

TOTEUTUSSUUNNITELMA Valmis

Opintojakso	Asiakaslähtöinen markkinointi (A0063), 5.0
Toteutus	HLA1222: 2/2012-2013 (07.01.2013 - 21.06.2013)
Tyyppi	AMMATILLISEN KASVUN KÄYNNISTYMINEN (A007)
Ryhmät	Ensisijainen: HLA12SN Muut:
Projektissa mukana	
Luennoitsijat	
Osallistujamäärät	Minimi: Maksimi:
Ilmoittautumisaika	26.11.2012 08:00 - 02.12.2012
Pääsääntöinen toteutusajankohta	
Soveltuvuus	Vaihto-opiskelijoille: Ei Vapaasti valittaviin: Ei Avoimen opisk: Ei Soveltuu virtuaali-AMK:n opintoihin: Ei
Opettajat	Tawast Kati (Vastuupettaja)
Kampus	Laurea Leppävaara
Pääsääntöinen toteutuspaikka	
Toteutustapa	Optimatoteutus/opiskelijaryhmä, Projekt/Hanke/T&K, Verkko/virtuaali Kieli: suomi Virtuaalisuus: 2 op T&k-integraatio: 5 op
Toteutusluokka	
Painoalat	
Arviointi viimeistään	21.01.2013 Suoritusmateriaalin arkistointi päättyy: 21.12.2013
Tenttipäivät	
Opintojakson suoritettuaan opiskelija osaa	· suunnitella asiakaslähtöistä markkinointiprosessia · huomioida asiakkaan tarpeet · valita oikeat markkinointitoimenpiteet eri segmenteille · luoda ja kehittää asiakkuuksia
Edeltävät opinnot	Innovatiivinen tuote- ja palvelukehitys opintojakso tai vastaavat tiedot
Oppimateriaali	Opiskeluaineisto koostuu workshopeissa läpikäytävistä materiaaleista, tiivistelmäkalvoista, Twitter Twiiteistä sekä oppimistehtävistä. Bergström S., Leppänen A. 2009. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Helsinki: Edita ja Rope, T. 1999. Lanseerausmarkkinointi. Porvoo: WSOY.
Projekti/hanke (nimi)	Yrityskumppani: MyllynParas http://www.myllynparas.fi
Opiskelijan työmäärän jakautuminen	Katso tarkempi ohjelma sivun ylälaudasta kohdasta Oppimistapahtumat.
Muut toteutusjärjestelyt	Aloitus ja orientaatio 10.1.2013 klo 12.30-15. Vain ensimmäisellä kerralla paikalla olivat lunastavat paikkansa opintojaksolla. Yritysprojektin tiimijako tehdään ensimmäisellä kerralla. Workshopeissa edellytetään 100% läsnäoloa, koska opintojaksolla vuorottelevat lähiopetus ja itsenäinen työskentely ja lähiopetuskertoja on vain muutama. Opeteltavat asiat kehittyvät tehtävän yritysprojektin (MyllynParas) kautta. Yritysprojektin kick-offista 17.1.2013 ja päätösesityksestä 18.4.2013 ei voi olla pois. Huom. kick-off ja päätösesitykset pidetään yhtä aikaa kaikille kolmelle ryhmälle.

Oppimistapahtumat

Pvm	Klo	H	Aihe	Sisältö	Tila	Opettajat
10.01.2013	12.30-15	2	Orientaatio	Opintojakson tavoitteet, sisältö, arviointi & työskentelytavat. Kati	Luokka	



