

TOTEUTUSSUUNNITELMA Valmis

Opintojakso	Integroidun markkinointiviestinnän ja asiakkuuksien kehittäminen (G8343), 15.0
Toteutus	TOG1521: 2/2015-2016 (04.01.2016 - 23.06.2016)
Tyyppi	ASIAKKUUDET JA MARKKINOINTI (G107)
Ryhmät	Ensisijainen: TOG15SY Muut:
Projektissa mukana	
Luennoitsijat	
Osallistujamäärät	Minimi: 20 Maksimi:
Ilmoittautumisaika	30.11.2015 08:00 - 07.12.2015
Pääsääntöinen toteutusajankohta	
Soveltuvuus	Vaihto-opiskelijoille: Ei Vapaasti valittaviin: Ei Avoimen opisk: Kyllä Soveltuu virtuaali-AMK:n opintoihin: Ei
Opettajat	Lunkka Johanna (Vastuupettaja), Siuruainen Riikka (Muu opettaja)
Kampus	Laurea Otaniemi
Pääsääntöinen toteutuspaikka	
Toteutustapa	Kieli: suomi Virtuaalisuus: op T&k-integraatio: op
Toteutusluokka	
Painoalat	
Arviointi viimeistään	23.07.2016 Suoritusmateriaalin arkistointi päättyy: 23.06.2017
Tenttipäivät	
Opintojakson suoritettuaan opiskelija osaa	•Osaa arvioida erilaisia markkinointiviestinnän keinoja osana markkinointistrategiaa •Osaa suunnitella yrityksen tai brändin markkinointiviestinnän kokonaisuuden asiakastietoa hyödyntäen •Osaa arvioida erilaisia asiakkuuksia ja markkinointiviestintää ostokäyttäytymistietoon perustuen •Ymmärtää asiakashallintaprosessien käsitteet ja merkityksen asiakassuhteen kehittämisessä •Osaa laatia asiakkuuksien kehittämissuunnitelman
Edeltävät opinnot	
Edeltävät opinnot, lisätietoja	
Osaamistavoitteet	Katso osaamistavoitteet yllä. Opintojakso soveltuu hyvin opiskelijalle, joka haluaa tulevaisuudessa työskennellä esimerkiksi tuote- tai asiakkuuspäällikkönä tai markkinointiviestinnän suunnittelijana palvelualalla tai teollisuuden parissa. Markkinointiviestintää tarkastellaan opintojaksolla kokonaisvaltaisen prosessin kautta brändin tavoitteet huomioiden.
Keskeinen sisältö	Opintojaksoon sisältyy seuraavia asioita: • aiheeseen liittyvän projektin toteuttaminen toimeksiantajalle tiimissä • teematunteihin liittyvät oppimistehtävät, jotka toimivat projektin osatehtävinä • projektista ja erillisistä tehtävistä muodostuu toimeksiantajalle markkinointiviestinnän ja asiakkuuksien kehittämisen suunnitelma • toisen tiimin projektin opponointi • vierailu media/mainostoimistossa ja siihen liittyvät oppimistehtävät kuten mediabriefin tekeminen • asiakkuuksien kehittämiseen liittyvä haastattelu • teematunteja edeltävät lukutehtävät • ryhmätentti
Oppimateriaali	Ilmoitetaan opintojakson alkaessa. Oppimateriaali koostuu aiheeseen liittyvästä kirjallisuudesta sekä verkkoartikkeleista, sekä ohjaajien ja vierailijoiden luennoista/alustuksista.
Ohjaus ja viestintä	Optima ja lähitapaamiset ryhmässä & tiimin kesken.

TOTEUTUSSUUNNITELMA Valmis

Arviointikriteerit ja arviointimenetelmät	Toteutettavat projektit arvioidaan Laurean projektiarviointikriteerein, 0-5. Projektitiimissä suoritetaan tiimin kesken yhteinen loppuarviointi. Opintojakson ryhmätentti arvioidaan arvosanalla 0-5.
Projekti/hanke (nimi)	Opintojaksolla on 3-4 eri yritystä toimeksiantajana. Opiskelijoilla on mahdollisuus tuoda myös oma projekti opintojaksolle.
Käytettävät T&K menetelmät	LbD kehittämispohjainen oppiminen tiimissä. Lähtökohta-analyysit projektin aiheeseen liittyen, projektisuunnitelma ja tiimin sisäinen loppuarviointi. Markkinointiviestinnän kehittämiseen liittyvien työmenetelmien harjoittelu. Mahdolliset haastattelut. Opponointi.
Opiskelijan työmäärän jakautuminen	Opintojakson ohjautut tapaamiset, ennakkotehtävät, projektien opponointi ja tenttiin valmistautuminen ovat noin 1/3 työmäärästä. 2/3 on tiimin omaehtoisesti suunnittelemaa projektityöskentelyä. Näille tiimi varaa itse yhteiset palaverit ja tilat.
Muut toteutusjärjestelyt	Opintojakso toteutetaan viikoilla 4-18.