Mikrokvalifikatsiooniõppe/mikrokraadiõppe õppekava vorm

1. ÜLDANDMED (*kohustuslikud väljad on tähistatud tärniga* *)

Täienduskoolitusasutuse nimetus* *(kui õppekava läbiviimisesse on kaasatud ka teisi asutusi, siis see siin ära märkida)*	Estonian Business School
Õppekava nimetus (eesti keeles)*	**Teenusedisain turunduses**
Õppekava nimetus (inglise keeles)*	**Service Design for Marketing**
Õppe liik* - mikrokvalifikatsioon - mikrokraad (kõrgkoolid saavad liigitada, kui õppekavast 50% on kõrgharidusõppeained)	Mikrokraad
Õppekavarühm* *(lähtutakse täienduskoolituse standardist, liigitamisel on abiks käsiraamat https://www.hm.ee/sites/default/files/documents/2022-11/kehtiv_01.01.2017_isced-f-2013.pdf)*	Turundus ja reklaam
Õppe maht ainepunktides* *(1 AP = 26 tundi õppija tööd, mis sisaldab nii õppekeskkonnas toimuvaid tegevusi kui ka iseseivat tööd)*	12
Õppekeel*	inglise
Sihtrühm ja/või õppe alustamise tingimused *(nt suunatud teatud valdkondade töötajatele, nõutav eelnev haridus, teatud töökogemus või erioskused, spetsiifilised teadmised või ettevalmistus)*	Õppe alustamise tingimused: - keskharidus või sellele vastav kvalifikatsioon - baasteadmised turundusest
Õppekava koostamise alus *(nt koostatud formaalõppe, kutsestandardi või selle osa, kompetentsiprofiili, teatud õigusakti jms alusel)*	Formaalõppe õppekava „Rahvusvaheline ärijuhtimine“ (121817) alusel.
Õppekava vastavus Eesti kvalifikatsiooniraamistikule *(lisavad kõrgkoolid ja kutseõppeasutused, kui õppekava on seotud kutsestandardi või formaalõppe õppekavaga; täienduskoolitusasutused ei pea seda märkima)*	Kõrghariduse esimene aste, Eesti kvalifikatsiooniraamistiku 6. tase, Euroopa elukestva õppe kvalifikatsiooniraamistiku 6. tase

2. ÕPPEKAVA EESMÄRK JA ÕPIVÄLJUNDID*

Õppekava eesmärk* (*kirjeldab õpiväljundeid kokkuvõtva lausena*)	Mikrokraadi eesmärk on arendada õppijates võimekust mõista ja mõjutada tarbijakäitumist ning kavandada, arendada ja hinnata kasutajakeskseid teenuse- ja turunduslahendusi, lõimides teenusedisaini ja turunduskommunikatsiooni põhimõtteid väärtuse loomiseks organisatsioonidele ja klientidele kaasaegses ja mitmekesises ärikeskkonnas.
Õppekava õpiväljundid* *(kirjeldavad teadmisi ja oskusi, mida õppija õppeprotsessi lõpuks omandab, keskmiselt on iga õppekava puhul 4-6 üldist õpiväljundit)*	Mikrokraadi edukalt läbinu: 1. Analüüsib tarbijakäitumist ja kasutajakogemust, tuginedes asjakohastele teoreetilistele käsitlustele ja mudelitele, et tuvastada väärtusloome võimalusi turunduses. *(Teadmised)*
	2. Kavandab ja arendab kasutajakeskseid teenuse- ja turunduslahendusi, rakendades disainmõtlemise ja teenusedisaini meetodeid. *(Rakendamine)*

	3. Lõimib tarbijakäitumise teadmised ja teenusedisaini põhimõtted integreeritud turunduskommunikatsiooni strateegiate kujundamisel. *(Ülekantavad oskused)*
	4. Hindab ja põhjendab loodud lahenduste tõhusust, kasutades asjakohaseid analüüsi- ja uurimismeetodeid ning arvestades ärilisi eesmärke ja kliendikogemust. *(Rakendamine)*
	5. Tegutseb professionaalselt, rakendades eetilisi ja kultuuriliselt teadlikke turundus- ja disainipraktikaid ning töötades tulemuslikult meeskonnas. *(Sotsiaalsed oskused / Individuaalne)*

3. ÕPPEPROTSESSI KIRJELDUS*

Õppeprotsess ühendab teenusedisaini, tarbijakäitumise ja turunduskommunikatsiooni teadmised praktiliste oskustega, kasutades aktiivseid ja õppijakeskseid meetodeid. Teoreetilisi käsitlusi omandatakse loengutes ning rakendatakse seminarides, juhtumianalüüsides ja praktilistes ülesannetes. Õppijad arendavad kliendikeskset mõtteviisi, analüüsioskust ja koostööpädevusi rühmatööde, arutelude ja refleksioonide kaudu. Iseseisev töö toetab õpitu rakendamist turundusprobleemide lahendamisel ja professionaalse arengu kujundamisel. Õppetöö toimub kombineeritud õppevormis, vaheldudes kontaktõppe ja iseseisva tööga ning toetades õppija vastutust oma õpieesmärkide saavutamise eest.

