

Johtamisen akateeminen yksikkö
Markkinoinnin ja viestinnän akateeminen
yksikkö
Kansainvälisen liiketoiminnan
kandidaattiohjelman opinto-opas
2019-2020

Kansainvälisen liiketoiminnan opinnot

Tarve kansainvälisen liiketoiminnan osaajista

Suomi on pieni ja avoin talous, jonka kasvun ja hyvinvoinnin ylläpitämiseksi on tärkeää, että suomalaiset yritykset ja yksilöt pystyvät toimimaan menestyksellisesti kansainvälisillä markkinoilla. Kansainvälistyminen ei kuitenkaan koske vain maan rajojen ulkopuolella operoivia yrityksiä ja organisaatioita vaan globalisoitumiskehitystä tapahtuu myös kotimaassa. Monikulttuurisessa ympäristössä toimimisesta ja kansainvälisyydestä onkin tullut merkittävä osa niin yritysten kuin valtiollisten organisaatioiden ja kolmannen sektorin toimintaa ja siten tarve monipuolisista kansainvälisen liiketoiminnan osaajista korostuu. Kansainvälisen liiketoiminnan opinnot mahdollistavat monipuoliset ja mielenkiintoiset tehtävät niin ulkomailla kuin kotimaassa (kts. kuvio).



Kansainvälisen liiketoiminnan – kandidaatin tutkinto-ohjelma

Kansainvälisen liiketoiminnan kandidaatin tutkinto-ohjelma pyrkii vastaamaan kansainvälistymisen tarpeisiin tarjoamalla työelämärelevanttia ja tutkimukseen perustuvaa koulutusta, jossa korostuvat erityisesti laaja-alainen yrityksen kansainvälisen liiketoiminnan suunnittelu, strategiset valinnat ja toteutus. Ohjelmassa painotetaan kansainvälisen liiketoiminnan lisäksi johtamisen ja markkinoinnin näkökulman merkitystä. Valmistuneilla opiskelijoilla on tiedot ja taidot toimia kansainvälisten ja kansainvälistyvien yritysten ja organisaatioiden alemman ja keskijohdon tehtävissä sekä kotimaassa toimivissa monikansallisissa yrityksissä. Ohjelma antaa valmiudet hyödyntää tietoja ja taitoja maailmanlaajuisesti ja tarjoaa siten mahdollisuuden monipuolisiin tehtäviin ympäri maailmaa. Kansainvälisen liiketoiminnan kandidaatin tutkinto-ohjelman järjestävät markkinoinnin yksikkö ja johtamisen yksikkö yhdessä.

Osaamistavoitteet

Kansainvälisen liiketoiminnan kandidaatin tutkinto-ohjelman tavoitteet jakautuvat tiedollisiin, taidollisiin ja asenteisiin liittyviin oppimistavoitteisiin seuraavasti:

Tiedolliset oppimistavoitteet:

Kansainvälisen liiketoiminnan kandidaatin tutkinto-ohjelman tiedollisissa oppimistavoitteissa korostuvat teoriat ja käytännöt kansainvälisen liiketoiminnan, erityisesti johtamisen ja markkinoinnin näkökulmasta. Opiskelijoiden odotetaan tietävän miten analysoidaan kansainvälistä toimintaympäristöä ja suunnitellaan kansainvälisiä toimintoja ja strategioita.

Tutkinnon suoritettuaan, kansainvälisen liiketoiminnan kandidaatti osaa:

- Hankkia ja analysoida kansainväliseen toimintaympäristöön liittyvää tietoa.
- Ymmärtää kansallisten kulttuurien eroavaisuuksien perusteet.
- Osaa hyödyntää kansainvälisen toimintaympäristön ominaispiirteitä ja monikulttuurisuutta kansainväliseen liiketoimintaan liittyvässä suunnittelussa, päätöksenteossa ja toteutuksessa.
- Osaa hyödyntää kansainvälisen liiketoiminnan teoreettisia viitekehikkoja ja työkaluja ja soveltaa niitä.

Ohjelman keskeisiä osa-alueita ovat markkinoinnin suunnittelu ja toteutus kansainvälisille markkinoille, monikulttuurisen henkilökunnan johtaminen sekä monikansallisen yrityksen johtaminen.

Opiskelijat voivat paneutua ohjelmassa Aasian tai Itä-Euroopan liiketoiminnan haasteisiin tai syventää tietojaan globaalin ostotoiminnan osalta. Ohjelmassa opiskeleville suositellaan osallistumista kansainväliseen vaihtoon ja korostetaan kieliopintojen merkitystä. Opiskelijat oppivat myös laskentatoimen ja rahoituksen kuten myös liiketoimintasuunnittelun perustietoja liiketoiminta-osaamisen kokonaisuuden kautta.

Taidolliset oppimistavoitteet:

Ohjelmassa korostetaan myös taidollisten oppimistavoitteiden merkitystä. Ohjelma kehittää erityisesti opiskelijoiden analyyttisiä, ongelmanratkaisun ja monikulttuurisen tiimityöskentelyn kykyjä. Myös esiintymiskykyä ja kirjallisia kommunikointitaitoja opitaan sekä itsensä johtamista.

Asenteet:

Ohjelma korostaa *globaalia* maailmankatsomusta ja *erilaisuuden* ymmärrystä, jossa avoimuus muita maita ja kulttuureita kohtaan on olennaista. Edelleen *strateginen* suuntautuminen ja *asiakassuuntautuminen* ovat olennaisia kuten myös *vastuullisuus* yhteiskuntaa, henkilöstöä ja asiakkaita kohtaan korostuu.

Ohjelmassa korostetaan käytännönläheistä näkökulmaa, mikä näkyy opetusmenetelmien valinnassa yrityselämän edustajien pitäminä vierailuluentoina, sekä yritysvierailuina. Opetuksessa hyödynnetään mm. opetuscasejä, ryhmätyömenetelmiä sekä soveltavia oppimistehtäviä.

Ohjelman rakenne

Kansainvälisen liiketoiminnan kandidaatin tutkinto-ohjelman rakenne muodostuu seuraavista pääaineeseen rinnastettavista opinnoista sekä yhteisistä opinnoista (kts. taulukko1).

