

TOTEUTUSSUUNNITELMA Valmis

Opintojakso	Digitaalinen markkinointi (A9078), 5.0
Toteutus	HLA1311A: 1/2013-2014 (26.08.2013 - 20.12.2013)
Tyyppi	VAPAASTI VALITTAVAT OPINNOT (125)
Ryhmät	Ensisijainen: HLA11SA Muut: HSA11KA
Projektissa mukana	
Luennoitsijat	Yritysvieraita
Osallistujamäärät	Minimi: Maksimi:
Ilmoittautumisaika	20.05.2013 08:00 - 02.06.2013
Pääsääntöinen toteutusajankohta	
Soveltuvuus	Vaihto-opiskelijoille: Ei Vapaaasti valittaviin: Kyllä Avoimen opisk: Ei Soveltuu virtuaali-AMK:n opintoihin: Kyllä
Opettajat	Tawast Kati (Vastuupettaja)
Kampus	Laurea Leppävaara
Pääsääntöinen toteutuspaikka	
Toteutustapa	Muu toteutustapa, Optimatoteutus/opiskelijaryhmä, Projekti/Hanke/T&K, Verkko/virtuaali Kieli: suomi Virtuaalisuus: 3 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 digitaalista markkinointia ulkoisille sidosryhmille • laatia tehokkaan kohderyhmäkohtaisen digitaalisen markkinointiviestintäsuunnitelman
Edeltävät opinnot	
Keskeinen sisältö	*Digistrategia ja ansaintamallit *Hakukonemarkkinointi- ja optimointi *Brändin rakentaminen sosiaalisessa mediassa
Oppimateriaali	Opintojakson kirjallisuudeksi suositellaan seuraavia kirjoja: Leino, A. 2012. Sosiaalinen netti ja menestyvän pk-yrityksen mahdollisuudet. Porvoo:Infor Isokangas, A., Vassinen, R.2011. Digitaalinen jalanjälki. Hämeenlinna: Talentum Juslén, J. 2011. Nettimarkkinoinnin karttakirja. Karjaluoto,H.2010. Digitaalinen markkinointiviestintä- Esimerkkejä parhaista käytännöistä yritys- ja kuluttajamarkkinointiin. Jyväskylä: WSOYpro Soininen, Wasenius, Leponiemi. 2010. Yhteisöllinen media osana yrityksen arkea Leino, A. 2010. Dialogin aika – Markkinoinnin ja viestinnän digitaaliset mahdollisuudet.Porvoo:Infor Salmenkivi,S., Nyman, N.2008,Yhteisöllinen media ja muuttuva markkinointi 2.0. Helsinki: Talentum
Ohjaus ja viestintä	Ohjaus ja viestintä tapahtuvat Optiman kautta ja lähiopetuksessa.
Arviointikriteerit ja	

TOTEUTUSSUUNNITELMA Valmis

arviointimenetelmät	
Projekti/hanke (nimi)	Yhteistyökumppani: Reilu kauppa www.reilukauppa.fi Lisätietoja projektista antaa vastuupettaja kati.tawast@laurea.fi
Käytettävät T&K menetelmät	* Kehittämispohjainen oppiminen (LbD) * Lähtökohta-analyysien teko * Bechmarking * Case-Study * Mahdollinen haastattelu tai kysely
Opiskelijan työmäärän jakautuminen	Katso tarkempi kuvaus työskentelystä sivun ylälaidasta kohdasta Oppimistapahtumat.
Muut toteutusjärjestelyt	Opetuspäivä on keskiviikko klo 12.30-15. Aloitus ja orientaatio viikolla 36. Vain ensimmäisellä kerralla paikalla olijat lunastavat paikkansa opintojaksolla. Yritysprojektin tiimijako tehdään ensimmäisellä kerralla. Opintojaksolla vuorottelevat lähiopetus ja itsenäinen työskentely. Läsnaolo lähiopetuksessa ja ohjauksissa, sekä aktiivinen tuntityöskentely vaikuttavat vahvistavasti tai heikentävästi lopulliseen arvosanaan. Opeteltavat asiat kehittyvät tehtävän yritysprojektin (Reilu kauppa) kautta. Projektin kick-offista ja päätösesityksestä ei voi olla pois. Opintojaksolla on paljon vierailijoita tunnetuista yrityksistä kuten Sanoma Newsistä, Vapa Mediasta ja Kuriosta.

Oppimistapahtumat

Pvm	Klo	H	Aihe	Sisältö	Tila	Opettajat
04.09.2013	12.30-15	2	Orientaatio	Viikko 36 Opintojakson tavoitteet, sisältö, arviointi & työskentelytavat. Kati Tawast Projektitiimit muodostetaan. *Cocktail kävely - Kerro yksi kokemuksesi digitaalisesta markkinoinnista. *Learning by Developing (LbD) - Miten opimme ja kuka ottaa vastuun oppimisesta? *Postikortti minulle - Mikä on tärkein tavoitteesi tälle opintojaksolle ja miten pääset tähän tavoitteeseen?	Luokka	
11.09.2013	12.30-15	2	Projektin kick-off	Vko 37 Reilun kaupan projektin kick-offissa Markkinointipäällikkö Riikka Karppinen kertoo Reilusta kaupasta ja esittelee toimeksiannot. Mahdollisuus esittää tarkentavia kysymyksiä. Riikka Karppinen Kati Tawast	Luokka	

