

Õppekava nimetus	Internetiturunduse ja SMM-spetsialist
Õppekeel	Vene keel
Õppe kogumaht	270 akadeemilist tundi
Auditoorse ja praktilise töö maht	118 akadeemilist tundi
Iseseisva töö maht	152 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"> <li>- teab turunduse põhiprintsiipe</li> <li>- määrab kindlaks toote või teenuse sihtrühma ja oskab luua toote või teenuse väärtust</li> <li>- teab, kuidas ehitada üles persoonibrändi ning millised on kaasaegsed turunduskanalid</li> <li>- teab, mis on <i>copywriting</i> ehk kuidas kirjutada tekste nii sotsiaalmeedia kui ka kodulehe jaoks</li> <li>- oskab luua lihtsaid veebilehti Wordpressi platvormi abil ning teab, mis on SEO ehk kuidas veebilehti optimeerida</li> <li>- oskab luua visuaalset sisu (foto ja video) ning seda telefonis töödelda</li> <li>- oskab turundada ning seadistada reklaami Facebooki, Instagrami, LinkedIni ja TikToki sotsiaalmeediakanalites ning Google Adsi platvormi kaudu</li> <li>- loob juturoboteid</li> <li>- kasutab turundustegevuste optimeerimiseks AI-instrumente</li> <li>- loeb analüütikat nii ülal mainitud sotsiaalmeediakanalites kui ka Google Adsis ning kasutab seda infot</li> </ul>

	<p>turunduskampaaniate efektiivsuse tõstmiseks</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- kasutades ülal mainitud punkte, oskab luua terviklikke turunduskampaaniaid enda või teiste ettevõtete edendamiseks</li> </ul>
Õppemeetodid	<p>Ülal mainitud õpiväljundite saavutamiseks ja teadmiste omandamiseks kasutatakse koolituse jooksul järgmisi õppemeetodeid:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- praktilised harjutused</li> <li>- arutelud</li> <li>- individuaalsed tööd</li> <li>- grupid</li> <li>- kogu koolituse vältel personaalse projekti juhtimine</li> <li>- harjutused ja testid spetsiaalselt välja töötatud õppeplatvormil</li> </ul> <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. tund (4 ak.tundi) AI instrumentide kasutamine kaasaegses turunduses</p> <p>7.-10. tund (16 ak.tundi) Orgaanilised (tasuta) ja mitteorgaanilised (tasulised) turundusvõimalused Instagramis ja Facebookis</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) Telegram (kanali loomine ja edendamine, 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) LinkedIn (lehe loomine ja edendamine, LinkedIni algoritmid ja platvormi võimalused)</p> <p>28. tund (4 ak.tundi) Praktika: turundus-case'ide lahendamine</p> <p>29. tund (6 ak tundi) Eksam</p>
--	---

Iseseisev töö	<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>
Koolitajad	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Jana Gaškova Kogemust turunduses üle 17 aasta, on toonud turule palju tuntud tooteid ja brände, Paprika tervisliku turunduse kooli juhataja, andragoog (6. tase)</li> <li>2) Ksenia Smirnova Sisuloome agentuuri „Pralinee Studio“ asutaja ja juhataja, copywritinguga tegeleb üle 10 aasta, töötab klientidega 15-st riigist.</li> <li>3) Sergei Voronin WordPressi spetsialist, internetiprojektide ja turundusega tegeleb üle 5 aasta</li> <li>4) Aleksandra Rõzenkova Facebooki ja Instagrami turunduse spetsialist, turundusega sots.meedias tegeleb üle 5 aasta.</li> <li>5) Marina Baishulakova Professionaalne sisulooja, tegeleb brändide visuaalse identiteedi väljatöötamise ning arendamisega</li> <li>6) Ksenia Malkki Copywritingu kooli omanik ja juhataja, Instagrami blogi pidaja (üle 16000 jälgijat), kogenud koolitaja</li> <li>7) Darya Platonova Sertifitseeritud Google Ads spetsialist, tegeleb nii kontekst, kui ka bannerireklaami loomisega.</li> <li>8) Artjom Kiskul Digiturundusagentuuri System Sales asutaja ja juhataja; Facebooki, Instagrami, Messenger ning juturobotite ja turunduse spetsialist</li> </ol>

	<p>9) Dmitri Metsatalu TikToki spetsialist ja influencer, üle 275000 jälgijat, turundusagentuuri Business Level asutaja ja juhataja</p> <p>10) Kristina Volmer Telegrami- ja neuroturunduse spetsialist, juhib Telegram projekte Eestis, Venemaal ja Suurbritannias</p> <p>11) Nikita Cikaluk Brändistrateeg ja LinkedIni spetsialist. Viimase 7 aasta jooksul on töötanud üle 800 kliendiga 78 riigist. Forbes'i ajakirjanik krüptovaluuta, NFT ja metaversum teemadel.</p> <p>12) Artur Makarov CRM-ekspert. Aitab suurendada müügi konversiooni läbi skriptide, teeninduse ja kvaliteedikontrolli kaudu. AI instrumentide aktiivne kasutaja.</p>
Hindamine ehk õppe lõpetamise tingimused	<p>Edukaks õppe lõpetamiseks peab osaleja</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- külastama vähemalt 75% auditoorsetest tundidest</li> <li>- esitama hindamisele vähemalt 16 kodutööd</li> <li>- kaitsma projekti läbitud praktika ja teadmiste põhjal</li> </ul>
Väljastatavad dokumendid	<p>Koolituse lõpetamisel saab iga osaleja</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- tunnistuse, kui õppe lõpetamise tingimused on täidetud</li> <li>- tõendi, kui õppe lõpetamise tingimused ei ole täidetud, kuid osaleja võttis õppetööst osa. Tõend väljastatakse läbitud teemade kohta.</li> </ul>