

TOTEUTUSSUUNNITELMA Valmis

Opintojakso	Markkinointiviestintä (R0288), 10.0
Toteutus	TOG1721: 2/2017-2018 (25.01.2018 - 11.05.2018)
Tyyppi	BRÄNDIT LIIKETOIMINNAN KEHITTÄMISESSÄ (R048)
Ryhmät	Ensisijainen: TOG17SY Muut:
Projektissa mukana	
Luennoitsijat	Johanna Lunkka, Riikka Siuruainen, muut vierasluennoitsijat
Osallistujamäärät	Minimi: 30 Maksimi: 50
Ilmoittautumisaika	27.11.2017 08:00 - 01.12.2017
Pääsääntöinen toteutusajankohta	Päiväaikaan arkin
Soveltuvuus	Vaihto-opiskelijoille: Ei Vapaasti valittaviin: Kyllä Avoimen opisk: Kyllä Soveltuu virtuaali-AMK:n opintoihin: Kyllä
Opettajat	Lunkka Johanna (Vastuupettaja), Siuruainen Riikka (Muu opettaja)
Kampus	Laurea Otaniemi
Pääsääntöinen toteutuspaikka	Kampuksella
Toteutustapa	Projekti/Hanke/T&K Kieli: suomi Virtuaalisuus: 2 op T&k-integraatio: 4 op
Toteutusluokka	Paikalliseen hankkeeseen/projektiin/kehittämistehtävään perustuva LbD
Painoalat	Palveluliiketoiminta
Arviointi viimeistään	11.06.2018 Suoritusmateriaalin arkistointi päättyy: 15.06.2019
Tenttipäivät	Varsinainen: Ryhmätentti. Päivä ilmoitetaan opintojakson alkaessa.
Opintojakson suoritettuaan opiskelija osaa	Opiskelija osaa • suunnitella ja toteuttaa yrityksen tai brändin markkinointiviestinnän kokonaisuuden kohderyhmien mukaisesti • seurata ja mitata markkinointiviestinnän onnistumista • kehittää erilaisia markkinointiviestinnän keinoja osana markkinointistrategiaa
Edeltävät opinnot	
Edeltävät opinnot, lisätietoja	Keskeiset ydinopintojaksot suoritettu.
Osaamistavoitteet	Opintojakso soveltuu hyvin opiskelijalle, joka haluaa tulevaisuudessa työskennellä esimerkiksi tuotepäällikkönä tai markkinointiviestinnän suunnittelijana. Markkinointiviestintää tarkastellaan opintojaksolla kokonaisvaltaisen prosessin kautta brändin tavoitteet huomioiden. Keskeisiä tavoitteita yllämainittujen osaamistavoitteiden lisäksi: • markkinoinnin nykytilan analyysin, kilpailija-analyysin ja benchmarkingin tekeminen • markkinointiviestinnän päätöksentekoon liittyvän tutkimuksen/haastattelun toteuttaminen • projektin tuotos on asiakaslähtöinen markkinointiviestinnän suunnitelma projektiyritykselle
Keskeinen sisältö	Opintojaksoon sisältyy seuraavia osia: • aiheeseen liittyvän projektin toteuttaminen toimeksiantajalle tiimeissä • teematunteihin liittyvät oppimistehtävät • teemahaastattelujen/tutkimuksen toteuttaminen asiakkaiden parissa • projektista ja tehtävistä muodostuu toimeksiantajalle kehittämissuunnitelma • toisen tiimin töiden opponointi • vierailu media-/mainostuotimissa • ryhmätentti
Oppimateriaali	Ilmoitetaan opintojakson alkaessa orientaatiotunnilla. Materiaali koostuu aiheeseen liittyvästä kirjallisuudesta ja verkkoartikkeleista sekä ohjaajien ja vierailijoiden luennoista.
Ohjaus ja viestintä	Lähitapaamiset yhdessä noin kerran viikossa. Lisäksi tiimien omat palaverit. Materiaali

TOTEUTUSSUUNNITELMA Valmis

	ja palautukset Optimassa.
Arviointikriteerit ja arviointimenetelmät	Toteutettavat projektit arvioidaan Laurean projektiarviointikriteerein, 0-5. Ryhmätentti arvioidaan 0-5. Muut suoritukset hyväksytty/hylätty.
Projekti/hanke (nimi)	Opintojaksolla on toimeksiantajayrityksenä kulutustuotebrändejä edustava yritys.
Käytettävät T&K menetelmät	LbD kehittämispohjainen oppiminen tiimissä.Lähtökohta-analyysi, projektisuunnitelma ja tiimin sisäinen loppuarviointi.Markkinointiviestinnän kehittämiseen liittyvien työmenetelmien harjoittelu.Teemahaastattelut/tutkimus ja analysointi.Opponointi.
Opiskelijan työmäärän jakautuminen	10 opintopisteen opintojaksossa on suuri painoarvo tiimin projektin suunnittelussa ja toteuttamisessa. Tiimin edellytetään sopivan erillistä työskentelyaikaa myös viikkotuntien lisäksi.
Muut toteutusjärjestelyt	Opintojakson tunnit pidetään yleensä kerran viikossa viikkojen 5-17 aikana.