3.1 ÕPPE SISU, ÕPPEMEETODID, MAHU JAOTUS*

Teema/moodul/aine* (*kui Juhtimise ja eestvedamise õppeainel või moodulil on eraldi õpiväljundid, tuleb need ka siia lisada)*	**Õppemeetod(id)***	**Mahu jaotus*** *(kontaktõpe, iseseisev töö, selle võib välja tuua ka õppeainete/moodulite kaupa või protsentides)*
MAR122 Teenuse disain ja disainmõtlemine Kursuse edukalt läbinu: 1. Mõistab disainmõtlemise ja teenuse disaini põhimõtteid ning nende rolli innovatsioonis ja kliendikogemuse arendamises. *(Teadmised)* 2. Viib läbi lihtsamaid kasutajauuringuid, et tuvastada vajadusi ja probleemkohti. *(Rakendamine)* 3. Arendab ja prototüübib teenuse kontseptsioone disainmõtlemise meetodeid kasutades. *(Rakendamine)* 4. Teeb koostööd mitme eriala meeskondades, kasutades koosloome meetodeid. *(Sotsiaalsed oskused)* 5. Näitab kasutajakeskset mõtteviisi ning reflektiivset lähenemist probleemi-lahendusele ja teenusedisainile. *(Individuaalne)* 6. Rakendab struktureeritud loova probleemilahenduse meetodeid varasemalt	Õpe toimub loengute ja praktilisete grupitööde kaudu. Õpe hõlmab praktiliste ülesannete lahendamist, juurprobleemi tuvastamist ja analüüsimist, arutelusid ning lahenduste välja töötamist.	6 EAP 48 tundi kontaktõpet 108 tundi iseseisvat tööd

tundmatute ärialaste väljakutsete lahendamisel. *(Ülekantavad oskused)*		
MAN140 Tarbijakäitumine Kursuse edukalt läbinu: 1. Mõistab ja prognoosib tarbijakäitumist, tuginedes sotsiaalteaduste teooriatele. *(Teadmised)* 2. Rakendab tarbijakäitumise kontseptsioone, et lahendada reaalseid turundusprobleeme. *(Rakendamine)* 3. Arutleb tarbijakäitumise mitmekesisuse ning sellega seotud eetiliste kaalutluste üle eri kultuurides ja demograafilistes rühmades. *(Sotsiaalsed pädevused)* 4. Väärtustab vastutustundlikke turundus-praktikaid. *(Isiklik pädevus)* 5. Arvestab turundussõnumite mitmekesiste tajude ja tõlgendustega. *(Ülekantavad oskused)*	Õpe toimub loengute, seminaride, rühmatöö ja iseseisvate ülesannete kaudu. Õppeprotsessis kasutatakse juhtumianalüüse, praktilisi harjutusi ning turundus-strateegiate koostamist meeskonnatööna.	3 EAP 24 tundi kontaktõpet 54 tundi iseseisvat tööd
MAR131 Turunduskommunikatsioon Kursuse edukalt läbinu: 1. Mõistab integreeritud turunduskommunikatsiooni põhimõtteid ja selle rolli turundus- ning äristrateegia toetamisel. *(Teadmised)* 2. Analüüsib sihtrühmi ja klienditeekondi, et määratleda kommunikatsiooni ees-märgid ja sõnumid. *(Rakendamine)* 3. Teeb meeskondades koostööd, et planeerida ja esitada kommunikatsioonilahendusi, ning annab põhjendatud tagasisidet kaasõppijatele. *(Sotsiaalsed oskused)* 4. Rakendab ja põhjendab eetilisi ja kultuuriliselt sobivaid kommunikatsioonitavasid rahvusvahelises kontekstis. *(Individuaalne)* 5. Esitab argumente ja soovitusi selgelt, professionaalselt ja tõenduspõhiselt erinevates ärikontekstides. *(Ülekantavad oskused)*	Õpe toimub loengute ja seminaride, arutelude, praktiliste ülesannete ning rühmatööna tehtavate juhtumianalüüside kaudu. Kursusel rakendatakse teooriat praktikas: analüüsitakse sihtrühmi ja klienditeekondi, kavandatakse integreeritud turunduskommunikatsiooni lahendusi ning tehakse kommunikatsiooniauditit ja esitatakse tulemused.	3 EAP 24 tundi kontaktõpet 54 tundi iseseisvat tööd

