

TOTEUTUSSUUNNITELMA Valmis

Opintojakso	Neuromarkkinointi (A9205), 5.0
Toteutus	TOA1511: 1/2015-2016 (24.08.2015 - 23.12.2015)
Tyyppi	ASIAKASYMMÄRRYS MARKKINOINNIN VETURINA (A832)
Ryhmät	Ensisijainen: TOA15SY Muut:
Projektissa mukana	
Luennoitsijat	Jarmo Heinonen
Osallistujamäärät	Minimi: Maksimi:
Ilmoittautumisaika	18.05.2015 08:00 - 31.05.2015
Pääsääntöinen toteutusajankohta	Ilta-aikaan ja/tai viikonloppuisin
Soveltuvuus	Vaihto-opiskelijoille: Ei Vapaasti valittaviin: Kyllä Avoimen opisk: Ei Soveltuu virtuaali-AMK:n opintoihin: Ei
Opettajat	Heinonen Jarmo (Vastuupettaja)
Kampus	Laurea Leppävaara
Pääsääntöinen toteutuspaikka	Kampuksella
Toteutustapa	Muu toteutustapa Kieli: suomi Virtuaalisuus: 0 op T&k-integraatio: 1 op
Toteutusluokka	Tieto- ja taitoperustaa vahvistava, LbD
Painoalat	Opiskelijayrittäjyys, Palveluliiketoiminta, Turvallisuus ja yhteiskuntavastuu
Arviointi viimeistään	23.01.2016 Suoritusmateriaalin arkistointi päättyy: 23.12.2016
Tenttipäivät	
Opintojakson suoritettuaan opiskelija osaa	Opiskelija osaa • soveltaa neurotieteellistä tietoa markkinoinnissa • analysoida markkinointiongelmia aivojen palkinto-, pelko- ja sosiaalisen piirien näkökulmasta.
Edeltävät opinnot	
Osaamistavoitteet	TAVOITE. Opintojaksolla opitaan neuromarkkinointia helpolla ja konkreettisella tavalla. Jakson jälkeen opiskelijat osaavat analysoida markkinointimateriaalia (printti, videot, internet sivut ym.) neuromarkkinoinnin näkökulmasta. Samoin he osaavat parantaa markkinointiviestintää neuromarkkinointitiedon avulla. Lisäksi he oppivat vertaamaan perinteistä markkinointitutkimusta neuromarkkinointitutkimuksiin. SISÄLTÖ. Opintojakso muodostuu kolmesta pääteemasta. Ensimmäisen teeman aikana opitaan aivojen toimintaperiaatteita yleisesti ja erityisesti markkinointiympäristössä. Toisen teeman aikana opitaan analysoimaan markkinointimateriaalia neuromarkkinointitiedon pohjalta. Kolmannessa teemassa opiskelijat oppivat neuromarkkinoinnin seitsemän periaatetta ja suorittavat projektitehtävän. Kurssin aikana on mahdollista tutustua myös oikeaan aivotutkimusympäristöön Aalto-yliopistossa.
Keskeinen sisältö	1. TO 3.09.2015. Keskusteluluento. Kurssin aikataulu ja sisältö. Johdatus aiheeseen. Mitä on neuromarkkinointi? Tiimityö 1. Tehtävän esittely (palautus 1.10. mennessä, esitykset 22.10)) 2. TO 1.10.2015. Keskusteluluento. Neuromarkkinointiesimerkkejä: SuperBowl esimerkkejä. Tupakoinnin vähentämisen- ja aurinkovoiteen lisäämiskampanjat. Uusien musiikkikappaleiden menestymisen ennustaminen, viestien leviämisen ennustaminen. Neuromarkkinoinnin seitsemän periaatetta 3. TO 22.10.2015. Keskusteluluento. Uudet markkinatutkimukset. Ensimmäisen tiimitehtävän esittely. 4. TO 5.11.2015. Keskusteluluento. Markkinointimenetelmien käyttö yrityksissä. Tapauksia ja esimerkkejä. Millaisia menetelminä tutkimusyriytkses käyttävät. Miten yritykset tutkivat asiakkaita. Sijoittelu? Positioning (marketing vs market research). Tiimityö 2 esittely.

TOTEUTUSSUUNNITELMA Valmis

	5. TO 3.12.2015. Luento ja ryhmätyö. Markkinointitutkimuksen ja neuromarkkinointitutkimuksen vertaaminen.
Arviointikriteerit ja arviointimenetelmät	Arviointitapa: Arviointiasteikko: K5 - T1. - Oppimistehtävän Tehtävän 1 raportti hyväksytty/hylätty (yksilötehtävänä palautettu) - Oppimistehtävän Tehtävän 2 raportti 100 % arvioinnista (yksilötehtävä) - Esitykset, suulliset esitykset arvostellaan: hyväksytty/hylätty Kehitettävän osaamisen kuvaus (arvioinnin kohde): Suulliset esitykset ja aktiivisuus • Annettujen tehtävien käsittelyn syvällisyys • Esitysten looginen eteneminen ja selkeys • Asiantunteva kommentointi ja keskustelu
Käytettävät T&K menetelmät	Tiimityö II NeuroMarkkinointiin (5.11.2015) /Jarmo HeinonenEdellinen tiimityö (tiimityö I; palautetaan yksilötyönä): Sinulla on olemassa aikaisemmasta tiimityöstä hyvä markkina- tai markkinointitutkimus, joka voidaan muuttaa neuromarkkinatutkimukseksi. Olet myös valmis esittelemään sen muulle luokalle. Olet tarkistanut ja analysoinut tutkimuksestasi seuraavat asiat 1. Kysymysten muotoilu 2. Minkälaisia kysymyksiä on käytetty ja miten ne voitaisiin muotoilla fMRI:hin sopiviksi3. Otantamenetelmä ja miten se toimii4. Analysointimenetelmä ja miten se toimii5. Mitä taustamuuttujia on käytetty6. Mikä oli pääkysymys ja miten alakysymykset on johdettu siihenTiimityö II (palautetaan yksilötyönä): Muuta tutkimuksesi fMRI tutkimukseen sopivaksi.1. Muuta kysymyksesi fMRI laitteeseen sopivaksi. Osallistuja voi liikuttaa ainoastaan sormiaan tai painaa nappia fMRI laitteessa . Osallistujat voivat nähdä vain lyhyitä lauseita tai kuvia fMRI koneen sisällä näkyvässä näytössä, kun he makaavat fMRI koneen sisällä. Minkälaisia valitsemasi tutkimuksen kysymysten pitää silloin olla ja minkälaisia vastauksia voi antaa?2. Valitsemasi tutkimuksen Otantamenetelmän sopivuus fMRI tutkimukseen? Otoskoot ovat pienempiä fMRI tutkimuksissa, koska mittaukset ovat kalliimpia ja terveydelliset näkökulmat pitää huomioida. Otoksen pitää myös osua tarkemmin tutkittavaan segmenttiin.3. Miten varmistat, että valittavat osallistujat sopivat fMRI mittauksiin? Mitkä kysymykset heille pitää esittää?4. Mieti ennakoon (lähteitä hyväksi käyttäen) mitkä alueet aivoissa näyttävät tai minkä alueiden pitäisi näyttää aktivoitumista, kun tutkimuksesi kysymykset esitellään fMRI:n sisällä? Tee hypoteettinen oletus5. fMRI arvioi aivoista näkyviä merkkejä klusterianalyysillä. Miten tämä analysointimenetelmä toimii ja miten sillä saadut tulokset tulkitaan?