

Õppekava nimetus	Digiturundus väiksele äri
Õppekeel	Eesti keel
Õppe kogumaht	80 akadeemilist tundi
Auditoorse ja praktilise töö maht	44 akadeemilist tundi
Iseseisva töö maht	36 akadeemilist tundi
Sihtgrupp	Vabakutselised, väikesed ja mikroettevõtjad, kes vajavad digiturunduse baastadmisi oma äri efektiivseks edendamiseks
Õppe alustamise tingimused	Isiklik sülearvuti, põhilised arvuti kasutamise oskused.
Õppe eesmärk	Koolituse läbinu mõistab klientide vajadusi, oskab luua haaravaid müügitekste ja visuaalset sisu, kasutada Facebook ja Instagram sotsimeediakanalite võimalusi enda ettevõtte edendamiseks ning optimeerida turundustegevuste efektiivsust AI instrumentide abil.
Õpiväljundid	<p>Koolituse lõpetaja:</p> <ul style="list-style-type: none"> - määrab kindlaks toote või teenuse sihtrühma ja oskab luua toote või teenuse väärtust - teab nii digitaalsetest kui ka traditsioonilistest turunduskanalitest - analüüsib oma tegevusi ja tulemusi parimate tulemuste saavutamiseks - teab, mis on <i>copywriting</i> ehk kuidas kirjutada tekste nii sotsiaalmeedia kui ka kodulehe jaoks - oskab luua visuaalset sisu (foto ja video) ning seda telefonis töödelda - oskab turundada ning seadistada reklaami Facebooki ja Instagrami sotsiaalmeediakanalites - kasutab turundustegevuste optimeerimiseks AI-instrumente - teab, kuidas ehitada üles persoonibrändi - kasutab saadud teadmisi ja oskusi terviklikke turunduskampaaniate loomiseks
Õppemeetodid	Ülal mainitud õpiväljundite saavutamiseks ja teadmiste omandamiseks kasutatakse koolituse jooksul järgmisi õppemeetodeid:

	<ul style="list-style-type: none"> - praktilised harjutused - arutelud - individuaalsed tööd - grupid - kogu koolituse vältel personaalse projekti juhtimine - harjutused ja testid spetsiaalselt välja töötatud õppeplatvormil <p>Kõik õppijad saavad jaotusmaterjalid 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 tervisekaitseõuetele, kui need on kehtestatud</p>	<p>Õpperuumid: õpingud toimuvad vastava varustusega õppeklassis aadressil Ahtri 12-520, Tallinn, või <i>online</i>-keskkonnas.</p> <p>Õppeklassides kasutatavad seadmed: loengutahvel, videoprojektor, 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>
<p>Õppesisu</p>	<p>1. tund (4 ak tundi) Turunduse alused (turundusmeetmestik, 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) <i>Copywriting</i> ehk sisuloome (reklaamtekstid ja tekstid sotsiaalmeedia jaoks)</p> <p>5. tund (4 ak tundi) Visuaalse sisu (foto ja video) loomine ning töötlemine telefonis</p> <p>6.–9. tund (16 ak tundi) Orgaanilised (tasuta) ja mitteorgaanilised (tasulised) turundusvõimalused Instagramis ja Facebookis</p> <p>10. tund (4 ak tundi) AI-instrumentide kasutamine kaasaegses turunduses</p>

	<p>11. tund (4 ak tundi) Praktika: turundus-case'ide lahendamine, loovuse arendamisele suunatud harjutused</p>
<p>Koolitajad:</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Gelly Metsaveer Turunduse magister ja kommunikatsiooni bakalaureus. Hetkel on suund turunduskommunikatsioon, kus Gelly on töötanud juba üle viie aasta. Selle ajaga on ta saanud kogemust eri valdkondades: pangandus, haridus, merendus, jaekaubandus, hilisema täiendusena nüüdsest ka start-up maailmas. 2) Rait Milistver Rait on töötanud copywriteri ja loovjuhina erinevates Eesti reklaamiagentuurides üle 20 aasta ja turundanud selle aja jooksul ligikaudu 100 Eesti ja rahvusvahelist kaubamärki. Täna teeb copywriteri tööd ja nõustab oma kliente turunduse ning brändingu osas vabakutselisena. 3) Anita Sibul Sotsiaalmeediaga ning sotsiaalmeedia sisuloomega tegeleb üle 7 aasta. On teinud koostööd L'Orealiga, Maybelline-ga ja teiste tundud brändidega. 4) Liina Lööke Vabakutseline digiturundaja ja -strateeg. Tugev müügitaust nii kohalikul kui ka rahvusvahelisel turul. On lõpetanud Tallinna Majanduskoolis sotsiaalmeedia spetsialisti eriala ning töötanud Google Ads spetsialistina. 5) Artur Makarov CRM-ekspert. Aitab suurendada müügi konversiooni läbi skriptide, teeninduse ja kvaliteedikontrolli kaudu. AI instrumentide aktiivne kasutaja. 6) Jana Gaškova Kogemust turunduses üle 17 aasta, on toonud turule palju tuntud tooteid ja brände, Paprika tervisliku turunduse kooli juhataja, andragoog (6. tase)

Hindamine ehk õppe lõpetamise tingimused	Edukaks õppe lõpetamiseks peab osaleja: <ul style="list-style-type: none">- külastama vähemalt 75% auditoorsetest tundidest- esitama hindamisele vähemalt 7 kodutööd- esitama hindamisele läbitud praktika ning teadmiste põhjal koostatud projekti
Väljastatavad dokumendid	Koolituse lõpetamisel saab iga osaleja: <ul style="list-style-type: none">- tunnistuse, kui õppe lõpetamise tingimused on täidetud- hindamisel mitteosalenud või hindamist mitteläbinud õppijale väljastatakse tõend koolitusel osalemise ja läbitud teemade kohta