

TOTEUTUSSUUNNITELMA Valmis

Opintojakso	Digitaalinen markkinointi (A9334), 10.0
Toteutus	TOA1621: 2/2016-2017 (19.01.2017 - 25.05.2017)
Tyyppi	MARKKINOINTIViestintä JA MYynti (R021)
Ryhmät	Ensisijainen: TOA16SY Muut:
Projektissa mukana	
Luennoitsijat	
Osallistujamäärät	Minimi: Maksimi:
Ilmoittautumisaika	28.11.2016 08:00 - 09.12.2016
Pääsääntöinen toteutusajankohta	Päiväaikaan arkin
Soveltuvuus	Vaihto-opiskelijoille: Ei Vapaasti valittaviin: Kyllä Avoimen opisk: Kyllä Soveltuu virtuaali-AMK:n opintoihin: Kyllä
Opettajat	Tawast Kati (Vastuupettaja), Siuruainen Riikka (Muu opettaja)
Kampus	Laurea Leppävaara
Pääsääntöinen toteutuspaikka	Kampuksella
Toteutustapa	Optimatoteutus/opiskelijaryhmä, Verkko/virtuaali Kieli: suomi Virtuaalisuus: 3 op T&k-integraatio: 7 op
Toteutusluokka	Paikalliseen hankkeeseen/projektiin/kehittämistehtävään perustuva LbD
Painoalat	Palveluliiketoiminta
Arviointi viimeistään	25.06.2017 Suoritusmateriaalin arkistointi päättyy: 25.05.2018
Tenttipäivät	
Opintojakson suoritettuaan opiskelija osaa	Opiskelija osaa • laatia digitaalisen markkinoinnin strategian • tunnistaa oman, ostetun ja ansaitun median eri kanavat • rakentaa brändiä sosiaalisessa mediassa ja mobiilisti • hyödyntää hakukoneoptimointia ja -markkinointia • tunnistaa digitaalisen median mittarit • tehdä sisältömarkkinointia
Edeltävät opinnot	
Osaamistavoitteet	Opintojakso soveltuu opiskelijalle, joka on kiinnostunut tulevaisuudessa työskentelemään esim. sisältöstrategina, digitaalisen markkinoinnin suunnittelijana tai brand managerina. Digitaalisen markkinoinnin opintojakson suorittaneet voivat laajentaa digitaalisen markkinoinnin osaamistaan hakemalla tekemään opinnäytetyötä Kuluttajakäyttäytymisen digitaalisuus -ryhmään, jossa toimeksiantajina toimivat Digitaalisen markkinoinnin ajatushautomo: Kurio ja MTV. Ryhmään otetaan parhaillaan uusia opinnäytetyöntekijöitä tammikuussa 2017 alkavaan ryhmään. Lähetä sähköpostia: Kati Tawast kati.tawast@laurea.fi http://kuluttajakäyttäytymisendigitaalisuus.fi
Keskeinen sisältö	• Sisältöstrategia • Sisätömarkkinointi • Brändin rakentaminen sosiaalisessa mediassa • Hakukoneoptimointi
Oppimateriaali	Opintojakson kirjoina käytetään: Tanni, K., Keronen, K. 2013. Johdata asiakkaasi verkkoon. Opas koukuttavan sisältöstrategian luomiseen. Helsinki: Talentum Chaffey, D. Smith, P.R. 2013. Emarketing Excellence - Planning & Optimizing your digital marketing. New York: Routledge Varmistathan, että kirjat ovat käytössäsi, kun opintojakso alkaa. Emarketing Excellence löytyy e-kirjana Laurean kirjastosta.
Ohjaus ja viestintä	Ohjaus tapahtuu lähitapaamisissa ja Optiman viestipalstan kautta.
Arviointikriteerit ja arviointimenetelmät	Learning by Developing LbD arviointikriteerit.

TOTEUTUSSUUNNITELMA Valmis

Projekti/hanke (nimi)	Sanoma Oy. www.sanoma.com
Käytettävät T&K menetelmät	*Kehittämispohjainen oppiminen (LbD) *Lähtökohta-analyysien teko *Benchmarking *PESTLE *SWOT *Persoonat *Asiakaspolku *Haastattelu *Havainnointi
Muut toteutusjärjestelyt	Aloitus ja orientaatio 19.1.2017 klo 9-11.30. Vain ensimmäisellä kerralla paikallaolijat lunastavat paikkansa opintojaksolla. Yritysprojektin tiimijako tehdään ensimmäisellä kerralla. Opintojaksolla vuorottelevat lähiopetus ja itsenäinen projektityöskentely. Läsnäoloa torstaisin klo 9-11.30 edellytetään kaikkina kertoina. Läsnäolo ja tuntiaktiivisuus vaikuttavat arvosanaan. Torstai-iltapäivä klo 12.30-15 on varattu projektityöskentelyyn ATK luokassa. Projektin kick-offistaja päätösesityksestä ei voi olla pois. Tarkka viikkokohtainen aikataulu käydään läpi orientaatioissa ja löytyy opintojakson Optimatyötilasta. Ryhmän maksimikoko on 40. Lisätietoja: Vastuuopettaja Kati Tawast kati.tawast@laurea.fi