Taulukko 1. Kansainvälisen liiketoiminnan kandidaatin tutkinto-ohjelman rakenne

ORIENTOIVAT OPINNOT (4 OP)			
LIIKETOIMINNAN PERUSTEET (28 OP)			
Sisältyy: Johtamisen perusteet (7 op) ja Markkinoinnin perusteet (7 op)			
LIIKETOIMINNAN KEHITTÄMINEN (28 OP)			
YHTEISET OPINNOT (14 OP)			
PÄÄAINEOPINNOT (66 OP)			
PERUSOPINNOT (14 OP)	AINEOPINNOT (47 OP)	VALINNAISET OPINNOT (5 OP)	TAIDOT: Analyttisyys, ongelmanratkaisu, monikulttuurinen tiliintyöskentely, esiintymistaidot ja itsensä johtaminen ASENTEET: Globaali maailmankatsomus, erilaisuuden ymmärtäminen, strateginen suuntautuminen, asiakaslähtöisyys ja vastuullisuus
Markkinoinnin perusteet (7op) Johtamisen perusteet (7op)	Henkilöstöjohtaminen (7 op) Export Marketing (5 op) International Business Operation Modes (5 op) International Management (5op) Cross-Cultural Management (5op) Tavoitteena kandidaatintutkimus (5 op) Kandidaatintutkimus (10 op) Cultures of Consumption (5 op)	Marketing Strategies and Management in CEE (5 op) Doing Business in the Emerging Markets (5 op) Global Sourcing and Procurement (5 op) International Growth Through Sustainable Entrepreneurship(5 op) Kuluttajakäyttäytyminen (5 op) Excursion (2 op) Internship I (5 op) Internship II (5 op) Leading people (5 op) European Governance (5 op) Globalisation and Geography of Enterprise (5 op) Philosophy of Multiculturalism (5 op) Agency and Social Media (5 op) WWW-suunnittelu (5 op) Johtamisviestintä (5 op) Management of Changing Work (5 op)	
KIELI- JA VIESTINTÄOPINNOT (15 OP)			
MENETELMÄOPINNOT (10 OP)			
SIVUAINE (25 OP)			

Opintojen eteneminen

Kansainvälisen liiketoiminnan kandidaatin tutkinto-ohjelman pääaineeseen rinnastettavat opinnot suositellaan suoritettavaksi alla näkyvän taulukon mukaisesti (ks. Taulukko2)

Taulukko 2. Kansainvälisen liiketoiminnan kandidaatin tutkinto-ohjelman opintojen eteneminen

1. Vuosi	Syyslukukausi		Kevätlukukausi	
	1.priori	2.priori	3.priori	4.priori
Pakolliset kurssit	Johtamisen perusteet 7 op	Markkinoinnin perusteet 7 op		
2. Vuosi	Syyslukukausi		Kevätlukukausi	
	1.priori	2.priori	3.priori	4.priori
Pakolliset kurssit	International Management 5 op	Cross-Cultural Management 5 op	Cultures of Consumption 5 op	Henkilöstöjohtaminen 7 op
	Export Marketing 5 op	International Business Operation Modes 5 op		
3. Vuosi	Syyslukukausi		Kevätlukukausi	
	1.priori	2.priori	3.priori	4.priori
Pakolliset kurssit	Mahdollisuus vaihto-opiskeluun		Mahdollisuus vaihto-opiskeluun	
	Tavoitteena kandidaatintutkielma 5 op	Kansainvälisen liiketoiminnan kandidaatintutkielma 10 op	Tavoitteena kandidaatintutkielma 5 op	Kansainvälisen liiketoiminnan kandidaatintutkielma 10 op
Vapaasti valittavat opinnot 2.-3. vuosi	Kuluttajakäyttäytyminen 5 op (* Globalisation and Geography of Enterprise 5 op Philosophy of Multiculturalism 5 op	Global Sourcing & Procurement 5 op International Growth Through Sustainable Development 5 op	Doing Business in the Emerging Markets 5 op Marketing Strategies and Management in Central and Eastern Europe 5 op	Management of Changing Work 5 op European Governance 5 op (available all periods)
	Internship I tai II 5 op Leading People 5 op		Internship I tai II 5 op	

(* Enintään 5 opiskelijaa voi osallistua Kuluttajakäyttäytymisen kurssille.

Jatko-opintokelpoisuus

Kansainvälisen liiketoiminnan kandidaatin tutkinto-ohjelmaan valituilla on oikeus suorittaa maisterin tutkinto. Ohjelma antaa erityisen hyvät valmiudet jatkaa saumattomasti opiskelua kansainvälisesti akkreditoitussa (EPAS) Master's Degree in International Business -maisteriohjelmassa (MIB).

Johtamisen ja markkinoinnin sivuaineet kansainvälisen liiketoiminnan kandidaattiopiskelijoille:

Johtamisen sivuaine kansainvälisen liiketoiminnan kandidaattiopiskelijoille

Valitse 25 opintopistettä seuraavista opinnoista:

Leading People	5 ECTS
Organisaatiokäyttäytyminen	7 ECTS
Startups and Innovation Management	5 ECTS
Strategic Management	7 ECTS
Yrityksen toiminnan kehittäminen	7 ECTS

Markkinoinnin sivuaine kansainvälisen liiketoiminnan kandidaattiopiskelijoille

Valitse 25 opintopistettä seuraavista opinnoista:

Markkinoinnin strateginen johtaminen	6 ECTS
Yrityksen liiketoimintasuunnitelma	5 ECTS
Markkinointikommunikaatio	6 ECTS
Vastuullinen päätöksenteko liiketoiminnassa	5 ECTS
Relationship Marketing	7 ECTS

Kansainvälinen liiketoiminta -sivuainekokonaisuus muiden pääaineiden opiskelijoille

Muiden kuin johtamisen, laskentatoimen ja rahoituksen sekä markkinoinnin ja viestinnän yksiköiden kauppatieteellisen alan opiskelijoiden on haettava kansainvälisen liiketoiminnan sivuaineoikeutta. Sivuainekokonaisuuden 29 op rakenne on seuraava:

Export Marketing	5 op
Cross-Cultural Management	5 op
Doing Business in the Emerging Markets	5 op
Johtamisen perusteet	7 op
Markkinoinnin perusteet	7 op

Kansainvälisen liiketoiminnan sivuaineen suorittaneet ovat hakukelpoisia MIB-ohjelmaan.

Markkinoinnin tai johtamisen pääaineen opiskelijoille sivuainekokonaisuuden opintopistemäärä on 27 ja sen rakenne on seuraava: Markkinoinnin pääaineopiskelijat:

Cross-Cultural Management	5 op
---------------------------	------

Doing Business in the Emerging Markets	5 op
Johtamisen perusteet	7 op
International Management	5 op
Lisäksi yksi seuraavista:	
Marketing Strategies and Management in CEE	5 op
Global Sourcing and Procurement	5 op
Leading People	5 op.

