

Koolitus: Praktiline turundus ja bränding tehisintellekti abil

ÕPPEKAVA

Tallinn - 20. October 2026



Online kursus

Praktiline
turundus ja
bränding
tehisintellekti abil

TÄIENDUSKOOLITUSASUTUSE NIMETUS: INSPIRATSIOONI INSTITUUT

1. ÕPPEKAVA NIMETUS: BRÄNDINGU PRAKTIKUM

2. ÕPPEKAVARÜHM JA ÕPPEKAVA KOOSTAMISE ALUS:

ÕPPEKAVARÜHM: Turundus ja reklaam

ÕPPEKAVA KOOSTAMISE ALUS: Õppekava koostamisel on lähtutud täiskasvanute koolituse seadusest, kehtivast täienduskoolituse standardist ning kaasaegse turunduse, strateegilise brändingu, digiturunduse ja tehisintellekti praktilise rakendamise põhimõtetest.

3. EESMÄRK JA ÕPIVÄLJUNDID

EESMÄRK: Koolituse eesmärk on anda õppijale teadmised ja praktilised oskused ettevõtte, toote või teenuse turundus- ja brändikontseptsiooni kavandamiseks, digiturundustegevuste planeerimiseks ning tehisintellekti ja kaasaegsete digivahendite eesmärgipäraseks rakendamiseks turunduses.

Koolituse käigus koostab õppija praktilise turundus- ja brändiportfelli, mis sisaldab strateegilist lähteanalüüsi, brändikontseptsiooni, sisuturundusplaani, turundusmaterjalide näidiseid ja 90 päeva tegevuskava.

ÕPIVÄLJUNDID:

Koolituse läbinu:

- **Analüüsib** ettevõtte, toote või teenuse sihtrühma, kliendivajadusi ja konkurentsikeskkonda, kasutades asjakohaseid digivahendeid ning tehisintellekti.
- **Sõnastab** ettevõtte, toote või teenuse väärtuspakkumise, positsioneeringu, brändi põhiväärtused ja kommunikatsioonisõnumid.
- **Koostab** esmase brändikontseptsiooni ja visuaalse identiteedi suunised ning põhjendab persoonibrändingu rolli valitud projekti turunduses.
- **Valib** turunduseesmärkidele ja sihtrühmale sobivad digiturunduskanalid ning koostab 30 päeva sisuturundusplaani.
- **Loob** tehisintellekti ja digitaalsete kujundusvahendite abil turundustekste ning visuaalseid materjale, hinnates nende kvaliteeti, asjakohasust ja kasutusõigusi.
- **Koostab** eesmärkide, tegevuste, ajakava, ressursivajaduse ja mõõdikutega 90 päeva turundusplaani ning esitleb ja põhjendab kavandatud lahendust.

4. SIHTGRUPP JA ÕPPE ALUSTAMISE TINGIMUSED

Koolitus on mõeldud alustavatele ja tegutsevatele ettevõtjatele, ettevõtlusega alustamist kavandavatele inimestele ning turunduse, kommunikatsiooni, müügi või kliendisuhete valdkonnas töötavatele või töötada soovivatele inimestele, kes soovivad omandada või täiendada praktilisi turundus- ja brändingualaseid oskusi ning õppida kasutama tehisintellekti turundustegevustes.

5. ÕPPE KOGUMAHT, SELLE ÜLESEHITUS, ÕPPEKESKKOND JA ÕPPEVAHENDID

Õppe kogumaht: Õppe kogumaht on 36 akadeemilist tundi, millest:

- 26 akadeemilist tundi on veebipõhine kontaktõpe reaalajas, sealhulgas 18 akadeemilist tundi juhendatud praktilist õpet;
- 10 akadeemilist tundi on iseseisev praktiline töö.

Kontaktõpe toimub neljal õppepäeval mahus 7 + 7 + 6 + 6 akadeemilist tundi.

Ühe akadeemilise tunni kestus on 45 minutit. Õppepäevade pausid ei kuulu õppe mahu hulka.

