TÄIENDUSKOOLITUSE ÕPPEKAVA

# Digiturundus tänapäeva tingimustes: reklaam, SEO, sisu, analüütika ja automatiseerimine

Praktiline õppekava kaasaegsete digikanalite ja -vahenditega töötamiseks

Õppekava autor ja koostaja: Andrei Gritskov

Kinnitatud Startup School direktori Andrei Gritskovi poolt
14.08.2026, Tallinn

| | |
|---|---|
| **Õppevaldkond** | Informatsiooni- ja kommunikatsioonitehnoloogiad |
| **Õppesuund** | Informatsiooni- ja kommunikatsioonitehnoloogiad |
| **Õppekavarühm** | Arvutikasutus |

| | |
|---|---|
| **Õppe kogumaht** | 120 akadeemilist tundi |
| **Kontaktõpe** | 60 akadeemilist tundi |
| **Iseseisev töö** | 60 akadeemilist tundi |
| **Õppekeel** | vene keel |
| **Õppevorm** | auditoorne ja/või reaalajas sünkroonne veebiõpe |

## Õppekava eesmärk

Õppekava eesmärk on kujundada praktilised oskused kaasaegsete digiplatvormide, programmide ja veebipõhiste teenuste kasutamiseks professionaalses digikommunikatsioonis, sisuhalduses, reklaamisüsteemidega töötamisel, otsingumootoritele optimeerimisel, andmete analüüsimisel ning tööprotsesside automatiseerimisel.

Koolituse käigus omandab õppija digivahendite kasutamise oskused, mida rakendatakse tänapäeva digiturunduse, sisuloome, kommunikatsiooni, digiprojektide juhtimise ja teiste digitaalsete kanalitega seotud ametite igapäevatöös.

Erilist tähelepanu pööratakse praktilisele tööle veebiplatvormide, reklaamihaldurite, otsingumootorite, analüütika, multimeediasisu, automatiseerimise ning kaasaegsete intelligentsete digivahenditega.

## Sihtrühm

Õppekava on mõeldud:

- spetsialistidele, kellel on vaja arendada kaasaegsete digivahendite kasutamise oskusi;
- alustavatele digiturundusspetsialistidele;

- kommunikatsiooni- ja sisuspetsialistidele;
- veebilehtede ja sotsiaalmeediakanalite haldajatele;
- projektijuhtidele ja virtuaalassistentidele;
- väikeettevõtjatele;
- spetsialistidele, kelle töö on seotud digikanalite, reklaamiplatvormide või veebikommunikatsiooni haldamisega;
- inimestele, kes soovivad omandada tänapäevaseid praktilisi digioskusi ja suurendada oma konkurentsivõimet tööturul.

Varasem digiturunduse töökogemus ei ole vajalik.

Vajalikud on arvuti ja interneti kasutamise baasoskused.

## Õppevorm ja õppekeskkond

Kontaktõpe toimub auditooriumis ja/või koolitaja juhendatud reaalajas sünkroonse veebiõppena Zoomi, Google Meeti või Microsoft Teamsi vahendusel. Reaalajas toimuvad veebitunnid arvestatakse kontaktõppe hulka.

Osalemiseks on vajalik stabiilse internetiühendusega arvuti, ajakohane veebibrauser, kaamera ja mikrofon. Praktilised ülesanded tehakse veebiteenustes, reklaami- ja analüütikaliidestes, arvutustabelites, koodivabadel platvormidel ning teistes moodulites nimetatud digikeskkondades.

Iseseisev töö hõlmab praktiliste ülesannete täitmist, digimaterjalide ettevalmistamist, töövahendite seadistamist, andmete analüüsi ja lõppprojekti koostamist.

## Õpiväljundid

Koolituse lõpetanud õppija:

- kasutab kaasaegseid veebiplatvorme ja digiteenuseid professionaalseks kommunikatsiooniks;
- korraldab brändi digikommunikatsiooni erinevates veebikanalites;
- loob ja kohandab tekstilist, visuaalset ja multimeedia digisisu;
- kasutab Meta Business Suite'i, Meta Ads Manageri ja teisi Meta ökosüsteemi töövahendeid;
- loob ja seadistab Google Adsis baastasemel reklaamikampaaniaid;
- rakendab SEO põhimõtteid ja otsingunõudluse analüüsi töövahendeid;
- kasutab Google Analytics 4, UTM-märgiseid ja teisi digitegevuste mõõtmise vahendeid;
- töötab digiturundus funnel'i ja customer journey põhimõtetega;
- koostab brändi digikommunikatsiooni struktuuri;
- kasutab digivahendeid SMM-i planeerimiseks ja haldamiseks;
- kasutab kaasaegseid intelligentseid töövahendeid info otsimiseks, digimaterjalide ettevalmistamiseks ja töötlemiseks;
- automatiseerib korduvaid tööprotsesse no-code-platvormide abil;
- ühendab erinevad digiteenused ühtseks tööprotsessiks;
- hindab digikommunikatsiooni tulemuslikkust andmete põhjal.

