

## Õppekava „Turunduse alused ja sotsiaalmeedia (Canva, Facebook, Instagram)“

### TÄIENDUSKOOLITUSASUTUSE NIMETUS: Idee Turg OÜ

#### ÕPPEKAVA NIMETUS: Turunduse alused ja sotsiaalmeedia (Canva, Facebook, Instagram)\*

Õppetöö õppekaval „Turunduse alused ja sotsiaalmeedia (Canva, Facebook, Instagram)“ toimub neljas moodulis: 1) „Turunduse alused (turunduse ABC)“; 2) „Kujunduste ja trükiste loomine Canvas“; 3) „Facebooki koolitus – kuidas edukalt turundada Facebooki platvormil?“. 4) „Instagrami koolitus – kuidas edukalt turundada Instagrami platvormil?“

#### ÕPPEKAVARÜHM: Turundus ja reklaam

**ÕPPEKAVA KOOSTAMISE ALUS:** Kutsestandard „Väikeettevõtja, tase 5“ – kompetentsid: B.3.1 Äritegevuse kavandamine (tegevusnäitaja punkt 4); B.3.2 Äritegevuse käivitamine (tegevusnäitaja punkt 3); B.3.3 Äriprotsessi korraldamine (tegevusnäitaja punkt 2). OSKA ülevaade valdkonnaspetsiifiliste IKT-oskuste vajadusest (p 1.10 lk 20-21) (SA Kutsekoda, 2020).

**EESMÄRK:** Koolituse lõpuks on õppija omandanud vajalikud baastadmised ning -oskused koostamaks turundusplaani mikro- või väikeettevõttele. Ühtlasi on õppija omandanud vajalikud baastadmised ning -oskused loomaks kujundusi ja trükimaterjale internetipõhises tasuta kujundusprogrammis Canva ning oskab luua kaasahaaravat sisu sotsiaalmeediakanalites (Facebook, Instagram).

#### ÕPIVÄLJUNDID (koolituse lõpuks õppija):

##### Moodul 1: Turunduse alused (turunduse ABC)

- koostab turundusplaani.

##### Moodul 2: Kujunduste ja trükiste loomine Canvas

- kujundab ja loob Canva keskkonnas kujundused ning trükised.

##### Moodul 3: Facebooki koolitus – kuidas edukalt turundada Facebooki platvormil?

- kujundab ja loob postituse ning *story* sotsiaalmeediakanalis Facebook.

##### Moodul 4: Instagrami koolitus – kuidas edukalt turundada Instagrami platvormil?

- kujundab ja loob postituse ning *story* sotsiaalmeediakanalis Instagram.

**SIHTGRUPP:** Alustavad ettevõtjad, ettevõtlushuvilised ning turundushuvilised, kel on huvi turunduse vastu ning kellel puuduvad nii teadmised kui ka oskused turundusplaani koostamise kohta. Samuti ka need huvilised, kellel on vaja luua atraktiivseid kujundusi nt kodulehele ja/või sotsiaalmeedia jaoks ja kujundada erinevaid trükiseid (nt kutsed, nimesildid, brožüürid, esitlused, visiitkaardid vms) ning luua kaasahaaravat sisu (*story*id, postitused jne) sotsiaalmeedia keskkondades Facebookis ja Instagramis.

**ÕPPE ALUSTAMISE TINGIMUSED:** Arvuti ja interneti kasutamise baastadmised ja -oskused. Eesti keele oskus vähemalt B1 tasemel.

**ÕPPE KOGUMAHT:** 60 akadeemilist tundi, millest 48 akadeemilist tundi on auditoorset tööd ja 12 akadeemilist tundi iseseisvat tööd.

