

Kinnitatud MOST Koolituskeskuse pidaja MOST ÄRIKOOL OÜ poolt 02.02.2020

õppekava nimetus	Internetiturunduse juht 2.0
Õppekeel	Vene keel
õppekava maht kokku (koos iseseisva töö osakaaluga)	120 ak tundi
iseseisva töö osakaal	40 ak tundi
auditoorse ja praktilise töö maht	80 ak tundi
õppe eesmärgid	Antud kursuse eesmärgiks on anda laiendatud, põhjalikke ja praktilisi teadmisi Interneturundusega tegelevatele juhtidele, kes peavad parandama/tõstma oma professionaalset taset ja õppima uusi Internetiturunduse kanaleid.
õppeaja kestus	4 kuud
õpingute alustamise tingimused	Koolitust läbiv isik peab olema vähemalt 18 aastat vana.
õppekava sisu kirjeldus koos õpetavate koolitajate nimedega	<p>Käsitletakse järgmisi teemasid:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Loeng Instagram 2020 (trendid, uusimad tööriistad, mis on aktuaalsed digiturunduse maailmas),/teooria/. 2. Loeng Brändi ja isikliku brändi edendamine Instagramis. /teooria+prakтика/. 3. Loeng Instagrami edendamise meetodid («valged, hallid ja mustad»).Kas kasutada/Kuidas kasutada ja kuidas need erinevad. 4. Loeng Koostööd blogijatega. (Millest alustada? Koostöö alustamine on lihtne kui 1,2,3). 5. Loeng Kohtumine blogijaga, /workshop/. 6. Loeng Google' Ads i reklaamide seade, /prakтика/. 7. Loeng Google' Ads reklaamide seade, /prakтика/. 8. Loeng Google' Ads reklaamide seade, /prakтика/. 9. Loeng Vestlusbotid - praktiline tund oma projekti näitel, /prakтика/. 10. Loeng Vestlusbotid - praktiline tund oma projekti näitel /prakтика/. Oma projekti boti esitus. 11. Loeng Müügilehtri seadistamine suhtlusvõrgustikes, /teooria/. 12. Loeng Kuidas viia läbi müügilehte sotsiaalsetes võrgustikes, /teooria/. 13. Loeng Automatiseeritud lehter suhtlusvõrgustikes, /prakтика/. 14. Loeng Vigade käsitlemine, /prakтика/. Oma projekti müügilehtri esitus.

- 15. Loeng** Youtube ja TikTok (sisu kasutamine), /teooria/.
- 16. Loeng** Kohtumine blogijaga, /workshop/.
- 17. Loeng** Crello veebiredaktori (videotööstlustarkvara) kasutamine. /teooria + praktika/ (loeng on video-formaadis).
- 18. Loeng** Projektijuhtimine: meeskonna valimine ja KPI moodustamine.
- 19. Loeng** Kohtumine blogijaga, /workshop/.
- 20. Loeng** Projekti kaitsmine / eksam/.

Koolitajad:

Karina Küppas – Turunsuse spetsialist (rohkem kui 12 aastat). SMM-spetsialist, ettevõtja. MOST SMM Agency Narva filiaali juhataja. AS Narva-Jõesuu Sanatooriumi puhke- ja tervisekeskuse juhataja. Personalihalduse ja -korralduse ekspert

Alina Medvedeva –turunduse spetsialist, müügijuht, sisuhaldur, SMM-spetsialist. MOST SMM Agency juhataja

Toomas Tedrekull – digiturunduse spetsialist. Põhioskused: SEO optimeerimine, Google ADS, Facebook target, Instagram marketind, Chatbots (crossplatform), Lead generation, Brändide ja kaupade reklaamistrateegiate väljatöötamine. Adsprou digiturunduse agentuuri asutaja.

Katarina Holm - Investorite klubi ja finantsplaneerimise office Frigg Capital kaasasutaja
Põhikoolide ja gümnaasiumide ettevõtluluse õpetajate koolituse programmi autor ja koolitaja (toetab SA Innove). Haridus: MBA EBS, spetsialiseerumine rahvusvahelisele rahandusele

Alla Rõõm – Ärijuhtimise kõrgharidus. SMM-spetsialist. E-kaubanduse ja digiturunduse valdkonnas kogemus 5+ aastat. Oskused: veebipoe haldamine, kaupade lisamine, turundus, digiturundus, reklaampoliitika eluviimine, e-mail marketing, klientidega suhtlemine. Partnersuhete loomine, B2B, B2C, copywrite, SMM, Google Analytics, Google Adwords, SEO, HTML5, CSS, CS-Cart platvorm, OC Store, Wordpress. Online/offline kaubandus.

