

## Õppekava „Praktilise turunduse alused (turunduse ABC) ja kodulehekülje loomine“

### TÄIENDUSKOOLITUSASUTUSE NIMETUS: Idee Turg OÜ

### ÕPPEKAVA NIMETUS: Praktilise turunduse alused (turunduse ABC) ja kodulehekülje loomine\*

Õppetöö õppekaval „Praktilise turunduse alused (turunduse ABC) ja kodulehekülje loomine“ toimub kahes moodulis:  
1) „Praktilise turunduse alused (turunduse ABC)“; 2) „Kodulehekülje loomine ja haldamine WordPressis“.

**ÕPPEKAVARÜHM:** Turundus ja reklaam

**ÕPPEKAVA KOOSTAMISE ALUS:** Kutsestandard „väikeettevõtja, tase 5“ – kompetentsid: B.2.1. Äritegevuse kavandamine; B.2.2. Äritegevuse käivitamine; B.2.3 Äriprotsessi korraldamine (tegevusnäitaja punkt 2; teadmised punkt 9); Euroopa Komisjoni DIGCOMP raamistik; OSKA ülevaade valdkonnaspetsiifiliste IKT-oskuste vajadusest (SA Kutsekoda, 2020)

**EESMÄRK:** Koolituse lõpuks on õppija omandanud vajalikud baastadmised ning -oskused loomaks lihtsat kodulehekülje WordPressis, koostanud turundusplaani mikro- või väikeettevõttele.

### ÕPIVÄLJUNDID (koolituse lõpuks õppija):

**Moodul 1:** *Praktilise turunduse alused (turunduse ABC)*

- koostab turundusplaani.

**Moodul 2:** *Kodulehekülje loomine ja haldamine WordPressis*

- kavandab ja loob kodulehekülje WordPressis.

**SIHTGRUPP:** Alustavad ja tegutsevad ettevõtjad, ettevõtlushuvilised, kel on soov õppida koostama kodulehte ja huvi turunduse vastu ning kellel puuduvad teadmised ja oskused turundusplaani koostamise ja WordPressi kasutamise kohta.

**ÕPPE ALUSTAMISE TINGIMUSED:** Arvuti ja interneti kasutamise baastadmised ja -oskused. Eesti keele oskus vähemalt B1 tasemel.

**ÕPPE KOGUMAHT:** 84 akadeemilist tundi, millest 56 akadeemilist tundi on auditoorset tööd ja 28 akadeemilist tundi iseseisvat tööd.

### ÕPPEKESKKOND:

- Õppeklassid, kus on olemas *data*-projektorid, pabertahvlid, kõlarid, WIFI, moodullauad, ergonoomilised toolid. Vajadusel tagame õppijale koolitusklassis kasutamiseks sülearvuti ning soovi korral on võimalik kasutada printimise ja skaneerimise teenust (A5, A4, A3) ning lamineerimist (A3, A4, A5, A6). Õppijate kasutuses on puhkenurk, kus saab kasutada tasuta kohvimasinat ning veeautomaati.
- Veebikeskkond, kus koolitaja on reaalajas pildi ja heliga ning jagab oma ekraani õppijatega. Õppijatel on võimalik osaleda koolitusel pildi ja heliga ning kasutada vestlusakent. Vajadusel saab õppija jagada enda arvutiekraani koolitajaga. Veebikoolituse puhul kasutatakse kahte virtuaaltahvlit (üldine tahvel ja ülesannete tahvel), millest tekib õppijale lisaks õppematerjalidele täiendav ning toetav lisamaterjal.
- Tutvu õppekeskkonna tingimustega põhjalikumalt Idee Turg koduleheküljel („koolitused“ → „õppekeskkond“).

**ÕPPEVAHENDID:** Koolitaja poolt jaotatavad õppematerjalid paberkandjal ja/või digitaalsel kujul. Soovi korral tagatakse õppijale koolitusklassis kasutamiseks sülearvuti (soovist teada andmine vähemalt kaks tööpäeva enne koolituse algust e-kirjaga aadressile info@ideeturg.ee). Veebikeskkonnas koolitusel

## Õppekava „Praktilise turunduse alused (turunduse ABC) ja kodulehekülje loomine“

osalemiseks võimaldatakse vajadusel õppijal koolitusperioodiks kasutada tasuta koolitusasutuse sülearvutit (edastame pakiautomaadiga; soovist teada andmine vähemalt viis tööpäeva enne koolituse algust e-kirjaga aadressile info@ideeturg.ee). Lisaks kasutatakse interaktiivseid veebikeskkondi õpitu kinnistamiseks.

