

Õppekava nimetus	SMM-spetsialist
Õppekeel	Vene keel
Õppekava maht kokku (koos iseseisva töö osakaaluga)	128 ak tundi
iseseisva töö osakaal	78 ak tundi
auditoorse ja praktilise töö maht	50 ak tundi
Õppe eesmärgid	Antud kursuse eesmärgiks on õpetada kasutada interneti, kui ressursi, mis võimaldab parandada koostööd klientidega, aitab paremini edendada oma/klientide tooteid ja teenuseid turul, mis siis omakorda aitab tõstab nii müüki ning kui ka tulu.
Õppeaja kestus	2 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. Õppeprotsessi kohta tähtis informatsioon: Ayotree õpikeskonna lühitutvustus, kodutööde esitamise reeglid, projektipõhine praktika, kursuse lõpetamise nõuded.</p> <p>2. Loeng Sissejuhatav loeng. 2.1. SMM-i spetsialisti töö ja peamised ülesanded. 2.2. Sotsiaalmeediaga töötamise peamised põhimõtted ja tööriistad. 2.3 Sotsiaalvõrgustikega töötamise terminoloogia ja üldised kontseptsioonid. 2.4. Eesmärkide püstitamine ja KPI-süsteemi rakendamine.</p> <p>3. Loeng Edendamine Facebookis 3.1. Facebooki auditooriumi iseärasusi. 3.2. Kuidas reklaamikontot valmistada ette edendamiseks. 3.3. Kuidas saada oma esimesi tellijaid? 3.4 Töö sisuga. 3.5. Kuidas korraldada loosimist? 3.6. Mõõdikute analüüs. 3.7. Kuidas müüa Facebookis? 3.8. Automaatsete vastuste seadistamine Messengeris.</p> <p>4. Loeng Edendamine Instagramis 4.1. Instagrami trendid. 4.2. Instagrami edendamise meetodid («valged/hallid »). 4.3. Instagram ja bränd</p>

(Personal branding ehk isiklik brand ja kaubabränd).

4.4. Profiili päise vormistamine.

4.5. Kuidas saada oma esimesi tellijaid?

4.6. Kuidas müüa Instagramis.

4.7. Töö sisuga.

4.8. Edendamine lugude kaudu.

4.8. Mõõdikute analüüs.

4.9. Instagrami auditooriumi iseärasusi

5. Loeng Turundusstrateegia

5.1. Sotsiaalmeedia strateegia väljatöötamine: Mis on sotsiaalmeedia strateegia? Kuidas seda töötada välja?

5.2. Kuidas määratleda sihtrühma / Kuidas teha sihtrühma analüüsi?

5.3. Konkurentide analüüs.

6. Loeng Sisuturundus

6.1. Mis on sisuturundus ja miks seda vaja on?

6.2. Sisu tüübid ja ülesanded, mida nad täidavad: soojendav, kaasahaarav, müümiv.

Näited igat tüüpi sisust

6.3. Hõõrutaja on sisuplaani alus.

Kuidas seda arendada.

6.4. Sisuplaani koostamise algoritm

7. Loeng Copywriting

7.1. Hindamiskriteeriumid. Kuidas aru saada, milline tekst on hea.

7.2. Teksti keel.

7.3. Kuidas postitust kirjutada.

- postituse struktuur.

7.4. Kuidas kirjutada pikateksti (=longread) (artikkel).

7.5. Kuidas reklaami teksti kirjutada.

- Turundusvalemid.

7.6. Kuidas tootekaarti kirjutada.

7.7. Elu häkkib. (lifehack)

7.8. Kasulikud ressursid.

8. Loeng Visuaalne sisu

8.1. Kuidas seda kasutada ja milliseid eesmäärke saavutada.

8.2. Kuidas õigesti koostada disainerile ja fotograafide tehniline tööülesanne.

8.3. Loovate ideede arendamine.

8.4. Piltide ja videote loomine populaarsete ressurside (appide) abil, mobiilne töötlemine.

9. Loeng Suunatud (sihitud) reklaam.

9.1. Mis on suunatud reklaam (target) ja kuidas see töötab?

9.2. Töö Facebookireklaamkontol.

Sihtpublikusegmentide valimine ja reklaamide

loomine
Töö publiku parsijatega
9.3. Ümbersuunamine
9.4. Retarget
9.5.. Auditorium Look a like
9.6. Kampania eesmärk on koguda müügivihjeid

