

TOTEUTUSSUUNNITELMA Valmis

Opintojakso	Sähköisen liiketoiminnan kehittäminen ja johtaminen (F0057), 10.0
Toteutus	LYF1311: 1/2013-2014 (26.08.2013 - 20.12.2013)
Tyyppi	OPINNOT (OP)
Ryhmät	Ensisijainen: LYF13SY Muut:
Projektissa mukana	
Luennoitsijat	Tuija Marstio, Susanna Kivelä
Osallistujamäärät	Minimi: 10 Maksimi: 40
Ilmoittautumisaika	21.08.2013 08:00 - 28.08.2013
Pääsääntöinen toteutusajankohta	
Soveltuvuus	Vaihto-opiskelijoille: Ei Vapaasti valittaviin: Kyllä Avoimen opisk: Kyllä Soveltuu virtuaali-AMK:n opintoihin: Kyllä
Opettajat	Marstio Tuija (Vastuupettaja), Kivelä Susanna (Muu opettaja)
Kampus	Laurea Lohja
Pääsääntöinen toteutuspaikka	
Toteutustapa	Optimatoteutus/opiskelijaryhmä, Projekt/Hanke/T&K Kieli: suomi Virtuaalisuus: 0 op T&k-integraatio: 6 op
Toteutusluokka	
Painoalat	
Arviointi viimeistään	20.01.2014 Suoritusmateriaalin arkistointi päättyy: 20.12.2014
Tenttipäivät	Varsinainen: 22.11.2013 Uusinnat: 23.01.2014, 27.02.2014
Opintojakson suoritettuaan opiskelija osaa	Opiskelija osaa: - jäsentää sähköisen liiketoiminnan kokonaisuuden ja digitaalisen markkinoinnin osana sitä - nähdä yritysten mahdollisuuden toimia digitaalisella kentällä markkinoidessaan itseään ja tuotteitaan. - eritellä sähköisten palvelujen kehittämisen mahdollisuudet, hyödyt ja ongelmat yritysten ja asiakkaiden näkökulmasta sekä B2B- että kuluttajakaupassa - suunnitella yrityksen nettisivuja markkinointiviestinnän näkökulmasta - yrityksen tietosuojan ja siihen liittyvät oikeudelliset kysymykset sähköisessä liiketoiminnassa - laatia yrityksen tilanteeseen ja tarpeisiin pohjautuvan suunnitelman digitaalisen median hyödyntämisestä markkinoinnissa ja mainonnassa
Edeltävät opinnot	Teemojen 1, 2 ja 3 opinnot
Edeltävät opinnot, lisätietoja	Osallistuakseen opintojaksolle opiskelijalla tulee olla suoritettuna vähintään 70 opintopistettä tai omata vastaavat tiedot
Osaamistavoitteet	Tavoitteena on, että opiskelija saa jäsennellyn käsityksen sähköisen liiketoiminnan kokonaisuudesta ja kehityksestä. Opintojakson osaaminen ilmenee opiskelijan taitona jäsentää, kuinka markkinointia johdetaan tehokkaasti digitalisoitumisen aikakautena. Opiskelija tuntee digitaalisen markkinoinnin välineet ja kanavat ja osaa laatia yritykselle suunnitelman niiden hyödyntämiseksi.
Keskeinen sisältö	• WEB 1.0 - WEB 3.0 • Minä verkossa • Sosiaalisen median työkalut: Blogit, wikit, verkkoyhteisöt, virtuaali- ja pelimaailmat • Sosiaalisen median liiketoimintamallit ja käyttöönoton suunnitelma • Sosiaalinen media ja osaaminen kehittäminen organisaatiossa • Sähköinen jalanjälki ja tietoturva • Mobiilimarkkinointi älykoodit • Web 2.0 tarjoamat mahdollisuudet kaupankäynnille ja interaktiivisen

TOTEUTUSSUUNNITELMA Valmis

	- asiakkuuden haasteet - Digitaalinen markkinointiviestintä, digikanavat ja asiakassuhteet - Verkkokaupan treندهjä ja case-esimerkkejä
Oppimateriaali	J. Juslén, 2011: Nettimarkkinoinnin karttakirja - Soininen, Wasenius, Leponiemi, 2011: yhteisöllinen media osana yrityksen arkea - Luennoilla ja työpajoissa läpikäyty aineisto
Ohjaus ja viestintä	Tapaamisajankohdat: 6.9. 9-14: käynnistys 13.9 koko päivä: teoriaosuutta 20.9 Hankepaja 1: Perehdytys 27.9 Hankepaja 2: Hands-on 11.10 Hankepaja 3: Hands-on 18.10 Hankepaja 4: Tulosten purkua 25.10 luento 1.11 ap luento 8.11 ap luento 15.11 ap Hankepaja 5 22.11 ap Hankkeiden tulosten esittely + tentti 29.11 Raportin kirjoitusta
Projekti/hanke (nimi)	Opintojaksoon sisältyy muutamia oppimistehtäviä sekä kehittämishanke, jonka kautta opiskelijat perehtyvät Googlen työkaluihin.