



Valikaine – Sotsiaalmeedia turundus

Kooliaste: gümnaasium

1. Üldalused

Sotsiaalmeedia turunduse kursus annab praktilised oskused ja strateegilised teadmised, et luua sotsiaalmeediasse mõjusat ning kvaliteetset sisu ja mõista sotsiaalmeedia platvormide toimimist ning analüütikat.

1.1 Ainevaldkonna õppeaine arvestuslik maht

35 õppetundi

1.2 Õppeaine kirjeldus

Õppeaine eesmärk on anda põhjalik arusaam sotsiaalmeedia turunduse põhimõtetest ning õpetada turunduskampaaniate loomiseks vajaminevaid oskuseid. Kursuse jooksul omandatakse teadmised nii brändi, sotsiaalmeedia platvormide, foto- ja video sisuloomes, mõjuisikaturunduse kui ka sotsiaalmeedia analüütika kohta ning rakendatakse neid teadmisi ka päriselulistel olukordades.

Valikkursusega taotletakse, et õpilane:

- tunneb peamiseid sotsiaalmeedia turunduskanaleid ja nende tööpõhimõtteid,
- oskab luua mõjusaid sotsiaalmeedia tekste,
- on oskuslik nii foto- kui ka video sisuloomes,
- mõistab ja teab, mida tähendab bränd ning kuidas tugevat brändi ehitada,
- omab arusaama mõjuisikaturundusest ning teab, mis põhjustel ettevõtted neid oma tegevustes rakendavad,
- saab aru sotsiaalmeedia analüüsi tööriistadest ning oskab neid ka ise tõlgendada.

1.3 Valdkonnaülene lõimingi, üldpädevuste arengu toetamine ja õppekava läbivate teemade käsitlemine

Sotsiaalmeedia turunduse valikkursus pakub mitmekülgseid lõiminguvõimalusi erinevate õppeainetega, aidates siduda teoreetilisi teadmisi praktiliste oskustega.

Kursuse raames arendatakse selge ja mõjuva teksti koostamise oskust, mis toetab eesti keele õpet ning tugevdab nii kirjalikku eneseväljendust kui ka loovkirjutamise oskust. Samuti aitab turundusmaterjalide lugemine ja analüüsimine kaasa tekstide mõistmise ja kriitilise lugemisoskuse arengule.

Matemaatika ja reaalarvude lõiming avaldub sotsiaalmeedia mõõdikute analüüsis. Õpilased õpivad arvutama ja tõlgendama erinevaid turundusnäitajaid, nagu jälgijaskonna kasv, kaasatuse määr ja



kogu nähtavus. Andmepõhine analüüs aitab paremini mõista turundustegevuste tulemuslikkust ning toetab strateegiliste otsuste tegemist.

Kuna sotsiaalmeedia turunduses on oluline kursis olla uusimate rahvusvaheliste trendide ja praktikatega, toetab kursus ka inglise keele oskuse arengut. Õpilased töötavad võõrkeelsete allikatega, sünteesides ja tõlgendades ingliskeelseid artikleid ning turundusuuringuid, et paremini mõista globaalse turunduskeskkonna suundi.

Videoprojektide kaudu lõimub kursus muusikaõpetusega, sest videotöötles mängib olulist rolli taustamuusika valik ning selle harmoneerimine visuaalse sisuga. Oskus valida ja kohandada muusikat suurendab video emotsionaalset mõju ning vaatajate kaasatust, andes õpilastele praktilise kogemuse heli ja pildi koostoime mõtestamisel.

Peamiselt toetatakse valikkursusega järgmiseid üldpädevusi:

