

TOTEUTUSSUUNNITELMA Valmis

Opintojakso	Päätöksikäyttämisen ilmiöt myynnissä ja markkinointijohtamisessa (A9396), 5.0
Toteutus	HYA31521: 2/2015-2016 (15.01.2016 - 28.04.2016)
Tyyppi	PÄÄTÖKSENTEON ILMIÖT (A879)
Ryhmät	Ensisijainen: HYA315SJ Muut:
Projektissa mukana	
Luennoitsijat	Sini Setälä ja Kaisa Hytönen
Osallistujamäärät	Minimi: 12 Maksimi: 35
Ilmoittautumisaika	30.11.2015 08:00 - 07.12.2015
Pääsääntöinen toteutusajankohta	
Soveltuvuus	Vaihto-opiskelijoille: Ei Vapaasti valittaviin: Kyllä Avoimen opisk: Ei Soveltuu virtuaali-AMK:n opintoihin: Ei
Opettajat	Setälä Sini (Vastuupettaja), Hytönen Kaisa (Muu opettaja)
Kampus	Laurea Leppävaara
Pääsääntöinen toteutuspaikka	Kampuksella
Toteutustapa	Optimatoteutus/opiskelijaryhmä Kieli: suomi Virtuaalisuus: 1 op T&k-integraatio: 2 op
Toteutusluokka	Tieto- ja taitoperustaa vahvistava, LbD
Painoalat	
Arviointi viimeistään	28.05.2016 Suoritusmateriaalin arkistointi päättyy: 28.12.2016
Tenttipäivät	
Opintojakson suoritettuaan opiskelija osaa	- tunnistaa ja arvioida päätöksenteon ilmiöitä, jotka vaikuttavat kuluttajan käyttäytymiseen myyntitilanteissa ja markkinointiviestinnässä - tunnistaa ja soveltaa käyttäytymistaloustieteen teorioita ja menetelmiä myynnissä ja markkinoinnissa - arvioida päätöksenteon ilmiöiden merkittävyyttä ja vaikuttavuutta markkinointijohtamisessa
Edeltävät opinnot	
Edeltävät opinnot, lisätietoja	Suositteluaan että A9393 ja A9394 opintojaksot ovat suoritettuna tai muuten vastaavat tiedot.
Osaamistavoitteet	Opintojakson suoritettuaan opiskelija osaa hahmottaa erilaisia päätöksenteon ilmiöitä asiakkaiden käyttäytymisessä. Hän hahmottaa arvonmuodostukseen liittyviä tekijöitä esimerkiksi hinnoittelun ja brändin näkökulmista. Hän osaa myös arvioida ja analysoida markkinoinnissa ja myynnissä tehtäviä toimia kuluttajakäyttäytymisen näkökulmasta. Opiskelija myös tunnistaa käyttäytymistieteellisen tiedon soveltamisen eettiset ulottuvuudet ja osaa toimia hyvien eettisten periaatteiden mukaisesti.
Keskeinen sisältö	- Päätöksenteon ilmiöt kuluttajakäyttäytymisessä - Hinnoittelu, tuotesijoittelu, brändin hallinta, markkinointiviestintä - Arvonmuodostus, tuotekäsitys ja kanta-asiakassuhteet - Miehet ja naiset kuluttajina
Oppimateriaali	Barden, Phil. 2013. Decoded: The Science Behind Why We Buy. John Wiley & Sons. Joan Meyers-Levy, Barbara Loken (2015). Revisiting gender differences: What we know and what lies ahead. Journal of Consumer Psychology, 25(1), 129-149. Richard H. Thaler (1985). Mental Accounting and Consumer Choice. Marketing Science, 4(3), 199-214. Muu Optimassa ilmoitettu lukumateriaali sekä itsenäisesti haetut tietolähteet.
Ohjaus ja viestintä	Ohjaus ja viestintä tapahtuu lähipäivien aikana ja Optimassa opintojakson keskustelupalstalla.
Arviointikriteerit ja arviointimenetelmät	5Tietoperusta Luoda johdonmukaisen viitekehyksen tietoperustan hyödyntäen sekä kotimaisia että kansainvälisiä tieteellisiä lähteitä kriittisesti



TOTEUTUSSUUNNITELMA Valmis

	Ongelmanratkaisu Ratkaista vaativia ongelmia tutkimus-, kehittämis- ja/tai innovaatiotoiminnassa, jossa luodaan uutta tietoa ja osaamista sekä soveltaa ja yhdistää eri alojen tietoja. Kehittäminen Tavoitteellisesti ja yhteisöllisesti kehittää osaamisalueen toimintaa. Viestintä Viestiä vakuuttavasti suullisesti ja kirjallisesti sekä alan- että alan ulkopuoliselle yleisölle. 3Tietoperusta Hankkia, käsitellä, tuottaa ja arvioida tietoa kriittisesti ja laaja-alaisesti sekä kotimaisia että kansainvälisiä tieteellisiä lähteitä hyödyntäen. Käyttää perustellusti asiantuntijuusalueen käsitteitä. Ongelmanratkaisu Ratkaista ongelmia tutkimus-, kehittämis- ja /tai innovaatiotoiminnassa soveltamalla ja yhdistämällä eri alojen tietoja. Kehittäminen Luoda tavoitteellisia, perusteltuja kehittämissuunnitelmia ottaen yhteisön huomioon. Viestintä Viestiä asiantuntevasti, selkeästi ja johdonmukaisesti sekä suullisesti että kirjallisesti 1Tietoperusta Hankkia, käsitellä, tuottaa ja arvioida tietoa laaja-alaisesti. Käyttää systemaattisesti asiantuntijuusalueen käsitteitä Ongelmanratkaisu Ratkaista ongelmia tutkimus-, kehittämis- ja/tai innovaatiotoiminnassa Kehittäminen Tunnistaa ja analysoida kehittämiskohteita tietoperustaa hyödyntäen. Viestintä Viestiä selkeästi sekä suullisesti että kirjallisesti
Käytettävät T&K menetelmät	KirjallisuusRefleктоiva oppimispäiväkirjaRyhmätyöt
Opiskelijan työmäärän jakautuminen	Lähipäivätyöskentely: 24 tKirjallisuus: 50 tOppimispäiväkirja: 50 t
Muut toteutusjärjestelyt	Lähipäivät opintojaksolla A9396 Päätöskäyttäytymisen ilmiöt myynnissä ja markkinointijohtamisessa 5 op ovat: 15.1., 13.2., 14.4.2016 klo 9.00-16.30.Muutokset ovat mahdollisia.

Oppimistapahtumat

Pvm	Klo	H	Aihe	Sisältö	Tila	Opettajat
15.01.2016	9-16.30		Päätöksenteko, prospektiteoria, mental accounting, viestintuojan merkitys			
13.02.2016	9-16.30		Tuotesijoittelu ja brändinhallinta, arvomuodostus, tuotekäsitys, kanta-asiakassuhteet			
14.04.2016	9-16.30		Ostokäyttäytyminen	Mieraana Head of Business Development at Trimedia Oy Ville Salonen		