

## ESF VAHENDITEST RAHASTATAVA TÄISKASVANUTE TÄIENDUSKOOLITUSE ÕPPEKAVA

### 1. Üldandmed

Õppeasutus:	Võrumaa Kutsehariduskeskus
Õppekava nimetus: (venekeelsetel kursustel nii eesti kui vene keeles):	E-kaubandus, müük ja turundus sotsiaalmeedias
Õppekavarühm: (täiendus- koolituse standardi järgi)	Hulgi- ja jaekaubandus
Õppekeel:	Eesti keel

### 2. Koolituse sihtgrupp ja õpiväljundid

**Sihtrühm ja selle kirjeldus ning õppe alustamise nõuded.** Ära märkida milliste erialaasuste, 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 inimestele, kes vajavad teadmisi ja oskusi e-kaubandusest, müügist ja turundusest sotsiaalmeedias.

**Grupi suurus:** 12 inimest

**Õppe alustamise nõuded:** Arvuti kasutamise oskus algtasemel.

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

Koolituse lõpuks õppija:

- oskab korraldada e-turundustegevust ja kommunikatsiooni sotsiaalmeedias;
- oskab otsida ja rakendada meetmeid tarbija tähelepanu saamiseks;
- mõistab pikaajalist mõtteviisi ettevõtte kasvatamisel;
- oskab koostada 21. sajandi turundusstrateegiat;
- mõistab veebilehtede ja e-poodide efektiivsuse tõstmise võimalusi;
- oskab analüüsida sotsiaalmeedia sisu ja reklaamide kasulikkust.

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

Õppekava koostamise aluseks on Võrumaa Kutsehariduskeskuse äriteenuste valdkonna tasemeõppekavad Ärikorralduse spetsialist ja Väikeettevõtte turundusspetsialist.

**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 e-äri puudutav kontseptsioon ja visioon, kasvatada ja hoida e-kanalite osakaalu müügis ning nende kvaliteeti.

### 3. Koolituse maht

Koolituse kogumaht akadeemilistes tundides:	26
Kontaktõppe maht akadeemilistes tundides:	26
sh auditoorse töö maht akadeemilistes tundides: (õpe loengu, seminari või muus koolis määratud vormis)	10
sh praktilise töö maht akadeemilistes tundides: (õpitud teadmiste ja oskuste rakendamine õppekeskkonnas)	16
Koolitaja poolt tagasisidestatava iseseisva töö maht akadeemilistes tundides:	0

### 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: 10 tundi

- Sotsiaalmeedia potentsiaali nägemine;
- Sotsiaalmeedia alused ja toimimine (sh. algoritm);
- Sotsiaalmeedia väärarusaamade ümber lükkamine;
- Turundamise mõtteviisi paika saamine;
- Brändingu alused;
- Ettevõtte reputatsiooni loomine;
- Ideaalse kliendi formuleerimine;
- 21. sajandi turundusstrateegia – kuidas turundada praegustele generatsioonidele;
- Kodulehekülje loomise põhitõed;
- E-poe loomise põhitõed;
- Sotsiaalmeedia kontode analüüsimine;
- Alahinnatud tasulised reklaamid;
- Sotsiaalmeedia sisu loomine.

Praktiline töö: 16 tundi

- Ideaalse kliendi formuleerimine;
- Ettevõtete kodulehekülgede ja sotsiaalmeedia analüüs;
- Turundusstrateegia koostamine;
- Sotsiaalmeedia sisu loomine.

#### Õppekeskkonna kirjeldus:

Koolitus toimub Võrumaa Kutsehariduskeskuse õppeklassides, kus on olemas kaasaegsed IKT vahendid.

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

Nõutav on osalemine vähemalt 70% õppetundides ja kõikide praktiliste ülesannete sooritamine ning õpiväljundite saavutamine.

Hindamine on mitteeristav: arvestatud/ mittearvestatud.

Kui õpiväljundid on saavutatud, väljastatakse tunnistus.

Hindamismeetodid	Hindamiskriteeriumid
Praktiline ülesanne: Turundusstrateegia koostamine ja sotsiaalmeedia sisu loomine.	Turundusstrateegia ja sotsiaalmeedia sisu on koostatud ja esitlenud grupile ning see on analüüsitud koos õpetajaga 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.*

**Karl Niilo** – Nopri Talumeierei turundusjuht ja Exela Media Group OÜ asutaja, 350 000 jälgijat Instagramis.

**Carl-Hans Sammel** – Exela Media Group OÜ asutaja, 650 000 jälgijat Instagramis.  
Turunduses nõustaja ja koolitaja.

**Õppekava koostaja:** Karl Niilo, ettevõtja/ koolitaja, karl@nopri.ee  
/ees- ja perenimi, amet, e-mail/