

# ESF VAHENDITEST RAHASTATAVA TÄISKASVANUTE TÄIENDUSKOOLITUSE ÕPPEKAVA

## 1. Üldandmed

Õppeasutus:	Valgamaa Kutseõppekeskus
Õppekava nimetus: <i>(venekeelsetel kursustel nii eesti kui vene keeles):</i>	Kuidas tõhusamalt sotsiaalmeedias müüa?
Õppekavarühm: <i>(täiendus koolituse standardi järgi)</i>	Hulgi- ja jaekaubandus
Õppekeel:	Eesti keel

## 2. Koolituse sihtgrupp ja õpiväljundid

**Sihtrühm ja selle kirjeldus ning õppe alustamise nõuded.** Ära märkida milliste erialaoskuste, haridustaseme või vanusegrupi inimestele koolitus on mõeldud ning milline on optimaalne grupi suurus; ära tuua kas ja millised on nõuded õpingute alustamiseks.

**Sihtrühm:**

Koolitus on mõeldud ettevõtjatele, teenusepakkujatele (nt terapeutidele), kes vajavad teadmisi, kuidas kasutada digiajastul sotsiaalmeediat, et turundada ja suurendada müüki läbi sotsiaalmeedia.

**Grupi suurus:** 10

**Õppe alustamise nõuded:**

Eelistatud on osalejad, kes on sotsiaalmeedia planeerimise faasis või omavad kontot, aga on seni vähe aktiivsed. See tähendab, et inimesed tunnevad mingil määral platvorme Facebook ja Instagram (ei vaja juhendamist konto loomiseks või postituse tegemiseks), aga ei ole kasvatanud märkimisväärset jälgijaskonda ega kasutanud platvormi efektiivse tööriistana.

**Õpiväljundid.** *Õpiväljundid kirjeldatakse kompetentside, mis täpsustavad, millised teadmised, oskused ja hoiakud peab õppija omandama õppeprotsessi lõpuks.*

Pärast kursuse lõppu oskab ja teab lõpetanu:

- sotsiaalmeedia kanaleid ja kasutab neid oma igapäevases töös
- toodete/teenuste turundamiseks;
- millised on võimalused oma toote või teenuse turundamiseks
- Instagramis;
- kuidas alustada oma toodete või teenuste turundamist Instagramis;
- kuidas planeerida struktureeritud turundustegevust sotsiaalmeedias; • kuidas luua atraktiivset postitust

**Õpiväljundite seos kutsestandardi või tasemeõppe õppekavaga.** *Tuua ära vastav kutsestandard ning numbriline viide konkreetsetele kompetentsidele, mida saavutatakse.*

E-kaubanduse spetsialisti õppekava 60 EKAP, moodul Turundamine läbi e-kanali 8 EKAP

**Põhjendus.** *Tuua põhjendus koolituse sihtrühma ja õpiväljundite valiku osas.*

Tööjõuvajaduse seire- ja prognoosisüsteem OSKA raportist lähtuvalt vajavad müügi ja turundusjuhid e-kaubandusega seotud kompetentse, sh oskust luua ettevõtte üldine eäri puudutav kontseptsioon ja visioon, kasvatada ja hoida e-kanalite osakaalu müügis ning nende kvaliteeti.

### 3. Koolituse maht

<b>Koolituse kogumaht</b> akadeemilistes tundides:	
<b>Kontaktõppe maht</b> akadeemilistes tundides:	<b>36</b>
sh auditoorse töö maht akadeemilistes tundides: (õpe loengu, seminari või muus koolis määratud vormis)	<b>15</b>
sh praktilise töö maht akadeemilistes tundides: (õpitud teadmiste ja oskuste rakendamine õppekeskkonnas)	<b>21</b>

Koolitaja poolt tagasisidestatava iseseisva töö maht akadeemilistes tundides:	
---	--

#### 4. Koolituse sisu ja õppekeskkonna kirjeldus ning lõpetamise nõuded

**Õppe sisu ja õppekeskkonna kirjeldus.** *Tuua peamised teemad ja alateemad sh eristada auditoorne ja praktiline osa. Esitada õppekeskkonna lühikirjeldus, mis on õpiväljundite saavutamiseks olemas. Loetleda kursuse kohustuslikud õppematerjalid (nt õpikud vmt) kui need on olemas. Kui õppijalt nõutakse mingeid isiklikke õppevahendeid, tuua ka need välja.* **Õppe sisu:**

##### **Auditoorne töö: 15 tundi**

- Koolitus keskendub väikeettevõtte digitaalsele nähtavusele.
- Mõtestame toote või teenuse sihtgruppe ja loome persoonasid, analüüsime konkurente.
- Tutvume olulisemate sotsiaalmeedia platvormide (Instagram ja Facebook) ja nende toimimise põhimõtetega.
- Õpime looma visuaalselt ja tekstiliselt professionaalset sisu ja reklaame ning õpime tulemusi analüüsima.
- Koolitus võiks pakkuda huvi neile, keda huvitab mina-brändi, toote või teenusebrändi haldamine digitaalsetel platvormidel.

##### **Praktiline töö: 21 tundi**

- Toote/teenuse kirjeldamine
- Sotsiaalmeediakanalite analüüs, konkurentide analüüs; • Sotsiaalmeedia profiili professionaalne loomine;
- Digiturundus- ja kommunikatsioonistrateegia loomine;
- Turundustegevuste ja kommunikatsioonitegevuste läbiviimine;

##### **Õppekeskkonna kirjeldus**

Koolitus toimub Valgamaa Kutseõppekeskuse õppeklassides, kus on olemas kaasaegsed IKT vahendid.

**Nõuded õppe lõpetamiseks, sh hindamismeetodid ja –kriteeriumid.** Nõutud on vähemalt 70% kontakttundides osalemine. Kirjeldada, kuidas hinnatakse õpiväljundite saavutamist.

Koolitus toimub Valgamaa Kutseõppekeskuse õppeklassides, kus on olemas kaasaegsed IKT vahendid.

Nõutav on osalemine vähemalt 70% õppetundides ja kõikide praktiliste ülesannete sooritamise ning õpiväljundite saavutamise.

Hindamine on mitmeeristav: arvestatud/ mittearvestatud.

Kui õpiväljundid on saavutatud, väljastatakse tunnistus.

#### **Hindamismeetodid Hindamiskriteeriumid**

Praktilised ülesanded: Enesepresentatsioon ja oma ettevõtte tutvustamine grupikaaslastele; tegevusvaldkonna ja konkurentide analüüs; tegevuskava kaardistamine; turundusstrateegia planeerimine ja sellele vastava sotsiaalmeedia sisu loomine; konto profiili korda tegemine. Kõik praktilised ülesanded peavad olema grupile ja/või õpetajale esitatud ja heaks kiidetud.

## **5. Koolitaja andmed**

**Koolitaja andmed.** Tuua ära koolitaja(te) ees- ja perenimi ning kursuse läbiviimiseks vajalikku kompetentsust näitav kvalifikatsioon või vastav õpi- või töökogemuse kirjeldus

**Maarja Nõgene** on tegelenud 5 hooaega pulmavideo maastikul pulmade filmimise ja monteerimisega, vabakutseline disainer ja visuaalkunstnik (loonud graafikat e-äriregistrile ja Creative Portsile, Valgamaale logo jne). Turundusentusiast ning sotsiaalmeedia haldur.

**Õppekava koostaja:** Maarja Nõgene, sisulooja/vabakutseline disainer/koolitaja, maarja.nogene@gmail.com

*/ees- ja perenimi, amet, e-mail/*