#### ÕPPEKESKKOND:

- Õppeklassid, kus on olemas *data*-projektorid, pabertahvlid, kõlarid, WIFI, moodullauad, ergonoomilised toolid. Vajadusel tagame õppijale koolitusklassis kasutamiseks sülearvuti ning soovi korral on võimalik kasutada printimise ja skaneerimise teenust (A5, A4, A3) ning lamineerimist (A3, A4, A5, A6). Õppijate kasutuses on puhkenurk, kus saab kasutada tasuta kohvimasinat ning veeautomaati.
- Veebikeskkond, kus koolitaja on reaajas pildi ja heliga ning jagab oma ekraani õppijatega. Õppijatel on võimalik osaleda koolitusel pildi ja heliga ning kasutada vestlusakent. Vajadusel saab õppija jagada enda arvutiekraani koolitajaga. Veebikoolituse puhul kasutatakse kahte virtuaaltahvli (üldine tahvel ja ülesannete tahvel), millest tekib õppijale lisaks õppematerjalidele täiendav ning toetav lisamaterjal.

## Õppekava „Turunduse alused ja sotsiaalmeedia (Canva, Facebook, Instagram)“

- Tutvu õppekeskkonna tingimustega põhjalikumalt Idee Turg koduleheküljel („koolitused“ → „õppekeskkond“).

**ÕPPEVAHENDID:** Koolitaja poolt jaotatavad õppematerjalid paber kandjal ja/või digitaalsel kujul. Soovi korral tagatakse õppijale koolitusklassis kasutamiseks sülearvuti (soovist teada andmine vähemalt kaks tööpäeva enne koolituse algust e-kirjaga aadressile info@ideeturg.ee). Veebikeskkonnas koolitusel osalemiseks võimaldatakse vajadusel õppijal koolitusperioodiks kasutada tasuta koolitusasutuse sülearvutit (edastame pakiautomaadi või kulleriga; soovist teada andmine vähemalt viis tööpäeva enne koolituse algust e-kirjaga aadressile info@ideeturg.ee). Lisaks kasutatakse interaktiivseid veebikeskkondi õpitu kinnistamiseks. Õppijal peab olema võimalik kasutada koolitusel isiklikku nutitelefoni.

**ÕPPEPROTSESS:** Auditoorne töö. Üldjuhul toimub auditoorne töö üks kuni kolm korda nädalas tööpäeviti ajavahemikul 10:00-17:00. Koolituse kuupäevad on kajastatud Idee Turg OÜ koduleheküljel koolituskalendri alalehel.

### ÕPPESISU:

**Moodul 1:** *Turunduse alused (turunduse ABC) (mooduli kogumaht 36 akadeemilist tundi, millest 24 akadeemilist tundi on auditoorset tööd ja 12 akadeemilist tundi iseseisvat tööd)*

- turunduse olemus, vajadus, planeerimine ja eesmärk
- sihtgrupi määratlemine („uus“ ja „olemasolev“ klient)
- turu segmenteerimine ja toote positsioneerimine
- toote ja teenuse väärtuspakkumine (sh tarbija mõjutamine)
- brändi juhtimine (sh missioon, visioon ja slogan)
- traditsiooniline turundus (kanalid ja võimalused)
- digiturundus (sh ülevaade kanalitest Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, Youtube jt)
- kujundustööriistad (sh Canva)
- eneseväljendusoskus (*pitching*)
- mõjuliidrid turunduses
- meiliturundus ja selleks kasutatavad tarkvarad
- Google Ad's – reklaam Google otsingumootoris
- Google Analytics
- kampaaniate loomine
- turundusplaan ja selle olemus ja vajadus

**Moodul 2:** *Kujunduste ja trükiste loomine (mooduli kogumaht 8 akadeemilist tundi, millest 8 akadeemilist tundi on auditoorset tööd ning iseseisev töö õppekavas puudub)*

- konto loomine ja ülevaade Canva keskkonnast
- näited erinevatest kujundustest – teiste vigadest ja õnnestumistest õppimine
- foto- ja videomaterjali importimine
- värvipalett – brändi värvide lisamine ja kasutamine
- Canva erinevad tööriistad – raamid, teksti paigutamine, kirjastiili valik, kujundid, fotod, videod, taustad jms
- Canvas olemasolevate kujunduste kasutamine ja kujunduse ise loomise võimalused
- presentatsiooni, plakati, esitluse jne kujundus
- erinevate pildi- ja videoformaate kasutamine ja kujundamine (nt Facebooki postitus ja *story*, Instagrami postitus ja *story*)
- loodud projektide salvestamine, printimiseks alla laadimine

