

ÕPPEKAVA VORM

| | | |
|----|--|---|
| 1 | ÕPPEKAVA NIMETUS EESTI KEELES | Kaasaegne turundus |
| 2 | ÕPPEKAVA NIMETUS INGLISE KEELES | Contemporary Marketing |
| 3 | ÕPPEKAVA KOOD | |
| 4 | ÕPPEASUTUS(ED) | Tartu Ülikool |
| 5 | VALDKON(NA)D | sotsiaalteaduste valdkond |
| 6 | ÕPPEKAVA HALDAJA(D) | majandusteaduskond |
| 7 | ÕPPEASTE | magistriõpe |
| 8 | ÕPPEVALDKOND | Ärindus, haldus ja õigus |
| 9 | ÕPPESUUND | Ärindus ja haldus |
| 10 | ÕPPEKAVAGRUPP | Ärindus ja haldus |
| 11 | ÕPPEKAVARÜHM | Turundus ja reklaam |
| 12 | ÕPPEKEEL(-ED) | eesti keel |
| 13 | ÕPIVÄLJUNDITE SAAVUTAMISEKS VAJALIKUD TEISED KEELED | inglise keel |
| 14 | ÕPPETÖÖ VORM | sessioonõpe |
| 15 | NOMINAALNE ÕPPEAEG | 1 aasta |
| 16 | MAHT (EAP) | 60 EAP |
| 17 | ANTAVA KRAADI NIMETUS | Sotsiaalteaduse magister (kaasaegne turundus) |
| 18 | ANTAVA KRAADI NIMETUS INGLISE KEELES | Master of Arts in Social Sciences (Contemporary Marketing); |
| 19 | DOKTORIKRAADI ANDEV NÕUKOGU | |
| 20 | LÕPETAMISEL VÄLJASTA- TAVAD DOKUMENDID | Diplom ja akadeemiline õiend, Diploma Supplement. |
| 21 | LÕPUDOKUMENTE VÄLJASTAV(AD) KÕRGKOO(ID) | Tartu Ülikool |
| 22 | KINNITAMINE | 1. Õppekava on kinnitatud ülikooli senatis 29.10.2021. 2. Õppekava versioon on kinnitatud sotsiaalteaduste valdkonna nõukogus 03.06.2021. |
| 23 | ERIALA(D) | |
| 24 | LÕPETAMISEL ANTAV KUTSE JA TASE | - |
| 25 | ÕPPEKAVA VERSIOON | 2022/2023 |
| 26 | VASTUVÕTUTINGIMUSED | Vastuvõtu eeltingimuseks on: 1) 3-aastase majandus- ja ärindusalase bakalaureusekraad ja vähemalt 5-aastane töökogemus; või 2) majandus- ja ärindusalase magistriskraad; või 3) muu bakalaureuse või magistriskraad, vähemalt 5-aastane töökogemus erialaga seotud valdkonnas, kus on vaja süvendatud teadmisi turunduses Kandideerija peab esitama motivatsioonikirja. |

| | | |
|----|---|--|
| 27 | ÕPPEKAVA ÜLDEESMÄRGID | Õppekava eesmärk on süvendada erialaseid teadmisi ja oskusi turunduses arendades erialapädevusi töötamiseks spetsialisti või juhina era- või avalikus sektoris. |
| 28 | ÕPPEKAVA ÕPIVÄLJUNDID (omandatavad/ arendatavad/erialased teadmised ja oskused, üldpädevused jms) | Õppekava läbinud üliõpilane: <ol style="list-style-type: none"> 1. Omandab kaasaegse turunduse peamised pädevused tööks turunduse valdkonnas spetsialisti ja juhi ametis; 2. Omandab olulised põhioskused turunduskommunikatsiooni, tootearenduse, internetiturunduse ja tarbijakäitumise kontekstis; 3. Omandab teadmised äri-äri turunduse eripäradest Eestis ja rahvusvahelise turunduse kontekstis; 4. Õpib tundma <i>startup</i> turunduse eripärasid ja mõistab kuidas <i>startup</i> turunduses edukas olla; 5. Omandab laiapõhjalised teadmised tarbijakäitumise teooriatest, põhikontseptsioonidest ning nende rakendamisevõimalustest turundustegevuste kavandamisel ja elluviimisel; 6. Õpib tundma neuroturunduse teooriaid ja rakendama neuroturunduse uurimispraktikaid erinevates uurimisprojektides; 7. Suudab mõista turunduse interdistsiplinaarseid seoseid, eriti neuroturunduse ja tarbijakäitumise (seos psühholoogiaga) ning turunduskommunikatsiooni ja loovturunduse (seos kommunikatsiooni ja ajakirjandusega) õppeainete käsitlustes; 8. Omandab rahvusvahelise turunduse teooriad ja saab aru kultuurierinevuste mõjust turundusele; 9. Omandab turunduse spetsialistile olulised loovoskused esinemiste kavandamiseks, disainimiseks, ettekandmiseks ning meedias kajastamiseks. 10. Omandab teadmised erinevate maailma regioonide Startup ökosüsteemide eripäradest. |
| 29 | ÕPPEKAVA SISU LÜHIKIRJELDUS | Õppekava koosneb kolmest erialamoodulist, millest üks on valitavate õppeainetega (iga mooduli maht 15 EAP) ja magistrieksami moodulist (15 EAP). |
| 30 | NÕUDED ÕPPEKAVA LÕPETAMISEKS | Õppekava täitmiseks peab üliõpilane läbima õppekava 60 EAP mahus valides igast moodulist vähemalt 15 EAP ulatuses õppeaineid ning sooritama magistrieksami. |

