

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: 1.loeng Sissejuhatav loeng. Isiklikku kabineti ülesehitus ning selle kasutamine. Praktika saamine viisid. Õppekorraldus. Tutvustus programmiga. Kestvus : 90 min (2 ak tund) Iseseisev töö: 45 min (1 ak tund) Lisamaterjaliga töötamine: 45 min (1 ak tund) 2.loeng Turunduse alused. Sihtrühma analüüs. Konkurentide analüüs. Toote.

Kestvus : 135 min (3 ak tundi)
Iseseisev töö: 180 min (4 ak tundi)

3.loeng

Unit-ökonoomika alused.
Kuidas arvestada KPI.
Müügilehter.

Kestvus : 135 min (3 ak tundi)
Iseseisev töö: 180 min (4 ak tundi)

4.loeng

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

Kestvus : 135 min (3 ak tundi)
Iseseisev töö: 180 min (4 ak tundi)
Lisamaterjaliga töötamine: 45 min (1 ak tundi)

5.loeng

Maandumisleht.
Maandumislehe põhimõtted.

Kestvus : 135 min (3 ak tundi)
Iseseisev töö: 90 min (2 ak tundi)
Lisamaterjaliga töötamine: 45 min (1 ak tundi)

6.loeng

Maandumislehe loomine lektori juhendamisel

Kestvus : 135 min (3 ak tundi)
Iseseisev töö: 135 min (3 ak tundi)

7.loeng

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

Kestvus : 135 min (3 ak tundi)
Iseseisev töö: 180 min (4 ak tundi)
Lisamaterjaliga töötamine: 45 min (1 ak tundi)

8.loeng

Praktilised ülesanded lektori juhendamisel

Kestvus : 180 min (4 ak tundi)
Iseseisev töö: 90 min (2 ak tundi)
Lisamaterjaliga töötamine: 45 min (1 ak tundi)

9.loeng

Tekstide kirjutamine.

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

Kestvus : 135 min (3 ak tundi)

Iseseisev töö: 270 min (6 ak tundi)

Lisamaterjaliga töötamine: 45 min (1 ak tund)

10.loeng

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

Kestvus : 135 min (3 ak tundi)

Iseseisev töö: 270 min (6 ak tundi)

Lisamaterjaliga töötamine: 45 min (1 ak tund)

11.Loeng

Facebook ja Instagram reklaam.

Mis on suunatud reklaam ja milleks on see vajalik?

Kestvus : 135 min (3 ak tundi)

Iseseisev töö: 270 min (6 ak tundi)

Lisamaterjaliga töötamine: 45 min (1 ak tund)

12. Loeng

Reklaami strateegia välja töötamine.
Peamised reeglid suunatud reklaami seadistamisel.

Kestvus : 135 min (3 ak tundi)

Iseseisev töö: 270 min (6 ak tundi)

Lisamaterjaliga töötamine: 45 min (1 ak tund)

13.Loeng

Facebooki ja Instagrami suunatud reklaami seadistamine.

Kestvus : 135 min (3 ak tundi)

Iseseisev töö: 225 min (5 ak tundi)

14. Loeng

Praktilised ülesanded lektori juhendamisel.
Järelduste tegemine.

Kestvus : 135 min (3 ak tundi)

Iseseisev töö: 180 min (4 ak tundi)

15. Loeng

Google Ads peamised reeglid reklaami seadistamisel.

Kestvus : 135 min (3 ak tundi)

Iseseisev töö: 270 min (6 ak tundi)
Lisamaterjaliga töötamine: 45 min (1 ak tund)

16. Loeng

Google Ads erinevad reklaami viisid.

Kestvus : 135 min (3 ak tundi)
Iseseisev töö: 225 min (5 ak tundi)
Lisamaterjaliga töötamine: 45 min (1 ak tund)

17. Loeng

Google Ads reklaami seadistamine lektori juhendamisel.
Järelduste tegemine.

Kestvus : 135 min (3 ak tundi)
Iseseisev töö: 270 min (6 ak tundi)

18.loeng

Automaat lehter.
Mis on automaat lehter ja milleks see on vaja.
Kuidas automaatlehter on seotud müügiga.
Automaat lehtri sisu

Kestvus : 135 min (3 ak tundi)
Iseseisev töö: 270 min (6 ak tundi)
Lisamaterjaliga töötamine: 90 min (2 ak tundi)

19.loeng

Automaat lehtri loomine lektroi juhendamisel.

Kestvus : 135 min (3 ak tundi)
Iseseisev töö: 135 min (3 ak tundi)

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.

