarkvara	20	40
PR1015	Projekti eelarvestamine	10	20
Praktiline töö:	Turundusplaani (sh äriplaani osana turundusplaani) ja/või turundusprojekti koostamine või praktiliste turundusülesannete tegemine ja kaasõppija turundusplaani või turundusprojekti hindamine, võimalusel planeeritava või lähedase toetusmeetme hindamiskriteeriumidega		