

SMM - ja DIGITURUNDUSE JUHI KOOLITUSE ÕPPEKAVA

Õppekeel: Eesti ja vene keel

1. Õppekava nimetus:

SMM-ja digiturunduse juhi koolitus

2. Õppevaldkond:

Ärindus, haldus ja õigus

3. Õppekavarühm:

Turunduse ja reklaami õppekava rühm

4. Õppe kogumaht:

230 akadeemilist tundi, millest 120 ak tundi on auditoorset kontakttundi, 80 ak tundi praktikat ja 30 ak tundi iseseisvat tööd.

5. Sihtgrupp ja õppe alustamise tingimused:

Inimesed, kellel on soov omandada süsteemseid teadmisi SMM-ja digiturunduses.

Kursusel osalejal peavad olema arvutikasutaja baasteadmised.

6. Õppe-eesmärk:

Anda õppijale teadmisi ja oskusi SMM-ja digiturunduse praktilise rakenduse võimalustest.

7. Õpiväljundid:

Koolituse lõpuks õppija:

- loob strateegia ettevõtte, kaupade ja teenuste reklaamimiseks sotsiaalvõrgustikes;;
- reklaamib ettevõtet, kaupu ja teenuseid kõikides populaarsetes võrgustikes ja uurib statistikat;
- juhib ja haldab sotsiaalvõrgustikes mitmesuguste meetodite abil kogukonda, kanalit, kontot
- kasutab interneti- ja digiturunduse kõige tõhusamaid tööriistu;
- määrab kindlaks oma sihtauditooriumi ja valib info paigutamiseks sobivad platvormid
- loob müügilehtreid ja meediakava ettevõtet, kaupu või teenuseid puudutava teabe võrku paigutamiseks.

8. Õppesisu:

Moodul 1. Sissejuhatus ja enda positsioneerimine (auditoorset tööd – 32 ak.t, iseseisvat tööd - 8 ak.t)

1.1 Digitaaliturundus (auditoorset tööd – 8 ak.t, iseseisvat tööd - 2 ak.t)

- Sotsiaalvõrgustikud kui isikliku ettevõtluse reklaamimise platvormid;
- Sotsiaalvõrgustikes kohaloleku strateegia;
- Sotsiaalvõrgustike valik müügiks;

- Sotsiaalvõrgustikes reklaamimise meetodid;
- Sisu koostamine sotsiaalvõrgustike jaoks. *Hashtag*´ide kasutamine;
- Reklaam sihtkogukondades ja -gruppides;
- Sotsiaalgruppide ja kontode täitmise, korraldamise, reklaamimise spetsiifika. Näansid.

1.2 Copywriting (auditoorset tööd – 8 ak.t, iseseisvat tööd - 2 ak.t)

- *Copywriting*´u liigid;
- Sihtauditoorium ja selle mõjutamise meetodid;
- Käivitajate tüübid;
- Sisu tüübid;
- Tõhusate tekstide koostamise reeglid ja etapid;
- Teksti struktuur: Teema. Skeem. *Slogan*. Pealkiri. Alapealkiri;
- Reklaamteksti stiilide liigid;
- Lühidus, arusaadavus, informatiivsus, tõepärasus kui asjatundliku teksti kriteerium;
- Klišeed, stambid;
- Hüperboolid, metafoorid, võrdlused, litootesed ja teised stiilitööriistad;
- Lugude jutustamine

1.3 Bränding: brändi loomine ja juhtimine (auditoorset tööd – 8 ak.t, iseseisvat tööd - 2 ak.t)

- Brändi mõiste ja loomise eesmärk;
- Brändi loomise protsessi tundmaõppimine ja selle etapid;
- Millest algab brändi loomine, vead ja kuidas neid vältida;
- Brändi asjatundliku positsioneerimise tähtsus;
- Brändi elutsükli ja portfelli juhtimise protsess;
- Brändi juhtimise põhietapid, kõigi protsesside arendamine ja süstematiseerimine;
- Brändingu iseärasused kriisi ajal;
- Suhtluskanalite kasutamise uued meetodid. Revitalisatsioon, *restyling*, pakkumiste laiendamine brändisarjas. *Rebranding*.

1.4 Platvormi LinkedIn kasutamine töö otsimiseks (auditoorset tööd – 8 ak.t, iseseisvat tööd - 2 ak.t)

- Platvormi LinkedIn võimalused töö otsimiseks;
- Profiili täitmine ja seadistuste optimeerimine;
- Võimalikult tõhusa profiili loomine;
- LinkedIni kasutamise iseärasused töö otsimiseks;
- Kontaktide võrgu loomise ja laiendamise meetodid;
- CV/profiil LinkedInis (struktuur, maht);
- CV koostamise reeglid;
- Koostöö värbajaga/Ärietikett LinkedInis

Moodul 2 Peamised sotsiaalvõrgustikes reklaamimise kanalid (auditoorset tööd – 24 ak.t, iseseisvat tööd - 6 ak.t)

2.1 LANDING PAGE (auditoorset tööd – 8 ak.t, iseseisvat tööd - 2 ak.t)

- Müüvad maandumislehed;
- Maandumislehe põhimõtete mõistmine;
- Maandumislehe loomise etapid;
- Maandumislehe anatoomia: funktsionaalsed elemendid;
- Maandumislehe disaini põhimõtted;
- Maandumislehe tõhususe suurendamine.

