

ESF VAHENDITEST RAHASTATAVA TÄISKASVANUTE TÄIENDUSKOOLITUSE ÕPPEKAVA

1. Üldandmed

Õppeasutus:	Tallinna Majanduskool
Õppekava nimetus:	Turunduse baaskursus väikeettevõtjale Базовый курс маркетинга для малого предпринимательства
Õppekavarühm:	Juhtimine ja haldus
Õppekeel:	Eesti ja vene

2. Koolituse sihtgrupp ja õpiväljundid

Sihtrühm ja selle kirjeldus ning õppe alustamise nõuded.

Sihtrühm:

Kursus on mõeldud väikeettevõtlusega tegelevatele või – alustajatele. Samas on see suunatud erialase tasemehariduseta täiskasvanutele, kelle igapäevatoos on vajalikud, turunduse alased teadmised, aga nad puudub vastav ettevalmistus.

Õppe alustamise nõuded:

Soovitav minimaalne ettevalmistus kursuse läbimiseks on põhihariduse olemasolu. Optimaalne grupi suurus on 25 osalejat.

Õpiväljundid.

- Defineerib turunduse rolli ning väärtuse klientidele ning ettevõtte omanikele tulenevalt püstitatud eesmärkidele.
- Mõistab turunduse asukohta ja tähtsust ettevõtte struktuuris.
- Omad teadmisi turu-uuringute läbiviimiseks, et langetada otsuseid turunõudluse määratlemiseks.
- Mõistab tarbijate ostuotsuste tegemist ning tuginedes sellel oskab rakendada vastavaid turundustegevusi.
- Määratleb e-turunduse sihtrühmad ja kanalid eesmärgiga tagada efektiivne toodete/teenuste müük.
- Planeerib, eesmärgistab, kavandab ja viib ellu erinevaid turunduskampaaniaid.
- Hindab toimunud turunduskampaania tulemuslikkust ettevõtte tegevusele kasutades erinevaid analüüsi meetodeid ja info kogumise võimalusi.

Õpiväljundite seos kutsestandardi või tasemeõppe õppekavaga.

Õppekava koostamise alus: Õppekava koostamise alus: Väikeettevõtja, tase 5 kutsestandard. Äriteeninduse ja Muu Äritegevuse Kutsenõukogu otsus 18/01.09.2014 ja Kutseharidusstandard 26.08.2013 nr. 130.

Kompetentsid:

1. Äritegevuse kavandamine - Toodete ja teenuste väljatootamine
2. Äritegevuse käivitamine - Toote või teenuse kujundamine, hindade kujundamine.

3. Äriprotsesside korraldamine - Turundusplaani koostamine ja turundustegevuse elluviimine.
4. Äriprotsesside analüüsimine - Klientidelt tagasiside kogumine ja analüüsimine.

Põhjus.

Koolitusel osalejale tuleb kasuks üldiste majandusalaste teadmiste olemasolu ning vajalik elukogemus mõistmaks organisatsioonide turundusalaseid tegevusi. Samas võib osaleja olla juba tegutsev ettevõtja või ettevõtlusega alustav isik, sest kiirelt muutuv majanduskeskkonnas on vajalik uute ning täiendavate kompetentside arendamine. Õpiväljundid võimaldavad kursuse läbinul kasutada omandatud teadmisi oma isikliku ettevõtte turundustegevuse korraldamiseks või kasutada neid teadmisi tööandja turundustegevuse planeerimisel ning vajadusel teha ettepanekuid toote/teenuse hinnakujunduse osas tagamaks eeldused edukaks toimimiseks konkurentsitingimustes. Väljundiks seejuures on turunduskampaaniate eesmärgipärasus, mis tugineb eelnevale turundusalase informatsiooni kogumisele ja analüüsile tuginedes toote/teenuse positsioneerimisele, segmenteerimisele vastavalt turunõudlusele.

3. Koolituse maht

Koolituse kogumaht akadeemilistes tundides:	100
Kontaktõppe maht akadeemilistes tundides:	60
sh auditoorse töö maht akadeemilistes tundides: (õpe loengu, seminari, õppetunni või koolis määratud muus vormis)	28
sh praktilise töö maht akadeemilistes tundides: (õpitud teadmiste ja oskuste rakendamine õppekeskkonnas)	32
Koolitaja poolt tagasisidestatava iseseisva töö maht akadeemilistes tundides:	40

4. Koolituse sisu ja õppekeskkonna kirjeldus ning lõpetamise nõuded

Õppe sisu ja õppekeskkonna kirjeldus.

Õppe sisu:

1. Auditoorse töö teemad ja alateemad:
 - a. Turunduse alused ja tarbija ostukäitumine. Tooted, teenused ja kaubad. Turu nõudlus ja pakkumine
 - b. Organisatsioonikultuur ja turundustegevuse seosed ettevõtte juhtimisega.
 - c. Organisatsiooni ärimudeli seotus turundusalase tegevusega.
 - d. Turu segmenteerimine ja sihtturunduse teostamine. Turundus ja reklaam.
 - e. Toote ja teenuse positsioneerimine konkurentsitingimustes. Toote elutsükkel.

