

Kinnitatud MOST Koolituskeskuse pidaja Motivators team MTU poolt 31.05.2018

õppekava nimetus	Internetiturunduse mänedzer
Õppekeel	Vene keel
õppekava maht kokku (koos iseseisva töö osakaaluga)	120 ak tundi
iseseisva töö osakaal	40 ak tundi
Eeltoodud koolituse mahust moodustab praktika [vajaduse korral]	40 ak tundi
õppe eesmärgid	Antud kursuse eesmärgiks on anda teadmised internetiturunduse 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).
õppeaja kestus	4 kuud
õpingute alustamise tingimused	Koolitust läbiv isik peab olema vähemalt 18 aastat vana.
õppekava sisu kirjeldus koos õpetavate koolitajate nimedega	<p>Käsitletakse järgmisi teemasid:</p> <p><b>1.loeng</b> Sissejuhatus internetiturundusse: eesmärgid, vahendid, mõõdikud, müügikanalid</p> <p><b>2.loeng</b> Sihtauditoorium. Kõnetada kõiki või keskenduda kindlatele inimestele. Kuidas otsida, kuidas hinnata?</p> <p><b>3.loeng</b> Konkurendid. Kohane hindamine ja häälestamine.</p> <p><b>4.loeng</b> Sotsiaalmeedia – uue põlvkonna tulevik. Strateegia, sisuplaan, kommunikatsioon.</p> <p><b>5.loeng</b> Facebook'i turundus</p> <p><b>6.loeng</b> Instagrami turundus</p> <p><b>7.loeng</b> Suunatud reklaam - kuidas mitte ebaõnnestuda.</p> <p><b>8.loeng</b> Suunatud reklaam – harjutamine kogunud juhendajaga</p>

**9.loeng** Sotsiaalmeedia statistika ja analüütika

**10.loeng** AdWords – põhikontseptsioonid, reeglid. Kontektstuaalne reklaam

**11.loeng** AdWords – häälestamine. Harjutamine kogenud juhendajaga

**12.loeng** AdWords – statistika lugemine. Kust see pärineb ja kuhu see kaob.

**13.loeng** Brändimine.

**14.loeng** Copywriting. Reklaam- ja turundustekside põhi sotsiaalmeedias. Kuidas ehitada üles tekstid, mis müüvad. Kreatiiv ja selle alused.

**15.loeng** Jutustamine.

**16.loeng** E-uudiskiri – põhikontseptsioonid

**17.loeng** E-uudiskiri – harjutamine. Harjutamine kogenud juhendajaga.

**18.loeng** Internetipoe haldamine. Müüügitulu suurendamine.

**19.loeng** Internetiturundaja tugiressursid.

**20.loeng** Projekti kaitsmine / eksam.

**Eksam:**

Tudeng kaitseb oma projekt. Esitab turundusplaan, võtab kasutusele turundusstrateegiat ning esitab komisjonile.

Vastavalt omandatud materjalide, peab tudeng esitama kliendi äri- või treeningfirmale töötavat edendavat strateegiat. Läbi töödelda ja läbi viia kampaania.

Anda põhjendatud ülevaade analüütikast ja tulemustest.

Praktiline osa algab peale 2 õppetundi ja kestab kursuse lõpuni. Peale igat kursust etteantud kodutöö.

**Praktika:**

Tuginedes saadud teadmistele, tuleb igal kursuse osalejal luua oma projekti ning koostada koolitajaga tegevusplaani ja valida sobiva taktika oma turundusplaani

	koostamiseks.
õpingute lõpetamise nõuded	Kursuse läbimiseks ja lõpetamiseks, peab osaleja läbima 40 akadeemilist tundi ning sooritama 40 akadeemilist tundi praktikat, looma oma või kliente projekti, koostama turundusplaani/tegevusplaani/kontentplaani/strateegia ning leida sobiliku taktikat projekti realiseerimiseks.
õppekava eduka läbimise korral omandatavad teadmised ja oskused	1. Teadmised internetiturundusest ja selle strateegiast 2. Sihtrühma kindlaksmääramine 3. Strateegia ja tegevusplaani koostamise oskus 4. Analüütiliste koondite lugemine ning analüüs 5. Reklaamkampaaniate loomine 6. Kursusel omandab õppija praktilised oskused Facebooki/ Instagrami fännilehe loomiseks ja haldamiseks sh Facebooki/ Instagrami turundusplaani tegemiseks.
õppeväljundid	
õppekavas seatud eesmärkide täitmiseks ja oskuste omandamiseks vajalike õpperuumide, sisustuse ja seadmete kirjeldus ning nende vastavus õigusaktides sätestatud tervisekaitsenõuetele, kui need on kehtestatud	Õpperuumid: õppesaal (mahutavusega kuni 15 inimest), Laulupeo 24-14, Tallinn Sisustus: suur koosolekulaud, pehmed toolid, kööginurk kohvipausi jaoks Kasutatavad seadmed: loengutahvel, dataprojektor, arvuti, kantseleivahendid Kasutatavad õppevahendid: jaotusmaterjal, video loengud, presentatsioonid.
Praktikabaasi kirjeldus (kui õppekava sisaldab praktikat)	Praktika läbimiseks on osalejatel vaja arvuti ning ligipääs interneti. Ülesannet võivad osalejad teostada nende poolt valitud kohas.
Nõuded õpingute lõpetamiseks, sh hindamise meetodid ja hindamiskriteeriumid	Õpingud loetakse lõpetatuks, kui osaleja on omandanud kursi õppekavas vastavad õpiväljundid:  1. Osaleja koostab turundusplaani ja loob tõelisi reklaamikampaaniaid, jälgib müügi kasvu, seadistab müügi kanaleid võrgus, uurib tarbijate käitumist. 2. Osaleja saab: seada võrgu müügi, seada reklaamikampaaniatele ja lugeda analüütilisi oskusi. 3. Osaleja suudab optimeerida ettevõtte kulusid ja meelitada uute klientide maksimaalset arvu.
Kursuse läbimisel väljastatav dokument (tunnistus või tõend)	1. Tunnistus, kui õpingute lõpetamise nõuded on täidetud. 2. Tõend, kui õpitulemused ei saavutatud, kuid õppija võttis osa õppetööst. Tõend väljastatakse vastavalt osaletud kontakttundide arvule, kuid mitte juhul, kui õppija osales vähem kui pooltes tundides.