Kestvus : 135 min (3 ak tundi)
Iseseisev töö: 225 min (5 ak tundi)
Lisamaterjaliga töötamine: 90 min (2 ak tundi)

21.loeng

Vestlusboti seadistamine lektori juhendamisel.
Kestvus : 135 min (3 ak tundi)
Iseseisev töö: 125 min (5 ak tundi)

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.

Kestvus : 135 min (3 ak tundi)
Iseseisev töö: 225 min (5 ak tundi)
Lisamaterjaliga töötamine: 90 min (2 ak tundi)

23.loeng

Praktiline ülesanded lektori juhendamisel.

Kestvus : 135 min (3 ak tundi)
Iseseisev töö: 270 min (6 ak tundi)

24.loeng

Statistika ja anlüüs.

Kuidas lugeda numbreid ja suurendada tõhusust.

Orgaaniline kasv ja reklaamide ulatus.

Konversioon

Kestvus : 135 min (3 ak tundi)
Iseseisev töö: 270 min (6 ak tundi)
Lisamaterjaliga töötamine: 45 min (1 ak tund)

25.loeng

Eksamieelne konsultatsioon.

Kusimustele vastamine.

Kestvus : 180 min (4 ak tundi)
Iseseisev töö: 450 min (10 ak tundi)
Lisamaterjaliga töötamine: 90 min (2 ak tundi)

26.loeng

Eksam.

Järelduste tegemine.

Kestvus : 180 min (4 ak tundi)

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.

Osalejale tuleb koostada ning seadistada reklaami nii Facebookis/Instagramis kui ka Google Adsis, seadistada vestlusbotid ja luua automaatlehter ning E-mailide kett oma projekti jaoks.

Koolitajad:

Meelia Muld:

- Rohkem kui 4-aastane kogemus meediaplaneerimise valdkonnas
- Kodulehte ning kliendiportaali loomine
- Turunduspetsialist

Emeli Hurt:

- Rohkem kui 3 aastat kogemust tekstide kirjutamisel
- Kogemus Sotsiaalmeedia sisukalendi koostamisel
- Postituste kirjutamine Facebooki, Instagrami ning LinkedIni jaoks
- Blogide kirjutamise kogemus

Brigitt Põldma:

- Digiturundaja
- Digimeedia planeerija ning Projektijuht
- Rohkem kui 3 aastat kogemust digiplaneerimisel
- Regulaarselt seadistab Google Ads ning Facebook/Instagram reklaam kampaaniad
- LinkedIn spetsialist

Gerly Koitla:

- Rohkem kui 10 aastat kogemust teenindus valdkonnas
- Rohkem kui 7 aastat kogemust teksti kirjutamisel

Leila Arefjev:

- Eesti üks populaarsemaid fotograafe
- Rohkem kui 15 aastat kogemust foto valdkonnas
- Erinevate fotokonkurssite võitja

Aleksei Habarov

- Rohkem kui 5 aastat kogemust digiturunduse valdkonnas
- Regulaarselt seadistab Google Adsi, Facebooki ja Instagrami reklaam kampaaniad

Felix Tammi

- Rohkem kui 2 aastat kogemust digiturunduse valdkonnas

	<ul style="list-style-type: none"> • Regulaarselt seadistab Google Adsi ,Facebooki ja Instagrami reklaam kampaaniad <p>Greete-Liis Põder:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rohkem kui 2 aastat kogemust sõtsvõrkude haldamisel • Kogemus Sotsiaalmeedia sisukalendi koostamisel • Postituste kirjutamine Facebooki, Instagrami ning LinkedIni jaoks
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 automaat lehter ning e-mailide kett oma projekti jaoks, seadistama vähemalt kaks reklaamkampaaniat (Facebook/Instagram ja Google Ads) analüüsima neid ning teha järeldused.</p>
õppekava eduka läbimise korral omandatavad teadmised ja oskused	<ol style="list-style-type: none"> 1. Oskab analüüsida nii oma ettevõtte kui ka konkurendi 2. Oskab arvestada projekti KPI 3. Oskab koostata Unikaalse müügipakkumist 4. Oskab koostata projekti edendamise strateegiat 5. Oskab luua maandumislehte ning seadistada seda vastavalt vajadustele 6. Oskab luua kontod nii Facebooki kui ka Instagrami. 7. Oskab kasutada Facebook Business manageri. 8. Oskab valida edendamise meetod iga sotsvõrkude jaoks. 9. Oskab kirjutada erinevaid tekste 10. Saab aru millise sotsiaalmeedia jaoks milline teksti kirjutamise stiil sobib 11. Oskab teha pilte oma nutitelefoni 12. Oskab töödelda pilte erinevate rakenduste abiga 13. Oskab kasutada Facebook Business Manageri 14. Oskab seadistada reklaamkampaaniad Facebook/Instagramis 15. Oskab analüüsida raklaamkampaaniate tulemusi

