

PROJEKTIARENDUSKESKUS

Organisatsioon: Projektiarenduskeskus OÜ

Õppekavarühm: Turundus ja reklaam

Õppekava nimetus eesti keeles

TURUNDUS, TURUNDUSPROJEKTID JA MÜÜGISUHTLUS

01.09.2021

(kinnitatud
Projektiarenduskeskus 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.

Sihtgrupid:

- 1) Tegutsevad turundusspetsialistid ja tulevased turundusjuhid ning alustavate või tegutsevate mikrofirmaade 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 90 at kontaktõppe läbimisel ja praktilise töö sooritamisel 70% mahus või tõend vähemalt 80at kontaktõppe läbimisel ja vähemalt 50% mahus praktilise töö tegemisel.

Praktiline töö: Turundusplaani (sh äriplaani osana turundusplaani) 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 info@projektiarenduskeskus.ee

Õppematerjalid: 1. Slaidipakett digitaalsel kujul 2. Sigrid Salla käsiraamat „Projekti juhtimine. 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) ja/või e-õpe google meet keskkonnas. 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 kaugõppes.

Põhiõppekeskkond: Projektiarenduskeskus OÜ õppestuudio, aadress: Kure, Saue k., Saku vald. Vastab töö- ja tervishoiunõuetele ning on varustatud vajaliku õppetehnikaga. Osaliselt võib toimuda õpe sobiva ilma korral ka õuesõppena õppeterrassidel. Telliija 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.

Õppekorraldus ja õppemeetodid: Koolitus toimub reeglina 5-8 at mahus koolituspäevadena, koolituse kellaajad ja koolituspäevade kuupäevad lepatakse kokku osalejatega, et tagada maksimaalne osavõtt kontaktõppes. Loenguid ja seminare eraldi ei toimu, õpe on interaktiivne ja vaheldusrikas, kombineeritud plaanide tagasiside analüüsi, diskussioonidega ja grupitöödega.

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 vajalikus 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. Lõpetamise tingimusena tervikplaani esitamiseks fikseeritakse kuupäevaline lõpptähtaeg.

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. 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 turundusplaan 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	- 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 müügini ja tarbijate tagasiside analüüsini. - oskus teha tulemuslikku müügitööd, rakendades professionaalseid müügitehnikaid
	Koolituse põhi- ja alateemad; sulgudes kontaktõppe maht / kogumaht kontaktõppe koos iseseisva praktilise tööga: Turunduse ja turundusprojektide mõisted, areng, funktsioonid. Turundusplaaniid ja – projektid.(10/20at) Turunduse ja turundusmodelite mõisted ja areng. 4P-7P turundusmodelite areng. Strateegiline turundus, ettevõtte misioon, visioon ja põhiväärtused turundusinstrumendina. Sektoripõhine turundus. Siseturundus. Siseturundus. Roheline turundus. Persoonibränding. 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. Sihtühmad 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 siseturunduslike tekstide ülesehitus, piltide jm visuaali osatähtsus ja keerukusaste eri meedia- jt siseturunduse ja reklaamikanalites. Kõrge avamisprotsendiga müügikirjade koostamine. Unikaalse müügiargumenti mõiste, arendamise etapid (USP) ning

reklaamides, sisuturundustekstides kasutamine.

E-turundus. (10/20at) Turustamise meetodid tegevusvaldkondades. E-turunduskanalid , nende eripära ja kampaanid veebi, e-poe, sotsiaalmeedia kanalites (FB, Instagram, TikTok, LinkedIn) Google ja FB kampaaniad ja meiliturundus. Veebi SEO optimeerimine, Google Ads kampaaniad. E-müük, kõrge avamisprotsendiga müügikirjad masspost, E-uudiskirjad. Veebi, FB teenuste ja toodete valmimise, persoonituvustuse minivideod.

Müük, müügiesendamine ja müügisuhtlus (30/40at). Müügiotsustamise etapid. Tarbija ostumotivatsioon ja ostulävend. Turunduskommunikatsioon, suhtluskanalite eripära ja kommunikatsioonilõksud. Müügiesendamise 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.