**ÕPPEPROTSESS:** Auditoorne ja iseseisev töö, mis tuleb õppijal sooritada auditoorse õppe vahelisel ajal. Üldjuhul on tegemist õppega, mis toimub ajavahemikul 10:00-17:00, üks kuni neli korda nädalas tööpäeviti.

### ÕPPESISU:

**Moodul 1:** *Praktilise turunduse alused (turunduse ABC) (mooduli kogumaht 48 akadeemilist tundi, millest 32 akadeemilist tundi on auditoorset tööd ja 16 akadeemilist tundi iseseisvat tööd)*

- turunduse olemus, vajadus, planeerimine ja eesmärk
- sihtgrupi määratlemine („uus“ ja „olemasolev“ klient)
- turu segmenteerimine ja toote positsioneerimine
- toote ja teenuse väärtuspakkumine (sh tarbija mõjutamine)
- brändi juhtimine (sh missioon, visioon ja slogan)
- traditsiooniline turundus (kanalid ja võimalused)
- digiturundus (sh Facebook, Instagram, Twitter, Youtube jt)
- kujundustööriistad (sh Canva)
- eneseväljendusoskus (*pitching*)
- mõjuliidrid turunduses
- meiliturundus ja selleks kasutatavad tarkvarad
- Google Ad's – reklaam Google otsingumootoris
- Google Analytics
- kampaaniate loomine
- turundusplaan ja selle olemus ja vajadus

**Moodul 2:** *Kodulehekülje loomine ja haldamine WordPressis (mooduli kogumaht 36 akadeemilist tundi, millest 24 akadeemilist tundi on auditoorset tööd ja 12 akadeemilist tundi iseseisvat tööd)*

- miks on vaja veebilehte? Erinevad veebilehe tüübid, näited erinevate eesmärkidega veebilehtedest ja funktsioonidest.
- majutusteenus (kuidas leida õige teenusepakkuja)
- veebiserver
- domeen
- veebilehe kaitsmine pahavara eest
- strateegiline veebileht
- sisuloome põhitõed
- CMS süsteemid üldiselt
- WordPress üldiselt (ajalugu, teemad, pluginad, lehed, postitused)
- WordPressi veebilehe ehitustööriistad
- veebilehe ehitamine ja disainimine
- veebilehe sektsioonid/plokid/read, veerud ja elemendid
- välised allikad veebilehel (pildid, videod, illustratsioonid)
- veebilehe päis ja jalus
- SEA ja SEO
- Google'i tööriistad
- kontaktvormid
- võimalikud lisapluginad
- Kuidas iseseisvalt edasi toimetada WordPress'ga?

## Õppekava „Praktilise turunduse alused (turunduse ABC) ja kodulehekülje loomine“

### ÕPPEMEETODID:

- **Auditoorne õpe 56 ak t:** kaasav loeng, diskussioon, rühmatöö (ajurünnak, mosaiikrühm jne), rollimäng, juhtumianalüüs
- **Iseseisev töö 28 ak t:** turundusplaani ja kodulehekülje koostamine vastavalt õppematerjalidele

### ÕPPEMATERJALIDE LOEND:

- **Kohustuslik õppematerjal:** Koolitaja poolt välja töötatud õppematerjalid, mis jagatakse õppijatele koolituse käigus paber kandjal või edastatakse e-posti teel.
- **Soovituslik õppematerjal:**
  - Cardon, D. (2020). *Digikultuur*. Tallinn: TLÜ Kirjastus.
  - Dib, A. (2020). *Üheleheküljeline turundusplaan*. Tallinn: AS Äripäev.
  - Hughes, T. & Reynolds, M. (2021). *Sotsiaalne müük*. Tallinn: AS Äripäev.
  - Keerus-Jusupov, E. (2020). *Google Analytics ettevõtjale ja turundajale*. Tallinn: AS Pakett.
  - Raju, K. (2019). *Reklaamitrikk*. Tallinn: AS Äripäev.
  - Vaynerchuk, G. (2019). *Nii lüüakse läbi*. Viimsi: Million Mindset OÜ.