## Õppekava „Turunduse alused ja sotsiaalmeedia (Canva, Facebook, Instagram)“

**Moodul 3: Praktiline Facebooki koolitus – kuidas edukalt turundada Facebooki platvormil?** (mooduli kogumaht 8 akadeemilist tundi, millest 8 akadeemilist tundi on auditoorset tööd ning iseseisev töö õppekavas puudub)

- ülevaade Facebooki keskkonnast
- Facebooki eesmärk ja ajalugu – mis see on ja mis võimalusi pakub?
- konto loomine Facebookis – kuidas teha ettevõttele oma leht?
- Facebooki sihtrühm – kellele ja kuidas suunata sisu Facebookis?
- postituste sisu Facebookis – kuidas leida postituste ideid ning teha edukaid kampaaniaid?
- Facebooki postituse olemus ja koostamine, sh *hashtag*’id
- Facebook *story* erinevad tööriistad – teksti pikkus ja paigutamine, animatsiooni ja muusika valik, filtrite kasutamine, kirjastiili valik.
- kuidas filmida, monteerida ja postitada? Mis rakendusi kasutada lühivideote postitamiseks *storiesse*?
- mida pidada silmas nii sisuliselt kui tehniliselt piltide ja videote postitamisel Facebookis? Mis mõõdud on tavapostitusel ja *storyl*? Kuidas ja mis programmis töödelda pilte enne postitamist?
- millised on head näited hästi hallatud kontodest Facebookis?
- millised on variandid, et mõõta Facebookis tegevuste tulemuslikkust?
- kuidas luua CTA-sid? (*Call to Action*)
- kuidas kirjutada postitusele kaasahaarav tekst, et klient selle päriselt ka lõpuni loeks? Millal ja milliseid emotikone kasutada?
- mis on tasulised reklaamid ja kuidas neid kasutada? Kuidas mõõta tulemusi?

**Moodul 4: Instagrami koolitus – kuidas edukalt turundada Instagrami platvormil?** (mooduli kogumaht 8 akadeemilist tundi, millest 8 akadeemilist tundi on auditoorset tööd ning iseseisev töö õppekavas puudub)

- ülevaade Instagrami keskkonnast
- Instagrami eesmärk ja ajalugu – mis see on ja mis võimalusi pakub?
- konto loomine Instagramis – mis on erinevused eraisiku ja ettevõtte kontode loomisel?
- Instagrami sihtrühm – kellele ja kuidas suunata sisu Instagramis?
- postituste sisu Instagramis – kuidas leida postituste ideid ning teha edukaid kampaaniaid?
- Instagrami postituse olemus ja koostamine, sh *hashtag*’id
- *reels* Instagramis – mis see on ning kuidas seda teha?
- Instagrami erinevad tööriistad – teksti pikkus ja paigutamine, muusika valik, filtrite kasutamine, kirjastiili valik jms
- Instagrami *story* kujundamine ja loomine – kuidas filmida, monteerida ja postitada? Mis rakendusi kasutada lühivideote monteerimiseks, et neid lisada *storiesse*?
- kuidas lisada *storiesse* küsimusi ja kaasata jälgijaskonda?
- kuidas lisada *storiesse* viidet kodulehele/veebilingile?
- mida pidada silmas nii sisuliselt kui tehniliselt piltide ja videote postitamisel Instagramis? Kuidas ja mis programmis töödelda pilte enne postitamist?
- mis on Instagram *story highlights* ja kuidas muuta kaanepilti nii, et see ühilduks brändi värvipaletiga?
- millised on head näited hästi hallatud kontodest Instagramis?
- kuidas kaasata mõjuisikuid Instagramis?
- millised on variandid, et mõõta Instagramis tegevuste tulemuslikkust?