1. **Kultuuri- ja väärtuspädevus** – õpilased õpivad looma sihtrühmale sobivat, vastutustundlikku ja mitmekesist sisu. Oluline on mõista ka brändide sotsiaalset vastutust ning seda, kuidas turundus võib mõjutada ühiskondlikke hoiakuid.
2. **Suhtluspädevus** – kursusel arendatakse oskust väljendada ennast selgelt ja veenvalt nii kirjalikult kui ka visuaalselt. Lisaks arendatakse oskust koostada turundustekste ja esitleda ideid veenvalt ning analüüsida teiste loodud sisu kriitilise pilguga.
3. **Enesemääratluspädevus** – kursuse jooksul loovad õpilased sotsiaalmeedia turundusprojekti, mis võimaldab neil analüüsida oma tugevusi ja arenguvajadusi nii loovuse, tehniliste oskuste kui ka strateegilise mõtlemise vallas. Õpilased saavad õpetajalt tagasisidet, et mõista oma edusamme.
4. **Õpipädevus** – kursus arendab oskust hankida ja analüüsida infot sotsiaalmeedia turunduse trendide ja parimate praktikate kohta. Õpilased õpivad tõlgendama turundusandmeid ning kohandama oma tegevusi vastavalt saadud tagasisidele. Samuti arendatakse oskust seostada omandatud teadmisi praktiliste ülesannetega.
5. **Digipädevus** – Kursuse käigus õpitakse kasutama kaasaegseid digivahendeid ja programme, millega luua sotsiaalmeedia sisu - nii pildi, teksti kui ka videona. Lisaks hangivad õpilased erinevatest digivahenditest infot, õpivad seda hindama ja analüüsima sotsiaalmeedia kontekstis.
6. **Sotsiaalne ja kodanikupädevus** – kursusel on olulisel kohal koostöö ja meeskonnatöö oskuste arendamine. Grupiprojektide käigus õpivad õpilased jagama ülesandeid, suhtlema erinevate inimestega ning leidma ühiselt parimaid lahendusi. Samuti saavad nad kooliüritusi kajastades praktiseerida suhtlemist erinevate osapooltega. See arendab nende oskust luua suhteid, sõlmida kokkuleppeid ja töötada eesmärgipäraselt ühise tulemuse nimel.
7. **Ettevõtlikkuspädevus** - kursusel loovad õpilased kokkuvõtliku töö ja praktiseerivad õpitud oskusi kooliüritust kajastades, mis arendavad nende ettevõtlikkust ja loovust. Nad õpivad seadma turunduslikke eesmärgi, koostama strateegiaid ja neid ellu viima. Lisaks



analüüsivad grupitöös päriselulisi turunduskampaaniaid, mis nõuavad omaalgatust ja vastutust tulemuste eest.

Õppekava läbivate teemade käsitlemine:

1. **Elukestev õpe ja karjääri kujundamine** - kursus laiendab õpilaste maailmapilti, tutvustades sotsiaalmeedia turundust kui ühte karjäärivõimalust. Kursuse läbimise kaudu teadvustavad õpilased oma huve, võimeid ja oskusi, mis aitavad kaasa karjäärivalikute konkreetsemaks muutumisele. Lisaks arendatakse õpilaste õpioskusi, suhtlus- ja koostööoskusi ning suutlikkust oma arvamust kujundada ja tõlgendada.
2. **Kodanikualgatus ja ettevõtlikkus** - kursus aitab mõista ettevõtluse ja turunduse rolli ühiskonnas ning julgustab õpilasi algatama projekte. Kursus tutvustab digikeskkonna võimalusi kogukondliku ja ettevõtliku tegevuse edendamiseks, aidates kujuneda aktiivseks ja vastutustundlikuks ühiskonnaliikmeks.
3. **Teabekeskond ja meediakasutus** - kursus õpetab kriitiliselt hindama digisisu, eristama usaldusväärseid allikaid ning kasutama teavet eetiliselt ja teadlikult.
4. **Keskkond ja jätkusuutlik areng** - kursus arendab kriitilist mõtlemist ja vastutustundlikkust, aidates õpilastel mõista, kuidas turundus ja kommunikatsioon mõjutavad ühiskonda ning milline on nende roll teadlike tarbimis- ja arengusuundade kujundamisel.
5. **Tehnoloogia ja innovatsioon** - kursus õpetab õpilasi kasutama kaasaegseid digivahendeid ja platvorme, mis sotsiaalmeedia turunduse valdkonnas levinud on. Õppetöö käigus tehakse nutiseadmetega videoid, õpitakse fotograafiat ja otsitakse vajalikku ainealast infot digivahenditest.
6. **Väärtused ja kõlblus** - kursus õpetab õpilasi tegutsema eetiliselt ja vastutustundlikult digikeskkonnas, suunates neid kriitiliselt suhtuma sotsiaalmeedias levivasse informatsiooni, eristama valeinfot ja hindama selle usaldusväärsust. Eesmärgiks on, et õpilane kujuneks kõlbliselt teadlikuks inimeseks, kes tunneb ühiskonnas väärtustatud põhimõtteid ja oskab neid oma tegevuses järgida.
7. **Tervis ja ohutus** - kursus aitab õpilastel kujuneda vaimselt ja emotsionaalselt terveks ühiskonnaliikmeks, õpetades neid käituma turvaliselt ja vastutustundlikult sotsiaalmeedias ning edendama positiivseid digipraktikaid.
8. **Kultuuriline identiteet** - sotsiaalmeedia turunduse kursus aitab õpilastel mõista, kuidas sotsiaalmeedia platvormid kujundavad inimeste suhtlemist ja kultuuri. Kursus arendab kultuuriteadlikkust, aidates õpilastel näha, kuidas erinevad kultuurilised taustad mõjutavad turunduskampaaniaid ja suhtlusviise veebis.