ÕPPEKESKKOND: Veebiplatvorm Zoom või Google Meet

Koolitus toimub veebipõhise kontaktõppena reaalajas Zoomi või Microsoft Teamsi keskkonnas.

Õppetööks on vajalik internetiühendusega arvuti, veebibrauser, mikrofoni ja soovitatavalt veebikaamera.

Praktilistes ülesannetes kasutatakse vajaduse järgi ChatGPT-d, Canvat, Google Trendsit ning teisi asjakohaseid digitaalseid turundus- ja kujundusvahendeid.

Õpiväljundite saavutamiseks piisab õppetöös kasutatavate rakenduste tasuta kasutusvõimalustest. Tasuliste tarkvarapakettide ostmise ei ole kohustuslik.

Õppematerjalid ja ülesanded edastatakse õppijatele elektrooniliselt.

Õppijate arv ühes grupis on max. 12 inimest.

ÕPPEVAHENDID: Koolitus toimub veebipõhise kontaktõppena reaalajas Zoomi või Microsoft Teamsi keskkonnas.

Õppetööks on vajalik internetiühendusega arvuti, veebibrauser, mikrofoni ja soovitatavalt veebikaamera.

Praktilistes ülesannetes kasutatakse vajaduse järgi ChatGPT-d, Canvat, Google Trendsit ning teisi asjakohaseid digitaalseid turundus- ja kujundusvahendeid.

Õpiväljundite saavutamiseks piisab õppetöös kasutatavate rakenduste tasuta kasutusvõimalustest. Tasuliste tarkvarapakettide ostmine ei ole kohustuslik.

Õppematerjalid ja ülesanded edastatakse õppijatele elektrooniliselt.

6. ÕPPEPROTSESSI KIRJELDUS. sh õppe sisu, õppemeetodid ja -materjalid

ÕPPEPROTSESS: Veebipõhine kontaktõpe reaalajas koos iseseisva praktilise tööga

ÕPPE SISU

- Klienditeekonnast lähtuv sisuloo me
- Sisuturunduskalendri koostamine
- Tehisintellekti kasutamine ideede genereerimisel ja tekstide loomisel
- Turundus- ja reklaamtekstide koostamise põhimõtted
- Visuaalsete turundusmaterjalide loomine Canva ja AI abil
- Turundussõnumite kohandamine erinevatele digikanalitele
- AI loodud sisu kvaliteedi kontrollimine, autoriõigused ja isikuandmete kaitse

Praktiline töö: 30 päeva sisuturundusplaani ja vähemalt kolme turundusmaterjali koostamine.

IV MOODUL. TURUNDUSE TEGEVUSKAVA JA TULEMUSTE HINDAMINE

Maht: 6 akadeemilist tundi kontaktõpet ja 2 akadeemilist tundi iseseisvat tööd.

Käsitletavad teemad:

- Turunduseesmärkide seadmine
- Turundustegevuste prioriseerimine ja planeerimine
- Orgaanilise ja tasulise turunduse võimalused
- Turunduse aja- ja raharessursside planeerimine
- Turundustegevuste tulemuslikkuse mõõdikud
- Turundustulemuste analüüsimise põhimõtted
- Tehisintellekti kasutamine turundusandmete tõlgendamisel
- 90 päeva turunduse tegevuskava koostamine
- Turundus- ja brändikontseptsiooni esitlemine ning tagasisidestamine

Praktiline töö: 90 päeva turundusplaani koostamine ja koolituse jooksul valminud turundus- ning brändiportfelli esitlemine ja täiendamine.

- Klienditeekonnast lähtuv sisuloo me
- Sisuturunduskalendri koostamine
- Tehisintellekti kasutamine ideede genereerimisel ja tekstide loomisel
- Turundus- ja reklaamtekstide koostamise põhimõtted
- Visuaalsete turundusmaterjalide loomine Canva ja AI abil
- Turundussõnumite kohandamine erinevatele digikanalitele
- AI loodud sisu kvaliteedi kontrollimine, autoriõigused ja isikuandmete kaitse

Praktiline töö: 30 päeva sisuturundusplaani ja vähemalt kolme turundusmaterjali koostamine.