### HINDAMINE EHK ÕPPE LÕPETAMISE TINGIMUSED:

- **Hindamise meetodid:**
  - Moodul 1: Praktilise turunduse alused (turunduse ABC)**
    - 1) koolituse käigus valminud turundusplaani tagasisidestamine.
  - Moodul 2: Kodulehekülje loomine ja haldamine WordPressis**
    - 1) koolituse käigus valminud kodulehekülje tagasisidestamine.
- **Hindamiskriteeriumid:**
  - Moodul 1: Praktilise turunduse alused (turunduse ABC)**
    - 1) õppija on koostanud turundusplaani vastavalt etteantud õppematerjalidele vähemalt miinimumnõuetele, mis on kajastatud turundusplaani etteantud formaadis.
  - Moodul 2: Kodulehekülje loomine ja haldamine WordPressis**
    - 1) õppija on koostanud kodulehekülje vastavalt etteantud õppematerjalidele vähemalt miinimumnõuetele, st:
      - veebilehel on kajastatud sisu, mida on võimalik arusaadavalt lugeda;
      - avalehel on vähemalt kolm sektsiooni või kokku kolm erinevat lehte;
      - veebilehel on nii päis kui ka jalus;
      - veebilehel on kasutatud aktiivselt ja seadistatult vähemalt järgmisi pluginaid:
        - veebilehe ehitustööriist (+ võimalikud lisandid);
        - kontaktivorm;
        - SEO plugin;
        - küpsiste teavitus.
- Hindamine on mitmeeristav.

### VÄLJASTATAVAD DOKUMENDID:

- **TUNNISTUS**, kui õpiväljundid on saavutatud.
- **TÕEND**, kui õpiväljundeid ei saavutatud, kuid õppija võttis osa õppetööst. Tõend väljastatakse vastavalt osaletud kontakt tundide arvule.

## Õppekava „Praktilise turunduse alused (turunduse ABC) ja kodulehekülje loomine“

### KOOLITAJATE KVALIFIKATSIOON:

#### **Moodul 1:** *Praktilise turunduse alused (turunduse ABC)*

**Andres Vaher** töötab Tartu Ülikooli majandusteaduskonna turundus- ja kommunikatsioonispetsialistina ja on lisaks mentor alustavatele ettevõtetele. Oma kogemused on ta omandanud töötades era- ja avaliku sektori ettevõtetes, kus tegeles ka turundusega rahvusvahelisel tasandil. Huvi turunduse vastu viis ta õppima Tartu Ülikooli majandusteadust, kus spetsialiseerus turundusele ja juhtimisele.

#### **Moodul 2:** *Kodulehekülje loomine ja haldamine WordPressis*

**Rainer Lanemann** on aktiivne ja pidevalt ennast arendav ettevõtja, kes on lõpetanud IT-spetsialisti eriala. Olemuselt meeldib talle õpetamine, juhendamine ja väärtusliku informatsiooni edasi andmine. Just see on toonud teda ka Idee Turg koolitajaks, kus tutvustab ja aitab huvilistel avastada veebimaailma tausta. Ettevõtte alt tegeleb peamiselt veebidisainiga, veebiarendusega ja SEO-ga. Loob internetis igapäevaselt väärtust nii alustavatele kui ka käimalükatud ettevõtetele.

Sellelgi poolest ei piirdu tema tegevused ainult ettevõtlusega. Rainer töötab kahes Põlva maakonna koolis pedagoogina, õpetades informaatikat. Lisaks juhendab ka robotika huviringe algkoolile ning töötab üldhariduskoolis IT-juhina. Rainer vastutab koolitusasutuse Idee Turg kodulehekülje haldamise ning jooksvate IT-probleemide lahendamise eest.

**Õppekava koostatud ja kinnitatud:** 16.05.2019

**Viimati muudetud ja kinnitatud:** 12.10.2021

*\*Juhime tähelepanu, et õppekava „Praktilise turunduse alused (turunduse ABC) ja kodulehekülje loomine“ on loodud kahe õppekava (Praktilise turunduse alused (turunduse ABC); Kodulehekülje loomine ja haldamine WordPressis) põhjal. Kui olete huvitatud ainult ühest moodulist, on võimalik registreeruda konkreetsele koolitusele. Eraldiseisvad õppekavad on välja toodud täienduskoolitusasutuse Idee Turg OÜ koduleheküljel („koolitused“ -> „õppekavad“). Koolitustele on võimalik registreeruda täienduskoolitusasutuse Idee Turg OÜ koduleheküljel („koolitused“ -> „koolituskalender“).*

*Antud õppekava on intellektuaalne omand, sellest tulenevalt on keelatud ilma Idee Turg OÜ allkirjaõigusliku esindaja kirjaliku nõusolekuta dokumendi mistahes osa mehhaaniliste või elektrooniliste vahenditega reprodutseerida ega muul viisil paljundada, kaasa arvatud fotopaljundus, informatsiooni talletamine, kontaktkooperimine.*