

ESF VAHENDITEST RAHASTATAVA TÄISKASVANUTE TÄIENDUSKOOLITUSE ÕPPEKAVA

Õppekava kinnitamise kuupäev ja käskkirja nr 04.06.2019 nr 1-5/53

1. Üldandmed

Õppeasutus:	Tallinna Kopi Ametikool
Õppekava nimetus:	Väikeettevõtte turundamine digiajastul
Õppekavarühm:	Juhtimine ja haldus
Õppekeel:	Eesti

2. Koolituse sihtgrupp ja õpiväljundid

Sihtrühm ja selle kirjeldus ning õppe alustamise nõuded.

Sihtrühm: Kursusele on oodatud alustavad või juba tegutsevad väikeettevõtjad.

Turunduskoolitus annab ülevaate, kuidas väikeettevõtte saab oma tegevust edukamaks muuta läbi sobilike turundustegevuste rakendamise.

Grupi suurus: 15

Õppe alustamise nõuded: nõuded puuduvad

Õpiväljundid.

Kursuse läbinu:

- Mõistab turunduse olemust ja selle vajalikkust ettevõtte edu saavutamisel.
- Tunneb turu segmenteerimise võtteid ja määratleb enda sihtrühmad.
- Oskab koostada turundusmeetmestikku (4P või 7P) valitud sihtrühmale.
- Tunneb toote/teenuse arendamise ja loomise põhimõtteid.
- Oskab kujundada ettevõttele brändistrateegiat.
- Planeerib müügitoetustegevused sobilikes kanalites.

Õpiväljundite seos kutsestandardi või tasemeõppe õppekavaga.

Väikeettevõtja, tase 5 (kinnitatud 01.09.2014) töösaga B.2.1- B.2.7

Põhjendus.

Õppekava on koostatud lähtuvalt vajadusest turunduskoolituse järele.

Mitmetest OSKA raportitest lähtuvalt on turunduskoolitus peamiseks täienduskoolituse arenguvajaduseks tulevikus. Raportitest tulenevalt muutuvad turunduskompetentsid üleilmsete trendide ja valdkonna arengu tõttu järjest olulisemaks. Seoses müügitegevuse siirdumisega digikanalitesse (kus igast klikist jääb analüüsitav jälg) muutub eristumine ja turu tundmine senisest olulisemaks, mis kokkuvõttes kasvatab tulevikus turundusega seotud ametikohtade arvu nii ettevõtetes kui teistel majanduse tegevusaladel.

Eelpooltoodust tulenevalt on Tallinna Kopli Ametikool koostöös valdkonna lektoriga koostanud turunduskoolituse õppekava.

Turunduskoolitus annab ülevaate, kuidas väikeettevõtte saab oma tegevust edukamaks muuta läbi sobilike turundustegevuste rakendamise.

3. Koolituse maht

Koolituse kogumaht akadeemilistes tundides:	60
Kontaktõppe maht akadeemilistes tundides:	60
sh auditoorse töö maht akadeemilistes tundides: (õpe loengu, seminari või muus koolis määratud vormis)	60
sh praktilise töö maht akadeemilistes tundides: (õpitud teadmiste ja oskuste rakendamine õppekeskkonnas)	0
Koolitaja poolt tagasisidestatava iseseisva töö maht akadeemilistes tundides:	0

4. Koolituse sisu ja õppekeskkonna kirjeldus ning lõpetamise nõuded

Õppe sisu ja õppekeskkonna kirjeldus.

Õppe sisu:

Turunduse olemus ja tarbija – 18 tundi

- Turunduse mõiste ja komponendid. – 3 tundi
- Turundusmeetmetiku (4P ja 7P) olemus ja turunduse vajalikkus väikeettevõtte kontekstis. - 3 tundi
- Sihtturud ja turu segmenteerimine, sihtrühmad. – 6 tundi
- Tarbijate ostukäitumine ja sisend turundustegevuste planeerimisse. – 6 tundi

Turundustegevuste planeerimine – 42 tundi

- Tootestrategia: Toote/teenuse disainimine ja innovatsioon. Klienditeekond. Teenuse digitaliseerimine. Brändistrateegia. Toote/teenuse positsioneerimine. – 18 tundi
- Hinna strateegia: Hinnakujunduse erinevad lähenemised. – 3 tundi
- Jaotuse strateegia: Jaotuskanalite valik ja planeerimine. Vahendajad. – 3 tundi
- Müügitoetus: Isiklik müük. Reklaam. Müügi stimuleerimine. Avaliku arvamuse kujundamine. *Online* ja *offline* kanalid müügitoetuses. Sotsiaalmeedia kasutamine müügitoetuses. - 18 tundi

Õppekeskkonna kirjeldus:

Kursust viiakase läbi Tallinna Kopli Ametikooli kaasaegses koolitusklassis. Klassiruum on varustatud vajaliku esitlustehnikaga. Osalejatele tagatakse vajalikud õppevahendid ja õppematerjalid.

Nõuded õppe lõpetamiseks, sh hindamismeetodid ja –kriteeriumid.

Kursuse edukaks lõpetamiseks peavad olema täidetud alljärgnevad tingimused:

- Omandatud õppekavas kirjeldatud õpiväljundid;
- Läbitud õppest vähemalt 70% ulatuses;

Õpitulemusi hinnatakse jooksvalt läbi kursuse praktiliste tunnitööde kaudu.

Kursuse jooksul peavad õpilased koostama järgmised tunnitööd:

- kirjeldama oma ettevõtte/äriidee segmente ja mõõtma nende suurust;

- planeerima toote/teenuse funktsioonid ja omadused ning konkurentsieelised;
- sõnastama brändistrateegia põhialused ja määratlema ettevõtte identiteedi sümbolid;
- lähtuvalt ettevõtte/äriidee vajadustest ja sihtrühma olemusest planeerima müügitoetustegevused;
- Seadma mõõdikud oma turundustegevuse edukuse hindamisele.

Õpitulemuste hindamisel kasutatakse protsessihindamise (kujundav hindamine) põhimõtet – võimalikult positiivsetest ilmingutest lähtuv hinnang edasiliikumisele, õpperühma töös osalemisele, initsiatiivile grupitöodes osalemisele, koostöövalmidusele jne.

Protsessihindamine (kujundav hindamine) toimub õppimise ja harjutamise ning iseseisvate tööde kaudu pidevalt sõnaliste hinnangutena, arvestades õpilase teadmiste ja oskuste vastavust õppe aluseks olevas ainekavas toodud oodatavate õpitulemustele ja tema õppele püstitatud eesmärkidele.

Õppijale väljastatakse õppe lõpetamise nõuete täitmisel tunnistus.

5. Koolitaja andmed

Koolitaja andmed.

Martin Toding, MSc majandus. Turunduse ja ettevõtluse lektor alates 2006.aastast. Tallinna Tehnikaülikooli ettevõtluse lektor ja magistri õppekavajuht.

Õppekava koostajad:

Eleri Cortina, täiendõppeosakonna juhataja, koolitus@tkak.ee

Martin Toding, turunduse ja ettevõtluse lektor, martintoding@gmail.com