IV MOODUL. TURUNDUSE TEGEVUSKAVA JA TULEMUSTE HINDAMINE

Maht: 6 akadeemilist tundi kontaktõpet ja 2 akadeemilist tundi iseseisvat tööd.

Käsitletavad teemad:

- Turunduseesmärkide seadmine
- Turundustegevuste prioriseerimine ja planeerimine
- Orgaanilise ja tasulise turunduse võimalused
- Turunduse aja- ja raharessursside planeerimine
- Turundustegevuste tulemuslikkuse mõõdikud
- Turundustulemuste analüüsimise põhimõtted
- Tehisintellekti kasutamine turundusandmete tõlgendamisel
- 90 päeva turunduse tegevuskava koostamine
- Turundus- ja brändikontseptsiooni esitlemine ning tagasisidestamine

Praktiline töö: 90 päeva turundusplaani koostamine ja koolituse jooksul valminud turundus- ning brändiportfelli esitlemine ja täiendamine.

III MOODUL. DIGITURUNDUS JA SISULOOME TEHISINTELLEKTI ABIL

Maht: 6 akadeemilist tundi kontaktõpet ja 3 akadeemilist tundi iseseisvat tööd.

Käsitletavad teemad:

- Digiturunduse peamised kanalid ja nende kasutamise võimalused
- Turunduskanalite valik vastavalt sihtrühmale ja eesmärkidele

- Sisuturunduse strateegia ja sisusammaste loomine
- Klienditeekonnast lähtuv sisuloome
- Sisuturunduskalendri koostamine
- Tehisintellekti kasutamine ideede genereerimisel ja tekstide loomisel
- Turundus- ja reklaamtekstide koostamise põhimõtted
- Visuaalsete turundusmaterjalide loomine Canva ja AI abil
- Turundussõnumite kohandamine erinevatele digikanalitele
- AI loodud sisu kvaliteedi kontrollimine, autoriõigused ja isikuandmete kaitse

Praktiline töö: 30 päeva sisuturundusplaani ja vähemalt kolme turundusmaterjali koostamine.

IV MOODUL. TURUNDUSE TEGEVUSKAVA JA TULEMUSTE HINDAMINE

Maht: 6 akadeemilist tundi kontaktõpet ja 2 akadeemilist tundi iseseisvat tööd.

Käsitletavad teemad:

- Turunduseesmärkide seadmine
- Turundustegevuste prioriseerimine ja planeerimine
- Orgaanilise ja tasulise turunduse võimalused
- Turunduse aja- ja raharessursside planeerimine
- Turundustegevuste tulemuslikkuse mõõdikud
- Turundustulemuste analüüsimise põhimõtted
- Tehisintellekti kasutamine turundusandmete tõlgendamisel
- 90 päeva turunduse tegevuskava koostamine
- Turundus- ja brändikontseptsiooni esitlemine ning tagasisidestamine

Praktiline töö: 90 päeva turundusplaani koostamine ja koolituse jooksul valminud turundus- ning brändiportfelli esitlemine ja täiendamine.

ÕPPEMEETODID:

Õppetöös kasutatakse lühiloenguid, näitlikustamist, juhendatud praktilisi harjutusi, individuaalseid ülesandeid, juhtumianalüüse, arutelusid, digivahendite kasutamise demonstratsioone, tehisintellekti abil tehtavaid analüüsi- ja sisuloomeharjutusi, iseseisvat projektitööd ning õppijate tööde tagasisidestamist.

Kogu koolituse vältel rakendab õppija omandatavaid teadmisi ja oskusi ühe valitud ettevõtte, äriidee, toote, teenuse või näidisprojekti põhjal.

Iseseisev töö

Iseseisva töö kogumaht on 10 akadeemilist tundi.

1. Sihtgrupi- ja konkurentsianalüüs – 3 ak t

Sihtgrupiprofiili, konkurentsianalüüsi, positsioneeringu ja väärtuspakkumise koostamine.

