

TOTEUTUSSUUNNITELMA Valmis

Opintojakso	Marketing Communication (F0015), 5.0
Toteutus	HLF1211: 1/2012-2013 (04.09.2012 - 27.11.2012)
Tyyppi	"INSPIRED BY MARKETING" (F004)
Ryhmät	Ensisijainen: HLF11KN Muut:
Projektissa mukana	
Luennoitsijat	
Osallistujamäärät	Minimi: 12 Maksimi: 40
Ilmoittautumisaika	21.05.2012 08:00 - 03.06.2012
Pääsääntöinen toteutusajankohta	
Soveltuvuus	Vaihto-opiskelijoille: Kyllä Vapaasti valittaviin: Ei Avoimen opisk: Kyllä Soveltuu virtuaali-AMK:n opintoihin: Ei
Opettajat	Marstio Tuija (Vastuupettaja), Mikkonen Jarmo (Muu opettaja), Murtola Kaarina (Muu opettaja)
Kampus	Laurea Lohja
Pääsääntöinen toteutuspaikka	
Toteutustapa	Muu toteutustapa, Optimatoteutus/opiskelijaryhmä Kieli: englanti Virtuaalisuus: 0 op T&k-integraatio: 0 op
Toteutusluokka	
Painoalat	
Arviointi viimeistään	26.12.2012 Suoritusmateriaalin arkistointi päättyy: 17.07.2013
Tenttipäivät	Varsinainen: 27.11.2012 Uusinnat: 17.01.2013, 21.02.2013
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 ENGLANTI
Osaamistavoitteet	After this course you - 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 - are capable of understanding the importance of the company reputation and know the elements needed for building company and product brands.
Keskeinen sisältö	
Oppimateriaali	Integrated marketing communication & market research: Blythe, J. 2006. Essentials of marketing communications. Selected parts to be informed later lecture material (chapters 1- 2 , 6 and 10-11) Brand management:

TOTEUTUSSUUNNITELMA Valmis

	Haig, M. 2003: Brand Failures lecture material Publicity & Reputation management: Fombrun, C. J & van Riel, C. B. M. 2004. Fame & fortune. How successful companies build winning reputations? Upper Saddle River NJ: Pearson Education. <u>Fombrun, C. J.</u> & van Riel, C. B. M. 2007. Essentials of corporate communication: implementing practices for effective reputation management. Abingdon Routledge. Tenttimateriaali valikoivin osin.
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)
Muut toteutusjärjestelyt	VKO Päivä Aihe/opettaja 36 4.9. Introduction/Tuija Instructions for assignment/Tuija 8:15 – 11:30 37 11.9. Market research/Tuija 8:15 – 11:30 38 18.9. Promotion mix 1/Tuija 8:15 – 11:30 39 25.9. Promotion mix 2/ Tuija 8:15 – 11:30 40 2.10 Workshop / Tuija (8:15-11:30) 41 10.10 Brand building1 / Jarmo (8.15 - 11:30) (instructions to pre-assignment/Jarmo) 42 16.10 Publicity/ Kaarina (12:30 – 15:45) 42 - 43 Pre-assignment/Brand/Jarmo 43 (kv.viikko) 23.10 Reputation management /Kaarina Instructions for assignment/Kaarina(8:15 – 11:30) Analysis of scientific articles(12:30 – 14:30) 43 24.10 Brand building2 /Jarmo (12:30 - 15:45) 44 Company visit related to reputation management (Pohjoisranta?) 47 20.11 Seminar: Presentation of Assignment/Kaarina 8:15 – 11:30 49 27.11 Exam/Tuija Jarmo Kaarina (12:30 – 14:30)