

1-Koolitus MTÜ- DIGITURUNDUSE JUHI KOOLITUSE ÕPPEKAVA

Õppekeel: Eesti ja vene keel

1. Õppekava nimetus:

Digiturunduse juhi koolitus

2. Õppevaldkond:

Ärindus, haldus ja õigus

3. Õppekavarühm:

Turundus ja reklaam

4. Õppe kogumaht:

199 akadeemilist tundi, millest 88 ak tundi on auditoorset kontakttundi, 80 ak tundi praktikat ja 31 ak tundi iseseisvat tööd.

5. Sihtgrupp ja õppe alustamise tingimused:

Koolitus on mõeldud täiskasvanutele, kes soovivad alustada või arendada oma karjääri digiturunduse valdkonnas. Oodatud on nii turunduse ja müügi spetsialistid kui ka ettevõtjad, loomeinimesed, sisuloojad, tööturule naasjad ja kõik huvilised, kes soovivad süsteemset arusaama sotsiaalmeediast, reklaamist ja e-kaubandusest. Koolitus sobib hästi ka neile, kes soovivad iseseisvalt hallata ettevõtte või isikliku brändi nähtavust veebis. Õppima asumiseks on vajalikud arvutikasutuse baasteadmised (tekstitöötlus, veeb, e-post). Eelnev kogemus turunduses pole kohustuslik, kuid tuleb kasuks. Oluline on aktiivne osalemine, avatud mõtteviis ja soov rakendada õpitut praktilistes olukordades.

6. Õppe-eesmärk:

Anda õppijale teadmisi ja oskusi digiturunduse praktilise rakenduse võimalustest.

7. Õpiväljundid:

Koolituse lõpuks õppija:

1. Loob strateegia ettevõtte, toote või teenuse reklaamimiseks digikanalites ja sotsiaalvõrgustikes.
2. Valib sobiva sihtauditooriumi ja turunduskanalid ning kasutab andmeanalüüsi, statistikat ja SEO-võtteid turunduse tõhustamiseks.
3. Reklaamib ettevõtet, kaupu ja teenuseid erinevates platvormides (nt Facebook, Instagram, TikTok, YouTube) ning analüüsib tulemusi.
4. Kujundab visuaalse identiteedi, loob sisu ja haldab kogukonda sotsiaalmeedias.
5. Koostab maandumislehti ja meediakavade skeeme, kasutades kaasaegseid copywriting'u ja storytelling'u tehnikaid.
6. Juhtib e-poe tööprotsesse ning rakendab e-kaubanduse ja meiliturunduse automatiseerimise põhimõtteid.

7. Kasutab digitaalseid tööriistu ja tehisintellekti (nt ChatGPT, Midjourney, Bard jt) turundus- ja sisuloo protsessis.
8. Töötab visuaalse materjaliga – salvestab ja töötleb foto- ja videomaterjale nutiseadmetega ning kohandab need erinevate platvormide jaoks.
9. Tunneb copywriting’u, brändingu ja LinkedIn’i tööriistu ning kasutab neid professionaalse kuvandi ja kontaktvõrgustiku arendamiseks.
10. Mõistab turundusealaseid õigusakte ja andmekaitse põhimõtteid (GDPR) ning arvestab tööõiguse nõudeid turundustegevuses.
11. Rakendab omandatud oskusi praktikas, korraldades ja analüüsid digiturunduskampaaniaid reaalsetes töösituatsioonides praktikabaasis.

8. Öppesisu:

Moodul 1: Copywriting, bränding ja LinkedIn

1.1 Copywriting (4 ak.t)

- Copywriting’u liigid
- Sihtauditooriumi määratlemine ja mõjutamise võtted
- Käivitajate tüübid ja nende kasutus
- Sisutüüpide ülevaade (hariv, meelelahutuslik, inspireeriv, kutsuv jne)
- Tõhusate reklaamtekstide koostamise etapid
- Tekstistruktuur: Teema, Skeem, Slogan, Pealkiri, Alapealkiri
- Reklaamteksti stiilide liigid ja sobitamine sihtgrupiga
- Teksti kvaliteedi kriteeriumid: lühidus, selgus, usaldusväärsus, informatiivsus
- Klišeed ja stambid; hüperboolid, metafoorid, võrdlused, litootesed
- Lugude jutustamine turunduses (storytelling)

