

**Täienduskoolitusasutuse nimetus:**

E-DEVELOPMENT OÜ

**Õppekava nimetus:**

Kursus Google'i reklaamidest ja sellest, kuidas luua tõhusaid reklaame Google'i reklaamivõrgus.

**Õppekavarühm:**

Turundus ja reklaam

Õppekava koostamise alus: Kutsestandard „Turundusspetsialist IV” – põhioskused ja teadmised: 5.2.3 Klienditeenindus, 5.2.5 Turunduse olemus ja roll ühiskonna, ettevõtte ja inimese tasandil, turunduse vajadus ja kontseptsioonid, Turunduse juhtimise põhimõtted ettevõttes, turunduse strateegilise juhtimise protsess, Tarbijad ja nende ostukäitumine. OSKA ülevaade valdkonnaspetsiifiliste IKT-oskuste vajadusest (p 1.10 lk 20-21) (SA Kutsekoda, 2020).

Tegemist on autorikursusega.

**Õppeastmed:**

Täiskasvanute täiendkoolitus

**Õppekeel:**

Vene keel

**Toimumisaeg:**

Aastaringselt

**Koolitusele registreerimisinfo:**

Registreerimine kohapeal, e-posti teel või telefoni kaudu.

**Sihtgrupp ja õpingute alustamise tingimused:**

Koolitusele võetakse vastu avalduse alusel vastavalt Marketilo tingimustele, selleks soovi avaldanud täiskasvanuid (alates 18. aastast). Alustavad ettevõtjad, ettevõtlus- ja turundushuvilised, kel on huvi turunduse vastu ning kellel puuduvad nii teadmised kui ka oskused äri- ja turundusplaani koostamise kohta. Samuti ka need huvilised, kellel on vaja luua atraktiivseid kujundusi nt kodulehele ja/või sotsiaalmeedia jaoks ning kellel on ja kellel ei ole varasemaid teadmisi ja oskusi digiturundusest. Õppima võetakse soovijad, kes oskavad inglise keelt algtasemel või oskavad kiiresti kasutada online-tõlkija, kellel on arvutikasutus võimalus, ning kellel on soov areneda end e-turunduse spetsialistina ja saavutada tegelik tööamet.

Õppijal peab olema võimalik kasutada koolitusel isiklikku nutitelefoni ja arvuti.

**Paigutamine rühmadesse:**

Minimaalne grupp on 3 inimest.

## **Õppe kogumaht (ak.t.):**

75 akadeemilist tundi, millest

- 60 ak.t. on teooriat

- 15 ak.t. on iseseisev töö

## **Õppemeetodid:**

Auditoorne õpe 60 ak t: kaasav loeng, diskussioon, rühmatöö (ajurünnak, arutelu jne), rollimäng, juhtumianalüüs, praktilised ülesanded.

Iseseisev töö 15 ak t: turundusplaani koostamine ja muud praktilised koduülesanded tegemine.

## **Õppeesmärk**

See kursus aitab teil õppida, kuidas luua Google Ads'i reklaame õigesti. Kursus hõlmab kõigi Google Ads'i isikliku kabineti tööriistade täielikku uurimist ja õppimist, kuidas optimeerida oma reklaamikampaaniat, et see oleks tõhus.

## **Õpiväljundid:**

Koolituse lõpuks turundaja:

- Teab, kuidas töötab Google Ads reklaamisüsteem
- Teab, kuidas luua Google Ads reklaami, et tuua ettevõttele uusi kliente.
- Oskab luua YouTube'i reklaame
- Oskab Google Adsis bannerreklaame seadistada
- Teab kõiki peamisi mõõdikuid oma töö tõhususe hindamiseks
- Teab, kuidas määrata reklaamikampaania reklaamieelarvet.

*Omades andmeid toote maksumuse ja reklaamieelarve kohta, saab üliõpilane teha järelduse reklaamikampaania tulemuslikkuse kohta.*

## **Õppe sisu:**

### **1. Kursuse sisu - otsingureklaam:**

1.1. Mis on kontekstuaalne reklaam

1.2. SERP tulemusleht

1.3. Esimene koht otsingutulemustes

1.4. Kvaliteediskoor

1.5. Konto struktuur

- 1.6. Märksõnad ja negatiivsed märksõnad
  - 1.7. Märksõnade vastavustüübid
  - 1.8. Google'i reklaamikonto loomine
  - 1.9. Vana ja uus Google Ads versioon
  - 1.10. Samm-sammult plaan Google'i reklaami käivitamiseks
  - 1.11. Kõnekuulutuse loomine
  - 1.12. Edukate ja ebaõnnestunud reklaamide näited
  - 1.13. Küsimuste ja vigade analüüs
- 5 ak.t