Ksenia Grishko - targetolog, SMM-spetsialist, turundusjuht.

	<p>Kohtumine blogijaga, /workshop/ toimub kogu aeg erinevate blogijatega. Nimed saaks teada kursuse alustamise alguses. See sõltub nende töögraafikutest ja võimalustest.</p> <p>Eksam:</p> <p>Tudeng kaitseb oma projekt. Esitab turundusplaan, võtab kasutusele turundusstrateegiat ning esitab komisjonile.</p> <p>Vastavalt omandatud materjalide, peab tudeng esitama kliendi ärile või treeningfirmale töötavat edendavat strateegiat. Läbi töödelda ja läbi viia kampaania.</p> <p>Anda põhjendatud ülevaade analüütikast ja tulemustest.</p> <p>Praktiline osa algab peale 1 õppetundi ja kestab kursuse lõpuni. Kodutöö pärast igat õppetundi.</p> <p>Praktika: Tuginedes saadud teadmiste, tuleb igal kursuse osalejal luua oma projekti ning koostada koolitajaga tegevusplaani ja valida sobiva taktika oma turundusplaani koostamiseks.</p>
õpingute lõpetamise nõuded	Kursuse läbimiseks ja lõpetamiseks, peab osaleja läbima tundi ning sooritama praktika, looma oma või kliente projekti, koostama turundusplaani/tegevusplaani/kontentplaani/strateegia ning leida sobiliku taktikat projekti realiseerimiseks.
<p>õppekava eduka läbimise korral omandatavad teadmised ja oskused</p> <p>õppeväljundid</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Uuendatud ja süvenenud teadmised internetiturundusest ja selle strateegiast. 2. Erinevate edendamise kanalide tundmine, analüüsimine ja oskus nende hulgast õige edendamise viiside valida projekti edendamiseks. 3. Analüütiliste koondite lugemine ning analüüs. 4. Teadmised müügilehtri seadistamisest suhtlusvõrgustikes. 5. Süvenenud ja praktilised teadmised Instagrami edendamiseks ja haldamiseks/ Google Adsi võimaluste kasutamise reklaami edendamiseks, vestlusbotide kasutamiseks.
õppekavas seatud eesmärkide täitmiseks ja oskuste omandamiseks vajalike õpperuumide, sisustuse ja seadmete kirjeldus ning nende vastavus õigusaktides sätestatud tervisekaitse nõuetele, kui need on	<p>Õpperuumid: õppesaal (mahutavusega kuni 15 inimest), Laulupeo 24-14, Tallinn</p> <p>Sisustus: suur koosolekulaud, pehmed toolid, kööginurk kohvipausi jaoks</p> <p>Kasutatavad seadmed: loengutahvel, dataprojektor, arvuti, kantseleivahendid</p>

kehtestatud	Kasutatavad õppevahendid: jaotusmaterjal, video loengud, presentatsioonid.
Praktikabaasi kirjeldus (kui õppekava sisaldab praktikat)	Praktika läbimiseks on osalejatel vaja arvuti ning ligipääs interneti. Ülesannet võivad osalejad teostada nende poolt valitud kohas.
Nõuded õpingute lõpetamiseks, sh hindamismeetodid ja hindamiskriteeriumid	<p>Õpingud loetakse lõpetatuks, kui osaleja on omandanud kursi õppekavas vastavad õpiväljundid:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Osaleja kasutab kõik saanud teadmised nii teooriast, kui praktikas projekti edendamiseks. 2. Osaleja koostab turundusplaani ja loob tõelisi reklaamikampaaniaid, jälgib müügi kasvu, seadistab müügi kanaleid võrgus, uurib tarbijate käitumist. 3. Osaleja saab: seada võrgu müügi, seada reklaamikampaaniatele ja lugeda analüütilisi oskusi. 4. Osaleja suudab optimeerida ettevõtte kulusid ja meelitada uute klientide maksimaalset arvu.
Kursuse läbimisel väljastatav dokument (tunnistus või tõend)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tunnistus, kui õpingute lõpetamise nõuded on täidetud. 2. Tõend, kui õpitulemusi ei saavutatud, kuid õppija võttis osa õppetööst. Tõend väljastatakse vastavalt osaletud kontakttundide arvule, kuid mitte juhul, kui õppija osales vähem kui pooltes tundides.