

õppekava nimetus	Digiturunduse juht
Õppekeel	Vene keel
õppekava maht kokku (koos iseseisva töö osakaaluga)	220 ak tundi
Iseseisva töö tundide osakaal	120 ak tundi
Auditoorse ja praktilise töö tunnide osakaal	100 ak tundi 80 ak tundi auditoorne ja praktiline töö ja 20 ak tundi lisamaterjale
õppe eesmärgid	Antud kursuse eesmärgiks on anda teadmised Digiturunduse 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). Kursus annab teadmised mis aitavad seadistada reklaami Facebookis, Instagramis ning ka Googles, praktilised oskused E-turunduse, automaatlehtri ning Vestlusbotide osas. Saadud teadmised aitavad seadistada ja automatiseerida edendamise Internet valdkonnas.
õppeaja kestus	7 kuud
õpingute alustamise tingimused	Koolitust läbiv isik peab olema vähemalt 18 aastat vana.
Õppekavarühm	0414 / Turundus ja reklaam
õppekava sisu kirjeldus koos õpetavate koolitajate nimedega	Käsitletakse järgmisi teemasid:  <b>1.loeng</b> Sissejuhatav loeng. Isiklikku kabineti ülesehitus ning selle kasutamine. Praktika saamine viisid. Õppekorraldus. Tutvustus programmiga.  <b>2.loeng</b> Turunduse alused. Sihtrühma analüüs. Konkurentide analüüs. Toote.  <b>3.loeng</b> Unit-ökonoomika alused. Kuidas arvestada KPI.

Müügilehter.

**4.loeng**

Edendamise strateegia loomine.  
Erinevad viisid sotsiaalmeedia edendamiseks.  
Strateegia mõju tootele.

**5.loeng**

Maandumisleht.  
Maandumislehe põhimõtted.

**6.loeng**

Maandumislehe loomine lektori juhendamisel

**7.loeng**

Sotsiaalse võrgu sisu.  
Kuidas sotsvõrkude sisu eristub?  
Sostvõrkude sisu loomise võimalused.  
Sisu tüübid.

**8.loeng**

Praktilised ülesanded lektori juhendamisel

**9.loeng**

Tekstide kirjutamine.  
Kuidas kirjutada tekste erinevate  
sotsiaalmeediate platvormide jaoks.  
Millised tekstid mõjuvad sihtrühmadele.

**10.loeng**

Visuaalne sisu ja selle peamised ülesanded.  
Millised fotod töötavad sotsiaalmeedias.  
Programmid fotode töötlemiseks.

**11.Loeng**

Facebook ja Instagram reklaam.  
Mis on suunatud reklaam ja milleks on see  
vajalik?

**12. Loeng**

Reklaami strateegia välja töötamine.  
Peamised reeglid suunatud reklaami  
seadistamisel.

**13.Loeng**

Facebooki ja Instagrami suunatud reklaami  
seadistamine.

**14. Loeng**

Praktilised ülesanded lektori juhendamisel.  
Järelduste tegemine.

**15. Loeng**

Google Ads peamised reeglid reklaami seadistamisel.

### **16. Loeng**

Google Ads erinevad reklaami viisid.

### **17. Loeng**

Google Ads reklaami seadistamine lektori juhendamisel.

Järelduste tegemine.

### **18.loeng**

Automaat lehter.

Mis on automaat lehter ja milleks see on vaja.

Kuidas automaatlehter on seotud müügiga.

Automaat lehtri sisu

### **19.loeng**

Automaat lehtri loomine lektroi juhendamisel.

### **20.loeng**

Vestlusbotid.

Mis on vestlusbotid ja kuidas need kasutada ning seadistada.

Millised vestlusbotid kasutatakse erinevates sotsiaalmeedias.

Kuidas seadistada ning ühineda vestlusboti oma kontoga sotsiaalmeedias.

### **21.loeng**

Vestlusboti seadistamine lektori juhendamisel.

### **22.loeng**

E-mail turundus.

Mis see on ja millises valdkonnades kasutatakse.

E-turunduse peamised reeglid.

Millised äppid kasutatakse E-mail turunduses.

Kuidas vaadata statistikat E-mail turunduses.

### **23.loeng**

Praktiline ülesanded lektori juhendamisel.

### **24.loeng**

Statistika ja anlüüs.