Johtamisen pääaineopiskelijat:

Export Marketing	5 op
Doing Business in the Emerging Markets	5 op
International Management	5 op
Markkinoinnin perusteet	7 op
Lisäksi yksi seuraavista:	
Marketing Strategies and Management in CEE	5 op
Global Sourcing and Procurement	5 op
Leading People	5 op.

Opintojaksokuvaukset, kandidaatin tutkinto-ohjelma

Perusopinnot

Markkinointi perusteet

Basics of Marketing

Koodi: MARK1006

Laajuus: 7 op

Ajankohta: Syyslukukausi (1. vsk)

Sisältö: Markkinoinnin peruskäsitteet, kysyntä- ja kilpailuympäristön analysointi, yrityksen tuotteiden ja palveluiden markkinointiprosessi sekä markkinoinnin keskeiset kilpailukeinot. Oppimisen perustana ovat luennot ja samanaikainen tutustuminen kirjallisuuteen. Näin syntyvää tietämystä vahvistetaan ymmärrykseksi harjoitustyön avulla. Harjoitustyössä suunnitellaan valitun tuotteen tai palvelun markkinoinnin kokonaisuutta ja esitetään se pienryhmissä.

Osaamistavoite: Opintojakson suoritettuaan opiskelija 1) osaa kertoa markkinointiajattelun kehittymisestä, 2) selittää markkinoinnin aseman yrityksen liiketoiminnassa erilaisissa toimintaympäristöissä, 3) osaa kuvata markkinoinnin päätehtävät ja perusprosessit, 4) osaa soveltaa markkinoinnin peruskäsitteitä ja työkaluja markkinoinnillisen kokonaisuuden luomisessa.

Työelämävalmiudet: Suullinen ja kirjallinen ilmaisu, kriittinen ajattelu ja analyttisyys. **Markkinoinnin ydintaidot:** Markkinoinnin prosessin ja markkinointimixin soveltaminen valitun tuotteen ja yrityksen näkökulmasta.

Opetusmenetelmät: Luennot noin 20 h, ryhmissä suoritettava harjoitustyö, sen esittäminen sekä tentti. Osasuoritukset ovat voimassa yhden lukuvuoden.

Suoritustapa: Harjoitustyö, sen esittäminen ja tentti.

Oppimateriaali: Kotler, Philip, Armstrong Gary & Anders Parment (2016). Principles of Marketing Scandinavian Edition. Pearson Education Limited. Lisäksi muu opettajan ilmoittama materiaali.

Arviointi: 1-5/hylätty.

Vastuuhenkilö: Professori Hannu Makkonen

Osallistumisoikeus: -

Lisätiedot: -

Johtamisen perusteet

Basics of Management and Organizations

Koodi: JOHT1010

Laajuus: 7 op

Ajankohta: Periodit 1-2

Sisältö: Kurssi tarkastelee yrityksen toimintaa kokonaisuudessaan erityisesti sen inhimillisen toiminnan näkökulmasta. Kurssilla käsiteltävät asiat auttavat vastaamaan kysymykseen ”miten yrityksen haluttu toiminta saadaan tapahtumaan”. Käsiteltäviä asioita tarkastellaan erilaisten yritysten ja tilanteiden näkökulmista niin kotimaisissa kuin kansainvälisissä toimintaympäristöissä. Kurssilla käydään lisäksi läpi käytännön esimerkkejä ja ajankohtaisia yrityselämän ilmiöitä. Myös tiimissä toimiminen ja palautteenanto ovat kurssin keskeisiä sisältöjä.

Osaamistavoite: Kurssin tavoitteena on, että sen avulla opiskelija hahmottaa yrityksen toiminnan organisoinnin eri vaihtoehdot ja johtamisen pääperiaatteet. Hän pystyy käyttämään niihin liittyviä tavallisimpia käsitteitä oikeissa merkityksissään ja tuntee organisointia ja johtamista käsitteleviä keskeisiä teorioita ja malleja. Kurssilla opiskelija oppii myös hahmottamaan toimintaympäristöjen, toimialojen ja yritysten monimuotoisuutta ja löytämään sekä käyttämään niitä koskevaa tietoa tehtävien ratkaisussa. Kurssilla on tavoitteena kehittää yliopisto-opiskelun valmiuksia. Itsenäinen tiedonhaku, tiedon prosessointi ja kriittinen ajattelu sekä teoreettisen tiedon soveltaminen ovat myös kurssin tärkeitä oppimistavoitteita.

Opetusmenetelmät: Luennot, itsenäiset tehtävät ja tiimityöskentely.

Suoritustapa: Tentti, tiimiraportti, yksilötehtävä ja palautteenanto. Kurssi edellyttää intensiivistä osallistumista luennoille sekä tiimityöskentelyyn.

Oppimateriaali: Kirjallisuus ilmoitetaan kurssin Moodle-sivulla.

Edeltävät opinnot: -

Arviointi: 1-5 tai hylätty, arviointikriteerit Moodlessa.

Vastuuhenkilö: Susanna Kultalahti

Osallistumisoikeus: Kauppätieteiden opiskelijat sekä johtamisen sivuaineopiskelijat.

Lisätiedot: Kurssilla käytetään aktiivisesti Moodlea. Tarkemmat tiedot kurssin suorittamisesta saa Moodlesta.

Aineopinnot

Cultures of Consumption

Code: MARK2035

Credit units: 5 ECTS

Time: Spring.

Content: Consumer behaviour, cultural processes of consumption, cross-cultural differences and similarities of consumers and consumption behaviors (focus on a “Euro-consumer”).

Learning outcomes: By the end of this course, students should be able to 1) define and understand the key concepts and processes of consumer behaviour, 2) understand the cultural processes of consumption and 3) describe the differences and similarities between consumers in different cultures, especially in the European context.

Working life skills: Oral and written skills, interpersonal skills (cross-cultural skills), critical and analytical thinking. Marketing core skills: Consumer-based segmenting.

Teaching: Lectures, including case-works and exercises. Group assignment and individual assignment. Students work in cross-cultural teams.

Assessment: Lectures, group assignment and individual assignment.

Literature: 1) Consumer behavior: A European perspective. Solomon, M.R., Bamossy, G.J., Hogg, M.K. & Askegaard, S. (2016). Sixth edition (Also 4th and 5th editions can be used). 2) Reading package (to be announced).

Prerequisites: Cross-Cultural Management (for IB-Bachelor students).

