

TOTEUTUSSUUNNITELMA Valmis

Opintojakso	Marketing Communication (F0015), 5.0
Toteutus	HLF1121: 2/2011-2012 (02.01.2012 - 19.06.2012)
Tyyppi	"INSPIRED BY MARKETING" (F004)
Ryhmät	Ensisijainen: HLF10SN Muut:
Projektissa mukana	
Luennoitsijat	
Osallistujamäärät	Minimi: Maksimi:
Ilmoittautumisaika	28.11.2011 08:00 - 04.12.2011
Pääsääntöinen toteutusajankohta	
Soveltuvuus	Vaihto-opiskelijoille: Ei Vapaasti valittaviin: Ei Avoimen opisk: Ei Soveltuu virtuaali-AMK:n opintoihin: Ei
Opettajat	Marstio Tuija (Vastuupettaja), Mikkonen Jarmo (Muu opettaja), Murtola Kaarina (Muu opettaja)
Kampus	Laurea Lohja
Pääsääntöinen toteutuspaikka	
Toteutustapa	Optimatoteutus/opiskelijaryhmä Kieli: suomi Virtuaalisuus: 0 op T&k-integraatio: 0 op
Toteutusluokka	
Painoalat	
Arviointi viimeistään	19.07.2012 Suoritusmateriaalin arkistointi päättyy: 19.06.2013
Tenttipäivät	Uusinnat: 03.05.2012
Opintojakson suoritettuaan opiskelija osaa	Opintojakson päätyttyä opiskelija: - osaa käyttää erilaisia markkinatutkimuksen menetelmiä liiketoiminnan analysoinnissa - tuntee integroidun markkinointiviestinnän periaatteet, hyödyt sekä haasteet - hallitsee markkinointiviestinnän työkalut ja osaa laatia markkinointiviestintäsuunnitelman eri kohderyhmille tai tapahtumille (esim. messut, kampanjat jne.) huomioiden eri kanavavaihtoehdot - jäsentää yrityskuvan tärkeyden yritykselle ja hallitsee yritys- ja tuotebrändien rakentamisen elementit
Edeltävät opinnot	
Edeltävät opinnot, lisätietoja	Huom! OPETUSKIELI ON OSITTAIN ENGLANTI
Osaamistavoitteet	- are capable of using the different market research methods related to consumer behaviour and purchasing patterns - understand the concept of integrated marketing communication; the principles, advantages and challenges of it - are able to apply the various marketing communication tools and you can design a comprehensive plan for marketing communication for different target groups or events (e.g. fairs, campaigns, etc.) - Know the marketing and brand building processes and the role of advertising, promotion and brand building in an organisation's integrated marketing program - jäsentää yrityskuvan tärkeyden yritykselle ja hallitsee yritys- ja tuotebrändien rakentamisen elementit
Keskeinen sisältö	
Oppimateriaali	To be specified later
Arviointikriteerit ja arviointimenetelmät	Evaluation: Assignment1/Tuija: 20% Assignment2/Jarmo: 15% (pre-assignment) Assignment3/Kaarina: 25% Exam: 40%
Opiskelijan työmäärän jakautuminen	Estimated workload 5* 27 = 135 h which comprises 36 hours classroom teaching, 12 hours of seminar, 16 hours of workshops in context of classroom teaching. Other work comprises 71 hours (group work for the assignments, preparation of the seminar presentations and preparation for the exam the exam)