

TOTEUTUSSUUNNITELMA Valmis

Opintojakso	Neuromarkkinointi (A9101), 5.0
Toteutus	LYA1411: 1/2014-2015 (25.08.2014 - 23.12.2014)
Tyyppi	YHTEISET (A036)
Ryhmät	Ensisijainen: LYA14SY Muut:
Projektissa mukana	
Luennoitsijat	Jyrki Suomala, Jarmo Heinonen, mahdollisesti vierailevia luennoitsijoita
Osallistujamäärät	Minimi: Maksimi:
Ilmoittautumisaika	19.05.2014 08:00 - 02.06.2014
Pääsääntöinen toteutusajankohta	
Soveltuvuus	Vaihto-opiskelijoille: Ei Vapaasti valittaviin: Kyllä Avoimen opisk: Ei Soveltuu virtuaali-AMK:n opintoihin: Ei
Opettajat	Suomala Jyrki (Vastuupettaja), Heinonen Jarmo (Muu opettaja)
Kampus	Laurea Leppävaara
Pääsääntöinen toteutuspaikka	
Toteutustapa	Muu toteutustapa, Optimatoteutus/opiskelijaryhmä, Projekt/Hanke/T&K Kieli: suomi Virtuaalisuus: 0 op T&k-integraatio: 5 op
Toteutusluokka	Alueelliseen TKI-hankkeeseen perustuva LbD
Painoalat	Palveluliiketoiminta
Arviointi viimeistään	20.01.2014 Suoritusmateriaalin arkistointi päättyy: 20.12.2014
Tenttipäivät	Varsinainen: Mainosanalyysin oltava valmis 1.12.2013
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
08.09.2014	09.00 - 11.30	3	Aivojen yleinen rakenne ja toimintaperiaate ja pelkoalueet	1. Keskusteluluento. Kurssin aikataulu ja sisältö. Johdatus aiheeseen. Mitä on neuromarkkinointi? (Jyrki Suomala)	234	
15.09.2014	09.00-11.30	30	Neuromarkkinointiesimerkkejä	2. Keskusteluluento. Neuromarkkinointiesimerkkejä: SuperBowl, tupakoinnin vähentämis- ja aurinkovoiteen lisäämiskampanjat. Uusien musiikkikappaleiden menestymisen ennustaminen, viestien leviämisen ennustaminen. (Jyrki S.)	234	
22.09.2014	09.00-11.30	30	Uudet markkinatutkimukset	3. Keskusteluluento. Uudet markkinatutkimukset. Ensimmäisen tiimitöiden esittely. (Jarmo Heinonen)	234	
06.10.2014	09.00-11.30	30	Markkinointimenetelmien käyttö yrityksissä	4. Keskusteluluento. Markkinointimenetelmien käyttö yrityksissä. Tapauksia ja esimerkkejä. Millaisia menetelminä tutkimusyriytukset käyttävät. Miten yritykset tutkivat asiakkaita. Sijoittelu? Positioning (marketing vs market research). (Jarmo Heinonen)	234	
13.10.2014	09-11.30	3	Tiimityö	5. Luento ja tiimityö. Markkinointitutkimuksen ja neuromarkkinointitutkimuksen vertaaminen. (Jarmo Heinonen)	234	
20.10.2014	09 - 11.30	3	Tiimitöiden presentaatiot	6. Opiskelijoiden esitykset tiimitöistä. (Jarmo Heinonen)	234	
27.10.2014	09.00-11.30	30	Neuromarkkinoinniperiaatteet 1-4.	7. Keskusteluluento. Neuromarkkinoinnin periaatteet 1-4 (Tunteiden ja tietojen yhdistäminen, Suhteellistaminen, Yhdenmukaistaminen ja Peilineuroneiden aktivointi). (Jyrki S.)	234	
03.11.2014	09-11.30	3	Neuromarkkinoinniperiaatteet 5-7.	8. Neuromarkkinoinnin periaatteet 5-7 (Viestin kehystäminen, oikeat värit ja sanojen ja kuvien yhteisvaikutus). Projektitehtävän antaminen.	234	
10.11.2014	09.00-11.30	30		9. Keskusteluluento. Nielsen-neurosciencen tekemiä neurotutkimuksia. (Jyrki Suomala)		
17.11.2014			Omatoimista projektityötä	Opiskelijoiden omatoimista opiskelua		
24.11.2014			Omatoimista projektityötä	Omatoimista projektityötä.		
01.12.2014	09-11.30	3	Projektin esitys ja palauta	Kukin opiskelijaryhmä esittää oman projektityön. Esitys powerpointilla tai vastaavalla 5-7 slideä. Esityksestä tulee käydä ilmi seuraavat asiat:1. Yritysten nimet2. Mainoskanavat ja mitä mainoksia	234 ja 232	

TOTEUTUSSUUNNITELMA Valmis

				käytettiin,3. Lyhyt kuvaus niistä neuromarkkinointiperiaatteista, joita käytettiin (vähintään 3).4. Tulokset5. Johtopäätökset.KUKIN ryhmä laatii esityksen lisäksi vähintään yhden sivun ehdotuksen ko. yrityksille, miten heidän tulisi muuttaa mainoksia, jotta ne miellyttäisi paremmin kuluttajien aivoja.Sekä powerpoint että ehdotus pitää lähettää esityspäivään mennessä optimaan.		
--	--	--	--	--	--	--