Rating: 1-5/failed.

Contact person: Associate professor Hanna Leipämaa-Leskinen.

Right to participate: Max 100 participants. Course is available for bachelor students in International Business, students registered on the Master's Degree Programme in International Business and foreign exchange students. This is also an optional course for students majoring marketing.

Henkilöstöjohtaminen

Human Resource Management

Koodi: JOHT2019

Laajuus: 7 op

Ajankohta: Periodi 4.

Sisältö: Opintojakson tavoitteena on auttaa opiskelijaa muodostamaan kokonaiskuvaa nykyaikaisesta henkilöstöjohtamisesta yrityksissä. Henkilöstöjohtamisen keskeiset prosessit käydään kurssin aikana pääpiirteissään läpi: henkilöstön hankinta ja perehdyttäminen, suorituksen arviointi, osaamisen johtaminen, urajohtaminen ja palkitseminen. Käsiteltäviä asioita ovat myös työhyvinvointi. Tarkastelun kohteena on lisäksi henkilöstönäkökulma yrityksen strategioissa ja henkilöstösuunnittelu. Kurssilla perehdytään myös henkilöstöammattilaisen tehtäväkenttiin.

Osaamistavoite: Kurssin lopussa opiskelijan odotetaan osaavan käyttää henkilöstöjohtamisen keskeisiä käsitteitä oikeissa merkityksissään. Hän osaa kuvata henkilöstöjohtamisen osa-alueet, prosessit ja tyypilliset käytännöt sekä tietää niihin liittyvät keskeiset haasteet yrityksissä. Opiskelijan odotetaan kurssin lopussa myös tietävän, mitkä ovat yrityksen henkilöstöjohtamisen tavoitteet ja merkitys yrityksessä sekä henkilöstöjohtamisen kytkennät liiketoimintastrategiaan. Kurssi kehittää kirjallista ja suullista ilmaisua ja IT-taitoja Moodle ympäristössä.

Opetusmenetelmät: Kurssin suoritustavoissa on valinnaisuutta ja sen voi suorittaa myös etäpainotteisesti. Tarkemmat ohjeet esitellään kurssin alussa Moodlella.

Suoritustapa: Ks edellä.

Oppimateriaali:

Viitala, Riitta (2013 tai ed.painos) Henkilöstöjohtaminen. Strateginen kilpailutekijä. Edita.

Ulrich, Dave (1997) Human Resource Champions. Harvard Business School Press (suomenkielinen versio: Ulrich Dave (2007) Henkilöstöjohtamisella huipulle. Talentum.)

Muu mahdollinen luettava materiaali ilmoitetaan kurssilla.

Edeltävät opinnot: Johtamisen perusteet (JOHT1010).

Arviointi: Arviointikriteerit kurssiesitteessä.

Vastuuhenkilö: Maria Järnlström

Osallistumisoikeus: Johtamisen pääaineopiskelijat ja sivuaineopiskelijat. Viestinnän opiskelijoille (enintään 10 opiskelijaa) ja hallintotieteiden opiskelijoille (enintään 7 opiskelijaa) on varattu mahdollisuus osallistua kurssille kiinnostuksen ja opintomenestyksen perusteella.

Export Marketing

Code: MARK2012

Credit units: 5 ECTS

Time: Autumn, Period 1.

Content: 1) Export marketing process and exporting environment, 2) Assessing company export readiness and export market selection, 3) Export entry modes and channel management, 4) Standardization vs. adaptation, 5) Export product, promotion and pricing decisions, 6) Export financing decisions, 7) Ethical behaviour of exporters and CSR, and 8) an Overview of export processes and documents.

Learning Outcomes: By the end of this course students should be able to develop knowledge about the nature of export marketing and the export operation modes. Students are expected to be able to explain, reflect upon and analyze a company's export environment, potential, and capabilities to select export markets; also, they should be able to apply this knowledge through various problem-solving assignments and cases analyses. The course will support the development of students' skills in the areas of critical thinking, problem solving and working individually and in teams.

Teaching: Lectures and workshop sessions (appr. 30 hours), assignments, and individual reading.

Assessment: Active participation in classes (**attendance is tracked**), 3 essays for seminars (group work), and home essay-based exam (individual work, 3 attempts).

Literature: 1. Gerald S. Albaum, Edwin Duerr, Alexander Josiassen (2016) International Marketing & Export Management, Financial Times Press, 8th edition, chapters (3–13).

Prerequisites: None

Rating: 1-5 /fail

Contact person: Tamara Galkina

International Management

Code: JOHT2005

Credit Units: 5 ECTS

Time: Autumn, Period 1.

Content: The subjects covered on the course include managing in the international business environment, international strategic management, organizational structure, managing foreign subsidiaries, managing culture, managing knowledge and innovation, managing people, and managing responsibly.

Learning Outcomes: By the end of this course students should be able to understand how external pressures from the international business environment affect the management of multinational firms; identify the challenges that managers of multinational firms face in managing strategy, structure, innovation, culture, people and sustainability in a turbulent and globalizing business environment; and identify the knowledge, skills and abilities of effective international managers. The course will also support the development of students' skills in the areas of co-operation skills, cross-cultural skills, and written and oral expression.

Teaching: Lectures (approx. 25 hours) and group presentation sessions (approx. 2 hours)

Assessment: Group assignment (30%), exam (60%), individual reflection report (10%).

Literature: 1. GRIFFIN, R.W. & PUSTAY, M.W. (multiple editions) International Business: A Managerial Perspective, Upper Saddle River, NJ: Pearson/Prentice Hall.

Prerequisites: None

Rating: 1-5 / fail

Contact Person: Jennie Sumelius

Right to Participate: This course is only open to students taking kansainvälinen liiketoiminta as their major subject at bachelor's level and to students registered on the Master's degree programme in International Business. The course is not open to exchange students.

Additional Information: -

International Business Operation Modes

Code: MARK2013

Credit Units: 5 ECTS

Time: Autumn, Period 2.

Content: The subjects covered on the course include 1) The role of entry / operation mode choice as a part of international entry strategy; 2) definition and classification of international entry / operation modes, 3) choice criteria, 4) internal and external factors influencing international business operation mode choice, 5) characteristics of various international business operation modes, and 6) mode switching and combinations.

Learning Outcomes: By the end of this course students should be able to identify the differences between international entry / operation modes and to make international operation mode choices based on the analysis of context specific firm, product and environmental factors. This course also develops cooperation, decision making, analytical and critical thinking skills in students.