1.2 Bränding: brändi loomine ja juhtimine (4 ak.t)

- Brändi mõiste ja loomise eesmärk
- Brändi loomise protsess ja etapid
- Levinumad vead ja nende vältimine
- Brändi positsioneerimise tähtsus
- Elutsükel ja portfelli juhtimine
- Brändi juhtimise põhietapid, protsesside arendamine ja süstematiseerimine
- Brändingu eripärad kriisi ajal
- Uued suhtluskanalid, revitalisatsioon, restyling, pakumiste laiendamine, rebranding

1.3 LinkedIn tööriistana (4 ak.t)

- LinkedIn’i võimalused tööotsingul ja professionaalses võrgustumises
- Profiili loomine, seadistused ja optimeerimine
- Tõhusa profiili struktuur ja mahud
- Kontaktide võrgustiku loomise ja laiendamise meetodid

- CV/profiil LinkedIn'is: koostamise reeglid
- Koostöö värbajatega ja ärietikett platvormil

Moodul 2: Sotsiaaltööstustikes reklaamikanalid (auditoorset tööd – 24 ak.t)

2.1 Landing page (8 ak.t)

- Müüvate maandumislehtede loomise põhimõtted ja etapid
- Funktsionaalsete elementide ülesehitus
- Disain ja konversiooni tõstmise tehnikad

2.2 Facebook (8 ak.t)

- Facebooki reklaamikeskkonna eelised ja piirangud
- Kogukonna loomine, sisustrateegia ja lehe reklaamimine
- Reklaamiliigid ja KPI-d
- Kulude optimeerimise meetodid

2.3 Instagram (8 ak.t)

- Konto tüübid ja seadistused
- Visuaalne identiteet ja sisu kujundamine
- Hashtagid, story'd ja reels'id
- Reklaam Instagramis ja analüütika

Moodul 3: Video brändi arendamisel

3.1 TikTok äriks (4 ak.t)

- Platvormi kasutamine, sisu ja tehnika
- Koostöö influenceritega, vastastikune PR

3.2 YouTube (4 ak.t)

- Kanali loomine ja kujundus
- Videote ettevalmistus ja tasuta/tasulised reklaamivõimalused

3.3 Graafiline disain (6 ak.t)

- Photoshopi tööriistad, visuaalid
- Logod, tüpograafia, firmastiil

Moodul 4: Foto ja video loomine nutitelefoniga sotsiaalmeedia jaoks (4 ak.t)

- Nutifotograafia ja -filmimine
- Kaadri, heli, valguse alused
- Töötlemine mobiilirakendustes
- Kohandamine platvormide jaoks (Instagram, TikTok, YouTube)

Moodul 5: Reklaam ja e-kaubandus

5.1 Google Ads ja SEO (8 ak.t)

- Reklaamikampaaniate loomine ja optimeerimine
- Semantiline tuum ja pakkumised
- SEO strateegiad ja veebilehe optimeerimine

5.2 Chatbotid (4 ak.t)

- Chatbotide loomine ilma koodita
- Sõnumivoogude ülesehitus ja praktikad

5.3 Meiliturundus (4 ak.t)

- Meililistide loomine ja segmentimine
- Automatiseerimine ja kaasamise tehnikad

5.4 Internetipoe juhtimine (4 ak.t)

- Konkurentsianalüüs ja sihtimine
- Tööprotsessid, CRM ja õigusnõuded

Moodul 6: Õiguslikud teadmised turunduses (8 ak.t)

6.1 Töölepingu seadus (4 ak.t)

- Tööandja ja töötaja õigused
- Tööaeg, puhkus, lähetused ja koolitusõigus

6.2 Isikuandmete kaitse (GDPR) (4 ak.t)

- Andmete töötamise põhimõtted
- Andmekaitse spetsialisti roll ja vastutus

Moodul 7: Tehisintellekt turunduses (6 ak.t)

- AI tööriistad (ChatGPT, Midjourney, jne)
- Tekstide ja visuaalide loomine
- AI kasutamine sisuturunduses ja postituste optimeerimisel

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 koolitatavatel 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.