

LÜHIVIDEOTE (INSTAGRAM REELS & TIKTOK) MEISTRIKLASS

ÕPPEKAVA

PÄEV	KELL	TEEMA	AUDITOURNE TÖÖ	ISESEISEV TÖÖ
1	18.00-21.00	Oskuslik filmimine, monteerimine, videoplaan	4 akadeemilist tundi	4 akadeemilist tundi
2	18.00-21.00	Viraalsuse mõistmine, tööriistad, efektid edasijõudnutele	4 akadeemilist tundi	
			KOKKU 8 ak. h	KOKKU 4 ak. h
				KOKKU 12 ak. h TEADMISI!

Õppekava nimetus	LÜHIVIDEOTE (INSTAGRAM REELS & TIKTOK) MEISTRIKLASS
Õppekava keel	Eesti keel
Õppe kestvus	1 nädal (2x nädalas)
Õpperühma suurus	Maksimum 15 inimest
Sihtgrupp	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sotsiaalmeedia haldurid 2. Sotsiaalmeedia turundajad 3. Sisuloojad 4. Influencer-turundajad 5. Turundusassistendid 6. Pürgivad influencerid 7. Persoonibrändi kujundajad 8. Väikebrändi omanikud 9. Bränding spetsialistid 10. Paindliku töö otsijad 11. Igaühele, kes soovib sotsiaalmeedia pöörata enda kasuks
Õppe eesmärgid	<ul style="list-style-type: none"> - Saada põhjalikud ja praktilised teadmised kaasaegsete turundusinstrumentide efektiivsest kasutamisest - Omandada oskus edendada kas enda või teiste sotsiaalmeedia sisuloome projekte <ul style="list-style-type: none"> - Õppida looma kaasahaaravat sisu - nii pilte, videosid kui tekste
Õpiväljundid	Kursuse lõpetaja:

	<ul style="list-style-type: none"> - Omab teadmisi sotsiaalmeedia sisuloome põhiprintsiipidest - Oskab turundada ja mainet luua läbi videosisu - Oskab määrata kindlaks toote või teenuse sihtrühma - Oskab teha konkurentsianalüüsi - Oskab videotega luua tootele või teenusele väärtust - Oskab luua professionaalseid videosid ka mugavusteta olukordades - Oskab kasutada videotöötluste aplikasioone - Oskab kujundada brändi toimimiskava sotsiaalmeedias - Oskab kasutada mitmeid sotsiaalmeedia platvorme sümbioosis üksteise kasuks - Oskab läbi videote maksimaliseerida sotsiaalmeedia kaasatavust (<i>engagement</i>) - Oskab kirjutada müüvaid lühitekste - Teab sotsiaalmeedias reklaamimisega tulenevaid reegleid, seadusi ja kohustusi - Oskab olla ajaliselt efektiivne ja teab selleks vajalikke seadmeid/programme - Oskab analüüsida statistikat ning kasutab seda turunduskampaaniate efektiivsuse tõstmiseks - Oskab eristada head turundust ja turundusvigu - Kasutades ülalpool mainitud punkte, oskab luua videosisuga turunduskampaaniaid enda või teiste ettevõtete või persoonibrändi edendamiseks
<p>Kursuse läbiviimise põhiprintsiibid ja -meetmed</p>	<p>Ülalpool mainitud õppeväljundite saavutamiseks ja teadmiste omandamiseks on kursuse jooksul kasutatud järgmised meetmed:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Praktilised harjutused - Teooria - Töötoad - Arutelud - Individuaalsed tööd - Grupitööd - Kogu kursuse jooksul personaalne tagasiside - Kodutööd - Tugigrupp Facebook'is

Praktilised tööd	Õpilasel peab olema nutiseade, arvuti ja Instagrami konto, mida saab praktiliste ülesannete täitmisel kasutada.
Õpperuumid	Toimumiskoht: online - Zoom
Kasutatavad seadmed vastavuses õigusaktides sätestatud tervisekaitsenõuetele	Loengutahvel, dataprojektor, arvuti, kantseleivahendid
Õppe lõpetamise tingimused	<p>Õpinguid loetakse lõpetatuks, kui osaleja: 1. on omandanud kursuse õppekavas loetletud õpiväljundid, mida testitakse läbi iseseisvalt tehtud tööde hindamise ning mille tulemus peab olema vähemalt 50% 100%st;</p> <p>2. on osalenud vähemalt 75% auditoorsetest tundidest.</p>
Kursuse läbimisel väljastatav dokument	<p>Kursuse lõpus väljastatakse õpilasele:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tunnistus, kui õpingute lõpetamise nõuded on täidetud - Tõend, kui õpingute nõuded ei ole täidetud, kuid õpilane võttis osa vähemalt 50% koolituspäevadest
Koolitajad	<p>Anita Sibul</p> <p>Turunduses üle 10 aasta - sisulooja, sotsiaalmeedia spetsialist, haldur, kampaaniate looja ja koolitaja. Töötanud nii etevõtete all sotsiaalmeedia spetsialistina kui ka ehitanud üles omanimelise persoonibrändi, mis on tuntud nii tavameedias kui sotsiaalmeedias. Töötanud pikaajaliselt rahvusvaheliste brändidega, nagu Maybelline & Wolt jpt. Olnud reklaamnägu L'Orealile, Fantale jt.</p>