

TOTEUTUSSUUNNITELMA Valmis

Opintojakso	Neuromarkkinointi (A9101), 5.0
Toteutus	LYA1311: 1/2013-2014 (26.08.2013 - 20.12.2013)
Tyyppi	YHTEISET (A036)
Ryhmät	Ensisijainen: LYA13SY Muut:
Projektiissa mukana	
Luennoitsijat	Jyrki Suomala, Jarmo Heinonen, mahdollisesti vierailevia luennoitsijoita
Osallistujamäärät	Minimi: Maksimi:
Ilmoittautumisaika	20.05.2013 08:00 - 02.06.2013
Pääsääntöinen toteutusajankohta	
Soveltuvuus	Vaihto-opiskelijoille: Ei Vapaasti valittaviin: Kyllä Avoimen opisk: Ei Soveltuu virtuaali-AMK:n opintoihin: Ei
Opettajat	Suomala Jyrki (Vastuuopettaja), Heinonen Jarmo (Muu opettaja)
Kampus	Laurea Leppävaara
Pääsääntöinen toteutuspaikka	
Toteutustapa	Muu toteutustapa, Optimatoteutus/opiskelijaryhmä, Projekti/Hanke/T&K Kieli: suomi Virtuaalisuus: 0 op T&k-integraatio: 5 op
Toteutusluokka	
Painoalat	
Arviointi viimeistään	20.01.2014 Suoritusmateriaalin arkistointi päättyy: 20.12.2014
Tenttipäivät	Varsinainen: Projektityö oltava valmis 4.12.2013
Opintojakson suoritettuaan opiskelija osaa	Opintojaksolla opitaan neuromarkkinointia helpolla ja konkreettisella tavalla. Jakson jälkeen opiskelijat osaavat analysoida markkinointimateriaalia (printti, videot, internet sivut ym.) neuromarkkinoinnin näkökulmasta.
Edeltävät opinnot	
Edeltävät opinnot, lisätietoja	Ei edellytä aikaisempia opintoja
Osaamistavoitteet	Opiskelija tutustuu markkinoinnin näkökulmasta aivojen keskeisiin toimintaperiaatteisiin. Keskeisiä aivopiirejä tällöin ovat palkintoalueet, pelkoalueet, toiminnan ohjauksen alueet (Ostaminen, päättäminen) ja sosiaaliset aivot. Näihin kaikkiin aivopiireihin on mahdollista tutustua opintojakson aikana.
Keskeinen sisältö	Aivojen palkintopiirit, aivojen pelkopiirit, aivojen toiminnanohjausjärjestelmät (päättäminen, ostaminen, valitseminen) ja sosiaaliset aivot. Neurotiedon soveltaminen käytännön markkinointikampanjan analysointiin. Tämä kaikkia antaa valmiuksia markkinointiviestinnän suunnitteluun niin, että siinä huomioidaan neurotieteen tulokset asiakastutkimuksista ja neuromarkkinoinnista.
Ohjaus ja viestintä	Opintojakson aikana Jyrki Suomalainen tavoittaa parhaiten sähköpostilla jyrki.suomala@laurea.fi Autan mielelläni kaikessa opintojaksoon liittyvässä ja jos aihepiiri kiinnostaa, niin ota rohkeasti yhteyttä mahdollisen lisäprojektin puitteissa (+5-10 opintopistettä) ja/tai opinnäytetyön merkeissä.
Arviointikriteerit ja arviointimenetelmät	Hyväksytty/Hylätty: Hyväksymisen edellytyksenä on osallistuminen opetukseen, ryhmä- ja projektityön tekeminen ja näiden esittäminen sovittuna ajankohtana.
Projekti/hanke (nimi)	Opintojaksolla on kiinteä yhteys Laurean TKI projektiin NeuroService.
Käytettävät T&K menetelmät	Uuden tiedon soveltaminen käytännön markkinointiongelmien ratkaisemiseen. (Evidence-based-development).
Opiskelijan työmäärän jakautuminen	Opetus 20%, ryhmätyö 30% ja omatoiminen työ 50% (Arvio)
Muut toteutusjärjestelyt	Mahdollisuus tutustua AMI-keskukseen Otaniemessä. AMI-keskus on aivotutkimuslaboratorio.

**TOTEUTUSSUUNNITELMA Valmis****Oppimistapahtumat**

Pvm	Klo	H	Aihe	Sisältö	Tila	Opettajat
18.09.2013	9-11.30	3	Aivojen palkinto- ja pelkoalueet	Kurssin aikataulu ja sisältö. Aivojen palkinto- ja pelkoalueet. Miten aivot toimivat? Keskusteluluento. Jyrki Suomala		Jyrki Suomala
25.09.2013	9-11.30	3	Esimerkkejä neuromarkkinoinnista	Neuromarkkinointiesimerkkejä: SuperBowl, Uusien kappaleiden menestymisen ennustaminen, valitseminen.		Jyrki Suomala
02.10.2013	9-11.30	3	Markkinointimenetelmien käyttö yrityksissä	Markkinointimenetelmien käyttö yrityksissä. Tapauksia ja esimerkkejä. Millaisia menetelminä tutkimusyrietykset käyttävät? Miten yritykset tutkivat asiakkaita. Tuotesijoittelu? Marketing vs market research.		Jarmo Heinonen
09.10.2013	9-11.30	3	Ryhmätyö.	Ryhmätyö. Markkinointitutkimuksen ja neuromarkkinointitutkimuksen vertaaminen. (Jarmo Heinonen)		Jarmo Heinonen
16.10.2013	9-11.30	3	Ryhmätöiden purku	Ryhmätöiden purku ja keskustelu.		Jarmo Heinonen
23.10.2013	9-11.30	3	Neuromarkkinoinnin seitsemän periaatetta osa 1	Neuromarkkinoinnin seitsemän periaatetta osa 1. TUNTEEN JA TIEDON YHDISTÄMINEN, SUHTEUTTAMINEN, VIESTIN YHDENMUKAISUUS, SOSIAALISTEN AIVOJEN HUOMIOIMINEN (Peilineuronit)		Jyrki Suomala
30.10.2013	9-11.30	3	Neuromarkkinoinnin seitsemän periaatetta osa 2. Projektitehtävän antaminen	Neuromarkkinoinnin seitsemän periaatetta osa 2 (Periaatteet 4-7). VIESTIN KEHYSTÄMINEN, OIKEAT VÄRIT, SANOJEN JA KUVIEN YHTEISVAIKUTUS. Projektityön antaminen.		Jyrki Suomala
06.11.2013	9-11.30	3	OMATOIMISTAJATYÖSKENTELY	Opiskelijoiden omatoimista projektityön tekemistä.		
13.11.2013	9-11.30		OMATOIMISTAJATYÖSKENTELY	Omatoimista projektityötä.		
20.11.2013	9-11.30	3	Projektin esitys ja palautta	Kukin opiskelijaryhmä esittää oman projektityön. Esitys powerpointilla tai vastaavalla 5-7 slideä. Esityksestä tulee käydä ilmi seuraavat asiat: 1. Yritysten nimet 2. Mainoskanavat ja mitä mainoksia käytettiin, 3. Lyhyt kuvaus niistä neuromarkkinointikriteereistä, joita käytettiin (vähintään 3). 4. Tulokset 5. Johtopäätökset. KUKIN ryhmä laatii esityksen lisäksi vähintään yhden sivun ehdotuksen ko. yrityksille, miten heidän tulisi muuttaa mainoksia, jotta ne miellyttäisi paremmin kuluttajien aivoja.		Jyrki Suomala