



Priloga 3_Obrazec za pripravo programov usposabljanj

Naziv programa	Digitalno oglaševanje od A do Ž
Področje	Tehnika
Predlagatelj programa (ime šole in imena pripravjalcev programa)	Šolski center Postojna, Dolores Keš in Mirjam Radivojevič (v sodelovanju z OTB-Marketing)
Kratek opis programa (max. 150 besed)	Program bo udeležencem ponudil celosten vpogled v najbolj razširjene platforme za digitalno oglaševanje (Google Ads, Facebook, Instagram, LinkedIn in YouTube). Udeleženci bodo pridobili teoretično in praktično znanje ter bili na koncu delavnice sposobni sami presoditi in izbrati najbolj primeren marketinški kanal ter samostojno izvajati oglaševalske kampanje na spletu.
SPLOŠNI DEL	
Utemeljenost (v skladu z razpisom in analizo potreb)	<p>Splet postaja vsakdanja rutina vse delovno aktivne in šoloobvezne populacije, ki je zaradi Covid-19 bila primorana večino svojih obveznosti in aktivnosti prestaviti na splet. Spremembe so (tudi zaradi pandemije) še intenzivneje povečale vložke v digitalno oglaševanje, ki so na letni ravni zrasli za okrog 8 %. Glede na trend, vložki iz leta v leto rastejo, ponudba agencij, ki na trgu ponujajo storitve se večja, s tem pa tudi cena zelenih storitev.</p> <p>Podjetja imajo danes poleg vseh že preteklih odhodkov, tudi dodatne stroške, s katerimi so počasi primorani oglaševati na spletu, saj lahko samo tam dosežejo svoje ciljne stranke in skupine. Iz tega naslova morajo plačevati tako večjim platformam za prikazovanje oglasov (Facebook, Instagram, LinkedIn, Google, YouTube), kot tudi agencijam ali posameznikom, ki jim vodijo in optimizirajo postavljene kampanje.</p> <p>S poznavanjem spleta, zakonitosti, sposobnostjo raziskave trga ter identifikacije pravih kanalov, ki prinašajo največje učinke, bi tako postali konkurenčnejši na trgu ter bi lahko optimizirali svoje strošek in povečali dobiček podjetja.</p>
Ciljna skupina (v skladu z razpisom in analizo potreb)	Program usposabljanja je namenjen tistim, ki so se že srečali z digitalnim marketingom, ki si želijo povečati prepoznavnost in prodajo svojih izdelkov/storitev ter želijo biti sami usposobljeni za delo na področju digitalne oglaševanja ter vodenja oglaševalskih kampanj (samozaposleni z lastnimi spletnimi trgovinami, platformami in že postavljenimi socialnimi kanali ter zaposleni, ki upravljajo spletne trgovine, platforme in socialne kanale). Prav tako je program namenjen vsem, ki želijo povečati prihodke in postati konkurenčnejši na trgu. Namenjeno je tako področju storitev kot produktov.



Pogoji za vključitev v program (v skladu z razpisom)	Zaposleni, samozaposleni in osebe z urejenim statusom kmetovalca			
Cilji programa (v skladu z razpisom in analizo potreb)	Cilj programa je: <ul style="list-style-type: none"> - razviti veščine za poslovanje in poznavanje spleta, - spoznati priložnosti, ki jih prinaša splet, - razviti znanja, ki so ključna za stabilno poslovanje, - kritično ovrednotiti stroške in zasledovati ekonomičnost. 			
Obseg programa (skupno št. ur)	50 ur			
Oblika dela	Kontaktne ure	*On line delo	Samostojno delo	Drugo (navedite)
Teoretični del (št. ur)	25	15		
Praktični del (št. ur)			10	
Način evidentiranja (lista prisotnosti, podpisana izjava – izdelek, storitev ...)	Lista prisotnosti		Optimizacija produkta*	
*Oblika on line dela	Video konferenca	Spletna učilnica	Drugi načini digitalne komunikacije	Samostojno delo
Število ur	15			
Način evidentiranja (posnetek video konference, zajem zaslonske slike, elektronski izpis spletne učilnice, lista prisotnosti, e-mail komunikacija...)	Posnetek zaslonke slike			
Pogoji za končanje programa	80% prisotnost ; aktivno delo na samostojnih primerih svojih podjetij, izdelkov, storitev ali blagovnim znamk			
POSEBNI DEL				
Vsebine programa	<p>Udeleženci bodo spoznali osnove platform, ki trenutno generirajo in prinašajo največje dobičke ter učinkovitost oglaševalcem. Spoznali bodo trg, specifične platforme ter dobili nasvete za njihovo uporabo.</p> <p>V prvem delu programa bodo na praktičnem primeru spoznali, kako začeti z delom na spletu, kako analizirati konkurenco, izbrati prave kanale/platforme za oglaševanje ter kakšno vsebino in oglase pripraviti za doseg najboljšega učinka.</p> <p>V drugem koraku bodo podrobneje spoznali vsako izmed navedenih platform (Facebook, Instagram, YouTube, Google Ads, LinkedIn) ter po korakih imeli priložnost ustvariti lastne oglaševalske kampanje, ter jih redno optimizirati in na koncu</p>			