2.2 FACEBOOK (auditoorset tööd – 8 ak.t, iseseisvat tööd - 2 ak.t)

- Sotsiaalvõrgustiku Facebook iseärasused, eelised ja puudused;
- Brändi kogukonna loomine: kogukonna formaadi valik, olulise sisu valik;
- Lehekülje reklaamimine Facebookis: sihitud reklaam, temaatiliste lehtede reklaam, dünaamiline reklaam, linkidega reklaam;
- Põhiliste reklaamiliikide KPI;
- Maksumuse optimeerimise meetodid.

2.3 INSTAGRAM (auditoorset tööd – 8 ak.t, iseseisvat tööd - 2 ak.t)

- Sotsiaalvõrgustiku Instagram iseärasused, eelised ja puudused;
- Instagrami kontotüübid;
- Konto kujundamine: kirjelduse täitmise iseärasused, avatari ja konto nime valik;
- Postituste kujundamine: sisu liigid, teksti ja fotode kasutamise iseärasused postitustes;
- Foto ja video lisamine Instagramis – kasutamise iseärasused, eesmärgid, rakendused foto ja video töötluks;
- *Hashtag*´id ja nende ülesanded, sobivate *hashtag*´ide valiku veebileht;
- Äriprofiilid Instagramis, postituste reklaam Instagramis;
- Põhilised võtted, kuidas jälgijaid kontole kaasata;
- Sihitud reklaam Instagramis – iseärasused, eelised ja puudused;
- Lood ja nende roll ettevõtluses, konto kasutamine reklaamiks;
- Analüütika ja edasi lükatud postituste teenused Instagrami jaoks.

Moodul 3. Video kasutamine brändi reklaamimiseks (auditoorset tööd – 32 ak.t, iseseisvat tööd - 8 ak.t)

3.1 TikTok äri jaoks (auditoorset tööd – 8 ak.t, iseseisvat tööd - 2 ak.t)

- TikTok ja selle arenguperspektiivid;
- Platvormi ülevaade. Sihtauditooriumi kindlaks määramine;
- Kanali kujundamine. Teema valik. Tugiteenuste valik;
- Võrgu sise-eeskirjad;
- Stsenariumi ja klippide loomine;
- Sis.
- Tehniline külg. Vajalike seadmete ülevaade.
- Reklaam. Blogijate otsimine integratsiooniks. Vastastikune PR, selle töötamise viisid.

3.2 YOUTUBE (auditoorset tööd – 8 ak.t, iseseisvat tööd - 2 ak.t)

- YouTube'i iseärasused, eelised ja puudused;
- YouTube'i kanali loomiseks vajaliku niši valik;
- Oma YouTube'i kanali kujundamine;
- Sisu kui peamine tellijate kaasamise moodus;
- Kuidas tellijaid tasuta oma kanalile kaasata;
- Video tehniline ettevalmistus YouTube'is näitamiseks;
- Tasuta ja tasulised reklaamiteenused.

3.3 Graafiline disain (auditoorset tööd – 8 ak.t, iseseisvat tööd - 2 ak.t)

- Adobe Photoshopi tööriistad ja võimalused;
- Kollaažide loomine;
- Maskid;
- Kujutise muutmise;
- Tekstuuridega töötamine;
- Kihtidega töötamine;
- Pintslitega töötamine;
- Firmastiil;
- Tüpopograafia põhimõtted;
- Vektorkujutised;
- Šriftid;
- Logod.

3.4 Professionaalsed fotod sotsiaalvõrgustike jaoks(auditoorset tööd – 8 ak.t, iseseisvat tööd - 2 ak.t)

- Ilusa foto loomise alused;
- Profiili kujundamise isiklik stiil;
- Oma profiili reklaamimine tellijate kaasamiseks;
- Sisufotograafia – sissejuhatus, võimalused
- Fotograafia tähtsaim komponent - valgus;
- Säritus ja telefonikaamera seadistamine;
- Kaadri kompositsiooni analüüs;
- Milline värv on kaadris ilus;
- Objekti pildistamise põhitõed;
- Portree (šelfi, poseerimine, valgus);
- Maastiku- ja reisifoto;
- Filtrid ja järeltöötlus;
- Sisuga töötamise alused.