2. Brändikontseptsioon – 2 ak t

Brändi põhiväärtuste, kommunikatsioonisõnumite, visuaalse stiili suuniste ja persoonibrändingu käsitlese koostamine.

3. Sisuturundusplaan ja turundusmaterjalid – 3 ak t

30 päeva sisuturunduskalendri ning vähemalt kahe tekstipõhise ja ühe visuaalse turundusmaterjali loomine.

4. Turunduse tegevuskava ja lõputöö – 2 ak t

90 päeva turundusplaani koostamine ning koolituse käigus valminud turundus- ja brändiportfelli lõplik vormistamine.

ÕPPEMATERJALIDE LOEND:

Vahi, V. 2019. Töövihik Brändikontseptsiooni loomine. Inspiratsiooni Instituut

7. HINDAMINE EHK ÕPPE LÕPETAMISE TINGIMUSED

Õpiväljundite saavutamist hinnatakse koolituse käigus valmiva praktilise turundus- ja brändiportfelli, praktiliste ülesannete ning töö esitlemise põhjal.

Hindamine on mitmeeristav: **arvestatud / mittearvestatud**.

Hindamiskriteeriumid:

1. Õppija on kirjeldanud projekti sihtrühma ja selle vajadusi, võrrelnud vähemalt kolme konkurenti või alternatiivset lahendust ning esitanud põhjendatud analüüsijäreldused.
2. Õppija on sõnastanud väärtuspakkumise, positsioneeringu, brändi põhiväärtused ja vähemalt kolm kommunikatsioonisõnumit.
3. Õppija on koostanud esmase brändi stiilijuhise ning põhjendanud persoonibrändingu kasutamist või mittekasutamist.
4. Õppija on põhjendanud turunduskanalite valikut ning koostanud 30 päeva sisuturundusplaani.
5. Õppija on loonud vähemalt kaks tekstipõhist ja ühe visuaalse turundusmaterjali ning kontrollinud nende sobivust ja kasutusõigusi.
6. Õppija on koostanud 90 päeva turundusplaani, milles on määratletud eesmärgid, tegevused, ajakava, ressursivajadus ja mõõdikud, ning põhjendanud oma valikuid.

Kõigi õpiväljundite saavutamiseks peavad nimetatud hindamiskriteeriumid olema täidetud.

8. VÄLJASTATUD DOKUMENDID

Koolituse lõpetamise tingimused ja väljastatavad dokumendid

Koolituse edukaks lõpetamiseks peab õppija:

- osalema vähemalt 80% kontaktõppest;
- esitama nõutud praktilised tööd ja lõpliku turundus- ning brändiportfelli;
- esitlema ja põhjendama oma koostatud turunduslahendust;
- saavutama kõik õppekavas kirjeldatud õpiväljundid.

Lõplik portfell esitatakse hiljemalt viie kalendripäeva jooksul pärast viimast õppepäeva. Vajaduse korral võimaldatakse õppijal hindamistulemuste põhjal tööd kokkulepitud tähtjaks täiendada.

Tunnistus väljastatakse õppijale, kes on täitnud koolituse lõpetamise tingimused ning saavutanud kõik õpiväljundid.

Tõend väljastatakse õppijale, kes osales koolitusel, kuid ei saavutanud kõiki õppekava lõpetamiseks nõutud õpiväljundeid või kelle õpiväljundite saavutamist ei hinnatud.

9. KOOLITAJA KVALIFIKATSIOON

Koolitust viib läbi turunduse, brändingu, ettevõtluse ja tehisintellekti praktilise rakendamise valdkonnas asjakohase erialase kogemusega koolitaja, kellel on täiskasvanute koolitamiseks vajalikud kompetentsid.

Koolitaja omab vähemalt 1 a. kogemust turundusstrateegiate ja brändikontseptsioonide arendamisel, kaasaegsete digivahendite rakendamisel ning täiskasvanute praktilise õppe juhendamisel.