Teaching: Lectures (approx. 22 hours) and, assignments

Assessment: Group report (40%), and Exam (60%) .

Literature: 1. Welch Lawrence S; Benito, Gabriel R.G. & Petersen, Bent (2007). Foreign operation Methods. Theory, Analysis, Strategy. Edward Elgar. Chapters 1-12 & 14.

Prerequisites: Export marketing.

Rating: 1-5 / failed

Contact Person: Ali Tahir

Right to Participate: Students registered on the Kansainvälisen liiketoiminnan kandidaatin tutkinto-ohjelma and on the Master's degree programme in International Business.

Cross-Cultural Management

Code: JOHT3002

Credit Units: 5 ECTS

Time: Autumn, Period 2.

Content: The subjects covered during the course include 1) the role of culture and its impact on individuals, organizations and management; 2) cultural differences and dimensions of culture; 3) cross-cultural communication; 4) cross-cultural negotiation, and 5) the role of culture in leadership.

Learning Outcomes: By the end of this course students should have a more in-depth understanding of culture, more knowledge of cultural frameworks as well as practical experience of cultural encounters. The assignment's objective is to increase students' cross-cultural and interpersonal skills. Cross-Cultural Management course aims at developing students' cross-cultural competencies

for situations such as: working with foreigners, working abroad, working in international projects/teams, and dealing with workplace diversity. The course also supports students' development of global mindset and encourage them to value diversity.

Teaching: Lectures and other activities (total approx. 20 hours)

Assessment: Individual and group assignments.

Literature: International dimensions of organizational behavior. Cengage Learning, by Nancy J. Adler, and Allison Gundersen, 2007.

Understanding Cross-Cultural Management, Pearson Education, by Marie-Joëlle Browaeys and Roger Price, 2011.

Cross-Cultural Management: Essential Concepts, Sage, by David Thomas, 2008.

Prerequisites: None

Rating: 1-5 / fail

Contact Person: Olivier Wurtz

Right to Participate: This course is also open to visiting exchange students in the field of Business.

Additional Information: Attendance to some sessions is compulsory

Tavoitteena kandidaatintutkielma

Koodi: JOHT2027

Laajuus: 5 op

Ajankohta: Järjestetään kaksi kertaa vuodessa, periodeilla 1-2 syksyn kandidaattitutkielma ryhmälle ja 3-4 kevään ryhmälle. Ilmoittautuminen tälle kurssille toimii samalla ilmoittautumisena kandidaatintutkielmatyöskentelyyn.

Sisältö: Opintojaksolla käsitellään tutkimusaiheen ja tutkimusongelman määrittelyä, tutkimusasetelman suunnittelua ja tutkimussuunnitelman laadintaa, sekä tieteellisen kirjoittamisen perusasioita. Tiedonhankintataidot II (OPIS004) on johtamisen ja kansainvälisen liiketoiminnan opiskelijoilla integroitu tavoitteenakandidaatintutkielma kurssiin. Tiedonhankintaosiossa harjoitellaan systemaattista tiedonhankintaa, hakustrategioiden suunnittelua, perehdytään oman tieteenalan tiedonlähteisiin ja viittauskäytäntöihin, tiedon ja tietolähteiden kriittiseen arviointiin, sekä tiedon eettiseen käyttöön.

Osaamistavoite: Kurssin lopussa opiskelijan odotetaan pystyvän: ymmärtämään tieteellisen tutkimuksen ja tieteellisen kirjoittamisen kriteerit, kirjoittamaan tutkimussuunnitelman, luomaan teoreettisen viitekehäyksen työllensä, ymmärtämään kandidaatintutkielman kriteerit. Opiskelijan tulee pystyä etsimään itsenäisesti oman tieteenalansa julkaisuja alansa keskeisistä tietokannosta, suorittamaan tutkimusaiheen aineistonhankintaa sekä arvioimaan kriittisesti lähteiden luotettavuutta ja noudattamaan tiedon eettisen käytön periaatteita. Lisäksi kurssin tavoitteena on lisätä opiskelijan valmiutta ottaa vastaan palautetta omasta työstään sekä opettaa rakentavan vertaisarvioinnin antamista sekä kirjallisesti että suullisesti.

Työelämävalmiudet: Tutkimustiedon hyväksikäyttö, analyttinen ja kriittinen ajattelu.

Opetusmenetelmät: Luennot, väli- ja loppuseminaarit.

Suoritustapa: Luennoille osallistuminen/korvaavien tehtävien teko, kotitehtävät, tutkielmien esitys ja opponointi, Moodle-tentti tiedonhakukoulutukseen liittyen.

Oppimateriaali: Ronkainen, Pehkonen, Lindblom-Ylänne & Paavilainen (uusin) Tutkimuksen voimasanat. Luennoilla ja Moodlessa jaettava materiaali.

Edeltävät opinnot: Edellytetään, että johtamisen pääaineopintojen pakolliset perus- ja aineopinnot ovat suoritettuna.

Arviointi: 1-5

Vastuuhenkilö: Ilmoitetaan myöhemmin.

Osallistumisoikeus: Johtamisen pääaineopiskelijat sekä kansainvälisen liiketoiminnan opiskelijat.

Lisätiedot: Opiskelija laatii kandidaatintutkielman kurssin yhteydessä. Opiskelijat jaetaan kurssin alussa ohjausryhmiin ja jokainen saa henkilökohtaisen tutkielmaohjaajan.

Osallistumisoikeus: Johtamisen pääaineopiskelijat sekä kansainvälisen liiketoiminnan opiskelijat.

Lisätiedot: Opiskelija laatii kandidaatintutkielman kurssin yhteydessä. Opiskelijat jaetaan kurssin alussa ohjausryhmiin ja jokainen saa henkilökohtaisen tutkielmaohjaajan.

Bachelor's Thesis

Code: INTB2001

Credit Units: 10 ECTS

Time: Autumn (commencing in Period 1) and Spring (commencing in Period 3)

Content: An independently completed research report that is based on scientific reading and is written according to the writing guidelines of the Faculty of Business Studies. The Bachelor's Thesis is a stand-alone entity, but it is carried out side by side with Tavoitteena kandidaatintutkielma -course, and is supported by supervisors named by faculty. Each student is expected to give a short oral presentations of their thesis in the end of the course and finish their bachelor thesis within the semester. The aim is to create a basis for the Master's Thesis process. Bachelor theses in International Business are expected to display an international component.

