

| | |
|-----------------------------------|---|
| Õppekava nimetus | Internetiturunduse ja SMM spetsialist |
| Õppekeel | Eesti keel |
| Õppe kogumaht | 194 akadeemilist tundi |
| Auditoorse ja praktilise töö maht | 114 akadeemilist tundi |
| Iseseisva töö maht | 80 akadeemilist tundi |
| Sihtgrupp | Inimesed, kes soovivad omandada laiendatud teadmisi kaasaegsetest online turundustööriistadest (Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, Google Ads, Wordpress, E – uudiskiri, foto- ja videosisu loomine, persoonibränd, juturobotid 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 turundustööriiste kas enda või teiste ettevõtete edendamiseks. |
| Õpiväljundid | <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 kaasaegsetest turunduskanalitest - Omab teadmisi copywriting-ust ehk sellest, kuidas kirjutada tekste nii sotsiaalmeedia, kui ka kodulehe 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 turundada ning seadistada reklaami Facebook, Instagram, LinkedIn ja TikTok sotsiaalmeediakanalites ning Google Ads platvormi kaudu - Loob juturoboteid - Loeb analüütikat nii ülalpool mainitud sotsiaalmeediakanalites kui ka Google Ads-is ning kasutab seda infot turunduskampaaniate efektiivsuse tõstmiseks - Kasutades ülalpool mainitud punkte, oskab luua terviklikke |

| | |
|---|--|
| | turunduskampaaniaid enda või teiste ettevõtete edendamiseks |
| Õppemeetodid | <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 ja testid spetsiaalselt väljatöötatud õppeplatvormil <p>Kõik õppijad saavad kätte jaotusmaterjale kas paberil või elektroonilisel kujul.</p> |
| Õppekavas seatud eesmärkide täitmiseks ja oskuste omandamiseks vajalike õpperuumide, sisustuse ja seadmete kirjeldus ning nende vastavus õigusaktides sätestatud tervisekaitsenõuetele, kui need on kehtestatud | <p>Õpperuumid: õpingud toimuvad vastava varustusega õppeklassis aadressil Ahtri 12 – 512, Tallinn või online-keskkonnas.</p> <p>Õppeklassides kasutatavad seadmed: loengutahvel, dataprojektor, arvuti, kantseleivahendid, kaamera ja helisüsteem kvaliteetsete ülekannete tegemiseks.</p> <p>Õppimist toetab õppeplatvorm, mis tagab piiramatut ligipääsu koolituste salvestustele, õppematerjalidele, iseseisva töö harjutustele ja testidele.</p> |
| Õppesisu (auditoorsed tunnid) | <p>1. tund (4 ak.tundi) Turunduse alused (turundusmiks, kliendid ja sihtrühmad, toote omadused ja kasud)</p> <p>2. tund (4 ak.tundi) Müügimudelid, turunduskanalid, persoonibränd</p> <p>3.-4. tund (8 ak.tundi) Copywriting ehk sisuloome (reklaamtekstid ja tekstid sotsiaalmeedia jaoks)</p> <p>5. tund (4 ak.tundi) Visuaalse sisu (foto ja video) loomine ja töötlemine telefoni abil</p> <p>6.-9. tund (16 ak.tundi)</p> |

