

TOTEUTUSSUUNNITELMA Valmis

Opintojakso	Social Media Marketing (E9978), 5.0
Toteutus	TOE1521: 2/2015-2016 (18.05.2016 - 31.07.2016)
Tyyppi	PIENYRITYKSEN LIIKETOIMINTA (E265)
Ryhmät	Ensisijainen: TOE15SY Muut:
Projektissa mukana	
Luennoitsijat	Tuula Perätalo
Osallistujamäärät	Minimi: 20 Maksimi: 40
Ilmoittautumisaika	14.03.2016 08:00 - 27.04.2016
Pääsääntöinen toteutusajankohta	
Soveltuvuus	Vaihto-opiskelijoille: Ei Vapaasti valittaviin: Kyllä Avoimen opisk: Ei Soveltuu virtuaali-AMK:n opintoihin: Kyllä
Opettajat	Perätalo Tuula (Vastuupettaja)
Kampus	Laurea Kerava
Pääsääntöinen toteutuspaikka	Virtuaalisesti
Toteutustapa	Optimatoteutus/opiskelijaryhmä, Verkko/virtuaali Kieli: englanti Virtuaalisuus: 5 op T&k-integraatio: 0 op
Toteutusluokka	Tieto- ja taitoperustaa vahvistava, LbD
Painoalat	Palveluliiketoiminta, Teknologiaosaaminen ja yrittäjyys (FUAS)
Arviointi viimeistään	31.08.2016 Suoritusmateriaalin arkistointi päättyy: 31.07.2017
Tenttipäivät	
Opintojakson suoritettuaan opiskelija osaa	Opiskelija osaa • käyttää sosiaalista mediaa nykyisten ja potentiaalisten asiakkaiden sitouttamiseen ja osallistamiseen • käyttää uusia viestinvälineitä kilpailuetunaan • arvioida jatkuvasti muuttuvan sosiaalisen median mahdollisuuksia ja uhkia liiketoiminnassa sekä markkinoijien että kuluttajien näkökulmista • kehittää pienyrityksen markkinointiviestintää sosiaalisen median avulla.
Edeltävät opinnot	
Edeltävät opinnot, lisätietoja	HUOM! Opiskelija, jolla on arvosana Laurean vanhan opetussuunnitelman opintojaksoista E9910 Social media marketing ei voi saada suoritusta tästä opintojaksoista, koska opintojaksojen sisällöt ovat yhtenevät. Opintojaksolle otetaan max. 40 opiskelijaa.
Osaamistavoitteet	The course educates the students on social media marketing issues such as engaging customer communities using social media networks. The students will realize the dynamic force of social media and be able to analyze the change in marketing from both marketers' and customers' perspectives. They will reflect and share their own experiences as digital marketers' target group. The students will recognize the competitive edge that collaborative marketing offers to all types of businesses and organizations.
Keskeinen sisältö	Challenges and opportunities of social media and networks changing the face of marketing: from outbound to inbound, using customer communities to enhance business, e.g. engaging the customer through interaction, business blogging, engaging online influencers and monitoring customer conversations in social networks, crowdsourcing, viral marketing, social network marketing, social deal marketing, mobile marketing.
Oppimateriaali	Optiman työtilaan linkitetty materiaali, itsenäiset haut Internetistä. Yhteisöllisen oppimisen tavoite: tehtäviä suorittaessaan opiskelijat hakevat materiaalia jaettavaksi yhteiseen käyttöön.
Arviointikriteerit ja arviointimenetelmät	0-5. Arvioinnin kohteena on oppimistehtäväkokonaisuus, joka suoritetaan itsenäisesti tai itse valitun parin kanssa. Opiskelijan suoritteita arvioidaan opintojakson tavoitteiden

TOTEUTUSSUUNNITELMA Valmis

	mukaisesti. Yksi keskeisimmistä tavoitteista on yhteisöllisen oppimisen toteutuminen. Opintojakson suorittaminen edellyttää kaikkien tehtävien suorittamista hyväksytysti.
Muut toteutusjärjestelyt	Opintojakson työtila ja linkitetyt materiaalit ovat pääosin englanninkielisiä. Opiskelija voi valita, suorittaako tehtävät suomeksi vai englanniksi. Opiskelu tapahtuu omaan tahtiin. Osa tehtävistä on mahdollista suorittaa myös parityönä. Työtila avautuu Optimaan 18.5.2016. Kaikkien tehtävien tulee olla palautettuna Optiman palautuslaatikoihin viimeistään 31.7.2016., jonka jälkeen työtila sulkeutuu ja palautuksia ei enää oteta vastaan.