

Kursuse nimi: Internetiturunduse alused

Ainekava koostanud õpetaja(d)	Kristo Olli
Maht ja korraldus	10 nädalat, iga kohtumise pikkus 2 x 70 min
Kursuse toimumise aeg ja koht	II trimester, PERGis
Kursuse tüüp (kohustuslik/valik)	Valikkursus
Osalejate maksimaalne arv	30
Sihtrühm	G1-G3
Eeltingimused kursusel osalemiseks	Puuduvad
Kursuse lühikirjeldus ja eesmärgid	Anda õpilasele baasteadmised internetiturundusest ja peamiselt selle sisuloomelisest poolest ehk kuidas luua sotsiaalmeedia postitusi, blogiartikleid, reklaame, kodulehti kui ka e-kirju nii, et inimesed neid päriselt lugeda tahaksid ja Sinu toodet/teenust ka ostaksid. Kursus keskendub vähem tehnilisele/IT poolele ning rohkem sisuloome, strateegia ja kirjutamise poolele.
Kursuse tulemuse kujunemise viis	• Kodutööde õigeaegne ja korrektne tegemine • Tundides aktiivne kaasatöötamine • Vähemalt 80% tundides osalemine
Õpitulemused	Kursuse tulemusena saab õpilane väärt oskused selleks, et tulevikus oma toodet/teenust müües sihtrühma hästi kõnetada, karjäärialaselt endale rohkem uksi avada, teiste kandidaatide ja konkurentide seast silma paista ja oma ettevõtmistes edukas olla.
Vajalikud õppematerjalid ja -vahendid	Konspekterimiseks ja kiiremaks kaasatöötamiseks võiks ideaalis olla õpilasel sülearvuti ja/või kaustik.

Kursuse ülesehitus:



Teema	Tundide arv	Märkused (tegevused, õppevorm)
Sissejuhatus kursusesse. Mis on copywriting ja miks see on üks tähtsamaid turundusoskuseid?	2 tundi	
Erinevate internetiturunduse kanalite ABC (mis on eduka kodulehe elemendid, mis toimib hästi meiliturunduses, sotsiaalmeedia postitustes, Facebooki reklaamides jms) Milliseid abistavaid turundustööriistu kasutada?	8 tundi	
Kuidas luua tekste, mis päriselt ka inimesi kõnetavad ja tegutsema panevad?	4 tundi	
Mida, kuidas ja millal sotsiaalmeediasse postitada? Kust leida sisuloomeks ideid ja inspiratsiooni?	4 tundi	
LinkedIni ABC ja persoonibrändi ehitamine	2 tundi	