Learning Outcomes: After completing the Bachelor's Thesis the student is independently able to search, select and review relevant scientific information related to a self-determined topic, draw conclusions and report the findings in oral and written formats. After the Bachelor's Thesis the student is prepared to continue to the Master's Thesis. The module will support the development of students' skills in the areas of analytical and critical thinking, synthesis of data and project management.

Teaching: The process starts in the course 'Tavoitteena kandidaatintutkielma' and continues in supervised Bachelor's Thesis groups. Active participation in group meetings and individual supervisor meetings is required.

Assessment:

Literature: Scientific literature (books, journal articles) related to the Bachelors' Thesis topic

Prerequisites: First- and second-year IB bachelor studies have been completed

Contact Person: IB Bachelors' Program Manager

Rating: fail/1-5

Right to Participate: Students registered on the Kansainvälisen liiketoiminnan kandidaatin tutkinto-ohjelma.

Additional Information: English is the preferred Bachelor's Thesis language. Bachelor's theses will be checked with the plagiarism detection programme Turnitin.

Optional studies

Doing Business in the Emerging Markets

Code: MARK3043

Credit Units: 5ECTS

Time: Spring, period 3

Content: The subjects covered on the course include 1) an overview of emerging markets, 2) formal, informal, and economic environments in emerging markets, 3) business opportunities and challenges for foreign firms, 4) planning and management of entry and marketing strategies into emerging markets, and 5) analysis of selected emerging markets.

Learning Outcomes: By the end of this course students should be able to: 1) recognise the cultural diversity, economic development and economic potential of selected emerging economies, 2) evaluate selected emerging countries in terms of their market potential and identify how multinational companies use these countries in their global strategies. The course also develops the student's skills in the areas of analytical and critical thinking, oral and written expression, and cross-cultural skills.

Teaching: Lectures (approx. 28 hours).

Assessment: group assignment(40%), oral presentation (10%) and home-based exam (50%).

Literature: 1. Cavusgil, S.Tamer, Pervez N. Ghauri & Ayse A. Akcal: Doing Business in Emerging Markets, SAGE Publications (2013).

Prerequisites: Export Marketing and International Management are recommended.

Rating: 1-5 / fail

Contact person: Ali Tahir

Right to Participate: This course is open to students registered on Kansainvälinen liiketoiminnan kandidaatin tutkinto-ohjelma, minor in "Kansainvälinen liiketoiminta" , Master's Degree Programme in International Business as well as exchange students in Business Studies.

Additional Information:-

Leading People

Code: JOHT2032

Credit Units: 5 ECTS.

Time: Period 1-2.

Content: The objective of this course is to introduce the participants to the concept of leadership. Providing them knowledge and skills in order to understand leadership as an individual, dyadic, group and organizational level processes in different organizational contexts.

Learning Outcomes: By the end of this course, participants have gained deeper understanding of leadership in terms of both theory and practice. Lectures and group discussions improve students' skills to both examine and apply leadership theory perspectives to current business life phenomenon and collaborate with others. A group work will also provide individuals with understanding of what leadership is in practice, what leadership requires and how different leadership styles work in different environments.

Teaching: Lectures followed by workshops, guest speakers and a mini-study in groups. Distance option available. (including workshop-style meetings via skype/Zoom)

Assessment: Group assignment (requires interviewing), poster presentation & peer-evaluation

Work-life skills: Analytical and critical thinking, written and oral communication, interactional skills, team work, learning through challenge and by creative working, cross-cultural skills

Literature: Coursebook: Northouse, P. (different editions available) Leadership: Theory and Practice. And material provided in Moodle.

Prerequisites: None

Rating: 1-5/fail

Contact Person: Jenni Kantola & Laura Urrila

Right to Participate: This course is also open to visiting exchange students in the field of Business. The course is also available for students with Public Administration (7 students).

Additional Information: Distance option available.

Marketing Strategies and Management in Central and Eastern Europe

Code: MARK2018

Credit Units: 5 ECTS

Time: Spring, Period 3.

Content: 1) Central and Eastern Europe (CEE) - history and today, 2) CEE market entry motivations, 3) Environmental analysis on macro and industry level of most important CEE countries, 4) CEE as a part of global industry networks, 5) Important industry clusters in the CEE, 6) Marketing challenges in CEE and proposals to gain competitive advantage, and 7) Managerial challenges in CEE and corresponding countermeasures.

Learning Outcomes: By the end of this course students should be able to understand the process of transition from a centrally planned to a market-based economy and its implications for doing business in the region; Analyse the CEE markets; Understand the motivation and strategies of foreign companies in CEE; Be aware of marketing and managerial challenges in CEE and understand how these challenges could be tackled.

Teaching: Lectures and group assignment.

Assessment: Exam, Group assignment.

Literature: 1. Reading package.

Prerequisites: Export Marketing and/or International Business Operation Modes is recommended.

Rating: 1-5 / failed

Contact Person: Jorma Larimo (Lecturer Mario Glowik)

Right to Participate: -

Additional Information: Intensive course 5 days. Compulsory attendance 80%.

International Growth through Sustainable Entrepreneurship

Code: MARK3044

Credit Units: 5 ECTS

Time: Autumn, 2

Course language: English

Content:

The subjects covered on the course include

1. Business growth, entrepreneurial growth, growth through internationalization, dark sides of business growth;
2. International business opportunity, decision making, effectuation;

3. Sustainability and ethics in international business growth; sustainable entrepreneurship and intrapreneurship;
4. International entrepreneurial marketing;

Learning Outcomes: By the end of this course students will be able to: 1) Identify, explain and analyse different dimensions of sustainable business growth in the global context; 2) recognise, analyse and reflect upon the key decision making aspects and factors affecting international business growth through sustainable principles; 3) apply this knowledge on practice by developing an international entrepreneurial business idea for solving a sustainability problem.

The course will also support the development of students' general skills in the areas of critical thinking and analytical writing; oral and written presentation; self-organization and team work

Teaching: 24-26 hours of in-class sessions.

Assessment: writing a **business plan** based on sustainability problem (group work) and presentation of the plan in a form of pitching, assessment of the business plan of the other group (assessment by peers, individual work), one workshop-related essay and one reflection essay. No exam. **Attendance is tracked!**

Literature: The course reading package consists of compulsory and optional articles/book chapters provided to students via Moodle

Prerequisites: -

Rating: 1-5/Fail

Contact Person: Tamara Galkina

Right to Participate: This course is only open to students registered on the Bachelor and Master's Programmes in International Business.

