

TOTEUTUSSUUNNITELMA
Muokattavana

Opintojakso	Markkinointiviestinnän suunnittelu ja brändit (A9336), 5.0
Toteutus	TOA1621: 2/2016-2017 (09.01.2017 - 20.06.2017)
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 arkinen
Soveltuvuus	Vaihto-opiskelijoille: Ei Vapaasti valittaviin: Kyllä Avoimen opisk: Ei Soveltuu virtuaali-AMK:n opintoihin: Kyllä
Opettajat	Siuruainen Riikka (Vastuupettaja)
Kampus	Laurea Leppävaara
Pääsääntöinen toteutuspaikka	Kampuksella
Toteutustapa	Projekti/Hanke/T&K, Verkko/virtuaali Kieli: suomi Virtuaalisuus: 2 op T&k-integraatio: 3 op
Toteutusluokka	Alueelliseen TKI-hankkeeseen perustuva LbD
Painoalat	Palveluliiketoiminta
Arviointi viimeistään	20.07.2017 Suoritusmateriaalin arkistointi päättyy: 20.06.2018
Tenttipäivät	
Opintojakson suoritettuaan opiskelija osaa	Opiskelija osaa • suunnitella brändi-identiteetin mukaista markkinointiviestintää • tunnistaa markkinointiviestinnän osa-alueet • laatia kohderyhmittäin integroidun markkinointiviestintäsuunnitelman
Edeltävät opinnot	
Osaamistavoitteet	Opiskelija osaa • suunnitella brändi-identiteetin mukaista markkinointiviestintää • tunnistaa markkinointiviestinnän osa-alueet • laatia kohderyhmittäin integroidun markkinointiviestintäsuunnitelman
Oppimateriaali	Suosittelavaa taustakirjallisuutta: • Tanni, K., Keronen, K.2013. Johdata asiakkaasi verkkoon. Opas koukuttavan sisältöstrategian luomiseen. Helsinki: Talentum ja • 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 • Isohookana, H. 2011.Yrityksen markkinointiviestintä. Helsinki:WSOYpro • Malmelin, N. & Hakala, J. 2012. Vetovoima - Kirja inspiroivista yrityksistä, merkitysten johtamisesta ja idealismin voimasta. Helsinki: Talentum. • Malmelin, N. & Hakala, J. 2011. Radikaali brändi. Helsinki: Talentum. • Mäkinen, M., Kahri, A. & Kahri, T. 2010. Brändi kulmahuoneeseen. Porvoo:WSOYpro • Aula, P. Heinonen, J.2011. Maineen uusi aalto. Hämeenlinna: Talentum Media Oy.
Ohjaus ja viestintä	Lähikerrat, Optima
Arviointikriteerit ja arviointimenetelmät	lbd -kriteeri
Projekti/hanke (nimi)	Yritysprojekti (IoT, Digitaalinen liiketoiminta)
Käytettävät T&K menetelmät	Kehittämispohjainen oppiminen (LbD)

TOTEUTUSSUUNNITELMA
Muokattavana

	*Lähtökohta-analyysin teko *Benchmarking *Case-study *Mahdollinen haastattelu tai kysely *Havainnointi
Opiskelijan työmäärän jakautuminen	<u>Kurssi alkaa tammi - helmikuun vaihteessa. Lähitapaamiset Maanantai, aamupäivä. Ei joka viikko</u> Ohjelmaa päivitetään