

Kinnitatud MOST Koolituskeskuse pidaja MOST ÄRIKOOL OÜ poolt 01.05.2020

Õppekava nimetus	Internetiturunduse juht (1.0)
Õppekeel	Vene keel
Õppekava maht kokku (koos iseseisva töö osakaaluga)	220 ak tundi
Iseseisva töö osakaal	140 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, sihipärase 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 I loengu osa Sissejuhatus. Õppeprotsessi kohta tähtis informatsioon: Ayotree õpikeskonna lühitutvustus, kodutööde esitamise reeglid, projektipõhine praktika, kursuse lõpetamise nõuded.</p> <p>I I loengu osa Turundus: sihtrühm, USP (unique selling point- unikaalne müügipakkumisene), SWOT- analüüs, ABC-analüüs. Konkurendide analüüs, küsitlemine, testimine.</p> <p>2.loeng Eesmärkide püstitamine. KPI määratlemine. Projekti tasuvuse arvutamine. Üksuse UNIT-ökonoomika (=unit economics).</p> <p>3. loeng Strateegia. Interneti-saidid ülevaade. Ühine nimetaja on offline/online. Sissejuhatus Digitaalturundusesse.</p> <p>4.loeng Sotsiaalmeedia. Sotsiaalvõrgud: Facebook, Instagram, Youtube, Vkontakte.</p> <p>5.loeng Copywriting: kuidas kirjutada tekste - suhtlusvõrgustikes postitusi, saidi tekste (longread) ja tekste (toote kirjeldus)</p> <p>6.loeng Visuaalne sisu (foto + video)</p> <p>7.loeng E-posti turundus (infolehed, sihtlehed, müügikanal).</p> <p>8.loeng E-posti turundus. Praktika.</p> <p>9.loeng Suunatud reklaam (Target). Teooria.</p> <p>10.loeng Suunatud reklaam. Praktika.</p>

- 11.loeng** Sihtleht Tilda, WiX näitel.
12.loeng Automaatne lehter. Kohandamine. Teooria.
13.loeng Automaatne lehter. Praktika.
14.loeng Chatboti tegemine (Vestlusbotid). Teooria.
15.loeng Chatboti tegemine (Vestlusbotid). Praktika.
16.loeng GoogleAds. Teooria
17.loeng GoogleAds. Praktika.
18.loeng Statistika. Analüütika. Efektiivsuse lõplik hindamine.
19.loeng Eksamieelne konsultatsioon. Session: küsimused/vastused.
20.loeng Projekti kaitsmine / eksam.

Lõpphindamine:

Tudeng töötab välja kõik teemad ja peab ära tegema kõik kodutööd. Iga tunni pärast lektor annab konkreetne kodutöö. Iga õigesti tehtud kodutöö eest tudeng saab „arvestus“/ „mittearvestus“. Tulemused „arvestus“/ „mittearvestus“. fikseeritakse igale tudengile kokku. Rohkem info lävendi kohta vt. punktis „Õpingute lõpetamise nõuded“. Eksamile lubamiseks on vaja tudengile sooritada kodutööd ja saada arvestused vähemalt 70% kodutöödest.

Praktika:

Praktiline osa algab peale 1 õppetundi ja kestab kursuse lõpuni. Peale igat loengust etteantud kodutöö. Tudeng peab läbitöötada kõik teemad ja tegema selle alusel kodutööd. Iga osaleja peab tegema praktikat enda või kooli partnerite baasil. Kooli partnerite praktika kehtib lepingu alusel, eraldi sõlmitatakse leping.

Vastavalt omandatud materjalide peab tudeng esitama kodutööde tulemused/ lahendid kliendi äri või treeningfirmaalusel projekti baasil. Anda põhjendatud ülevaade analüütikast ja saatud tulemustest.

Eksam:

Kaitsmisprotseduuri põhietapid on:

- projekti esitus/presentatsioon komisjonile; NB! Igale tudengile esitamiseks antakse 10-15 min;
- komisjoni liikmete küsimustele vastamine;
- otsuse vastuvõtmine ja eksamiprotokolli vormistamine.

Tudeng kaitseb oma projekt. Esitab

	<p>turundusplaan, võtab kasutusele turundusstrateegiat ning esitab komisjonile.</p> <p>Koolitajad: Marianna Krjakvina – IGDA Eesti tegevjuht, lektor, TTÜ magister (Master of Business Administration (MBA)), turundusjuht. Alina Medvedeva –turunduse spetsialist, müügijuht, sisuhaldur, SMM-spetsialist. MOST SMM Agency juhataja Polina Soyref - professionaalne pildistaja (kogemus on üle 5 aastat). Ksenia Grishko - targetolog, SMM-spetsialist, turundusjuht. 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.</p> <p>Rohkem informatsioon koolitajate kompetentsuse ja kogumeste kohta on avalikustatud meie veebilehel.</p>
Õpingute lõpetamise nõuded	<p>Kursuse läbimiseks ja lõpetamiseks, peab osaleja läbima tundi, sooritama praktikat – kõik kodutööd oma või kliente projekti põhjal, sooritada eksam (projekti kaitsmine).</p> <p><u>Eksamile lubamise tingimused:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tudeng peaks sooritama kodutööd ja saada arvestused 70% kodutöödest. 2. Ärikooli tõendite saamiseks peaks tudeng sooritama ja saama arvestused kuni 50% kodutöödest. 3. Juhul, kui arvestused on vähem kui 50% (nt. alates 49%) kodutöödest, sel juhul peab tudeng uuesti ära tegema kõik kodutööid ja neid sooritama ja esitama lektorile. 4. Iga õigesti tehtud kodutöö eest tudeng saab „arvestus“/“mittearvestus“. <p>NB! Kodutööde/eksami ümbertegemine on lisaraha eest ja makstakse eraldi. Aeg ja kord lepitakse eraldi ärikooliga.</p>
<p>Õppekava eduka läbimise korral omandatavad teadmised ja oskused</p> <p>Õppeväljundid</p>	<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.
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:</p> <p>Kui õppetöö toimub</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tallinnas, siis õppesaal (mahutavusega kuni 15 inimest), Laulupeo 24-14, Tallinn või • Narvas, siis renditud saalis. Koht määratletakse enne kursuse algust. • kui loeng toimub online vormis, siis kasutades kooli ressursid. <p>Sisustus offline vormis: suur koosolekulaud, pehmed toolid, kööginurk kohvipausi jaoks. Sisustus online vormis: interneti ressursid – veebiplaatvormid (Getcourse, Zoom, ClickMeet jne).</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 kasutab kõik saanud teadmised nii teooriast, kui praktikas valitud 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. 5. Osaleja teeb ära ja saab arvestused 70% kodutöödest. 6. Kaitseb oma projekt eksamil.
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.