Kuidas lugeda numbreid ja suurendada tõhusust.

Orgaaniline kasv ja reklaamide ulatus.

Konversioon

### **25.loeng**

Eksamieelne konsultatsioon.

Kusimustele vastamine.

## **26.loeng**

Eksam.

Järelduste tegemine.

### **Praktika:**

Tuginedes saadud teadmistele, tuleb osalejal luua oma projekti ning teha praktilise ülesandeid. Osalejal tuleb teha SWOT analüüs, konkurentide analüüs, sünnastada oima unikaalne müügipakkumine. Samuti tuleb osalejal luua kontod sots. võrkudes, vormistada neid vastavalt nõutele. Luua Business Manager Facebooki kontol, leida sobivam edendamise viis iga sots. võrgu jaoks eraldi, koostada sisuplaani, koostada ning seadistada reklaami nii Facebookis kui ka Instagramis, kirjutada tekste ning teha pilte sotsiaalmeedia jaoks. Osalejal tuleb koostada ning seadistada reklaami nii Facebookis/Instagramis kui ka Google Adsis, seadistada vestlusbotid ja luua automaat lehter ning E-mailide kett oma projekti jaoks.

### **Koolitajad:**

#### **Alina Medvedeva:**

- Rohkem kui 10-aastane kogemus juhtivatel kohtadel B2B turunduse valdkonnas
- Erinevate blogide autoor.
- Välja töötanud rohkem kui 100 starteegiat.
- Rohkem kui 6-aastane kogemus turunduse osakonna juhatajana

#### **Aleksei Labotkin**

- Rohkem kui 9 aastat kogemus Google Adsi ning SEO seadistamisel
- Projektijuht rahvusvahelises ettevõttes
- Rohkem kui 10 aastat veebilehe loomise kogemust rahvusvahelises ettevõttes
- 

#### **Marina Nappa;**

- Rohkem kui 15-aastane kogemus juhtivatel kohtadel turunduse, äri ja psühholoogia valdkonnas
- Rohkem kui 100 treeningute kava looja
- Turunduse MSc kraad
- 10 kordne Aasta Õpetaja nominaant.

#### **Anna Malyi;**

- Rohkem kui 3 aastat kogemust SMM spetsialistina

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alates 2018.a. visuaalsesisu looja rahvusvahelises projektis Women Around</li> <li>• Danovna pulmakleitide visuaalne sisu looja</li> </ul> <p><b>Leila Arefjev:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Eesti üks populaarsemaid fotograafe</li> <li>• Rohkem kui 15 aastat kogemus foto valdkonnas</li> <li>• Erinevate fotokonkurssite võitja</li> </ul> <p><b>Nadežda Drozdova;</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rohkem kui 3-aastane kogemus automaat lehtri ehitamisel erinevate sihtrühmade jaoks</li> <li>• Rohkem kui 30 edukat projekte</li> <li>• Automaat lehtri luua</li> <li>• Regulaarselt viib ellu uusi projekti</li> </ul> <p><b>Ksenia Griško;</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rohkem kui 5 aastat kogemus suunatud reklaami seadistamisel</li> <li>• Rohkem kui 60 edukat projekti</li> <li>• Strateegia looja ning projektijuht</li> <li>• Regulaarselt viib ellu uusi projekte ning analüüsib sihtauditooriumit</li> </ul> <p><b>Daria Kozyr:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rohkem kui 8-aastane kogemus kontent-turunduse valdkonnas ja ajakirjanikuna</li> <li>• Korporatiiv blogi redaktor</li> <li>• Kontent-turundaja digital agentuuri EnKod</li> </ul> <p><b>Aleksei Habarov</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rohkem kui 5 aastat kogemust digiturunduse valdkonnas</li> <li>• Regulaarselt seadistab Google Adsi ,Facebooki ja Instagrami reklaam kampaaniad</li> </ul>
õpingute lõpetamise nõuded	<p>Mooduli läbimiseks ja lõpetamiseks, peab osaleja läbima 220 akadeemilist tundi, looma oma või kliente projekti, koostama SWOT-analüüs, konkurende analüüs, Unikaalne müügipakkumist, teha järeldusi koostatud analüüsides. Samuti peab osaleja oskama arvestada oma projekti KPI ning koostama edendamise strateegiat, kirjutama erinevaid tekste erinevate sotsiaalmeedia platvormide jaoks, teha ning töödelda pilte sotsiaalmeedia jaoks, luua ning seadistada vestlusboti, luua</p>