| | |
|---------------|---|
| | <p>Orgaanilised (tasuta) ja mitteorgaanilised (tasulised) turundusvõimalused Instagram-is ja Facebook-is</p> <p>10. tund (4 ak.tundi) Praktikatund: turunduscase-de lahendamine, loovuse arendamisele suunatud harjutused</p> <p>11.-12. tund (8 ak.tundi) Copywriting ehk sisulooime (veebilehtede tekstid)</p> <p>13.-16. tund (16 ak.tundi) Veebilehe loomine Wordpress platvormil, SEO ehk veebilehe optimeerimine</p> <p>17.-19. tund (12 ak.tundi) Reklaami seadistamine Google Ads platvormil</p> <p>20. tund (4 ak.tundi) Strateegiline planeerimine: õigete sotsmeediakanalite valimine, analüütika, eesmärgistamine</p> <p>21.-22. tund (8 ak.tundi) Chatbottide (juturobotite) loomine</p> <p>23.-24. tund (8 ak.tundi) LinkedIn (lehe loomine ja edendamine, LinkedIn-i algorütmid ja platvormi võimalused)</p> <p>25.-26. tund (8 ak.tundi) TikTok (lehe loomine ja edendamine, TikTok-i algorütmid ja platvormi võimalused)</p> <p>27. tund (4 ak.tundi) Praktikatund: turunduscase-de lahendamine</p> <p>28. tund (6 ak.tundi) Eksam</p> |
| Iseseisev töö | Koolituse jooksul peab iga õppija läbima praktikat ehk rakendama saadud teadmisi ellu konkreetse projekti näol. |

| | |
|-------------------|--|
| | <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> |
| <p>Koolitajad</p> | <ol style="list-style-type: none"> <li data-bbox="810 483 1374 656"> <p>1) Gelly Metsaveer Turunduse magister ja kommunikatsiooni bakalaureus. On saanud kogemust eri valdkondades: pangandus, haridus, merendus, jaekaubandus ning ka start-up maailmas.</p> <li data-bbox="810 696 1353 831"> <p>2) Rait Milistver On töötanud copywriteri ja loovjuhina erinevates Eesti reklaamiagentuurides üle 20 aasta.</p> <li data-bbox="810 875 1337 1048"> <p>3) Anita Sibul Sotsiaalmeediaga ning sotsiaalmeedia sisuloomega tegeleb üle 7 aasta. On teinud koostööd L'Orealiga, Maybelline-ga ja teiste tundud brändidega.</p> <li data-bbox="810 1093 1362 1335"> <p>4) Karin Telling Peab e-poodi, on välja töötanud oma brändi ning teeb oma kliente e-kanalites nähtavaks. Spetsialiseerunud tehnilisele SEO-le, copywritingule ja kodulehtede konversioonimäära tõstmisele. Pikk kogemus online ja offline kanalite turundustegevustega</p> <li data-bbox="810 1379 1378 1585"> <p>5) Margit Eerma Konsultatsioonifirma Nimini OÜ looja ja juht. Igapäevaselt loob funktsionaalseid e-poode ja kodulehti. Ühendades pikaajalised kaubanduskogemused ja teadmised keskendub oma tegevustes kliendile väärtuse loomisele</p> <li data-bbox="810 1630 1378 1834"> <p>6) Liina Lõoke Vabakutseline digiturundaja ja -strateeg. Tugev müügitaust nii kohalikul kui ka rahvusvahelisel turul. On lõpetanud Tallinna Majanduskoolis sotsiaalmeedia spetsialisti eriala ning töötanud Google Ads spetsialistina.</p> <li data-bbox="810 1879 1390 2009"> <p>7) Darya Pastak Sotsiaalmeedia spetsialist, väga hea sisuturunduse strateegiates, digitaalturunduses, mõjutajaturunduses. Aitasin arendada tõhusat</p> |

| | |
|--|---|
| | <p>online mainet ja tõsta bränditeadlikkust selliste firmade jaoks: Salva Kindlustus, Goldsmith, Raasiku Õlletehas jne Sage külaline Eesti TVs / raadios / ajalehtedes. Tiktok – @smmart_avocado (19K)</p> <p>8) Maria Rozbaum</p> <p>9) Kersti Brendan-Kloch LinkedIn-i spetsialist ettevõttes B2B Growth Tegeleb igapäevaselt sisuloome ja lead generation'iga. Spetsialiseerunud LinkedIn-i sisuloomele ja profiilide korrastamisele, et aidata ettevõtetel LinkedIn enda kasuks tööle panna</p> <p>10) Raul Järve</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 16 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. |