

Õppekava nimetus	Sotsiaalmeedia spetsialist
Õppekeel	Vene keel
Õppe kogumaht	104 akadeemilist tundi
Auditoorse ja praktilise töö maht	104 akadeemilist tundi
Õppe kestvus	12 nädalat
Sihtgrupp	Inimesed, kes soovivad saada sotsiaalmeedia turunduse spetsialistik (Facebook, Instagram, Youtube) ning edukalt edendada kas enda, või teiste projekte.
Õppe eesmärgid	<ul style="list-style-type: none"> - Töötada läbi turunduse põhiteemad, nagu 7P turundusmiks, sihtrühmad jne, et ehitada töötavaid turundusstrateegiaid - Omandada oskust planeerida tegevusi sotsiaalmeedias ning luua sisu plaane - Omandada teadmisi turundusest ja reklaami seadistamisest kõige populaarsemates sotsiaalmeedia kanalites: Facebook - is, Instagram – is ja Youtube – is. - Omandada oskust luua silmatorkvat sisu (nii tekste, kui ka videosisu) edukaks sotsiaalmeedia turunduseks.
Õppeväljundid	<p>Kursuse lõpetaja:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Omab teadmisi turunduse põhiprintsiipidest - Oskab määrata kindlaks toote või teenuse sihtrühma, luua toote või teenuse väärtust - Oskab planeerida tegevusi sotsiaalmeedias ning luua sisu plaane - Oskab kirjutada müüvaid tekste sotsiaalmeedia jaoks - Oskab luua ning monteerida videosisu sotsiaalmeedia jaoks - Oskab seadistada reklaami Facebook, Instagram ja Youtube sotsiaalmeediakanalites - Oskab lugeda analüütikat ning kasutada seda turunduskampaaniate efektiivsuse tõstmiseks - Kasutades ülalpool mainitud punkte, oskab luua terviklikke turunduskampaaniaid enda või teiste ettevõtetete edendamiseks

<p>Kursuse läbiviimise põhiprintsiibid ja -meetmed</p>	<p>Ülalpool mainitud õppeväljundite saavutamiseks ja teadmiste omandamiseks on kursuse jooksul kasutatud järgmised meetmed:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Praktilised harjutused - Arutelud - Individuaalsed tööd - Grupitööd - Kogu kursuse vältel personaalse projekti juhtimine (praktika) - Harjutused koolituse grupis Facebook-is <p>Kõik õppijad saavad kätte jaotusmaterjale.</p>
<p>Õppekavas seatud eesmärkide täitmiseks ja oskuste omandamiseks vajalike õpperuumide, sisustuse ja seadmete kirjeldus ning nende vastavus õigusaktides sätestatud tervisekaitseõuetele, kui need on kehtestatud</p>	<p>Õpperuumid: õpingud toimuvad vastava varustusega õppeklassis aadressil Jõe 9 – 103, Tallinn</p> <p>Kasutatavad seadmed: loengutahvel, dataprojektor, arvuti, kantseleivahendid</p>
<p>Õppekava</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. tund: Turundusealused (turundusmiks, sihtrühmad, väärtuse loomine) 2. tund: Sotsiaalmeedia strateegia koostamine ja sisu plaani loomine 3. tund: Sisuloome: müüvad reklaamtekstid, lühikesed tekstid, pikad tekstid 4. tund: Praktikatund: tekstide loomine 5. tund: Videosisu loomine 6. tund: Videote monteerimine kättesaadavate programmide abil 7. tund: Edendamine Facebook - is 8. tund: Edendamine Facebookis (reklaami seadistamine)

	<p>9. tund: Edendamine Instagramis</p> <p>10. tund: Edendamine Instagramis (reklaami seadistamine)</p> <p>11. tund: Praktikatund: edendamine Facebookis ja Instagramis</p> <p>12. tund: Edendamine ja reklaami seadistamine Youtube-is</p> <p>13. tund: Eksam</p>
Koolitajad	<ol style="list-style-type: none"> 1) Jana Gaškova Andragoog (6.tase), turunduse MA, (turunduses üle 13 aasta), on toonud turule palju tuntuid tooteid ja brände, turundusagentuuri ja turunduskooli Paprika asutaja ja juhataja. 2) Ksenia Malkki Sisuloome agentuuri "Malkki - Media" juht, kirjanik, sisuloome ekspert ja kogenud koolitaja. 3) Artjom Faust Režisöör ja produtsent, mitme audiovisuaalse sisuloomeagentuuri juhataja, kogemus üle 10 aasta. 4) Ekaterina Rappu Ajakirjanik, SMM turunduse spetsialist 5) Juri Pellä Youtube spetsialist, kogenud videoblogija
Praktika	<p>Õpingute jooksul iga õppija peab sooritama praktikat, mis koosneb enda või partnerprojekti juhtimisest ning omandavate teadmiste harjutamisest.</p> <p>Enne koolituse algust saavad kõik õppijad ligipääsu partnerite andmebaasile, kus saavad valida endale sobiva projekti ning juba enne koolituse algust sõlmida praktikaandjaga</p>

	<p>vastavat kokkulepet. Praktika algab esimesest loengust. Samm sammult läbib õpilane kõik etapid ning õpib kasutada teadmisi praktikas: koostada strateegiat, määratleda kliente, seadistada reklaami jne.</p>
<p>Lõpetamine ehk õppe lõpetamise tingimused ja eksam</p>	<p>Õpinguid loetakse lõpetatuks, kui osaleja on omandanud kursuse õppekavas loetletud õppeväljundeid:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Oskab määrata kindlaks toote või teenuse sihtrühma, luua toote või teenuse väärtust - Oskab planeerida tegevusi sotsiaalmeedias ning luua sisu plaane - Oskab kirjutada tekste ning luua videosisu sotsiaalmeedia jaoks - Oskab seadistada reklaami Facebook, Instagram ja Youtube sotsiaalmeediakanalites - Oskab lugeda analüütikat ning kasutada seda turunduskampaaniate efektiivsuse tõstmiseks - Kasutades ülalpool mainitud punkte, oskab luua terviklikke turunduskampaaniaid enda või teiste ettevõtete edendamiseks <p>Õppe lõpetamise eelduseks peab osaleja külastama vähemalt 75% auditoorsetest tundidest ning esitama praktilise töö ehk projekti läbitud praktika põhjal, mis tõestab õppeväljundite saavutamist.</p> <p>Praktilise töö ehk projekti kaitsmine toimub eksamil.</p>
<p>Kursuse läbimisel väljastatav dokument</p>	<p>Kursuse lõpetamisel iga osaleja saab:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tunnistust, kui õpingute lõpetamise nõuded on täidetud - Tõendit, kui õpingute nõuded ei ole täidetud, kuid osaleja võttis osa õppetööst. Tõend väljastatakse vastavalt osaletud kontakttundide arvule, kuid mitte juhul, kui õppija osales vähem kui pooltes tundides.

	- Ainelehte, mis annab ülevaadet läbitud teemadest ja kontaktundidest
--	-----------------------------------------------------------------------