3.2 ÕPPEKESKKONNA KIRJELDUS *(võib olla nii füüsiline kui ka veebipõhine)**

Kus ja kuidas õppetöö toimub – füüsiliselt kohapeal, veebis või hübriidõppena? Millised õppekeskkonna võimalused on õppijale tagatud, sh seadmed ja vahendid? Mida peab õppija ise kaasa võtma või omama (nt sülearvuti, nutitelefon, tarkvara lahendus). Ligipääsetavus?	Õppetöö toimub kontaktõppes EBSi õpperuumides. Suhtlus lektoritega ning ligipääs õppematerjalidele ja ülikooli teenustele eeldab internetiühendust. Õppijatele on tagatud juurdepääs kaasaegsele õpikeskkonnale, sealhulgas pilvepõhisele e-õppe platvormile Canvas, õppematerjalidele ning EBSi raamatukogule. Õppijalt eeldatakse füüsilist kohalolekut ning vajadusel isikliku sülearvuti kasutamist.

3.3 ÕPPEMATERJALIDE LOETELU

Õppetöös kasutatav kohustuslik kirjandus, sealhulgas raamatud, õpikud, teemakohased käsiraamatud, teadusartiklid, asjakohased veebiallikad jne.	-

4. NÕUDED LÕPETAMISEKS, HINDAMINE JA VÄLJASTATAVAD TÄIENDUSKOOLITUSE TUNNISTUSED*

4.1 Nõuded lõpetamiseks, hindamismeetodid ja -kriteeriumid*

Mikrokraadi lõpetamiseks tuleb õppijal saavutada kõigi kursuste õpiväljundid ning täita hindamiskriteeriumid vähemalt nõutaval tasemel. Hindamine võib toimuda eristava (skaalal A–F) või mitteeristava (arvestatud/mittearvestatud) hindamisena, vastavalt kursuse aineprogrammis sätestatule. Hindamismeetodid on seotud kursuse sisuga ning toetavad õpiväljundite saavutamist. Mikrokraad loetakse lõpetatuks, kui kõik kolm kursust on läbitud kehtestatud hindamisskaala järgi: eristava hindamise korral vähemalt hindele E („kasin“ 51–60%) või mitteeristava hindamise korral hindele arvestatud.

MAR112 Teenuse disain ja disainmõtlemine
Hindamine toimub eristava hindamisskaala alusel (A–F). Lõpphinne kujuneb praktiliste ülesannete, aktiivse osalemise ning meeskonnatööna valmiva disainiprojekti ning selle esitluste põhjal.

MAR143 Tarbijakäitumine
Hindamine toimub eristava hindamisskaala alusel (A–F). Lõpphinne kujuneb veebitestide (30%), rühmatöö ja aktiivse osalemise (30%) ning meeskonnatööna valmiva lõputöö (40%) põhjal. Hindamisel arvestatakse teoreetiliste teadmiste mõistmist, nende rakendamist turundusanalüüsis, rühmatöö panust ning strateegiliste soovituste põhjendatust. Kursuse läbimiseks tuleb saavutada vähemalt 51% maksimaalsest punktisummast.

MAR131 Turunduskommunikatsioon
Hindamine toimub eristava hindamisskaala alusel (A–F). Lõpphinne kujuneb kontaktõppes osalemise ja aktiivse panuse, iseseisvate ja rühmatööna tehtavate praktiliste ülesannete ning semestriprojektina valmiva kommunikatsiooniauditi ja selle esitluse põhjal.

Kursustel kasutatakse hindamismeetodeid, mis toetavad väljundipõhist õpet ning hõlmavad nii teadmiste kui ka analüüsi- ja rakendusoskuste hindamist. Hindamismeetodid on kooskõlas kursuse õpiväljunditega ning lähtuvad EBSi hindamispõhimõtetest. Täiendav info hindamise korralduse kohta on õppijatele kättesaadav iga kursuse aineprogrammist.

4.2 Väljastatavad dokumendid*

Tunnistus väljastatakse õppijale, kes täidab kõik programmi läbimiseks kehtestatud nõuded ja omandab kõik õpiväljundid.

5. KOOLITAJATE KVALIFIKATSIOONI ÜLDINE KIRJELDUS* *(Milline haridus, kvalifikatsioon või töökogemus on koolitajatel nõutav?*

Koolitajatelt eeldatakse magistrikraadi (või sellele vastavat kvalifikatsiooni) ning vähemalt kolmeaastast praktilist kogemust õpetatavas valdkonnas. Soovituslik on varasem õpetamiskogemus kõrgharidusvaldkonnas või täienduskoolituses. Koolitajatel peab olema pädevus teenusedisaini, tarbijakäitumise analüüsi ja turunduskommunikatsiooni valdkonnas ning suutlikkus siduda teoreetilisi käsitlusi praktiliste turundus- ja kliendikogemuse kujundamise rakendustega. Täiskasvanute õpetamise kogemus ja võimekus luua õppimist toetav keskkond on koolitaja kompetentsuse oluline osa ning selle olemasolu hindab täienduskoolitusasutus.