

Õppekava nimetus	Internetiturunduse ja SMM-spetsialist
Õppekeel	Eesti keel
Õppe kogumaht	202 akadeemilist tundi
Auditoorse ja praktilise töö maht	114 akadeemilist tundi
Iseseisva töö maht	88 akadeemilist tundi
Sihtgrupp	Inimesed, kes soovivad omandada laiendatud teadmisi tänapäevastest <i>online</i> -turundustööriistadest (Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, Google Ads, Wordpress, e-uudiskiri, foto- ja videosisu loomine, persoonibränd, juturobotid, AI-instrumendid jne) ja edukalt edendada kas enda või teiste projekte.
Õppe alustamise tingimused	Isiklik sülearvuti, põhilised arvuti kasutamise oskused.
Õppe eesmärgid	Koolituse läbinu oskab kasutada tänapäevaseid <i>online</i> -turundustööriistu kas enda või teiste ettevõtete edendamiseks.
Õpiväljundid	<p>Kursuse lõpetaja:</p> <ul style="list-style-type: none"> - teab turunduse põhiprintsiipe - määrab kindlaks toote või teenuse sihtrühma ja oskab luua toote või teenuse väärtust - teab, kuidas ehitada üles persoonibrändi ning millised on kaasaegsed turunduskanalid - teab, mis on <i>copywriting</i> ehk kuidas kirjutada tekste nii sotsiaalmeedia kui ka kodulehe jaoks - oskab luua lihtsaid veebilehti Wordpressi platvormi abil ning teab, mis on SEO ehk kuidas veebilehti optimeerida - oskab luua visuaalset sisu (foto ja video) ning seda telefonis töödelda - oskab turundada ning seadistada reklaami Facebooki, Instagrami, LinkedIni ja TikToki sotsiaalmeediakanalites ning Google Adsi platvormi kaudu - loob juturoboteid - kasutab turundustegevuste optimeerimiseks AI-instrumente - loeb analüütikat nii ülal mainitud sotsiaalmeediakanalites kui ka Google Adsis ning kasutab seda infot

	<p>turunduskampaaniate efektiivsuse tõstmiseks</p> <ul style="list-style-type: none"> - kasutades ülal mainitud punkte, oskab luua terviklikke turunduskampaaniaid enda või teiste ettevõtete edendamiseks
Õppemeetodid	<p>Ülal mainitud õpiväljundite saavutamiseks ja teadmiste omandamiseks kasutatakse koolituse jooksul järgmisi õppemeetodeid:</p> <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>
Õppekavas seatud eesmärkide täitmiseks ja oskuste omandamiseks vajalike õpperuumide, sisustuse ja seadmete kirjeldus ning nende vastavus õigusaktides sätestatud tervisekaitseõuetele, kui need on kehtestatud	<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>
Õppesisu (auditoorsed tunnid)	<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)</p>

	<p>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>12.–13. tund (8 ak tundi) Copywriting ehk sisuloome (veebilehtede tekstid)</p> <p>14.–17. tund (16 ak tundi) Veebilehe loomine Wordpressi platvormil, SEO ehk veebilehe optimeerimine</p> <p>18.–20. tund (12 ak tundi) Reklaami seadistamine Google Adsi platvormil</p> <p>21. tund (4 ak tundi) Strateegiline planeerimine: õigete sotsmeediakanalite valimine, analüütika, eesmärgistamine</p> <p>22.–23. tund (8 ak tundi) Chatbot'ide (juturobotite) loomine</p> <p>24. tund (4 ak tundi) LinkedIn (lehe loomine ja edendamine, LinkedIni algoritmid ja platvormi võimalused)</p> <p>25.–26. tund (8 ak tundi) TikTok (lehe loomine ja edendamine, TikToki algoritmid ja platvormi võimalused)</p> <p>27. tund (4 ak tundi) Praktika: turundus-case'ide lahendamine</p> <p>28. tund (6 ak tundi) Eksam</p>
--	--

<p>Iseseisev töö</p>	<p>Koolituse jooksul peab iga õppija läbima praktika ehk rakendama saadud teadmisi konkreetses projektis.</p> <p>Tegemist võib olla kas isikliku või Paprika andmebaasis oleva projektiga, millele õppijad saavad ligipääsu enne koolituse algust. Esimese praktilise ülesande ehk kodutöö saab õppija juba pärast esimest tundi ning ta õpib uusi teadmisi samm-sammult praktikas kasutama.</p>
<p>Koolitajad</p>	<p>1) Gelly Metsaveer Turunduse magister ja kommunikatsiooni bakalaureus. Kogemus eri valdkondades: pangandus, haridus, merendus, jaekaubandus ning start-up-maailm.</p> <p>2) Rait Milistver On töötanud copywriter'i ja loovjuhina Eesti reklaamiagentuurides üle 20 aasta.</p> <p>3) Anita Sibul On tegelenud sotsiaalmeedia ning sisuloomega üle 7 aasta. On teinud koostööd L'Oreali, Maybelline'i ja teiste tuntud brändidega.</p> <p>4) Karin Telling Peab e-poodi, on välja töötanud oma brändi ning teeb oma kliente e-kanalites nähtavaks. Spetsialiseerunud tehnilisele SEO-le, copywriting'ule ja kodulehtede konversioonimäära tõstmisele. Pikk kogemus online- ja offline-kanalite turundustegevustega.</p> <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 kliendi jaoks väärtuse loomisele.</p> <p>6) Liina Lööke Vabakutseline digiturundaja ja -strateeg. Tugev müügitaust nii kohalikul kui ka rahvusvahelisel turul. On lõpetanud Tallinna majanduskoolis sotsiaalmeedia spetsialisti eriala ning töötanud Google Adsi spetsialistina.</p> <p>7) Darya Pastak Sotsiaalmeedia spetsialist, väga hea sisuturunduse strateegiates, digi- ja</p>

	<p>mõjutajaturunduses. Aitas arendada tõhusat online-mainet ja tõsta bränditeadlikkust selliste firmade jaoks nagu Salva Kindlustus, Goldsmith, Raasiku õlletehas jne. Sage külaline Eesti TVs/raadios/ajalehtedes. Tiktok: @smmart_avocado (19K jälgijat).</p> <p>8) Natasha Bychkova LinkedIni kursuse „From baby to BOSS“ looja, müügikirega kogunud digiturundaja, 16aastase kogemusega avaliku esinemise ekspert.</p> <p>9) Raul Järve Kogunud digiturundaja, keda huvitab eriti automatiseeritud ja personaalne turundus. On aidanud palju suuri ja väikseid Eesti ettevõtteid juturobotite loomisel ja nende võimaluste kasutamisel.</p> <p>10) Artur Makarov CRM-ekspert. Aitab suurendada müügi konversiooni skriptide, teeninduse ja kvaliteedikontrolli kaudu. AI-instrumentide aktiivne kasutaja.</p> <p>11) Jana Gaškova Kogemust turunduses üle 17 aasta, on toonud turule palju tuntud tooteid ja brände, Paprika tervisliku turunduse kooli juhataja, andragoog (6. tase)</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 ja teadmiste põhjal
Väljastatavad dokumendid	<p>Koolituse lõpetamisel saab iga osaleja</p> <ul style="list-style-type: none"> - tunnistuse, kui õppe lõpetamise tingimused on täidetud - tõendi, kui õppe lõpetamise tingimused ei ole täidetud, kuid osaleja võttis õppetööst osa. Tõend väljastatakse läbitud teemade kohta.