

TOTEUTUSSUUNNITELMA Valmis

Opintojakso	Asiakastiedon hyödyntäminen liiketoiminnan kehittämisessä (E0126), 10.0
Toteutus	HLE1211: 1/2012-2013 (27.08.2012 - 21.12.2012)
Tyyppi	MARKKINOINNIN SYVENTÄVÄT OPINNOT (E014)
Ryhmät	Ensisijainen: HLE10SN Muut:
Projektissa mukana	
Luennoitsijat	
Osallistujamäärät	Minimi: Maksimi:
Ilmoittautumisaika	21.05.2012 08:00 - 03.06.2012
Pääsääntöinen toteutusajankohta	
Soveltuvuus	Vaihto-opiskelijoille: Ei Vapaasti valittaviin: Ei Avoimen opisk: Ei Soveltuu virtuaali-AMK:n opintoihin: Ei
Opettajat	Lipasti Eija (Vastuupettaja), Turku Tiina (Muu opettaja)
Kampus	Laurea Kerava
Pääsääntöinen toteutuspaikka	
Toteutustapa	Muu toteutustapa, Optimatoteutus/opiskelijaryhmä, Projekt/Hanke/T&K, Verkko/virtuaali Kieli: suomi Virtuaalisuus: 0 op T&k-integraatio: 6 op
Toteutusluokka	
Painoalat	
Arviointi viimeistään	21.01.2013 Suoritusmateriaalin arkistointi päättyy: 21.12.2013
Tenttipäivät	
Opintojakson suoritettuaan opiskelija osaa	Opiskelija osaa suunnitella, miten asiakastarpeita tutkitaan erilaisissa tilanteissa. Opiskelija osaa toteuttaa erilaisia tutkimuksia. Hän osaa analysoida tutkimustuloksia ja hyödyntää niitä liiketoiminnan kehittämisessä. Opiskelija osaa ottaa huomioon ostokäyttäytymisen keskeiset asiat liiketoiminnan ja markkinoinnin suunnittelussa.
Edeltävät opinnot	Pakolliset opinnot tai niitä vastaavat tiedot.
Edeltävät opinnot, lisätietoja	Keskeisten ammatillisten opintojaksojen osaaminen
Osaamistavoitteet	Pääpaino opintojaksolla on kuluttaja-asiakkuuksien tutkimisessa, kehittämisessä ja ymmärtämisessä. Opiskelija ymmärtää ostokäyttäytymisen perusteet. Opiskelija saa kokonaiskäsityksen kuluttajatutkimuksen menetelmistä. Opiskelija osaa arvioida asiakastiedon merkityksen asiakkuuksien kehittämisessä. . Opiskelija ymmärtää asiakastiedon merkityksen yhteisön tuote-/palvelukonseptien kehittämisessä. Opiskelija osaa hyödyntää asiakastietojärjestelmiä tavoitteena kannattavat ja uskolliset asiakkuudet
Keskeinen sisältö	Opintojaksolla tutustutaan aihealueen teoriaan eri tavoin (lähitunnit, tehtävät, lukupiiri, essee) ja käytännön projektityönä tehdään erilaisia asiakastutkimuksia (kysely, haastattelu, etnografinen) tai asiakastutkimusharjoituksia . Opintojaksolla käsiteltävät tärkeimmät aihealueet ovat: • ostokäyttäytyminen • kuluttaja-asiakkuudet • asiakasinformaatio ja -tietojärjestelmät • asiakastutkimus • asiakastytytyväisyys • asiakasymmärrys Opintojakso antaa hyvät valmiudet markkinoinnin alueen (erityisesti asiakkaita

TOTEUTUSSUUNNITELMA Valmis

	käsittävän) opinnäytetyön tekemiseen.
Arviointikriteerit ja arviointimenetelmät	Arviointi perustuu opiskelijan työn tuloksiin opintojaksolla. Ks. eri osat ja niiden painot kohdasta "Toteutuksen osat".
Opiskelijan työmäärän jakautuminen	60 h lähitunnit 210 h ryhmätyötä, tutkimustyötä (pääsääntöisesti ryhmässä) ja itsenäistä työtä Yhteensä 270 h