	<p>analizirati z namenom identificiranja ključnih ugotovite in iztočnih za naprej.</p> <p>Udeleženci se bodo seznanili z najpomembnejšimi metrikami, ki so razširjene v digitalnem marketingu ter so ključne za učinkovito delo (CPC, CTR, ROI, ROAS ...) in načinom merjenja le teh, pravili za oblikovanje kreativ za oglase, nastavitvi in merjenju analitike na več mestih (Google Analytics, spletno mesto, platforme), retargeting/remarketing osnovami in tehnikami ter se potem posvetili posamezni platformi in izdelavi oglaševalske kampanje na le teh.</p>		
Kompetence , pridobljene s programom	<p>Udeleženec:</p> <ul style="list-style-type: none"> • pozna najbolj učinkovite platforme za digitalno oglaševanje, • zna identificirati kanal, ki mu prinaša največji zelen učinek, • pozna zakonitosti izbranih platform (Facebook, Instagram, YouTube, Google Ads, LinkedIn), • je sposoben samostojno upravljati oglaševalske kampanje • lahko naredi analizo z namenom pridobivanja izvečkov za prihodnost z know-how znanjem. 		
Spretnosti , pridobljene s programom	<p>Udeleženec:</p> <ul style="list-style-type: none"> • samostojno ustvarja oglaševalske kampanje, • analizira rezultate in prilagaja nastavitve oglaševalskih kampanj, • lahko samostojno nastopa na spletu in iz tega naslova pridobiva zelene rezultate. 		
Splošne kompetence , dopolnjene s programom	<p>Udeleženec:</p> <ul style="list-style-type: none"> • razvije analitično ter strateško razmišljanje, • razvije veščine podjetnosti, • spozna načine za merjenje uspehov na spletu, • razvije proaktivnost in samoiniciativnost, • zna prepoznati priložnosti spleta, • kritično razmišlja o uporabi gradiv in podatkov. 		
Organizacija izobraževanja	Vsebinski sklop	Čas trajanja	**Oblika dela
	1. Predavanje: Digitalni marketing in digitalno oglaševanje (umestitev, razvoj, osnove)	5 ur	Predavanj e teoretičnih osnov, predstavitev v praksi, odgovarja
	2. Predavanje: Analiza	5 ur	



	<p>konkurence, spoznavanje platform</p> <p>3. Predavanje: Analitika</p> <p>4. Predavanje: Facebook in Instagram</p> <p>5. Predavanje: Google Ads 1</p> <p>6. Predavanje: Google Ads 2</p> <p>7. LinkedIn</p> <p>8. Optimizacija kampanj in nasveti in trendi v 2022</p>	<p>5 ur</p> <p>5 ur</p> <p>5 ur</p> <p>5 ur</p> <p>5 ur</p> <p>5 ur</p>	<p>nje na vprašanja udeležencev (organizacijsko je izvedba zastavljen a kot je zapisano v obliki dela)</p>
	<p>Naloge posredovane udeležencem</p> <p>Udeleženci bodo skozi program samostojno ustvarjali lastne oglaševalske kampanje.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kreiranje in urejanje vseh računov na izbranih platformah ter povezava z Googlovimi orodji 2. Raziskava trga in konkurence ter identifikacija pravega kanala 3. Ustvarjanje besedil za oglase 4. Ustvarjanje kreativ za oglase 5. Postavitev okvirjev in ciljev za oglaševalsko kampanjo 6. Analiza kampanje in interpretacija rezultatov 7. Priprava izvlečka ter osnove za naslednje oglaševalske kampanje 		<p>Predviden časovni okvir</p> <p>Naloge od 1 – 6 bodo obsegale 8 ur, zadnja naloga bo obsegala 2 uri</p>
**Spletna učilnica			
**Drugi načini digitalne komunikacije	<p>V kolikor bo iz naslova domačih nalog potrebno se bosta izvajalec in udeleženec neposredno povezala preko zooma in skupaj pregledala kje so potrebni popravki, sicer pa bo izvajalec dostopal do strani uporabnikov na katerih bodo delali,</p>		



	vendar te ure niso vključene v obseg 50 ur in bodo izvedene kot dodatne.	
**Samostojno delo	Udeleženci bodo samostojno delo izvajali na svojih lastnih primerih; izvajalec bo pregledal konkretne domače naloge na njihovih izbranih primerih in jih ustrezno usmeril	
Izobrazba in kompetence izvajalca(ev) programa (stopnja in smer izobrazbe)	6/2 ali VII. stopnja izobrazbe iz področja računalništva / informatike/ upravljanja s človeškimi viri / antropologije / kulturologije in minimalno 3 leta izkušenj na področju dela digitalnega marketinga in najmanj 1 leto izkušenj specifično iz področja SEO	

* kot produkt smatramo spletno stran, blog, spletno trgovino in/ali spletno platformo

Program	Datum	Odobril	Zavrnil – Opombe
Programski odbor	3.11.2021		
Svet zavoda potrdil	4.11.2021		