## **2. Kursuse sisu - Google Display Ads (Google Display Ads):**

- 2.1. Mis on GDN ja kuidas see toimib
- 2.2. Inimeste sihtimine nende huvide põhjal
- 2.3. Remarketing ja konkurentide sihtimine
- 2.4. Demograafia ja rikastele suunatud sihtimine
- 2.5. Sihtimine asjakohastele veebisaitidele (märksõnad/teemad)
- 2.6. Sihtimine erisaitidele
- 2.7. Adwordsi kolme meediumikampaania taseme näide
- 2.8. Google Ads meediumreklaami seadistamise näide

15 ak.t

## **3. Kursuse sisu - Remarketing Google Adsis:**

- 3.1. Paigaldage märksõna, et lubada Google'il jälgida teie külastajaid
- 3.2. Loo sihtgrupid vajalike inimeste sihtimiseks nende külastuste põhjal
- 3.3. Samm-sammult juhend remarketing-kampaania loomiseks

3.4. Täiustatud sihtimine: sihtimine ja sihtrühmade välistamine

3.5. Remarketingi loendite nõuded

15 ak.t

#### **4. Kursuse sisu - Shopping-kampaania (Shopping Campaign):**

4.1 Juhend kaubanduskampaania loomiseks

4.2 Kuidas optimeerida kaubanduskampaaniat

4.3 Google'i kaubanduskampaania spetsiifiliste toodete jaoks

5 ak.t

#### **5. Kursuse sisu - YouTube reklaam:**

5.1 YouTube'i reklaami loomine - samm-sammult juhend

5.2 YouTube'i reklaami edu näitajad

5.3 Kolmetasemeliste reklaamide laiendatud võrdlus

10 ak.t

#### **6 Kursuse sisu - Maksimaalne tõhusus:**

6.1 Professionaalne metoodika sihtrühma leidmiseks huvide põhjal

6.2 Andmete kogumine: olulisimad liiklusalased andmed

6.3 Adwordsi kampaaniate efektiivsus: kontrollige oma kampaaniate investeringute tasuvust

6.4 Leidke märksõnad, millele olete raha kulutanud

10 ak.t

## **Õppekeskkonna kirjeldus:**

Koolitus toimub e-õppena Discord ja Google meet keskkonnas.

Kasutatavad seadmed: loengutahvel, arvuti. Kasutatavad õppevahendid: jaotusmaterjal ja presentatsioonid. Kõik õpilased lisandatakse ühele online-vestlusele, kust nad saavad esitada küsimusi ja saada lisa toetust.

## **Õppematerjalide loend:**

Kohustuslik õppematerjal: Koolitaja poolt välja töötatud õppematerjalid, mis jagatakse õppijatele koolituse käigus. Koolitusel koolitaja poolt koostatud materjalid, jäävad peale koolituse lõppu õpilastele.

Soovituslik õppematerjal:

The INSANE Truth About TikTok

<https://www.youtube.com/watch?v=djk159kLBwA> 2023

Жесткий SMM: Выжать из соцсетей максимум | Уэлш-Филлипс Ким, Кеннеди Дэн (2021) Альпина Публишер

Карьера Дэвида Огилви - Откровения рекламного агента Мартин 2012 Манн, Иванов и Фербер (МИФ)

Линдстром: Buyology. Увлекательное путешествие в мозг современного потребителя Альпина Бизнес Букс, 2013 г.

Product-Led SEO: The Why Behind Building Your Organic Growth Strategy Houndstooth Press (March 30, 2021)

Контекстная реклама, которая работает Библия Google AdWords - Перри Маршалл и Брайан Тодд "Манн, Иванов и Фербер", — 2014.

Прорваться сквозь шум. Как привлечь всеобщее внимание в сети | Джош Янг, Стейплс Тим 2019 год Альпина Паблишер

## **Õppeprotsess:**

Auditoorne töö veebikeskkonnas. Töö toimub üks kuni kolm korda nädalas. õhtuajal. Koolituse kuupäevad on kajastatud koduleheküljel.

## **Nõuded õpingute lõpetamiseks, sh hindamismeetodid ja hindamiskriteeriumid:**

Õpingute lõpetamise eelduseks on osalemine vähemalt 80% tundidest.

Hindamismeetod Hindamiskriteeriumid

Kirjalik teoreetiline lõputest Vähemalt 60% õiget vastust – arvestatud.

Kõik kodutööd ja iseseisev tööd on tehtud ja arvestatud.

**Väljastatavad dokumendid:**

Tunnistus, kui õpingute lõpetamise nõuded on täidetud.

Tõend, kui õpitulemusi ei saavutatud, kuid õppija võttis osa õppetööst. Tõend väljastatakse vastavalt osaletud kontakttundide arvule, kuid mitte juhul, kui õppija osales vähem, kui pooltes tundides.

**Koolituse läbiviimiseks vajaliku kvalifikatsiooni, õpi- ja töökogemuse kirjeldus:**

Vähemalt 5-aastane turunduspetsialisti töökogemus ja olla aktiivselt tegutsenud õpetatavas valdkonnas.

**Õppekava kinnitatud: 21.09.2023**