| | |
|----|---------------|
| 31 | ERIALA |
|----|---------------|

| | |
|---|--|
| ERIALA NIMETUS EESTI KEELES | |
| ERIALA NIMETUS INGLISE KEELES | |
| ANTAVA KRAADI NIMETUS EESTI KEELES | |
| ANTAVA KRAADI NIMETUS INGLISE KEELES | |
| LÕPETAMISEL ANTAV KUTSE JA TASE | |

| | |
|----|--------------------------|
| 32 | ÕPPEKAVA MOODULID |
|----|--------------------------|

| | | | |
|------------------|---|-------|--------|
| MOODULI NIMETUS: | 1. Turundus tänapäeval | MAHT: | 15 EAP |
| EESMÄRGID | Mooduli eesmärgiks on anda süvendatud teadmised kaasaegsetest suundumustest turunduses ning turunduse eripäradest rahvusvahelises kontekstis. | | |
| ÕPIVÄLJUNDID | Mooduli läbinud üliõpilane: <ul style="list-style-type: none"> • omab teadmisi internetis turundamise võimalustest ja strateegiatest; • oskab kasutada tänapäevaseid internetiturunduse sihtgrupipõhiseid turundamismeetodeid; • teab avaliku esinemise kirjutamata reegleid ja oskab teha häid avalikke ettekandeid; • teab erinevate välisturgude ärilisi erisusi ja kultuurilisi erinevusi; • oskab koostada välisturgudele sisenemise strateegiaid; • tunneb tänapäevaseid aktuaalseid mittetraditsioonilise turunduse meetodeid; • teab äri-äri turunduse eripärasid ja oskab neid strateegiates arvesse võtta. | | |
| ÕPPEAINED | | | |
| KOOD | ÕPPEAINE NIMETUS | MAHT | |
| SVMJ.xx.xxx | Internetiturundus | 6 EAP | |
| SVMJ.09.006 | Turundaja loovkursus | 3 EAP | |
| SVMJ.xx.xxx | Rahvusvaheline ja äri-äri turundus | 6 EAP | |
| MJJV.02.121 | Mittetraditsioonilised käsitletused turunduses | 3 EAP | |
| SVMJ.xx.xxx | Turunduse juhtimine | 3 EAP | |

Valiku põhimõtted: Valikainete moodul, valida 15 EAP mahus õppeaineid.