10. Loeng Suunatud reklaam. Praktikatumd.
Reklaamikonto Facebookis / Instagramis.

11. Loeng Statistika ja analüüs.
11.1. Kuidas lugeda numbreid ja suurendada tõhusust.
11.2. Orgaaniline kasv ja reklaamide ulatus.
11.3. Pakkumine (=offer). Päästik (=trigger).
Konversioon.
11.4. Sotsiaalmeedia müük. Müügileht.
11.5. Töötamine negatiivsega

12. Loeng Eksamieelne konsultatsioon.

13. Loeng Eksam.(projektide esitlus ja kaitsmine)

Lõpphindamine:

Tudeng töötab välja kõik teemad ja kodutööd oma projekti põhjal, esitleb ja kaitsneb nagu tulemusena esitlus eksami komisjonile.

Tudeng 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“.

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.

Eksam:

Kaitsmisprotseduuri põhietapid on:
▪ projekti esitlus/presentatsioon komisjonile;
NB! Igale tudengile esitamiseks antakse 10-15 min;

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ komisjoni liikmete küsimustele vastamine; ▪ otsuse vastuvõtmine ja eksamiprotokolli vormistamine. <p>Koolitajad:</p> <p>Alina Medvedeva –turunduse spetsialist, müügijuht, sisuhaldur, SMM-spetsialist. MOST SMM Agency juhataja</p> <p>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.</p> <p>Polina Soyref - professionaalne pildistaja (kogemus on üle 5 aastat).</p> <p>Ksenia Grishko - targetolog, SMM-spetsialist, turundusjuht.</p>
Õpingute lõpetamise nõuded	<p>Kursuse läbimiseks ja lõpetamiseks, peab osaleja läbima praktikat, luua oma või kliente lehekülge, kodutöid oma või kliente projekti põhjal, sooritama eksam.</p> <p>Iga tudengi jaoks on määratletud järgmised nõuded eksamile lubamiseks:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tudeng peaks sooritama kodutööd ja saada arvestused vähemalt 70% kodutöödest. 2. Juhul, kui arvestused on vähem kui 70% (nt. alates 69%) kodutöödest, sel juhul peab tudeng uuesti ära teha kõik kodutöid ja neid sooritama ja esitama lektorile. <p>Iga õigesti tehtud kodutöö eest tudeng saab „arvestus“/“mittearvestus“.</p> <p>NB! Kodutööde/eksami ümbertegemine on lisaraha eest ja makstakse eraldi. Aeg ja kord lepatakse eraldi ärikooliga.</p>
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. Reklaamkampaaniate loomine <p>Kursusel omandab õppija praktilised oskused Facebooki/ Instagrami fännilehe loomiseks ja haldamiseks sh Facebooki/ Instagrami turundusplaani tegemiseks.</p>
Õppeväljundid	

<p>Õppekavas seatud eesmärkide täitmiseks ja oskuste omandamiseks vajalike õpperuumide, sisustuse ja seadmete kirjeldus ning nende vastavus õigusaktides sätestatud tervisekaitse nõuetele, kui need on kehtestatud</p>	<p>Õpperuumid:</p> <ul style="list-style-type: none"> • õppesaal (mahutavusega kuni 15 inimest), Laulepeo 24-14, Tallinn või • 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>
<p>Praktikabaasi kirjeldus (kui õppekava sisaldab praktikat)</p>	<p>Praktika läbimiseks on osalejatel vaja arvuti ning ligipääs interneti. Ülesannet võivad osalejad teostada nende poolt valitud kohas.</p>
<p>Nõuded õpingute lõpetamiseks, sh hindamise meetodid ja hindamiskriteeriumid</p>	<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 teoorias, 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 vähemalt 70% kodutöödest. 6. Osaleja sooritab eksam komisjonile.
<p>Kursuse läbimisel väljastatav dokument (tunnistus või tõend)</p>	<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 kontakt tundide arvule, kuid mitte juhul, kui õppija osales vähem kui pooltes tundides.