

ESF VAHENDITEST RAHASTATAVA TÄISKASVANUTE TÄIENDUSKOOLITUSE ÕPPEKAVA

1. Üldandmed

Õppeasutus:	Tallinna Majanduskool
Õppekava nimetus:	Äritegevuse edendamine sotsiaalmeedias
Õppekavarühm:	Juhtimine ja haldus
Õppekeel:	eesti keel

2. Koolituse sihtgrupp ja õpiväljundid

Sihtrühm ja selle kirjeldus ning õppe alustamise nõuded.

Sihtrühm:

Ettevõtete ja organisatsioonide töötajad, kelle ülesandeks on ettevõtte sotsiaalmeedia kanalite haldamine või soovivad luua organisatsioonile erinevaid kanaleid, kuid on vastava ettevalmistuseta või pole oskused piisavad kaasaegsete võimaluste kasutamiseks.

Grupi suurus 24 inimest.

Õppe alustamise nõuded:

Kursus eeldab arvutikasutusoskust kesktasemel, sotsiaalmeedia kontode olemasolu ja esmast kogemust nende kasutamisel.

Õpiväljundid.

Pärast koolituse läbimist õppija:

- analüüsib olulisemaid sotsiaalmeedia teooriaid ja praktikaid,
- mõistab sotsiaalmeedia tarbijakäitumise eripärasid ja rakendab neid teadmisi ärieesmärkide saavutamiseks,
- hindab kriitiliselt sotsiaalmeedia alast potentsiaali turunduskommunikatsiooni kontekstis ja vajadusel valib kanaleid,
- planeerib ja koostab sotsiaalmeedia kampaaniaid lähtudes ettevõtte eesmärkidest ja analüüsib neid,
- rakendab elementaarseid online turunduse analüüsimise ja monitoorimise rakendusi, tarkvarasid ja tööriistu,
- koostab Facebooki sisustrateegiat lähtuvalt ettevõtte eesmärkidest.

Õpiväljundite seos kutsestandardi või tasemeõppe õppekavaga.

Kooli õppekava sotsiaalmeedia spetsialist, tase 5 kompetents sotsiaalmeedia haldamine ja monitoorimine.

Põhjendus.

Sotsiaalmeedia võimaluste kasutamine äritegevuse arendamisel on ettevõtete piiratud inim- ja finantsressursside olukorras üha olulisem. Eesti majandusmaastikul on valdavalt mikro- ja väikeettevõtteid. Statistikaameti andmetel oli 2016.a seisuga Eestis 120 450 majanduslikult aktiivset ettevõtet. Neist vähem, kui 10 töötajat, oli 112 777 ettevõttes, 10-49 töötajaga firmasid aga 6293.

Seega on erinevad sotsiaalmeedia kanalid üks suuremaid potentsiaale käesoleval digiajastul väiksemate rahaliste vahendite korral võimalikult paljude (uute) klientideni jõudmiseks.

Samuti võimaldab oskuslik e- ja sotsiaalmeediakanalite kasutamine müüa oma tooteid ja teenuseid ka välisturgudel ning seeläbi suurendada nii kliendibaasi kui ka käivet. Ka on personali- ja administratiivtöö ning ärinõustamise OSKA raportis väljatoodud vajadus arendada sektoris töötavate inimeste sotsiaalmeedia kasutamise oskust.

3. Koolituse maht

Koolituse kogumaht akadeemilistes tundides:	60
Kontaktõppe maht akadeemilistes tundides:	40
sh auditoorse töö maht akadeemilistes tundides: (õpe loengu, seminari, õppetunni või koolis määratud muus vormis)	28
sh praktilise töö maht akadeemilistes tundides: (õpitud teadmiste ja oskuste rakendamine õppekeskkonnas)	12
Koolitaja poolt tagasisidestatava iseseisva töö maht akadeemilistes tundides:	20

4. Koolituse sisu ja õppekeskkonna kirjeldus ning lõpetamise nõuded

Õppe sisu ja õppekeskkonna kirjeldus.

Õppe sisu:

- Sotsiaalmeedia, eripärad ja kanalid, mis on alustamisel oluline.
- Facebook, Instagram, Youtube, LinkedIn – mis on loomisel oluline.
Praktiline kanali loomine – seminar
- Brändi loomine sotsiaalmeedias
- Tehnilised abivahendid ja tööriistad
- Reklaamine sotsiaalmeedias - Facebooki retargeting, custom audience, pixel jms
- Äritegevuse arendamine sotsiaalmeedias – teenuste väärtus, pakkumine, hinnastamine.
Kuidas alustada oma teenusega

Iseseisev töö:

Ettevõtte sotsiaalmeedia kanaliga alustamine, ehitamine ja analüüsimine. Esitlused ja tagasisidestamine toimuvad viimasel koolituse toimumise korral.

Õppekeskkonna kirjeldus:

Koolitused toimuvad Tallinna Majanduskooli arvutiklassides, kus on õppetöö läbiviimiseks vajalik tehnika ja tarkvara. Auditoriumides on nii dataprojektor kui ka WIFI kasutamise võimalus. Ruumid vastavad tervisekaitse nõuetele.

Kohustuslikud õppematerjalid

1. Õpetaja koolituseks loodud loengumaterjalid, loengutes täiendavalt jagatud artiklid jm materjalid
2. „Internet Marketing: Strategy, Implementation and Practice“. 4th Edition (2008). Dave Chaffey, Fiona Ellis-Chadwick, Richard Mayer, Kevin Johnston.
3. Internetiturundaja lauaraamat. 2011, Tallinn, Äripäev. Erti Luik
4. Praktiline internetiturundus: seitse sammu eduka äriini internetis. 2010, Tallinn, Äripäev. Henrik Aavik

Nõuded õppe lõpetamiseks, sh hindamismeetodid ja –kriteeriumid.

Kursusel osalejale on kohustuslik osalusmäär õppetundidest vähemalt 70%.

Õpiväljundite saavutamist hinnatakse:

Õpiväljundite saavutamist hinnatakse praktilise kanalite kavandamise, ehitamise ja erinevate kanalite analüüsimise alusel. Kanalite esitlused ja tagasisidestamine toimuvad koolituse viimasel korral. Praktiline töö loetakse sooritatuks, kui õppija on erinevate kanalite loomisel arvestanud nende toimimise põhimõtetega ja rakendamise erinevate võimalustega.

Kursuse lõpetajale väljastab kool tunnistuse.

5. Koolitaja andmed

Koolitaja andmed.

Veiko Ristissaar, lõpetanud turunduse (rakenduskõrgharidus) ja rahanduse eriala (magister)
Töökogemus 9 aastat internetiturunduse valdkonnas. 4 aastat koolitaja kogemust.
Ettevõttega loonud üle 30 erineva turundusprojekti.

Õppekava koostaja:

Veiko Ristissaar, õpetaja, vriss@tmk.edu.ee