| | | | |
|------------------|--|-------|--------|
| MOODULI NIMETUS: | 2. Kliendi psühholoogia | MAHT: | 15 EAP |
| EESMÄRGID | Mooduli eesmärgiks on anda süvendatud teadmised tarbijakäitumisest ning oskused tarbijakäitumise seaduspärasid arvestades sobilike turundusmeetmete rakendamiseks | | |
| ÕPIVÄLJUNDID | Mooduli läbinud üliõpilane: <ul style="list-style-type: none"> • teab, mis on tänapäevased tarbijakäitumise mudelid; • oskab analüüsida tarbijate ostukäitumist; • mõistab turunduskommunikatsiooni põhiprintsiipe; • saab aru turunduskommunikatsiooni seadusandlusest ja sellega seotud eetika küsimustest; • teab, mis on neuroturunduse peamised uurimismeetodid ja nende rakendused; • oskab läbi viia neuroturunduse katseid pilgujälgimise ja emotsioonide mõõtmise erinevate tehnikatega; • suudab tõlgendada neuroturunduse uuringu raporteid. | | |
| ÕPPEAINED | | | |
| KOOD | ÕPPEAINE NIMETUS | MAHT | |
| MJJV.02.113 | Tarbijakäitumine | 3 EAP | |
| SVMJ.09.005 | Turunduskommunikatsioon | 6 EAP | |
| SVMJ.09.003 | Neuroturundus | 6 EAP | |

Valiku põhimõtted: Kõik mooduli õppeained on kohustuslikud.

| | | | |
|------------------|---|-------|--------|
| MOODULI NIMETUS: | 3. Startup turundus | MAHT: | 15 EAP |
| EESMÄRGID | Mooduli eesmärgiks on anda süvateadmised tootearendusest ja turundusstrateegiate eripäradest <i>startup</i> ettevõtete valdkonnas | | |
| ÕPIVÄLJUNDID | Mooduli läbinud üliõpilane: <ul style="list-style-type: none"> • teab, mis on erinevate turundusmeetmete rakendamise erisused <i>startup</i> keskkonnas; • suudab ellu viia turundusstrateegiaid <i>startup</i> ettevõttes; • teab ja oskab rakendada kliendisuhete juhtimise põhimõtteid; • oskab nii koguda kui hinnata ja analüüsida kliendiantmeid; • mõistab kliendiantmete kogumisega seotud eetilisi ja juriidilisi küsimusi ja piiranguid; • teab, mis on tootearendusprotsessi peamised osised; • suudab planeerida tootearendust ja selleks tarvilikke uuringuid, neid läbi viia ning tulemuste põhiselt jõuda tervikliku uue tootekontseptsioonini; • teab, mis on <i>startup</i> ettevõtte rahvusvahelistumise eripärad ja määravad edutegurid; • mõistab eri maailma regioonide (Aasia, Ameerika, Lähis-Ida) ning riikide <i>startup</i> ökosüsteemide erisusi; • on rakendanud õpitud turundusmeetodeid ja strateegiaid praktikas, kas mõnes ettevõttes, organisatsioonis või <i>startup</i>is. | | |
| ÕPPEAINED | | | |
| KOOD | ÕPPEAINE NIMETUS | MAHT | |
| SVMJ.09.007 | Startup ettevõtte turundus | 3EAP | |
| SVMJ.xx.xxx | Kliendisuhete juhtimine ja äriit-ärile turundus | 3 EAP | |
| MJJV.02.124 | Tootearendus | 6 EAP | |
| SVMJ.xx.xxx | Startup ettevõtete rahvusvahelistumine | 3 EAP | |
| MJ00.00.047 | Praktika | 3 EAP | |

Valiku põhimõtted: Valikainete moodul, valida 15 EAP mahus õppeaineid

| | | | |
|------------------|--|--------|--------|
| MOODULI NIMETUS: | 4. Magistrieksam | MAHT: | 15 EAP |
| EESMÄRGID | Mooduli eesmärgiks on kinnistada õppekava läbimisel omandatud teadmised. | | |
| ÕPIVÄLJUNDID | Mooduli läbinud üliõpilane: <ul style="list-style-type: none"> • rakendab turundusalaseid pädevusi analüütiliselt kõrgel tasemel, reflekteerib professionaalselt oma tegevust, tõendab oma ettevalmistust tööks turunduse spetsialisti või juhina ettevõtetes ja organisatsioonides; • mõistab tarbijakäitumise olemust ning kaasaegse turunduse võimalusi tarbijakäitumise analüüsimisel ning turundusmeetmete kavandamisel; • on teadlik <i>startup</i> ettevõtte turunduse ja rahvusvahelistumise eripäradest ning oskab kujundada valdkonnale ja turule sobiliku turundusmeetmestiku. | | |
| ÕPPEAINED | | | |
| KOOD | ÕPPEAINE NIMETUS | MAHT | |
| SVMJ.xx.xxx | Magistrieksam | 15 EAP | |

Valiku põhimõtted: Magistrieksami sooritamine on kohustuslik.