### Moodul 1. Kaasaegne digikeskkond ja digivahendid

6 kontakttundi + 6 tundi iseseisvat tööd

**Teemad**

- kaasaegne digitaalse ökosüsteemi ülesehitus;
- digitaalsed kommunikatsioonikanalid;

- veebilehed, otsingumootorid, sotsiaalmeedia ja digiplatvormid;
- digiturundus kui digitaalsete kanalite süsteem;
- professionaalne digikommunikatsioon;
- pilvepõhised töövahendid;
- brauseripõhiste teenuste kasutamine;
- digitaalse töökeskkonna korraldamine;
- Google Workspace;
- failide ja digimaterjalide haldamine;
- turvaline töötamine veebiteenustega;
- kaasaegsed intelligentsed digivahendid;
- keelemudelite kasutamine info otsimiseks, struktureerimiseks ja töötlemiseks;
- automaatselt loodud info kontrollimine ja toimetamine.

**Praktiline töö**

Digitaalse töökeskkonna loomine ja konkreetse professionaalse ülesande jaoks sobivate digivahendite komplekti valimine.

## Moodul 2. Brändi digikommunikatsiooni strateegia

6 kontakttundi + 6 tundi iseseisvat tööd

**Teemad**

- ettevõtte digitaalne kohalolek;
- brändi digitaalne identiteet;
- brändi kommunikatsioonistrateegia;
- sihtrühm;
- digitaalne klienditeekond;
- digitaalsed kokkupuutepunktid;
- positsioneerimine veebikeskkonnas;
- väärtuspakkumine;
- Tone of Voice;
- digikanalite valik;
- veebileht, otsing, sotsiaalmeedia, e-post ja tasuline meedia;
- SMM osana terviklikust digikommunikatsioonist;
- info korraldamine digikanalites;
- digikommunikatsiooni kaart;
- digivahendite kasutamine konkurentide analüüsimiseks.

**Praktiline töö**

Brändi digikommunikatsiooni kaardi koostamine: sihtrühm, kanalid, sõnumid, platvormid ja digitaalsed kokkupuutepunktid.

## Moodul 3. Digisisu ja selle loomise töövahendid

6 kontakttundi + 6 tundi iseseisvat tööd

**Teemad**

- digisisu liigid;
- tekstiline, graafiline ja videosisu;
- veebilehe sisu;
- sotsiaalmeedia sisu;

- reklaamsisu;
- informatiivne ja ekspertsisu;
- digimaterjalide loomine;
- Canva ja sarnased veebipõhised töövahendid;
- pilditöötlusvahendid;
- lühivideo montaaživahendid;
- mõõtude ja formaatide kohandamine;
- failide ja meediakogu korraldamine;
- mallid;
- brändi visuaalse järjepidevuse tagamine;
- intelligentsed abivahendid tekstide, piltide ja ideede ettevalmistamiseks;
- digisisu kvaliteedi kontroll.

**Praktiline töö**

Ühe brändi jaoks digimaterjalide komplekti loomine: tekst, pilt, lühivideo ja nende kohandused mitmele veebiplatvormile.

## Moodul 4. SMM ja sotsiaalmeediaplatvormide haldamine

6 kontakttundi + 6 tundi iseseisvat tööd

**Teemad**

- sotsiaalmeedia roll digiturunduses;
- Facebook;
- Instagram;
- LinkedIn;
- TikTok;
- platvormide kasutajaliideste ja formaatide erinevused;
- ettevõttekonto;
- Meta Business Suite;
- lehtede ja kontode haldamine;
- sisu avaldamine ja ajastamine;
- sisukalender;
- Reels ja Stories;
- LinkedIni sisu;
- digikogukonna haldamine;
- sotsiaalmeedia statistika;
- digisisu kohandamine erinevatele platvormidele;
- avaldamise automatiseerimise töövahendid;
- SMM-i töövoo korraldamine.

**Praktiline töö**

SMM-kommunikatsiooni struktuuri seadistamine ja sisukalendri loomine digitaalsete planeerimisvahendite abil.