Additional Information: -

Excursion

Code: INTB3010

Credit Units: 2 ECTS

Time: varies every year, will be informed closer to the date

Content: Excursion is arranged in co-operation with Warrantti. Students visit companies, different organizations, or events, e.g. fairs, where they learn about various topics (varies every year) of actual business operations.

Learning Outcomes: Learning outcomes are agreed together with the excursion organizers, but general goal is to experience and learn about live business cases or some part of the business/industry/marketing/management area in practice.

Teaching: If available, company representatives are giving presentation on specific topics or company operations.

Assessment: Individual report based on specific guidelines.

Literature: optional readings, according to the theme of the excursion, are provided in the course Moodle page

Prerequisites: -

Rating: Pass / fail

Contact Person: Olivier Wurtz

Right to Participate: This course is open to students registered on the Master's and Bachelor's Degree Programme in International Business.

Additional Information: May be partly self-financed by students. Course language is English (excursion and report are in English).

Kuluttajakäyttäytyminen

Consumer Behaviour

Koodi: MARK2009

Laajuus: 5 op

Ajankohta: Syyslukukausi (2. vsk).

Sisältö: Opintojaksolla tarkastellaan kulutuksen roolia yhteiskunnassa ja visioidaan tulevaisuuden kulutustrendejä. Perustana käytetään kuluttajakäyttäytymisen käsitteellistä ymmärrystä kuluttajista yksilöllisinä päätöksentekijöinä, ryhmän jäsenenä ja kulttuurisina toimijoina. Lisäksi hankitaan tietoa kuluttajista ja kuluttamisesta aidoissa kulutustilanteissa.

Osaamistavoite: Opintojakson suoritettuaan opiskelija osaa 1) määritellä ja ymmärtää kuluttamisen peruskäsitteitä ja kuluttajien käyttäytymistä ohjaavia perusprosesseja, 2) tunnistaa ja visioida kulutuksen tulevia trendejä sekä 3) tulkita ja soveltaa kuluttajatietoa markkinoinnin päätöksenteossa.

Työelämävalmiudet: Suullinen ja kirjallinen ilmaisu, yhteistyötaidot, kriittinen ajattelu ja analyttisyys sekä ongelmanratkaisu- ja päätöksentekotaidot. Markkinoinnin ydintaidot: kuluttajalähtöinen segmentointi, kulutustrendien visiointi sekä asiakaskokemuksen kehittäminen.

Opetusmenetelmät: Luennot ja ohjattu työpajatyöskentely pienryhmissä, yhteensä 24 h. Kurssin teemaan sopiva vierailijaluento.

Suoritustapa: Työpajatyöskentely ja visiointiharjoitukset. Pienryhmissä tehtävä harjoitustyö ja loppuesitys. Tentti.

Oppimateriaali: 1) Solomon, Michael R., Gary Bamossy, Soren Askegaard & Margaret K. Hogg (2013 tai uudempi). Consumer Behavior. A European Perspective (soveltuvin osin), 2) oheismateriaalia opettajan ilmoituksen mukaan.

Edeltävät opinnot: Markkinoinnin strateginen johtaminen.

Arviointi: 1-5/hylätty.

Vastuuhenkilö: Ilmoitetaan myöhemmin

Osallistumisoikeus: Markkinoinnin pääaineopiskelijat. Opintojaksolle on varattu 5 opiskelijan kiintiö Kansainvälisen liiketoiminnan kandiohjelman opiskelijoille.

Internship I

Koodi: INTB2002

Laajuus: 1-4 op, esityksestä + 1 op

Ajankohta: Opintojen 2.-3. -vuosi. Käsitellään tarvittaessa. Raporttien esitystilaisuudet syksyllä ja keväällä.

Sisältö: Opintojakso muodostuu käytännön työskentelystä jossakin organisaatiossa, esimerkiksi kesätöissä. Jakso sisältää oppimisen raportoinnin jostakin kansainvälisen liiketoiminnan alan näkökulmasta.

Osaamistavoite: Jakso kehittää yleistä ymmärrystä liike-elämästä, antaa käytännön kokemusta tehtävistä, antaa mahdollisuuden soveltaa teoriaa käytännön työtilanteisiin, auttaa luomaan kontakteja työelämään ja kehittää opiskelijan työelämävalmiuksia. Jakso kehittää myös opiskelijan itsearviointikykyä ja tukee urakehitystä.

Työelämävalmiudet: Verkostoitumiskyky, urasuunnittelutaidot, suullinen ja/tai kirjallinen ilmaisu.

Opetusmenetelmät: Opiskelijan itsenäinen työskentely: Englanninkielinen raportti ja haluttaessa suullinen esitys.

Suoritustapa: Vähintään 120 työtunnin työskentely samassa organisaatiossa sekä kirjallinen 15–20 sivun harjoitteluraportti, joka tarkastetaan. Opiskelija voi suorittaa harjoittelun vain omassa pääaineessaan. Ennen raportin kirjoittamista on otettava yhteyttä sähköpostitse opintojaksosta vastaavaan opettajaan, jolloin sovitaan aiheesta ja toteuttamistavasta. Raportin esitykseen varattu aika on 15 minuuttia ja esitykseen ilmoitaudutaan 1 viikko ennen ajankohtaa. Jäljennös työtodistuksesta lähetetään myös jakson opettajalle.

Oppimateriaali: Opiskelija sopii aiheeseen soveltuvan kirjallisuuden (1-2 kirjaa) vastuuopettajan kanssa. Kirjallisuutta tulee hyödyntää harjoitteluraportin laadinnassa.

Edeltävät opinnot: -

Arviointi: Hyväksytty/hylätty.

Vastuuhenkilö: Olivier Wurtz

Osallistumisoikeus:

Lisätiedot: Opintojaksossa noudatetaan tiedekunnan ohjeita.

Internship II

Koodi: INTB2004

Laajuus: 5 op

Ajankohta: Opintojen 2.-3. -vuosi.

Sisältö: Opintojakso muodostuu käytännön työskentelystä kansainvälisessä oman alan organisaatiossa, esimerkiksi kesätöissä. Jakso sisältää oppimisen raportoinnin jostakin kansainvälisen liiketoiminnan alan näkökulmasta.

Osaamistavoite: Jakso kehittää yleistä ymmärrystä liike-elämästä, antaa käytännön kokemusta tehtävistä, antaa mahdollisuuden soveltaa teoriaa käytännön työtilanteisiin, auttaa luomaan kontakteja työelämään ja kehittää opiskelijan työelämävalmiuksia. Jakso kehittää myös opiskelijan itsearviointikykyä ja tukee urakehitystä.