TOTEUTUSSUUNNITELMA Valmis

				Tawast Projektitiimit muodostetaan. *Cocktail kävely - Kerro yksi tilanne, kun markkinoit jotain. *Learning by Developing (LbD) - Miten opimme ja kuka ottaa vastuun oppimisesta? *Postikortti minulle - Mikä on tärkein tavoitteesi tälle opintojaksolle ja miten pääset tähän tavoitteeseen? Oppimistehtävä, tiimityö: Tutustukaa projektitiimeittäin annettuun lanseeraus-esimerkkiin ja tehkää siitä tiivistelmä. Analysoikaa erityisesti lanseerauksen onnistumistekijöitä. Tehtävän tarkoituksena on muodostaa kokonaisnäkemys lanseeraus-suunnitelman teosta ja saada ideoita yritysprojektia varten. PowerPoint -esityksen palautus Optimaan. Tiimi pitää n. 10 minuutin PowerPoint esityksen muulle ryhmälle 24.1.2013 .		
17.01.2013	9-11.30	2	Yritysprojektin kick-off	Viikko 3 Huom. kick-offin aika yhteinen kaikille kolmelle ryhmälle!! Yritysprojektin kick-offissa Johanna Kemppinen esittelee yrityksen ja toimeksiannon. Mahdollisuus esittää tarkentavia kysymyksiä. Johanna Kemppinen (tuotepäällikkö), Myllyn Paras Oy & Kati Tawast Oppimistehtävä, tiimityö: Tehkää tiiminne projektiaikataulu ja kuvaus työnjaosta. Palautus Optimaan 31.1.2013 .	Luokka	
24.01.2013	12.30-15	2	Lanseeraus & lanseerausprosessi	Vko 4 Lanseeraus & lanseerausprosessi Kati Tawast Workshop: Tiimit pitävät n. 10 minuutin suullisen esityksen nimettyjen yritysten tuotteiden & palveluiden lanseerauksista.	Luokka	
31.01.2013	12.30-15	2	Itsenäinen työskentely	Vko 5 Lähtökohta-analyysit Tutustukaa MyllynParas Reseptiklubiin ja bechmarkatkaa Myllyn Parhaan kilpailijoiden (esim. Valio, Atria, Snellman, Raisio) reseptipalveluita netissä. 1. Mitä MyllynParas Reseptiklubi tarjoaa jäsenilleen (erityisesti kohderyhmänä 18-25 -vuotiaat nuoret)? 2. Minkälainen mielikuva välittyy Reseptiklubin sivuilta ja miten vedotaan	Luokka tai muu vapaavalintainen tila	

TOTEUTUSSUUNNITELMA Valmis

				kohderyhmään 18-25 -vuotiaat nuoret? 3. Mitä keinoja MyllynParas käyttää Facebookissa, Twitterissä ja Pinterestissä (kommentointimahdollisuus, yksi- vai kaksisuuntaisia viestejä, jne.)? 4. Esitellä parhaimpia kilpailijoiden reseptipalveluiden ominaisuuksia ja benchmarkkeja erityisesti kohderyhmän 18-25 -vuotiaiden tavoittamiseksi?		
07.02.2013	12.30-15	2	Itsenäinen työskentely	Vko 6 Lähtökohta-analyysit Tutustukaa MyllynParas Reseptiklubiin ja bechmarkatkaa Myllyn Parhaan kilpailijoiden (esim. Valio, Atria, Snellman, Raisio) reseptipalveluita netissä. 1. Mitä MyllynParas Reseptiklubi tarjoaa jäsenilleen (erityisesti kohderyhmänä 18-25 -vuotiaat nuoret)? 2. Minkälainen mielikuva välittyy Reseptiklubin sivuilta ja miten vedotaan kohderyhmään 18-25 -vuotiaat nuoret? 3. Mitä keinoja MyllynParas käyttää Facebookissa, Twitterissä ja Pinterestissä (kommentointimahdollisuus, yksi- vai kaksisuuntaisia viestejä, jne.)? 4. Esitellä parhaimpia kilpailijoiden reseptipalveluiden ominaisuuksia ja benchmarkkeja erityisesti kohderyhmän 18-25 -vuotiaiden tavoittamiseksi?	Luokka tai muu vapaavalintainen tila	
14.02.2013	12.30-15	2	Ostokäyttäytyminen ja segmentointi	Vko 7 Ostokäyttäytyminen ja segmentointi, Kati Tawast	Luokka	
21.02.2013	12.30-15	2	Itsenäinen työskentely (verkko-opiskelu)	Vko 8 Tutustukaa Optiman verkkomateriaaliin hinnasta ja jakelusta.		
28.02.2013	9-11.30	2	Yritysvieras	Vko 9 HUOM. AIKA 9-11.30!!!! Tuote- ja palvelubrändien rakentaminen. Viestintäkonsultti Jonna Varhama Manifesto Oy:stä käy läpi aitoja tuote- ja palvelubrändicaseja. Jonna Varhama, Manifesto Oy Kati Tawast Oppimistehtävä, tiimityö: Tutustukaa projektitiimeittäin netistä, lehdistä, kirjoista, opinnäytetöistä tai muista tietolähteistä kolmeen	Luokka	



