

Õppekava nimetus	SMM-Spetsialist
Õppekeel	Vene keel
Õppekava maht kokku (koos iseseisva töö osakaaluga)	128 ak tundi
Iseseisva töö osakaal	78 ak tundi 60 ak tundi iseseisev töö ja 18 ak tundi llisamaterjalid
Auditoorse ja praktilise töö tunnide osakaal	50 ak tundi
Õppe eesmärgid	Antud kursuse eesmärgiks on anda teadmised erinevate sotsiaalvõrkude osas. Saadud teadmised aitavad välja töötada iga sotsiaalvõrgu jaoks eraldi sisuplaani, paremini suhelda sihtauditooriumitega ning teha projekti esitlus erinevates sotsiaalmeedias, seadistada reklaami Facebookis ning Instagramis.
Õppeaja kestvus	5 kuu
Õpingute alustamise tingimused	Koolitust läbiv isik peab olema täisealine.
Õppekavarühm	0414 / Turundus ja reklaam
Õppekava sisu kirjeldus koos õpetavate koolitajate nimedega	<p>Käsitletakse järgmisi teemasid:</p> <p><b>1.loeng</b> Sissejuhatav loeng. Isiklikku kabineti ülesehitus ning selle kasutamine. Praktika saamine viisid. Õppekorraldus. Tutvustus programmiga.</p> <p><b>2.loeng</b> Sissejuhatus SMM-i. Millised sots. võrgud on kõige populaarsemad? Kuidas eristub sotsvõrkude auditoorium? Sotsvõrkude trendid ja nipid.</p> <p><b>3.loeng</b> Facebook. Auditooriumi iseärasused. Sisu formaat. Edendamise võimalused. Reklaami kabinet ja Business manageri ülevaade.</p> <p><b>4.loeng</b> Instagram. Auditooriumi iseärasused. Sisu formaat. Edendamise võimalused. Töötamine Stories-ga.</p>

**5.loeng**

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

**6.loeng**

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

**7.loeng**

Praktiline loeng.  
Praktika lektori juhendamisel.

**8.loeng**

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

**9.loeng**

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

**10.Loeng**

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

**11. Loeng**

Reklaami strateegia välja töötamine.  
Peamised reeglid suunatud reklaami  
seadistamisel.

**12.Loeng**

Facebooki ja Instagrami suunatud reklaami  
seadistamine.

**13. loeng**

Praktika lektori juhendamisel.

**14.loeng**

Statistika ja anlüüs.  
Kuidas lugeda numbreid ja suurendada  
tõhusust.  
Orgaaniline kasv ja reklaamide ulatus.  
Konversioon

**15.loeng**

Eksamieelne konsultatsioon.  
Kusimustele vastamine.

## **16.loeng**

Eksam.

Järelduste tegemine.

### **Praktika:**

Tuginedes saadud teadmistele, tuleb osalejatel 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.

### **Koolitajad:**

#### **Alina Medvedeva:**

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

#### **Daria Kozyr:**

- Rohkem kui 8-aastane kogemus kontent-turunduse valdkonnas ja ajakirjanikuna
- Korporatiiv blogi redaktor
- Kontent-turundaja digital agentuuri EnKod

#### **Nadežda Drozdova;**

- Rohkem kui 3-aastane kogemus automaat lehtri ehitamisel erinevate sihtrühmade jaoks
- Rohkem kui 30 edukat projekti
- Automaat lehtri luua
- Regulaarselt viib ellu uusi projekti

#### **Ksenia Griško;**

- Rohkem kui 5 aastat kogemus suunatud reklaami seadistamisel
- Rohkem kui 60 edukat projekti
- Strateegia looja ning projektijuht
- Regulaarselt viib ellu uusi projekte ning analüüsib sihtauditooriumit

#### **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>
Õpingute lõpetamise nõuded	Mooduli läbimiseks ja lõpetamiseks, peab osaleja läbima 128 akadeemilist tundi, looma kontod Facebookis ja Instagramis, mõistma auditoriumi iseärasusi, leidma sobiva viisi edendamiseks, kirjutama erinevaid tekste erinevate sotsiaalmeedia platvormide jaoks, teha ning töödelda pilte sotsiaalmeedia jaoks, seadistama vähemalt kaks reklaamkampaniat (Facebook/Instagram) analüüsima neid ning teha järeldused.
Õppekava eduka läbimise korral omandatavad teadmised ja oskused	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Oskab luua kontod nii Facebooki kui ka Instagrami.</li> <li>2. Oskab kasutada Facebook Business manageri.</li> <li>3. Oskab valida edendamise meetod iga sotsivürkude jaoks.</li> <li>4. Oskab kirjutada erinevaid tekste</li> <li>5. Saab aru millise sotsiaalmeedia jaoks milline teksti kirjutamise stiil sobib</li> <li>6. Oskab teha pilte oma nutitelefoniga</li> <li>7. Oskab töödelda pilte erinevate rakenduste abiga</li> <li>8. Oskab kasutada Facebook Business Manageri</li> <li>9. Oskab seadistada reklaamkampaniad Facebook/Instagramis</li> <li>10. Oskab analüüsida raklaamkampaniate tulemusi</li> <li>11. Oskab teha järeldusi reklaamkampaniate tulemustest</li> </ol>
Püstitatud 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), Lauupeo 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 arvutit/sülearvutit ning ligipääsu interneti. Ülesannet võivad osalejad teostada nende poolt valitud kohas.

<p>Nõuded õpingute lõpetamiseks, sh hindamise meetodi ja hindamiskriteeriumid</p>	<p>Õpingud loetakse lõpetatuks, kui osaleja on omandanud kursuse õppekavas vastavad õpiväljundid:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Osaleja oskab luua nii isiklikuid kui ka ärikontosi nii Facebookis kui ka Instagramis.</li> <li>2. Osaleja oskab valida õiget edendamise meetodit iga sotsivõrkude jaoks.</li> <li>3. Osaleja oskab valida sobivat teksti iga postituse jaoks.</li> <li>4. Osaleja oskab kirjutada erinevaid sotsiaalmeedia tekste.</li> <li>5. Osaleja oskab teha pilte oma mobiiltelefoniga ning töödelda neid.</li> <li>6. Oskab kasutada Facebook Business Manageri.</li> <li>7. Oskab seadistada reklaamkampaniad nii Facebook kui ka Instagramis.</li> <li>8. Oskab analüüsida reklaamkampaniate tulemusi.</li> <li>9. Oskab teha järeldusi reklaamkampaniate tulemustest.</li> </ol>
<p>Kursuse läbimisel väljastatav dokument (tunnistus)</p>	<p>Tunnistus väljastatakse juhul, kui õpingute lõpetamise nõuded on täidetud ning osaleja võttis osa 70% õppetööst ja osales vähemalt 70% loengutes.</p>

Maksumus: iga loeng maksab 76,154 eurot, koolitusekava maksumus kokku on 990 eurot.