

TOTEUTUSSUUNNITELMA Valmis

Opintojakso	Asiakaslähtöinen markkinointi (A0063), 5.0
Toteutus	HLA1223: 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 Tweeteistä 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 ylä laidasta 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
09.01.2013	12.30-15	2	Orientaatio	Viikko 2 Opintojakson tavoitteet, sisältö, arviointi & työskentelytavat.	Luokka	

TOTEUTUSSUUNNITELMA Valmis

				Kati 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 23.1.2013 .		
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 30.1.2013 mennessä .	Luokka	
23.01.2012	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	
30.01.2012	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 välittyi	Luokka tai muu vapaavalintainen tila	



TOTEUTUSSUUNNITELMA Valmis

				Reseptiklubin sivulta 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?		
06.02.2012	12.30-15	2	Itsenäinen työskentely	Viikko 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 sivulta 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	
13.02.2012	12.30-15	2	Ostokäyttäytymisen ja segmentointi	Vko 7 Ostokäyttäytymisen ja segmentointi, Kati Tawast	Luokka	
20.02.2013	12.30-15	2	Itsenäinen työskentely (verkko-opiskelu)	Vko 8 Tutustukaa Optiman verkkomateriaaliin hinnasta ja jakelusta.		
28.02.2012	9-11.30	2	Yritysvieras	Vko 9 HUOM. OPETUSPÄIVÄ TORSTAI JA AIKA KLO 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	Luokka	



TOTEUTUSSUUNNITELMA Valmis

				Oppimistehtävä, tiimityö: Tutustukaa projektitiimeittäin netistä, lehdistä, kirjoista, opinnäytetöistä tai muista tietolähteistä kolmeen sissimarkkinointiesimerkkiin ja tehkää niistä PowerPoint esitys Optimaan. Analysoikaa erityisesti onnistumistekijöitä. Tiimi pitää n. 15 minuutin PowerPoint -esityksen muulle ryhmälle seuraavassa workshopissa .		
06.03.2012	12.30-15	2	Sissimarkkinointi	Vko 10 Sissimarkkinointi (Opiskelijat ohjaavat ja vastaavat koko workshopin sisällöstä). Oppimistehtävä, tiimityö: Lanseeraussuunnitelman (word -raportti) palautus Optimaan 16.3.2013 mennessä. Ohjaaja antaa kommentit palautetusta lanseeraussuunnitelmasta jokaiselle tiimille tuutorointi workshopissa 20.3.2013. Lopullinen lanseeraussuunnitelma mahdollisine muokkauksineen palautetaan Optimaan 11.4.2013.	Luokka	
13.03.2013	12.30-15	2	Markkinointiviestintä 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. Kommentoikaa yhtä Kati Tawastin twiittaamaa uutista osoitteessa https://twitter.com/katitawast . Käyttäkää #A0063 Twiitissäne.	Luokka	
20.03.2013	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	
27.03.2013	12.30-15	2	Itsenäinen työskentely	Vko 13 Itsenäinen työskentely: Yritysprojektin työstä.	Luokka tai muu vapaavalintainen tila.	
03.04.2013	12.30-15	2	Asiakkuuksien hoitaminen	Vko 14 Asiakkuuksien hoitaminen. Kati Tawast	Luokka	

TOTEUTUSSUUNNITELMA Valmis

10.04.2013	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 Johanna Kemppisen, MyllynParas Oy ja Kati Tawastin palaute tiimeille.	Luokka	
24.04.2013	12.30-14	1	Palautekeskustelu opintojaksosta	Vko 17 Opintojakson palautekeskustelu. Kati Tawast Projektin päätös ja diplomien jako.	ATK-tila	