	<p>automaat lehter ning e-mailide kett oma projekti jaoks, seadistama vähemalt kaks reklaamkampaniat (Facebook/Instagram ja Google Ads) analüüsima neid ning teha järeldused.</p>
<p>õppekava eduka läbimise korral omandatavad teadmised ja oskused</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Oskab analüüsida nii oma ettevõtte kui ka konkurendi</li> <li>2. Oskab arvestada projekti KPI</li> <li>3. Oskab koostada Unikaalse müügipakkumist</li> <li>4. Oskab koostada projekti edendamise strateegiat</li> <li>5. Oskab luua kontod nii Facebooki kui ka Instagrami.</li> <li>6. Oskab kasutada Facebook Business manageri.</li> <li>7. Oskab valida edendamise meetod iga sotsivõrkude jaoks.</li> <li>8. Oskab kirjutada erinevaid tekste</li> <li>9. Saab aru millise sotsiaalmeedia jaoks milline teksti kirjutamise stiil sobib</li> <li>10. Oskab teha pilte oma nutitelefoni abil</li> <li>11. Oskab töödelda pilte erinevate rakenduste abiga</li> <li>12. Oskab kasutada Facebook Business Manageri</li> <li>13. Oskab seadistada reklaamkampaniad Facebook/Instagramis</li> <li>14. Oskab analüüsida reklaamkampaniate tulemusi</li> <li>15. Oskab teha järeldusi reklaamkampaniate tulemustest</li> <li>16. Oskab luua ning seadistada vestlusboti.</li> <li>17. Oskab luua ja seadistada automaat lehter.</li> <li>18. Oskab luua E-maili kett ning vaadata seda analüütikat.</li> <li>19. Oskab teha järeldusi ja vajadusel muudatusi.</li> </ol>
<p>õppekavas seatud eesmärkide täitmiseks ja oskuste omandamiseks vajalike õpperuumide, sisustuse ja seadmete kirjeldus ning nende vastavus õigusaktides sätestatud tervisekaitsenõuetele, kui need on kehtestatud</p>	<p>Õpperuumid: väike õppesaal (mahutavusega kuni 15 inimest) ja suur õppesaal (mahutavusega kuni 30 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>
<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 hindamismeetodid ja hindamiskriteeriumid</p>	<p>Õpingud loetakse lõpetatuks, kui osaleja on omandanud kursi õppekavas vastavad õpiväljundid:</p>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Osaleja oskab analüüsida nii oma projekti kui ka konkurente.</li> <li>2. Osaleja oskad koostata edendamise strateegiat ja seda ellu viia.</li> <li>3. Osaleja oskab sõnastada projekti unikaalse müügipakkumist.</li> <li>4. Osaleja oskab luua ja kasutada automaat lehter.</li> <li>5. Osaleja oskab luua nina seadistada vestlusboti.</li> <li>6. Osaleja oskab luua ja seadistada E-maili kett ning saab aru seda statistikat.</li> <li>7. Osaleja oskab luua nii isiklikuid kui ka ärikontosi nii Facebookis kui ka Instagramis.</li> <li>8. Osaleja oskab valida õiget edendamise meetodit iga sotsvõrkude jaoks.</li> <li>9. Osaleja oskab valida sobivat teksti iga postituse jaoks.</li> <li>10. Osaleja oskab kirjutada erinevaid sotsiaalmeedia tekste.</li> <li>11. Osaleja oskab teha pilte oma mobiiltelefoniga ning töödelda neid.</li> <li>12. Oskab kasutada Facebook Business Manageri.</li> <li>13. Oskab seadistada reklaamkampaniid nii Facebook kui ka Instagramis.</li> <li>14. Oskab analüüsida raklaamkampaniate tulemusi.</li> <li>15. Oskab teha järeldusi reklaamkampaniate tulemustest.</li> </ol>
Kursuse läbimisel väljastatav dokument (tunnistus)	Tunnistus väljastatakse juhul, kui õpingute lõpetamise nõuded on täidetud ning osaleja võttis osa 70% õppetööst ja osales vähemalt 70% loengutes.

Maksumus: iga loeng maksab 84,65 eurot, koolitusekava maksumus kokku on 2200 eurot.