TOTEUTUSSUUNNITELMA Valmis

				sissimarkkinointiesimerkkiin ja tehkää niistä PowerPoint esitys Optimaan. Analysoikaa erityisesti onnistumistekijöitä. Tiimi pitää n. 15 minuutin PowerPoint -esityksen muulle ryhmälle seuraavassa workshopissa.		
07.03.2013	12.30-15	2	Sissimarkkinointi	Vko 10 Sissimarkkinointi (Opiskelijat ohjaavat ja vastaavat koko workshopin sisällöstä). Oppimistehtävä, tiimityö: Lanseeraussuunnitelman (word -raportti) palautus Optimaan 17.3.2013. Ohjaaja antaa kommentit palautetusta lanseeraussuunnitelmasta jokaiselle tiimille tuutorointiworkshopissa 21.3.2013. Lopullinen lanseeraussuunnitelma mahdollisine muokkauksineen palautetaan Optimaan 12.4.2013 mennessä .	Luokka	
14.03.2013	12.30-15	2	Markkinointiviestinnän osa-alueet ja keinot	Vko 11 Markkinointiviestinnän osa-alueet ja keinot. Kati Tawast Oppimistehtävä: Twiitkaa viikon 12 aikana markkinointiviestintään, digitaaliseen markkinointiin tai brändeihin liittyvä uutinen ja kommentoikaa yhtä Kati Tawastin twiittaamaa uutista osoitteessa https://twitter.com/katitawast . Käyttäkää #A0063 Twiitissänne.	Luokka	
21.03.2013	12.30-15	2	Tuutorointi workshop	Vko 12 Pakollinen yritysprojektin tuutorointi workshop: Tiimi 1 klo 12.30-12.45 Tiimi 2 klo 12.45-13 Tiimi 3 klo 13-13.15 Tiimi 4 klo 13.15-13.30 Tiimi 5 klo 13.30-13.45 Tiimi 6 klo 13.45-14	Luokka	
28.03.2013	12.30-15	2	Itsenäinen työskentely	Vko 13 Itsenäinen työskentely: Yritysprojektin työstöä.	Luokka tai muu vapaavalintainen tila.	
04.04.2013	12.30-15	2	Asiakkuuksien hoitaminen	Vko 14 Asiakkuuksien hoitaminen. Kati Tawast	Luokka	
11.04.2013	12.30-15	2		Vko 15 Itsenäinen työskentely: Yritysprojektin työstöä		
18.04.2013	9-11.30	2	Yritysprojektin esitykset	Vko 16 HUOM. Päätösesitykset kaikille kolmelle ryhmälle samaan aikaan !!! MyllynParas projektiesitykset	Luokka	

TOTEUTUSSUUNNITELMA Valmis

				Johanna Kemppisen, MyllynParas Oy ja Kati Tawastin palaute tiimeille. Projektin päätös ja diplomien jako.		
25.04.2013	12.30-14	1	Palautekeskustelu opintojaksosta	Viiko 17 Opintojakson palautekeskustelu. Kati Tawast Projektin päätös ja diplomien jako.	ATK-tila	