TOTEUTUSSUUNNITELMA Valmis

18.09.2013	12.30-15	2	Digistrategia ja ansaintamallit	Vko 38 Digistrategia ja ansaintamallit. Kati Tawast *Miten hyödyntää sosiaalista mediaa yrityksessä? *Miten varmistaa osaaminen ja kehittää oikeat prosessit? *Miten saada organisaation kaikki funktiot hyödyntämään sosiaalista mediaa?	Luokka	
25.09.2013	12.30-15	2	Itsenäinen tiimityöskentely	Vko 39 Lähtökohta-analyysit Tutustukaa Reiluun kauppaan toimeksiannon mukaisesti ja bechmarkatkaa Reilun kaupan kilpailijoiden vastaavia palveluita netissä. 1. Mitä Reilu kauppa tarjoaa toimeksiannon kohderyhmälle)? 2. Minkälainen mielikuva välittyy Reilun kaupan sivuilta ja miten vedotaan kohderyhmään? 3. Mitä keinoja Reilu kauppa käyttää Facebookissa, Twitterissä ja Pinterestissä (kommentointimahdollisuus, yksi- vai kaksisuuntaisia viestejä, jne.)? 4. Esitellä parhaimpia kilpailijoiden palveluiden ominaisuuksia ja benchmarkkeja erityisesti annetun kohderyhmän tavoittamiseksi?	Luokka tai muu vapaavalintainen tila	
02.10.2013	12.30-15	2	Itsenäinen tiimityöskentely	Vko 40 Lähtökohta-analyysit Tutustukaa Reiluun kauppaan toimeksiannon mukaisesti ja bechmarkatkaa Reilun kaupan kilpailijoiden vastaavia palveluita netissä. 1. Mitä Reilu kauppa tarjoaa toimeksiannon kohderyhmälle)? 2. Minkälainen mielikuva välittyy Reilun kaupan sivuilta ja miten vedotaan kohderyhmään? 3. Mitä keinoja Reilu kauppa käyttää Facebookissa, Twitterissä ja Pinterestissä (kommentointimahdollisuus, yksi- vai kaksisuuntaisia viestejä, jne.)? 4. Esitellä parhaimpia kilpailijoiden palveluiden ominaisuuksia ja benchmarkkeja erityisesti annetun	Luokka tai muu vapaavalintainen tila	

TOTEUTUSSUUNNITELMA Valmis

				kohderyhmän tavoittamiseksi?		
09.10.2013	12.30-15	2	Projektin tuutorointiworkshop	Vko 41 Pakollinen projektin tuutorointiworkshop. Riikka Siuruainen. Tiimit esittävät projektityönsä tilannekatsauksen ja saavat ohjaajan palautteen. Vinkkejä projektin jatkotyöstämiseen. Tiimi 1: 12.30-12.45 Tiimi 2: 12.45-13 Tiimi 3: 13-13.15 Tiimi 4: 13.15-13.30 Tiimi 5: 13.30-13.45 Tiimi 6: 13.45-14	Luokka	
16.10.2013	12.30-15	2	Hakukonemarkkinointi ja optimointi	Vko 42 Hakukonemarkkinointi- ja optimointi. Web analyttikko, Petri Mertanen, Sanoma News. Voiko digitaalista mediaa mitata perinteisen markkinoinnin mittarein? *Fanien lukumäärästä käyttäytymisen analysointiin ja tavoitteisiin. *Kuinka kanavariippumaton mittaristo rakennetaan? *Mitä tulokset edellyttävät? Kati Tawast	Luokka	
23.10.2013	12.30-15	2	Sisältömarkkinointi	Vko 43 Sisältömarkkinointi. Sisältöstrategi, toimitusjohtaja Ida Hakola, Vapa Media Oy. *Millaiset sisällöt toimivat näkyvyyden luomisessa? *Mitä voidaan tavoitella ja mitä pitää ottaa huomioon sisältöjä tuotettaessa ja jaettaessa Facebook -ympäristössä? *Mikä on sisältöjen merkitys tulokseksella verkkomarkkinoinnille? Kati Tawast	Luokka	
30.10.2013	12.30-15	2	Facebookmarkkinointi ja brändin rakentaminen sosiaalisessa mediassa	Vko 44 Facebookmarkkinointi ja brändin rakentaminen sosiaalisessa mediassa. Toimitusjohtaja Elli Tuominen. Kurio Oy. *Somemarkkinoinnin trendit. Kati Tawast	Luokka	
06.11.2013	12.30-15	2	Tuutorointiworkshop	Vko 45 Pakollinen tuutorointiworkshop.	Luokka	



TOTEUTUSSUUNNITELMA Valmis

				Riikka Siuruainen. Tiimi 1: 12.30-12.45 Tiimi 2: 12.45-13 Tiimi 3: 13-13.15 Tiimi 4: 13.15-13.30 Tiimi 5: 13.30-13.45 Tiimi 6: 13.45-14		
13.11.2013	12.30-15	2	Itsenäinen tiimityöskentely	Vko 46 Projektin työstöä itsenäisesti tiimeissä.	Luokka	
20.11.2013	12.30-15	2	Aänestys projektin päätösesityksistä	Vko 47 Projektiesitykset tiimeille. Tiimit valitsevat kaikkiaan kuusi esitystä projektin päätöstilaisuuteen. Kati Tawast	Luokka	
27.11.2013	12.30-15	2	Toimeksiantojen viimeistely itsenäisesti tiimeissä	Vko 48 Toimeksiantojen viimeistely tiimeissä.	Luokka tai muu vapaavalintainen tila	
04.12.2013	12.30-15	2	Projektiesitykset	Vko 49 Reilun kaupan projektiesitykset. Riikka Karppinen & Kati Tawast	Luokka	
11.12.2013	12.30-14	1	Opintojakson palautekeskustelu	Vko 50 Opintojakson palautekeskustelu. Kati Tawast & Riikka Siuruainen.	ATK -luokka	