Työelämävalmiudet: Verkostoitumiskyky, urasuunnittelutaidot, suullinen ja/tai kirjallinen ilmaisu.

Opetusmenetelmät: Opiskelijan itsenäinen työskentely: Englanninkielinen raportti.

Suoritustapa: Vähintään 65 työtunnin työskentely samassa organisaatiossa sekä kirjallinen 5-10 sivun harjoitteluraportti, joka tarkastetaan. Opiskelija voi suorittaa harjoittelun vain omassa pääaineessaan. Ennen raportin kirjoittamista on otettava yhteyttä sähköpostitse opintojaksosta vastaavaan opettajaan, jolloin sovitaan aiheesta ja toteuttamistavasta. Jäljennös työtodistuksesta lähetetään myös jakson opettajalle.

Edeltävät opinnot: -

Arviointi: Hyväksytty/hylätty.

Vastuuhenkilö: Olivier Wurtz

Osallistumisoikeus:

European Governance

Code and credits: HTK1600, 5 ECTS

Time: Flexible during the academic year

Learning outcomes: The course provides an understanding about European governance. At the end of the course, the student will be familiar with the administrative functioning of the European Union.

Core content: The emphasis is on the basics of the

- 1) EU-organization and decision-making;

- 2) EU law and domestic regulation;
- 3) Europe of regions and cohesion policy and
- 4) European welfare governance.

The themes are discoursed by lecturers from the fields of public management, public law, regional studies and social & health management.

Modes of study: The lessons are provided by a variety of web-based methods. The course allows flexible participation (within an academic year) by digital devices. An electronic Exam is based on literature, lectures and additional material. More information is provided in the course Moodle (no course key required).

Literature:

1. McCormick: Understanding the European Union: A Concise Introduction. Palgrave MacMillan 2014.
2. Articles announced in Moodle.

Evaluation: On a scale 1-5 or fail.

Responsible teacher: Hanna-Kaisa Pernaa

Globalisation and Geography of Enterprise

Code: HTK2111, 5 ECTS

Time: Autumn, 1 period

Learning outcomes. Student understands the role of geography in the globalization process of the enterprises and the interconnectedness within the global economy. Student can identify the mechanisms of globalisation processes and their outcome.

Core content: Geography of global economy, transnational corporations, global production networks, regional cluster development, geographies of innovation, local economic development, environmental impacts of global production networks, winners and losers of the global economy, global governance.

Literature:

1. Dicken: Global Shift. Mapping the Changing Contours of the World Economy. 7th edition. 2015.

Teaching methods: Introduction lectures max 8 h, exam

Completion of the course: Exam based on literature.

Grading: On a scale of 1-5/fail

Contact person: Professor Seija Virkkala.

Philosophy of Multiculturalism

Code and credits: FILO2302, 5 ECTS

Time: Autumn 1. period

Learning Outcomes: In this course, we address the central concepts and definitions of culture, point of view in cultural studies, and problems of comparing different cultures. Moreover, we discuss cultural boundaries and crossing borders between cultures from various theoretical and critical perspectives in philosophy and social sciences.

Content: On completing the course you are aware of manifold concepts of culture and cultural encounters and are sensitive to the issue of perspective in confronting intercultural issues.

Furthermore, you are able to use philosophical concepts and theories to address issues related to multiculturalism. You also know different manifestations of multiculturalism and are able to look for rational and constructive solutions to the problems of multicultural societies.

Language: English.

Teaching Methods: Lectures 14 hours.

Modes of Study: Lecture course, essay writing, self-study.

Study Material: 1. van Hooft, Stan: Cosmopolitanism: A Philosophy for Global Ethics. 2009.

Management of Changing Work

Koodi ja laajuus: HTK2203, 5 op

Ajoitus: syys- tai kevätlukukausi. Ei järjestetä joka vuosi.

Osaamistavoitteet: Opintojakson suoritettuaan opiskelija ymmärtää työsuorituksiin ja työtehtävien suorittamiseen liittyvät muutospainet ja kehitystrendit. Työelämässä on nykyisin tavanomaista, että työtehtäviä suoritetaan määräaikaisissa projekteissa, prosesseissa tai asiantuntijaverkostoissa. Fyysiset työympäristöt ovat myös muutoksessa mm. etätöön ja monikäyttötilojen myötä. Jakson jälkeen opiskelija tunnistaa johtamiseen ja johtamisjärjestelmiin liittyvät sopeuttamis- ja muutostarpeet.

Ydinaines: Modernit työn ja työskentelyn muotojen vertailu ja arviointi. Etätöön, mobiilistyön, hajautuneiden organisaatioiden ja virtuaaliorganisaatioiden vaikutusten tunnistaminen ja huomiointi työn ja toimintatapojen johtamisessa. Uudet tietointensiiviset työkäytännöt yksilöiden, organisaatioiden ja yhteiskunnan tasolla. Uudistuvan työn johtamisen hyvät käytänteet ja keskeiset haasteet erityisesti tietotyötä tekevissä organisaatioissa.

Opetus: Ohjaus Moodle-ympäristössä. Ohjaus voi olla myös englanniksi.

Kirjallisuus:

1. Shekhar: Managing the Reality of Virtual Organizations. Springer 2016.
2. Moodle-ympäristöön viedyt artikkelit ja dokumentit

Suoritustapa: Yksilö- ja ryhmätehtävät Moodle-ympäristössä.

Arviointi: Asteikko 1-5, hylätty.

Vastuuhenkilö: N.N.

Lisätietoja: Opintojaksolle voivat osallistua myös kv liiketoiminnan opiskelijat opiskelijat (kiintiö: 7 opiskelijaa/lukuvuosi).

Global Sourcing and Procurement

Code: TUTA2140

See the course description in WebOodi.

Agency and social media

Code: VIEK 1008

See the course description in WebOodi.

Additional Information: This course is open to a maximum of ten students registered on the Kansainvälisen liiketoiminnan kandiohjelma and Master's Degree Programme in International Business.

WWW-suunnittelu

Code: VIEK1007

Katso kurssikuvaus WebOodista.

Additional Information: Tämä kurssi on avoinna max viidelle kansainvälisen liiketoiminnan kandidaatti- ja maisteriohjelman opiskelijalle.

Johtamisviestintä

Code: VIEK2011

Katso kurssikuvaus WebOodista.

Additional Information: Tämä kurssi on avoinna max viidelle kansainvälisen liiketoiminnan kandidaatti- ja maisteriohjelman opiskelijalle.