Moodul 4. Reklaam ja internetipood (auditoorset tööd – 32 ak.t, iseseisvat tööd - 8 ak.t)

4.1 Google ads & Seo

- Reklaamikampaaniate loomine Adsis;
- Tõhusate reklaamtekstide loomine;
- Vajalike võtmesõnade valik;

- Pakkumiste haldamine automaatsete ja konversioonistrateegiatega abil;
- Reklaamikampaaniate aruanded;
- Reklaamikampaaniate optimeerimine;
- Otsimootorite tööpõhimõtted;
- Semantiline tuum;
- Päringute kogumine ja klasterdamine;
- SEO strateegiad;
- Veebilehe esialgne optimeerimine. Metasildid.

4.2 CHATBOTID (auditoorset tööd – 8 ak.t, iseseisvat tööd - 2 ak.t)

- Chatbotide loomine mitmesugustel platvormidel, ilma programmeerimise ja koodikirjutamiseta;
- Baas chatboti loomine Facebooki Messengeris;
- Chatbotide ja lehrrite loomise praktilised strateegiad mitmesugustes teenustes;
- Chatbotide kasutamine mitmesugustes valdkondades
- Chatbotide kasutamise eesmärgid;
- Ülesanded, mida lahendatakse Chatbotide abil;
- Rakendamise näited ettevõtetele.

4.3 Meiliturundus (auditoorset tööd – 8 ak.t, iseseisvat tööd - 2 ak.t)

- Ideaalse teenuse valik. Tutvumine ja esimene seadistamine;
- Meilide põhitüübid;
- Meiliturunduse roll ettevõtluses;
- Käivitusmeilide tüübid;
- Automaat- ja käsitsi postituste rakendamine;
- Kust koguda tellijabaasi ja mida pakkuda vastutasuks tellimise eest: B2C-kaubad/-teenused, B2B;
- Võitlus rämpspostiga;
- Uute tellijatega töötamine ja nende kaasamise moodused;
- Atraktiivsete kampaaniate loomise põhiküsimused;
- Üleminek tellija staatusest kliendi staatusesse
- Moodused, kuidas klienti tooteid/teenuseid ostma ärgitada sellega, et ei müü neid otse.

4.4 Internetipoe juhtimine (auditoorset tööd – 8 ak.t, iseseisvat tööd - 2 ak.t)

- Konkurentide ja sihtauditooriumi analüüs;
- Klientides huvi tekitamine ja selle hoidmine;
- Töö seadistamine CRMis
- Internetipoe töö analüüs;
- Meeskonnatöö;
- Juriidiliste nüansside järgimine.

9. Praktika (80 ak.t)

SISU: Praktika toimub organisatsioonis, kus õppija (praktikant) osaleb digiturunduskampaania korraldamises.

Praktika käigus omandatakse praktilisi kogemusi erinevate meetodite kasutamiseks.

Sisaldab igapäevast aruandlust aktiivsuse kohta. Kord nädalas toimub kohtumine õpetajaga tagasiside saamiseks.

10. Õppemeetodid:

Loengud, juhitud diskussioon, probleemõpe, grupi- ja paaristöö, praktiline ülesanne, debatt, test.

11. Õppekeskkond:

Koolitustegevus toimub selleks otstarbeks sobilikel renditavatel pindadel, mis vastavad tervisekaitse- ja ohutusnõuetele. Klassides on iga õppija jaoks piisavalt ruumi ja valgust. Ruumid, sisseseade ja õppevara on esteetilise väljanägemisega. Koolitusruumis on täiskasvanutele sobilikud lauad ja toolid, mis võimaldavad koolitavatel mugavalt õppetööst osa võtta. Ruumides on tagatud DATA-projektori olemasolu, tahvel ja internetiühendus. Osalejatel on arvuti kasutamise võimalus õppe-eesmärgil – olemas on mobiilsed klassiarvutid.

12. Iseseisev töö:

Iseseisvad tööd on mõeldud õpitu kinnistamiseks. Iseseisev töö hõlmab õppematerjali loenguvälise osa omandamist; kodutööd vastavalt õppejõu poolt antud ülesannetele.

13. Õppematerjalide loend:

Lektorite koostatud konspektid

14. Hindamismeetod

Eksam: projekti esitlus ja kaitsmine

15. Hindamiskriteeriumid

Kursuse läbimise eelduseks ja tunnistuse saamiseks on vähemalt 75% koolitustel osalemine ja projekti esitlemine ning kaitsmine.

16. Nõuded õpingute lõpetamiseks ja väljastatavad dokumendid

Õpitulemust hinnatakse projekti kaitsmisel tulemusega arvestatud või mittearvestatud.

Hindamist mitteläbinutele väljastatakse koolitusel osalemise tõend vastavalt käsitletud teemade ja osaletud tundide mahule. Esitluse edukalt kaitsnud õppijad saavad tunnistuse.

17. Koolitaja kompetentsust tagava kvalifikatsiooni või õpi- või töökogemuse kirjeldus:

Koolitaja, kes omab õpetatavale valdkonnale vastavat haridust ja töökogemust.