- Toote ja teenuse hinnakujundusmehhanismid.
- f. Turundusplaan ja turundusstrateegia nende olemus ja tähtsus.
 - g. Turundusuuringud ja turuanalüüsimeetodid.
 - h. Turunduse sotsiaalsed suhtlusvõrgustikud ja kommunikatsioon. PR. Meediaplaan.
 - i. E-turundus. Sisu- ja nõusolekuturundus. Geriljaturundus.
2. Praktilise töö teemad ja alateemad:
- a. Ostukäitumise prognoos tulenevalt turu nõudluse ja pakkumise vahekorradest.
 - b. Tootepakendite analüüs erinevate tootjate näidete varal.
 - c. Sihtturunduse määratlemine.
 - d. Reklaamieelarve planeerimine.
 - e. Toodete hinnakujunduse korraldamine tuginedes erinevatele näidetele.
 - f. Turundusplaani ja –strateegia kujundamise praktilised meetodid.
 - g. E-turunduskeskkonna haldamine
3. Iseseisva töö kirjeldus:
- Iseseisva tööna koostab koolitusel osaleja ettevõtte turundusplaani, mis tuleb kursuse lõppedes esitada ning kaitsa. / 24 tundi

Õppekeskkonna kirjeldus:

Koolitused toimuvad Tallinna Majanduskooli auditooriumides, kus on õppetöö läbiviimiseks vajalik tehnika. Auditooriumides on nii arvuti, dataprojektor kui ka WIFI kasutamise võimalus. Osa kontaktundidest toimub arvutiklassis. Ruumid vastavad tervisekaitse nõuetele.

Liikumispuudega isikutele on tagatud ligipääs koolitusruumidesse.

Nõuded õppe lõpetamiseks, sh hindamise meetodid ja –kriteeriumid.

Kursusel osaleja on kohustatud aktiivselt osalema koolituse õppetundides. Osalusmäär 70%.

Hindamise meetodina kasutatakse praktilisi ülesandeid, mis leiavad aset jooksvalt praktikumide ja seminaride toimumise ajal.

Koolituse käigus töötab osaleja välja pakutava toote idee tuginedes eelnevale turuanalüüsile ning kavandab toote müümiseks vajalikud turundus- ja kommunikatsiooni toimingud, kujundab toote ja teenuse hinna vastavalt kliendigruppide vajadusele.

Koolituse eduka läbimise eelduseks on praktilistest töödest osavõtt ning meeskondlikult koostatud turundusplaani esitamine ja kaitsmine.

Kursuse lõpetajale väljastab kool tunnistuse.

5. Koolitaja andmed

Koolitaja andmed.

Tatjana Moroz (*vene õppekeel*) ettevõtluse ja turunduse õppeainete õpetaja

Haridus: Moskva Riiklik Ülikool, majandusteaduste magister. Omab pikaajalist majandusõppeainete lugemise kogemust. Avaldanud mitmeid majandusalaseid publikatsioone, teinud kaastööd majandusalaste konverentside läbiviimisel ning olnud kaasatud Raadio 4 majandussaadete valmimisele. Viinud läbi koolitusi erinevatel tasemetel (kutseharidus,

rakenduskõrgharidus) ning erinevate sihtgruppide hulgas, ka täiskasvanute täienduskoolitus. Juhendanud ning retsenseerinud erinevatel õppetasemetel äriplaani temaatilisi lõputöid.

Rain Veetõusme (*eesti õppekeel*)

Haridus: on lõpetanud Tallinna Ülikoolis reklaami ja meedia eriala ja teeb praegu sealsamas kommunikatsiooni erialal doktorikraadi.

15 aastase õppejõutöö jooksul on pidanud ettevõtluse, turunduse ja kommunikatsiooni alaseid loenguid Tallinna Ülikoolis, Tartu Ülikoolis, EBSis, Tallinna Majanduskoolis ja veel mitmetes teistes haridusasutustes. Samuti on ta koolitanud kümneid Eesti ettevõtteid ja organisatsioone üles ehitama edukaid meediasuhteid ja sotsiaalmeedia strateegiaid.

Rain Arro (*eesti õppekeel*) majanduse, ettevõtluse ja turunduse õppeainete õpetaja.

Haridus: Tallinna Ülikool, haridusteaduste magister 2016. 2013. aastal lõpetas Tallinna Majanduskoolis rakenduskõrgharidusõppes turunduse eriala. Samal aastal alustas õpetaja tööd Tallinna Majanduskoolis. Omab ettevõtluskogemust ja olnud noortele mentoriks ENTRUM programmis. Juhendanud ja retsenseerinud õpilaste lõputöid ettevõtluse ja turunduse valdkonnas. Tegutsev ettevõtja ja mentor.

Õppekava koostaja:

Tatjana Moroz, õpetaja, tatjana.moroz@tmk.edu.ee

Valdo Vokksepp, õpetaja, valdo.voksepp@ehra.ee

Rain Arro, õpetaja, rarro@tmk.edu.ee