

Õppekava nimetus	SMM-Spetsialist
Õppekeel	Eesti 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>1.loeng Sissejuhatav loeng. Isiklikku kabineti ülesehitus ning selle kasutamine. Praktika saamise viisid. Õppekorraldus. Tutvustus programmiga.</p> <p>2.loeng Sissejuhatus SMM-i. Millised sots. võrgud on kõige populaarsemad? Kuidas eristub sotsvõrkude auditoorium? Sotsvõrkude trendid ja nipid.</p> <p>3.loeng Facebook. Auditooriumi iseärasused. Sisu formaat. Edendamise võimalused. Reklaami kabinet ja Business manageri ülevaade.</p> <p>4.loeng Instagram. Auditooriumi iseärasused. Sisu formaat. Edendamise võimalused.</p>

Töötamine Stories-ga.

5.loeng

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

6.loeng

Sotsiaalse võrgu sisu.
Kuidas sotsvõrkude 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.
Programmid 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 osalejale 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:

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

Felix Tammi

- Rohkem kui 2 aastat kogemust digiturunduse valdkonnas
- Regulaarselt seadistab Google Adsi, Facebooki ja Instagrami reklaam kampaaniad

Grete-Liis Põder:

- Rohkem kui 2 aastat kogemust sõtsvõrkude haldamisel

	<ul style="list-style-type: none"> • Kogemus Sotsiaalmeedia sisukalendi koostamisel • Postituste kirjutamine Facebooki, Instagrami ning LinkedIni jaoks <p>Leila Arefjev:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Eesti üks populaarsemaid fotograafe • Rohkem kui 15 aastat kogemus foto valdkonnas • Erinevate fotokonkurssite võitja
Õpingute lõpetamise nõuded	<p>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 reklaamkampaniati (Facebook/Instagram) analüüsima neid ning teha järeldused.</p>
Õppekava eduka läbimise korral omandatavad teadmised ja oskused	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mõistab, et sotsiaalsed võrgustikud töötavad motiveerimata vaatajaskonnaga ja see on erinevus otsinguliiklusest. 2. Mõistab orgaanilise haardega sotsiaalvõrgustike algoritme, teab orgaanilise katvuse sõltuvust kaasamisest 3. Teab orgaanilise katvuse, viirusliku ja tasulise katvuse määratlust 4. Mõistab Facebooki publiku (audience) omadusi. Suudab aru saada, kas Facebook on nende äri jaoks õige valik. 5. Mõistab erinevust isikliku lehe, äri lehe, ärijuhi reklaamikonto vahel 6. Mõistab Instagrami vaatajaskonna eripära. Saab aru, kas Instagram sobib nende äri jaoks sobilik lahendus. 7. Oskab luua kontod nii Facebooki kui ka Instagrami. 8. Oskab kasutada Facebook Business manageri. 9. Mõistab sooja ja külma vaatajaskonna erinevust müügilehtris. Suudab mõistlikult selgitada, milline neist on tõhusam. 10. Mõistab erinevust müügistrateegia ja kuvandistrateegia vahel. 11. Mõistab strateegia ülesehitust: kaasav - soojendav - müüv. 12. Oskab nimetada peamisi mõõdikuid sihtrühma ja konkurentide analüüsimiseks 13. Oskab valida edendamise meetod iga sotsivõrkude jaoks. 14. Oskab nimetada kolme tüüpi sisu ja mõista iga sisutüübi ülesandeid.

	<p>15. Oskab luua sisuplaani</p> <p>16. Võib nimetada igas sisutüübis 2 alapunkti</p> <p>17. Oskab loetleda postituse struktuuri</p> <p>18. Teab, mis on CTA ja millal seda vaja on</p> <p>19. Mõistab, millised punktid on müügipostituses koos reklaamiga olulised</p> <p>20. Mõistab, millised punktid on loosipostituses olulised</p> <p>21. Mõistab, kuidas bänneril oleva tekstiga töötada</p> <p>22. Teab, millal on postituses vaja pealkirja ja millal mitte</p> <p>23. Oskab kirjutada erinevaid tekste</p> <p>24. Saab aru millise sotsiaalmeedia jaoks milline teksti kirjutamise stiil sobib</p> <p>25. Mõistab, kuidas postitustele visuale luua</p> <p>26. Oskab teha pilte oma nutitelefoni abil</p> <p>27. Oskab töödelda pilte erinevate rakenduste abiga</p> <p>28. Oskab hinnata kampaania käivitamiseks vajalikku reklaamieelarvet</p> <p>29. On teadlik reklaamis kujutistele esitatavatest nõudmistest</p> <p>30. Oskab reklaami kirjutada ühe turundusvalemi abil</p> <p>31. Teab, mis on Pixel FB</p> <p>32. Suudab reklaami esitada reklaamikontolt</p> <p>33. Suudab reklaami käivitada postituse sisust</p> <p>34. Oskab nimetada reklaamivorminguid</p> <p>35. Oskab nimetada sisu kvaliteedi peamisi näitajaid</p> <p>36. Oskab nimetada reklaamis näitajaid, mille järgi saab hinnata selle tõhusust</p> <p>37. Oskab nimetada oma projekti reklaamilehtri etappe</p> <p>38. Teab, mis on konversioon, ja mõistab, miks neid tuleb jälgida</p> <p>39. Oskab seadistada reklaamkampaaniad Facebook/Instagramis</p> <p>40. Oskab analüüsida reklaamkampaaniate tulemusi</p> <p>41. Oskab teha järeldusi reklaamkampaaniate tulemustest</p>
<p>Püstitatud eesmärkide täitmiseks ja oskuste omandamiseks vajalike õpperuumide, sisustuse ja seadmete kirjeldus ning nende vastavus õigusaktides sätestatud tervisekaitsenõuetele, kui need on kehtestatud</p>	<p>Õpperuumid: õppesaal (mahutavusega kuni 15 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 arvutit/sülearvutit ning ligipääsu interneti. Ülesannet võivad osalejad teostada nende poolt valitud kohas.</p>

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

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