16. Oskab teha järeldusi reklaamkampaniate tulemustest
17. Mõistab erinevust Goole'i displeireklaamide ja otsingureklaamide vahel. Reklaamid ja nende toimimine
18. Mõistab, et otsingureklaamide pealkirju kuvatakse märksõnade põhjal
19. Mõistab reklaamikampaniate ülesehitust: kampaniad - reklaamirühmad – reklaamid
20. Oskab luua reklaamkampaniad Google´is
21. Oskab kasutada Goole Ads reklaamikabineti
22. Oskab luua ja seadistada automaat lehter.
23. Mõistab, et tuleb töötada mitte ainult vastuse "jah" stsenaariumiga, vaid ka vastuse "ei" stsenaariumiga
24. Mõistab, miks on vaja lead-magnetit
25. Mõistab, mis on tripwire ja miks seda käiku lastakse
26. Mõistab, et soojendamiseks on vaja kasulikke materjale, et publik jääks tellijaks
27. Oskab koostada mõttekaardi koos automaatlehteriga
28. Mõistab, et vestlusrobot on vaid üks tööriist ja see ei asenda müüki
29. Mõistab Manychat chatboti ülesehitust
30. Teab, millised vestlusbotid töötavad Facebooki ja Instagramiga
31. Oskab luua ning seadistada vestlusboti.
32. Oskab Manychatis vooge iseseisvalt luua ja redigeerida
33. Oskab iseseisvalt voogudest sõnumikette luua
34. Oskab nimetada meililisti kirjade tüüpe ja iga tüübiga seotud kirjade tüüpe
35. Tunneb e -posti strateegia kujundamise etappe
36. Tunneb e -posti uudiskirjade analüüsimise mõõdikuid
38. Oskab nimetada automatiseerimistöriistu ja loetleda nende funktsioone
39. Oskab luua E-maili kett ning vaadata seda analüütikat.
40. Oskab nimetada sisu kvaliteedi peamisi mõõdikuid
41. Oskab nimetada reklaamis näitajaid, mille järgi saab hinnata selle tõhusust
42. Oskab nimetada projekti reklaamilehtri etappe
43. Teab, mis on konversioon ja mõistab, miks seda tuleb jälgida
44. Teab, mis on utm -sildid ja miks neid vaja on
45. Oskab teha järeldusi ja vajadusel muudatusi.

<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), Lauulupeo 24-14, Tallinn Sisustus: suur koosolekulaud, pehmed toolid, kööginurk kohvipausi jaoks Kasutatavad seadmed: loengutahvel, dataprojektor, arvuti, kantseleivahendid 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"> 1. Osaleja oskab analüüsida nii oma projekti kui ka konkurente. 2. Osaleja oskab koostada edendamise strateegiat ja seda ellu viia. 3. Osaleja oskab sõnastada projekti unikaalse müügipakkumist. 4. Oskab luua maandumislehte ning seadistada seda vastavalt vajadustele 5. Osaleja oskab luua ja kasutada automaat lehter. 6. Osaleja oskab luua nina seadistada vestlusboti. 7. Osaleja oskab luua ja seadistada E-maili kett ning saab aru seda statistikat. 8. Osaleja oskab luua nii isiklikuid kui ka ärikontosi nii Facebookis kui ka Instagramis. 9. Osaleja oskab valida õiget edendamise meetodit iga sotsvõrkude jaoks. 10. Osaleja oskab valida sobivat teksti iga postituse jaoks. 11. Osaleja oskab kirjutada erinevaid sotsiaalmeedia tekste. 12. Osaleja oskab teha pilte oma mobiiltelefoniga ning töödelda neid. 13. Oskab kasutada Facebook Business Manageri. 14. Oskab seadistada reklaamkampaniad nii Facebook kui ka Instagramis. 15. Oskab analüüsida raklaamkampaniate tulemusi. 16. Oskab teha järeldusi reklaamkampaniate tulemustest.

Kursuse läbimisel väljastatav dokument (tunnistus)	Tunnistus väljastatakse juhul, kui õpingute lõpetamise nõuded on täidetud. Nimelt: osaleja võttis osa 70% õppetööst, kõikidest kodutöödest on vähemalt 70% saanud arvestust ja kaitses on lõputöö.
--	--

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