1.4 Õppe kavandamine ja korraldamine

Õppetegevuse kavandamisel ja läbiviimisel:

1. lähtutakse õppekava alusväärtustest, üld- ja valdkonnapädevustest ning õppeaine eesmärkidest, tagades õpitulemuste saavutamise.
2. moodustatakse mõningates praktilistes töodes rühmad, et toetada meeskonnatööd ja koostööoskuste arengut;
3. luuakse toetav ja motiveeriv õpikeskkond, mis soodustab loovust, algatusvõimet ja asjalikku koostööd;
4. kasutatakse kaasaegseid digilahendusi, interaktiivseid õppematerjale ja tehnoloogiapõhiseid õpikeskkondi, et rikastada õppeprotsessi;
5. kohandatakse õppesisu ja eesmärgid vastavalt õpilaste võimetele ning individuaalsetele vajadustele;
6. lõimitakse võimaluse korral teiste õppeainete teemad, et siduda õpitut laiemasse konteksti ja soodustada ainetevahelist seostamist.

1.5 Hindamine

Kursuse raames hinnatakse õpilase teadmisi, oskusi, aktiivsust ja panust õppetöösse. Iga ülesande kohta antakse individuaalset tagasisidet nii suuliselt kui ka kirjalikult. Hindamise eesmärk on toetada õpilase arengut, motiveerida ning suunata edasist õppetööd. Kursuse alguses tutvustab õpetaja kursuse ülesehitust ning hindamispõhimõtteid.

Kursust hinnatakse mitteeristatavalt (arvestatud/mittearvestatud). Hinde “arvestatud” saamiseks peab õpilane:

- osalema aktiivselt praktilistes tegevustes ja tunnitöös,
- esitama nõuetele vastava lõputöö,
- sooritama enesekontrollitesti vähemalt 50% tulemusele,
- sooritama praktilise tööna ühe kooliürituse kajastuse.

1.6 Õpikeskkond

1. kaasõpilaste seisukohti austav ja arvestav õhkkond;
2. digivahendid (sülearvutid, mikrofoni, fotokaamera, telefon);
3. õppetöö ka väljaspool klassiruumi;
4. praktilise töö teostamine mõnel kooliüritusel,
5. õpperuumi mööbli ümberpaigutamise võimalus.



2. Õppesisu

2.1 Teemad

Bränd. Brändi mõiste. Tugeva brändi omadused. Brändi- vs tulemusturundus. Brändi kasvatamise 3 sammu. Näited Eestist ja maailmast.

Sotsiaalmeedia põhitõed ja strateegia. Sisustrateegia. Sisuloo maatriks ja 4 väärtuspakkumist: hariv, inspireeriv, meelelahutuslik ja veenev. SMART mudel. Algoritmid. Enim levinud sotsiaalmeedia platvormid: nende põhimõtted ning võimalused. Sihtrühm ja brändi hääl. Persona.

Loovus ja copywriting. Loovus. Loovustehnikad. *Copywriting*. Sõnum, vorm, ülesehitus, struktuur. Loovprotsess.

Foto sisuloo. Visuaalide tähtsus. Tehnika valik. Juhtivad jooned. Säri, ISO ja ava. Kompositsioon. Valgus ja erinevad valguse tehnikad. Fototöötlus. Parimad praktikad.

Video sisuloo. Skript. *Storytelling*. Shotlist. Heliefektid ja taustahelid. Muusika. Loo jutustamine. Montaaž. Tempo. Katteplaanid. Subtiitrid. Parimad praktikad.

Sotsiaalmeedia analüütika ja mõjuisikukurundus. Jälgijate kasv. Olulisemad mõõdikud: kaasatus, nähtavus, ulatus. Sotsiaalmeedia tulemuste tõlgendamine ja järelduste tegemine. Mõjuisik. Mõjuisiku valimise praktikad. ROI. Kogukonna ehitamine.

3. Õpitulemused

Valikkursuse lõpus õpilane:

1. teab brändi mõistet, tugeva brändi omadusi ja brändi kasvatamise eeldusi,
2. oskab luua mõjuva sotsiaalmeedia strateegia lähtudes sisuloo maatriksist,
3. tunneb erinevaid sotsiaalmeedia platvorme ja oskab neid tõhusalt kasutada,
4. valdab mitmeid loovustehnikaid,
5. kirjutab tabavaid sotsiaalmeedia tekste,
6. loob visuaalselt köitvaid fotosid järgides fotograafia põhitõdesid,
7. filmib ja monteering kvaliteetseid sotsiaalmeedia videoid,
8. omab ülevaadet mõjuisikukurunduse vajalikkusest,
9. analüüsib oma loodud sisu kasutades sotsiaalmeedia analüütika tööriistu ja tõlgendab saadud tulemusi.