

Kinnitatud MOST Koolituskeskuse pidaja MOST ÄRIKOOL OÜ poolt 01.01.2020

õppekava nimetus	Internetiturunduse juht
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 teadmised internetiturunduse olulisematest meetoditest ja kanalitest, mis aitavad sihtrühmadega sotsiaalmeedias kontakte luua ja hoida, sihipäraste tegevustega turundustegevuste efektiivsust ja atraktiivsust suurendada, kliendiandmetega toimetada ning tegevuste tulemuslikkust analüüsida, et saavutada kasumlikud äritulemused (sh ka mõelda välja reklaamikampaaniad, mis ei nõua tohutut eelarvet ja kompetentselt analüütikast aru saada).
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> <p>1.loeng Sissejuhatus internetiturundusse: eesmärgid, vahendid, mõõdikud, müügikanalid</p> <p>2.loeng Sihtauditoorium. Kõnetada kõiki või keskenduda kindlatele inimestele. Kuidas otsida, kuidas hinnata?</p> <p>3.loeng Konkurendid. Kohane hindamine ja häälestamine.</p> <p>4.loeng Sotsiaalmeedia – uue põlvkonna tulevik. Strateegia, sisuplaan, kommunikatsioon.</p> <p>5.loeng Facebook'i turundus</p> <p>6.loeng Suunatud reklaam - kuidas mitte ebaõnnestuda.</p> <p>7.loeng Suunatud reklaam - kuidas mitte ebaõnnestuda.</p> <p>8.loeng Instagrami turundus</p> <p>9.loeng Sotsiaalmeedia statistika ja analüütika</p>

10.loeng Maandumislehe tegemine

11. loeng AdWords – põhikontseptsioonid, reeglid. Kontektstuaalne reklaam

12.loeng AdWords – häälestamine. Harjutamine kogenud juhendajaga

13.loeng AdWords – statistika lugemine. Kust see pärineb ja kuhu see kaob.

14.loeng Copywriting. Reklaam- ja turundustekside põhi sotsiaalmeedias. Kuidas ehitada üles tekstid, mis müüvad. Kreatiiv ja selle alused.

15.loeng Jutustamine.

16.loeng E-uudiskiri – põhikontseptsioonid

17.loeng E-uudiskiri – harjutamine. Harjutamine kogenud juhendajaga.

18.loeng Internetipoe haldamine. Müüügitulu suurendamine.

19.loeng Chatboti tegemine (Vestlusbotid). Vestlusbottide loomise teenuse kasutamine Facebookis; sõnumiahela koostamine boti ja kasutajate vaheliseks suhtlemiseks; vestlusboti osalusega reklaami seadistamine.

20.loeng Projekti kaitsmine / eksam.

Eksam:

Tudeng kaitseb oma projekt. Esitab turundusplaani, võtab kasutusele turundusstrateegiat ning esitab komisjonile.

Vastavalt omandatud materjalide, peab tudeng esitama kliendi äri- või treeningfirmale töötavat edendavat strateegiat. Läbi töödelda ja läbi viia kampaania.

Anda põhjendatud ülevaade analüütikast ja tulemustest.

Praktiline osa algab peale 2 õppetundi ja kestab kursuse lõpuni. Kodutöö pärast iga õppetundi.

Praktika:

Tuginedes saadud teadmistele, tuleb igal kursuse osalejal luua oma projekti ning koostada koolitajaga tegevusplaani ja valida sobiva taktika oma turundusplaani

koostamiseks.

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. Adspro 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

Aleksei Labotkin – web programmeerija, disainer, digiturunduse spetsialist. Põhioskused: SEO optimeerimine, Google ADS

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.

Polina Soyref - professionaalne pildistaja (kogemus on üle 5 aastat).

Marianna Krjakvina – IGDA Eesti tegevjuht, lektor, TTÜ magister (Master of Business Administration (MBA)), turundusjuht.

Ksenia Grishko - targetolog, SMM-

	<p>spetsialist, turundusjuht.</p> <p>Rohkem informatsioon koolitajate kohta on avalikustatud meie veebilehel.</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.
õppekava eduka läbimise korral omandatavad teadmised ja oskused	<ol style="list-style-type: none"> 1. Teadmised internetiturundusest ja selle strateegiast 2. Sihtrühma kindlaksmääramine 3. Strateegia ja tegevusplaani koostamise oskus 4. Analüütiliste koondite lugemine ning analüüs 5. Reklaamkampaniate loomine 6. Kursusel omandab õppija praktilised oskused Facebooki/ Instagrami fännilehe loomiseks ja haldamiseks sh Facebooki/ Instagrami turundusplaani tegemiseks.
õppeväljundid	
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: 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> <p>Kasutatavad õppevahendid: jaotusmaterjal, video loengud, presentatsioonid.</p>
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 hindamise meetodid ja hindamiskriteeriumid	<p>Õpingud loetakse lõpetatuks, kui osaleja on omandanud kursi õppekavas vastavad õpiväljundid:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Osaleja koostab turundusplaani ja loob tõelisi reklaamikampaaniaid, jälgib müügi kasvu, seadistab müügi kanaleid võrgus, uurib tarbijate käitumist. 2. Osaleja saab: seada võrgu müügi, seada reklaamikampaaniatele ja lugeda analüütilisi oskusi. 3. 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.

