



TOTEUTUSSUUNNITELMA Valmis

Opintojakso	Brändi kasvun vahvistajana (V1488), 5.0
Toteutus	HYV31511: 1/2015-2016 (11.09.2015 - 08.11.2015)
Tyyppi	KASVUN JOHTAMISEN TYÖKALUT (V092)
Ryhmät	Ensisijainen: HYV315SJ Muut:
Projektissa mukana	
Luennoitsijat	Maria Ekström, vierailevia luennoitsijoita
Osallistujamäärät	Minimi: 12 Maksimi: 35
Ilmoittautumisaika	18.05.2015 08:00 - 31.05.2015
Pääsääntöinen toteutusajankohta	Erikseen sovittavan aikataulun mukaan
Soveltuvuus	Vaihto-opiskelijoille: Ei Vapaasti valittaviin: Ei Avoimen opisk: Ei Soveltuu virtuaali-AMK:n opintoihin: Kyllä
Opettajat	Ekström Maria (Vastuupettaja)
Kampus	Laurea Tikkurila
Pääsääntöinen toteutuspaikka	Virtuaalisesti
Toteutustapa	Optimatoteutus/opiskelijaryhmä, Projekt/Hanke/T&K Kieli: suomi Virtuaalisuus: 3 op T&k-integraatio: 4 op
Toteutusluokka	Tieto- ja taitoperustaa vahvistava, LbD
Painoalat	Opiskelijayrittäjäys, Palveluliiketoiminta
Arviointi viimeistään	30.11.2015 Suoritusmateriaalin arkistointi päättyy: 23.12.2016
Tenttipäivät	
Opintojakson suoritettuaan opiskelija osaa	• syventää tietojaan ja osaamistaan brändimalleista ja brändikäsitteistä • arvioida brändin rakentumisen prosesseja • kehittää hyviä brändejä ymmärtämällä asiakkaiden/kuluttajien roolia brändin vahvistamisessa • vahvistaa brändiä viestinnällä
Edeltävät opinnot	
Oppimateriaali	Hampf, A., & Lindberg-Repo, K. (2011). Branding: The past, present, and future: A study of the evolution and future of branding. Kapferer, J. N. (2012). Abundant rarity: The key to luxury growth. <i>Business Horizons</i>, 55(5), 453-462. Rindell, A., & Iglesias, O. (2014). Context and time in brand image constructions. <i>Journal of Organizational Change Management</i>, 27(5), 756-768. Singh, S., & Sonnenburg, S. (2012). Brand performances in social media. <i>Journal of Interactive Marketing</i>, 26(4), 189-197. Lisää lähteitä löytyy optiman työtilasta
Muut toteutusjärjestelyt	Lähipäivät 11.9 ja 8.10