### ÕPPEMEETODID:

- **Auditoorne õpe 48 ak t:** kaasav loeng, diskussioon, rühmatöö (ajurünnak, arutelu jne), juhtumianalüüs, praktilised ülesanded
- **Iseseisev töö 12 ak t:** turundusplaani koostamine vastavalt õppematerjalidele

## Õppekava „Turunduse alused ja sotsiaalmeedia (Canva, Facebook, Instagram)“

### ÕPPEMATERJALIDE LOEND:

- **Kohustuslik õppematerjal:** Koolitaja poolt välja töötatud õppematerjalid, mis jagatakse õppijatele koolituse käigus paber kandjal ja/või edastatakse e-posti teel.
- **Soovituslik õppematerjal:**
  - Cardon, D. (2020). *Digikultuur*. Tallinn: TLÜ Kirjastus.
  - Dib, A. (2020). *Üheleheküljeline turundusplaan*. Tallinn: AS Äripäev.
  - FCR Media. (2017). *Digiturunduse ABC*. Tallinn.
  - Hughes, T. & Reynolds, M. (2021). *Sotsiaalne müük*. Tallinn: AS Äripäev.
  - Keerus-Jusupov, E. (2020). *Google Analytics ettevõtjale ja turundajale*. Tallinn: AS Pakett.
  - Org, E. & Saue, O. (2019). *Bränd nimega Sina*. Tartu: Greif.
  - Raju, K. (2019). *Reklaamitrikk*. Tallinn: AS Äripäev.
  - Saar, L. (2021). *Graafilise disaini näpunäited – abiks algajale kujundajale*. Tartu: Printon.
  - Vaynerchuk, G. (2019). *Nii lüüakse läbi*. Viimsi: Million Mindset OÜ.

### HINDAMINE EHK ÕPPE LÕPETAMISE TINGIMUSED:

- **Hindamise meetodid:**
  - Moodul 1: Turunduse alused (turunduse ABC)**
    - 1) koolituse käigus valminud turundusplaani tagasisidestamine;
  - Moodul 2: Kujunduste ja trükiste loomine Canvas**
    - 1) koolituse käigus valminud kujunduste ja trükiste tagasisidestamine.
  - Moodul 3: Facebooki koolitus – kuidas edukalt turundada Facebooki platvormil?**
    - 1) koolituse käigus valminud Facebooki postituse ja *story* tagasisidestamine.
  - Moodul 4: Instagrami koolitus – kuidas edukalt turundada Instagrami platvormil?**
    - 1) koolituse käigus valminud Instagrami postituse ja *story* tagasisidestamine.
- **Hindamiskriteeriumid:**
  - Moodul 1: Turunduse alused (turunduse ABC)**
    - 1) õppija on koostanud turundusplaani vastavalt etteantud õppematerjalidele vähemalt miinimumnõuetele, mis on kajastatud turundusplaani etteantud formaadis.
  - Moodul 2: Kujunduste ja trükiste loomine Canvas**
    - 1) õppija on koostanud ühe koolitusel kohustusliku kujunduse (üldjuhul on tegemist sotsiaalmeedia (nt Facebook või Instagram) postitusega), ühe koolitusel kohustusliku trükise (üldjuhul on tegemist plakatiga) ja ühe endale vajaliku kujunduse või trükise (nt CV, Bingo mäng, kutse, visiitkaart, kleebis vms) vastavalt etteantud õppematerjalidele vähemalt miinimumnõuetele, st:
      - kujundustes/trükistes on kasutatud teksti;
      - kujundustes/trükistes on kasutatud värve lähtuvalt enda värvipaletist;
      - kujundustes/trükistes on kasutatud videot ja/või fotot.
  - Moodul 3: Facebooki koolitus – kuidas edukalt turundada Facebooki platvormil?**
    - 1) õppija on koostanud Facebooki postituse vastavalt etteantud õppematerjalidele vähemalt miinimumnõuetele, st:
      - postituses on kasutatud pilti;
      - postituse tekstis on kasutatud vähemalt kaht erinevat emotikoni;
      - postituse tekstis on kasutatud *hashtag*'i.
    - 2) õppija on koostanud Facebooki *story* vastavalt etteantud õppematerjalidele vähemalt miinimumnõuetele, st:
      - *story*s on kasutatud teksti;
      - *story*s on kasutatud:
        - a) animatsiooni või;