## Moodul 5. Digireklaam: Meta Ads ja Google Ads

6 kontakttundi + 6 tundi iseseisvat tööd

Meta teemad

- Meta Business Manager;
- Meta Ads Manager;

- reklaamikonto struktuur;
- Campaign / Ad Set / Ad;
- kampaania eesmärgid;
- sihtrühmad;
- paigutused (placements);
- reklaamiformaadid;
- reklaamiloovlahendused;
- eelarve seadistamine;
- Meta Pixel - baasteadmised;
- reklaamistatistika analüüs.

Google teemad

- Google Adsi kasutajaliides;
- Google Search Ads;
- märksõnad;
- märksõnade vastetüübid;
- reklaamikampaania struktuur;
- reklaamid;
- pakkumisstrateegiad;
- reklaamieelarve;
- konversioonitoimingud;
- remarketing'i põhimõtted.

**Mõõdikud**

- impressions;
- reach;
- CPM;
- CPC;
- CTR;
- CPL;
- CPA;
- conversion rate;
- ROAS.

**Praktiline töö**

Meta Adsis või Google Adsis reklaamikampaania struktuuri loomine: sihtrühm, seadistused, reklaamid, digimaterjalid, eelarve ja KPI-d.

## Moodul 6. SEO ja otsingumootoritega töötamine

6 kontakttundi + 6 tundi iseseisvat tööd

**Teemad**

- otsingumootorite tööpõhimõtted;
- Google Search;
- search intent;
- keyword research;
- märksõnade uurimise töövahendid;
- veebilehe struktuur;
- URL;

- title;
- meta description;
- headings;
- internal links;
- piltide optimeerimine;
- on-page SEO;
- technical SEO alused;
- Google Search Console;
- otsingunähtavuse analüüs;
- SEO-sisu;
- olemasolevate veebilehtede uuendamine;
- kaasaegsed TI-toega otsinguliidesed;
- info kuvamise eripärad kaasaegsetes otsingusüsteemides;
- digivahendite kasutamine veebilehe analüüsimiseks ja optimeerimiseks.

**Praktiline töö**

Veebilehe baastasemel SEO-auditi läbiviimine ja parendusplaani koostamine.

## Moodul 7. Veebilehed, maandumislehed ja digitaalne klienditeekond

6 kontakttundi + 6 tundi iseseisvat tööd

**Teemad**

- veebilehe roll digiturunduses;
- veebilehe struktuur;
- maandumisleht;
- visuaalne hierarhia;
- navigatsioon;
- kasutajateekond;
- CTA;
- veebivormid;
- müügivihjete kogumine;
- mobiilne kohanduvus;
- kasutatavus;
- koodivabad veebileheehitajad;
- veebilehtede baastasemel muutmine;
- veebilehe ühendamine reklaamisüsteemidega;
- linkide jälgimine;
- konversioonitee;
- vormid ja CRM;
- kasutajakogemuse kontrollimise põhilised digivahendid.

**Praktiline töö**

Digikampaania jaoks maandumislehe struktuuri või töötava prototüübi loomine.

## Moodul 8. Digianalüütika ja tulemuste mõõtmine

6 kontakttundi + 6 tundi iseseisvat tööd

**Teemad**

- digitaalsed andmed ja nende kasutamine;
- Google Analytics 4;
- GA4 struktuur;
- users;
- sessions;
- events;
- conversions;
- traffic sources;
- UTM-märgistus;
- campaign tracking;
- Meta Ads reporting;
- Google Ads reporting;
- Google Search Console;
- conversion rate;
- CPL;
- CPA;
- CAC;
- ROAS;
- töölauad (dashboard'id);
- Google Looker Studio sissejuhatus;
- andmete eksport ja töötlemine;
- arvutustabelite kasutamine analüüsiks;
- intelligentsete töövahendite kasutamine andmete tõlgendamiseks.

**Praktiline töö**

Valitud projekti jaoks mõõtmisplaani ja digitaalse töölaua loomine.

## Moodul 9. Digitaalsete tööprotsesside automatiseerimine

6 kontakttundi + 6 tundi iseseisvat tööd

**Teemad**

- digitaalne töövoog;
- korduvate ülesannete automatiseerimine;
- koodivaba automatiseerimine;
- n8n / Make või sarnased platvormid;
- käivitajad ja tegevused;
- webhook'ide baasteadmised;
- API baasteadmised;
- veebiteenuste integreerimine;
- Google Sheets automatiseerimise osana;
- vormid;
- e-posti teavitused;
- digitaalsete kontaktide ja päringute töötlemine;
- sisutöövoo automatiseerimine;
- aruandluse automatiseerimine;
- keelemudelite ühendamine tööprotsessidega;
- inimese osalus ja kontroll protsessis (human-in-the-loop);
- automatiseeritud protsesside tulemuste kontrollimine.

