Õppekava nimetus: Tulemuspõhine turundusjuhtimine

Õppekavarühm: Turundus ja reklaam.

1. Koolituse eesmärk

Eesmärk: Õppija omandab süsteemsed teadmised ja praktilised oskused strateegilisest turundusest ja enesejuhtimisest.

2. Õpiväljundid

Õppimise tulemusel omandatud õppija teadmised, oskused ja hoiakud:

1. **Analüüsib** isiklikku ajakasutust ja psühholoogilist vastupidavust, rakendades metoodilisi printsiipe.
2. **Koostab** ärieesmärkidega sidusa turundusstrateegia, tuginedes strateegilistele raamistikele.
3. **Disainib** automatiseeritud turundusprotsesse ja sisuloome töövooge, optimeerides aja- ja finantsressursside kasutust.
4. **Kohandab** kommunikatsioonisõnumeid vastavalt isiksusetüüpidele ja põlvkondade erisustele, et luua usaldust ja suurendada mõju.
5. **Rakendab** juhtimistehnikaid ja projektijuhtimise tööriistasid meeskonna võimestamiseks ning tulemuspõhise turunduskultuuri loomiseks.

Õpingute alustamise tingimused

Õppe alustamise eelduseks on varasem baaskogemus või teadmised turundusest/ärijuhtimisest ning praktiline väljund õpitud oskuste vahetuks rakendamiseks (töökoht, oma ettevõte või käimasolev projekt). Töökoha või ettevõtte puudumisel on võimalik praktilised ülesanded ja lõpuportfoolio üles ehitada isikubrändingu (persoonibrändi) arendamise põhjal.

Lõpetamise tingimused

Koolituse lõpetamiseks ja mikrokvalifikatsiooni tunnistuse väljastamiseks peab õppija:

1. Osalema vähemalt **80% kontaktõppes** (auditoorne töö ja praktikumid).
2. Esitama tähtaegselt **"The Greatest Marketer" portfoolio**, mis koondab kõigi viie mooduli praktilised tööd.
3. Saama portfoolio kõigi osade eest hinnangu **"arvestatud"** (vastavus lävendile).

Hindamismaatriks

Õpiväljund	Hindamismeetod	Hindamiskriteerium (Lävend)
1. Analüüsib isiklikku ajakasutust ja psühholoogilist vastupidavust, rakendades metoodilisi printsiipe.	**Enesejuhtimise audit** (kaardistus + kirjalik eneseanalüüs portfoolios).	Analüüsib kaardistatud ajakasutust vastavalt metoodilistele alustele, tuvastab peamised ajaraiskajad ja koostab nendest lähtudes uue strateegilise nädalakava.
2. Koostab ärieesmärkidega sidusa turundusstrateegia, tuginedes strateegilistele raamistikele.	**Strateegiline loovtöö** (kirjalik analüüs ja ettepanekud).	Koostab süsteemse turunduse sidususe analüüsi ja seostab planeeritud tegevused ettevõtte äriliste eesmärkidega.
3. Disainib automatiseeritud turundusprotsesse ja sisuloome töövooge, optimeerides aja- ja finantsressursside kasutust.	**Protsessidisaini harjutus** (skeem + kontroll-leht).	Disainib sisuloome töövoo skeemi, mis demonstreerib sisu strateegilist taaskasutust, ja koostab protsessi süstematiseerimiseks kontroll-lehe.

4. Kohandab kommunikatsioonisõnumeid vastavalt isiksusetüüpidele ja põlvkondade erisustele, et luua usaldust ja suurendada mõju.	**Situatsioonianalüüs ja praktiline esitlus** (kirjalik harjutus + esitlus).	Koostab sihtgruppide vajadustest lähtuvad müügiargumentatsioonid ja demonstreerib praktilises esitluses kohandatud kommunikatsioonivõtteid.
5. Rakendab juhtimistehnikaid ja projektijuhtimise tööriistasid meeskonna võimestamiseks ning tulemuspõhise turunduskultuuri loomiseks.	**Juhtimise tegevuskava** (projektitarkvara ülesehitus + delegeerimisplaan).	Rakendab delegeerimise põhimõtteid projekti planeerimisel ja määratleb meeskonna arengufaasist lähtuvad asjakohased juhtimistegevused.

Õppemahu jaotus (5 EAP / 130 tundi)

Tegevuse liik	Maht (tundides)	Sisu kirjeldus
Kontaktõpe	**40 h**	Auditoorne töö: loengud, seminarid ja praktikumid 5 mooduli lõikes.
Praktiline õpe	**30 h**	Koolitaja juhendamisel toimuv praktiline töö (nt delegeerimisplaani testimine, DISC rollimängud).
Iseseisev töö	**60 h**	Raamatu "The Greatest Marketer" lugemine, 14-päevane ajapäevik, portfoolio koostamine, 90-päeva väljakutse tegevused.
KOKKU	**130 h**	**Võrdub 5 EAP-ga** (1 EAP = 26 tundi tööd).

Õppesisu ja moodulid

Mooduli nimetus	Teemad ja alateemad	Seos õpiväljundiga
I Moodul: Mindset & Efficiency	8-8-8 printsiip, BPS püramiid, MIP-aeg, fookuse hoidmine ja digitaalne hügieen.	ÕV 1
II Moodul: Alignment & Strategy	Business House mudel, Px raamistik, SMART eesmärgid ja klienditeekonna (Flywheel) loomine.	ÕV 2
III Moodul: Systems & Workflows	Content Flow Framework, Work Smarter Flywheel, kampaaniate kihiline planeerimine ja tööriistade standardiseerimine.	ÕV 3
IV Moodul: Impact & Communication	DISC isiksusetüübid, põlvkondade erisused, GAINS-X raamistik ja sihtgruppidele kohandatud sõnumite loomine.	ÕV 4
V Moodul: Leadership & Multiplier	John Maxwelli 5 juhtimistasandit, PSP-ratas, delegeerimise etapid ja tulemuspõhise kultuuri loomine.	ÕV 5

Õppekeskkond

Õppevorm: Õppetöö toimub kombineeritud vormis (hübriidõpe), sisaldades reaalajas toimuvat kontaktõpet (füüsilises õppeklassis või veebisilla vahendusel Zoomi platvormil) ja iseseisvat tööd.

Veebikeskkond: Kogu õppeprotsessi haldamine, materjalide jagamine ja iseseisva töö (90-päeva väljakutse) dokumenteerimine toimub **Powerful Marketers Hub** platvormil.

Tööriistad: Reaalajas toimuvateks seminarideks ja grupitöödeks kasutatakse **Zoom** keskkonda, mis võimaldab ekraani jagamist ja *breakout rooms* funktsiooni praktiliste harjutuste läbiviimiseks.

Tugisüsteem: Õppijal on ligipääs digitaalsele raamatukogule, kontroll-lehtedele ja metoodilistele tööriistadele Hubis kogu õppeperioodi vältel.

Koolitajad ja nende kompetentsid

1. **Mari-Liis Vaher** (sotsiaalteaduste magister, Tartu Ülikool)
    - **Erialane ja praktiline töökogemus:** Enam kui 20 aastat praktilist kogemust strateegilises turundusjuhtimises ja ettevõtluses; raamatu "The Greatest Marketer" autor ning Powerful Marketersi kaasasutaja.
    - **Täiskasvanute koolitamise kompetentsid:** Pikaajaline (10+ aastat) täiskasvanute koolitamise, mentordamise ja juhtide nõustamise kogemus. Läbinud aastase coaching-programmi, osaleb regulaarselt supervisioonidel, kovisioonidel ja andragoogilistel täienduskoolitustel.