## Õppekava „Turunduse alused ja sotsiaalmeedia (Canva, Facebook, Instagram)“

### b) muusikat.

#### **Moodul 4: Instagrami koolitus – kuidas edukalt turundada Instagrami platvormil?**

- 1) Õppija on koostanud Instagrami postituse vastavalt etteantud õppematerjalidele vähemalt miinimumnõuetele, st:
    - postituses on kasutatud pilti;
    - postituse tekstis on kasutatud vähemalt kaht erinevat emotikoni;
    - postituse tekstis on kasutatud *hashtag*'i.
  - 2) Õppija on koostanud Instagrami *story* vastavalt etteantud õppematerjalidele vähemalt miinimumnõuetele, st:
    - *story*s on kasutatud teksti ja muusikat;
    - *story*s on kasutatud vähemalt ühte Instagrami efekti;
    - *story*sse on lisatud:
      - a) *küsimus ja lisatud vastuste kast* või;
      - b) *viide veebilehele*.
- Hindamine on mitmeeristav.

#### **VÄLJASTATAVAD DOKUMENDID:**

- **TUNNISTUS**, kui õpiväljundid on saavutatud.
- **TÕEND**, kui õpiväljundeid ei saavutatud, kuid õppija võttis osa õppetööst. Tõend väljastatakse vastavalt osaletud kontakttundide arvule.

#### **KOOLITAJA KVALIFIKATSIOON:**

**Andres Vaher** töötab Tartu Ülikooli majandusteaduskonna turundus- ja kommunikatsioonispetsialistina ja Mööbliproff OÜ-s turundusjuhina ning on lisaks mentor alustavatele ettevõtetele. Andres on lõpetanud Lääne-Viru Rakenduskõrgkooli kaubandusökonoomika erialal (2014, rakenduskõrgharidus). Huvi turunduse vastu viis ta õppima Tartu Ülikooli majandusteaduste magistrantuuri, kus spetsialiseerus turundusele ja juhtimisele (õppeained läbitud; magistritöö kirjutamine käsil). Ühtlasi tegeleb ta ettevõtlusega, juhtides turundusagentuuri Targalt, pakkudes ettevõtetele igapäevasel turundusalaseid teenuseid. Oma kogemused on Andres omandanud töötades era- ja avaliku sektori ettevõtetes, kus tegeles ka turundusega rahvusvahelisel tasandil. Andres on Idee Turg OÜ turunduse koolitaja aastast 2019. Andres on turundaja, kelle jaoks käivad töö ja hobi üheskoos. Tutvu Andrese CV-ga Idee Turg OÜ koduleheküljel [www.ideeturg.ee/koolitajad/](http://www.ideeturg.ee/koolitajad/).

**Õppekava koostatud ja kinnitatud:** 30.04.2022

**Viimati muudetud ja kinnitatud:** 11.03.2023

*\*Juhime tähelepanu, et õppekava „Turunduse alused ja sotsiaalmeedia (Canva, Facebook, Instagram)“ on loodud nelja õppekava (Turunduse alused (turunduse ABC); Kujunduste ja trükiste loomine Canvas; Instagrami koolitus – kuidas edukalt turundada Instagrami platvormil?; Facebooki koolitus – kuidas edukalt turundada Facebooki platvormil?) põhjal. Kui olete huvitatud ainult ühest, kahest vms moodulist, on võimalik registreeruda konkreetsele koolitusele. Eraldiseisvad õppekavad on välja toodud täienduskoolitusasutuse Idee Turg OÜ koduleheküljel („koolitused“ -> „õppekavad“). Koolitustele on võimalik registreeruda täienduskoolitusasutuse Idee Turg OÜ koduleheküljel („koolitused“ -> „koolituskalender“).*

*Antud õppekava on intellektuaalne omand, sellest tulenevalt on keelatud ilma Idee Turg OÜ allkirjaõigusliku esindaja kirjaliku nõusolekuta dokumendi mistahes osa mehhaaniliste või elektrooniliste vahenditega reprodutseerida ega muul viisil paljundada, kaasa arvatud fotopaljundus, informatsiooni talletamine, kontaktkooperimine.*