

Õppekava nimetus	Internetiturunduse spetsialist (alates 01.04.21)
Õppekeel	Eesti keel
Õppe kogumaht	142 akadeemilist tundi
Auditoorse ja praktilise töö maht	86 akadeemilist tundi
Iseseisva töö maht	56 akadeemilist tundi
Sihtgrupp	Inimesed, kes soovivad omandada kaasaegseid online turundustööriiste (Facebook, Instagram, Google Ads, Wordpress, SEO, E - uudiskiri jne) ning edukalt edendada kas enda, või teiste projekte.
Õppe alustamise tingimused	Isikliku sülearvuti olemasolu, põhilised arvuti kasutamise oskused.
Õppe eesmärgid	Koolituse läbinu oskab kasutada kaasaegseid online turundusinstrumente kas enda või teiste ettevõtete edendamiseks.
Õppeväljundid	<p>Kursuse lõpetaja:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Omab teadmisi turunduse põhiprintsiipidest - Määrab kindlaks toote või teenuse sihtrühma ning oskab luua toote või teenuse väärtust - Omab teadmisi persoonibrändi ülesehitamisest ning aktuaalsetest turunduskanalitest - Omab teadmisi copywriting-ust ehk sellest, kuidas kirjutada tekste nii sotsiaalmeedia, kui ka kodulehtede jaoks - Oskab luua lihtsaid veebilehti Wordpress platvormi abil ning omab teadmisi SEO-st ehk veebilehe optimeerimisest - Oskab luua visuaalset sisu (foto ja video) ning töödelda seda telefoni abil - Oskab seadistada reklaami Facebook ja Instagram sotsiaalmeediakanalites ning Google Ads platvormi kaudu - Loeb analüütikat Facebooki-is, Instagram-is Ja Google Ads-is ning kasutab seda infot turunduskampaaniate efektiivsuse tõstmiseks - Kasutades ülalpool mainitud punkte, oskab luua terviklikke turunduskampaaniaid enda või teiste ettevõtete edendamiseks

<p>Õppemeetodid</p>	<p>Ülalpool mainitud õppeväljundite saavutamiseks ja teadmiste omandamiseks on koolituse jooksul kasutatud järgmised õppemeetodid:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Praktilised harjutused - Arutelud - Individuaalsed tööd - Grupitööd - Kogu koolituse vältel personaalse projekti juhtimine - Harjutused koolituse grupis Facebook-is ning teistes online-keskkondades <p>Kõik õppijad saavad kätte jaotusmaterjale kas paberil või elektroonilisel kujul.</p>
<p>Õppekavas seatud eesmärkide täitmiseks ja oskuste omandamiseks vajalike õpperuumide, sisustuse ja seadmete kirjeldus ning nende vastavus õigusaktides sätestatud tervisekaitse nõuetele, kui need on kehtestatud</p>	<p>Õpperuumid: õpingud toimuvad vastava varustusega õppeklassis aadressil Ahtri 12 - 512, Tallinn või online-keskkonnas.</p> <p>Õppeklassis kasutatavad seadmed: loengutahvel, dataprojektor, arvuti, kantseleivahendid</p>
<p>Õppesisu (auditoorsed tunnid)</p>	<p>1. tund (4 ak.tundi) Turundusealused (turundusmiks, kliendid ja sihtrühmad, toote omadused ja kasud)</p> <p>2. tund (4 ak.tundi) Müügimudelid, turunduskanalid, persoonibränd</p> <p>3. tund (4 ak.tundi) Praktikatund: sihtrühmade määratlemine, turunduscase-ide lahendamine</p> <p>4.-6. tund (12 ak.tundi) Copywriting ehk sisuloome (reklaamtekstid, tekstid sotsiaalmeedia jaoks, tekstid e-maili turunduse jaoks, tekstid veeblehtede jaoks)</p> <p>7.-10. tund (16 ak.tundi) Veebilehe loomine Wordpress platvormil, SEO ehk veebilehe optimeerimine</p> <p>11.-12. tund (8 at.tundi) Visuaalse sisu (foto ja video) loomine ja töötlemine telefoni abil</p>

	<p>13.-16. tund (16 ak.tundi)Turundus Instagramis (lehe loomine ja edendamine, Instagrami analüütika) ja Facebook-is (lehe võimalused, reklaami seadistamine, Facebooki analüütika)</p> <p>17.-19. tund (12 ak.tundi) Reklaami seadistamine Google Ads platvormil</p> <p>20. tund (4 ak.tundi) Praktikatund: turunduscase-de lahendamine, loovuse arendamisele suunatud harjutused</p> <p>21. tund (6 ak.tundi) Eksam</p>
Iseseisev töö	<p>Koolituse jooksul peab iga õppija läbima praktikat ehk rakendama saadud teadmisi ellu konkreetse projekti näol.</p> <p>Tegemist võib olla kas isikliku projektiga, või projektiga Paprika andmebaasist, millele õppijad saavad ligipääsu enne koolituse algust. Esimese praktilise ülesande ehk kodutöö saab õppija juba peale esimest tundi ning samm sammult õpib kasutama teadmisi praktikas.</p>
Koolitajad	<ol style="list-style-type: none"> 1) Gelly Metsaveer Turunduse magister ja kommunikatsiooni bakalaureus. Hetkel on suund turunduskommunikatsioon, kus olen töötanud juba üle viie aasta. Selle ajaga olen kogemust saanud eri valdkondades: pangandus, haridus, merendus, jaekaubandus, hilisema täiendusena nüüdsest ka start-up maailmas. 2) Rait Milistver On töötanud copywriteri ja loovjuhina erinevates Eesti reklaamiagentuurides üle 20 aasta. 3) Holger Mets Digiagentuuri WINK loovjuht. Fookuses igapäevaselt veebilehtede ja brändikuvandite disain ja nende väljatöötamine. 4) Johannes KanterTegeleb digiturundusega aastast 2010. On töötanud

	<p>erinevate ettevõtete (sh Telia, TalTech, Click & Grow, Fleep jt).</p> <p>5) Roland Oskar Sertifitseeritud Google AdWords spetsialist. Tegeleb nii kontekst, kui ka bännerireklaami loomisega.</p> <p>6) Anita Sibul Sotsiaalmeediaga ning sotsiaalmeedia sisuloomega tegeleb üle 7 aasta. On teinud koostööd L'Orealiga, Maybelline-ga ja teiste tundud brändidega.</p>
Hindamine ehk õppe lõpetamise tingimused	<p>Edukaks õppe lõpetamiseks peab osaleja:</p> <ul style="list-style-type: none"> - külastama vähemalt 75% auditoorsetest tundidest - esitama hindamisele vähemalt 10 kodutööd - kaitsma projekti läbitud praktika ning teadmiste põhjal
Väljastatavad dokumendid	<p>Koolituse lõpetamisel saab iga osaleja:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tunnistust, kui õppe lõpetamise tingimused on täidetud - Tõendit, kui õppe lõpetamise tingimused ei ole täidetud, kuid osaleja võttis õppetööst osa. Tõend väljastatakse läbitud teemade kohta, kuid mitte juhul, kui õppija osales vähem kui pooltes tundides