**Praktiline töö**

Vähemalt kolme digitaalset töövahendit ühendava automaatse töövoo loomine.

Näited:

veebivorm → Google Sheets → automaatne töötlemine → e-post

või

digikanalite andmed → arvutustabel → töötlemine → aruanne

### Moodul 10. Terviklik digiturunduse projekt - praktiline lõputöö

6 kontakttundi + 6 tundi iseseisvat tööd

Lõpumoodul ühendab omandatud digioskused ja töövahendid terviklikuks professionaalseks süsteemiks.

Õppija koostab reaalse või õppeotstarbelise brändi jaoks digiprojekti.

**Projekt sisaldab**

- digitaalne kohalolek'i;
- brändi digikommunikatsiooni strateegiat;
- digitaalne klienditeekond kaarti;
- digikanalite struktuuri;
- SMM-i;
- digisisu;
- Meta Adsi või Google Adsi;
- SEO-d;
- veebilehte / maandumislehte;
- tulemuste mõõtmise süsteemi;
- digianalüütika kasutamist;
- ühe tööprotsessi automatiseerimist.

**Projekti kaitsmine**

Õppija:

- demonstreerib loodud digimaterjale;
- näitab digiplatvormide seadistamist ja kasutamist;
- põhjendab töövahendite valikut;
- demonstreerib reklaamikampaania struktuuri;
- esitleb SEO-analüüsi;
- näitab tulemuste mõõtmise süsteemi;
- demonstreerib automatiseeritud digitaalset töövoogu.

Peamine hindamiskriteerium on õppija võime kasutada iseseisvalt õpitud digivahendeid professionaalses tegevuses.

## Õppe mahu jaotus

| Moodul | Kontaktõpe | Iseseisev töö | Kokku |
|---|---|---|---|
| 1. Kaasaegne digikeskkond ja digivahendid | 6 | 6 | 12 |
| 2. Brändi digikommunikatsiooni strateegia | 6 | 6 | 12 |
| 3. Digisisu ja selle loomise töövahendid | 6 | 6 | 12 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 4. SMM ja sotsiaalmeediaplatvormide haldamine | 6 | 6 | 12 |
| 5. Digireklaam: Meta Ads ja Google Ads | 6 | 6 | 12 |
| 6. SEO ja otsingumootoritega töötamine | 6 | 6 | 12 |
| 7. Veebilehed, maandumislehed ja digitaalne klienditeekond | 6 | 6 | 12 |
| 8. Digianalüütika ja tulemuste mõõtmine | 6 | 6 | 12 |
| 9. Digitaalsete tööprotsesside automatiseerimine | 6 | 6 | 12 |
| 10. Terviklik digiturunduse projekt - praktiline lõputöö | 6 | 6 | 12 |
| KOKKU | 60 | 60 | 120 |

## Õppemeetodid

Õpe põhineb eelkõige digitaalsete töövahendite praktilisel kasutamisel.

Kasutatakse:

- digiplatvormide töö demonstratsioone;
- praktilisi ülesandeid arvutis;
- tööd veebipõhiste rakendustega;
- individuaalseid ülesandeid;
- digitaalsete andmete analüüsi;
- digimaterjalide loomist ja seadistamist;
- praktilist tööd reklaami- ja analüütikaliidestega;
- iseseisvat tööd digiteenustega;
- projektõpet.

### Hindamine ja lõpetamise tingimused

Õppekava lõpetamiseks peab õppija:

- sooritama põhimoodulite praktilised ülesanded;
- demonstreerima õpitud digivahendite kasutamise oskust;
- täitma iseseisvad ülesanded;
- koostama lõpliku digiprojekti;
- kaitsma projekti ja demonstreerima digiplatvormide praktilist kasutamist.

Tunnistuse saamiseks peab õppija osalema vähemalt 70% õppetundidest, sooritama õppekavas ettenähtud hindamisülesanded ja saavutama kõik õpiväljundid.

## Koolitaja

Ksenia Ignatieva

Turundaja, ettevõtja ja investor

Rahvusvahelise reklaamiagentuuri Do.Marketing omanik ning praktiseeriv turunduse ja äriarenduse spetsialist. Üle 13 aasta praktilist turunduskogemust eri niššides ja tegevusaladel. Kõrgharidus, spetsialiseerumine ettevõtlusele.

Õppekavas vastutab koolitaja digivahendite, reklaamihaldurite, sisu- ja analüütikateenuste praktilise õpetamise ning õppe sidumise eest ettevõtte tegelike ülesannetega.