

**Markkinoinnin ja viestinnän akateeminen  
yksikkö**

**Markkinoinnin johtamisen  
maisteriohjelman opinto-opas  
2019–2020**

## Markkinoinnin opinnot

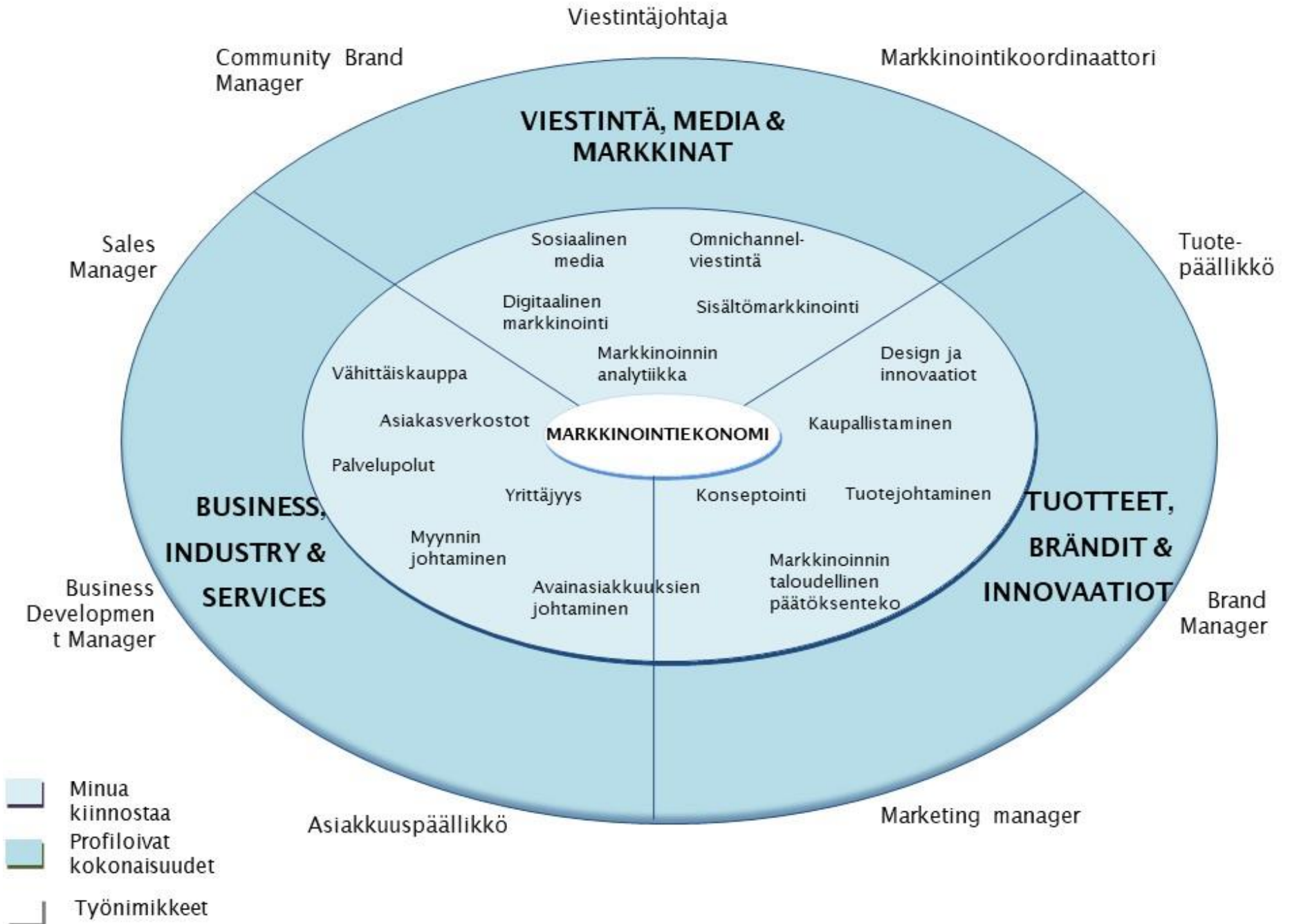
### Miksi opiskella markkinointia?

Markkinoinnin rooli yrityksen liiketaloudellisessa menestymisessä on voimakkaasti kasvussa. Markkinointi edustaa asiakaslähtöistä liiketoimintalogiikka ja tarjoaa keinot asiakaslähtöiseen liiketoiminnan johtamiseen. Asiakaslähtöisyys korostuu nopeasti muuttuvilla markkinoilla, joilla tuotteet ja palvelut ja niiden tuotanto ja kysyntä ovat globaalien arvoketjujen ja kuluttajakäyttäytymisen funktio. Menestyvät tuotteet ja palvelut ilmentävät sekä yrityksen teknistä suorituskykyä että kykyä ratkaista asiakkaan ongelma yhteiskunnallisesti ja ekologisesti kestäväällä tavalla. Tällaisten tuotteiden ja palveluiden tuottamiseksi asiakaslähtöisyys on yrityksen ja sen koko kumppaniverkoston toimintaa ohjaava yhteinen toimintamalli. Olipa kyseessä yritysten väliset markkinat tai kuluttajamarkkinat, teolliset tai kulutustuotteet, tavarat tai palvelut, kulttuurituotteet tai kaupalliset tuotteet, ne kaikki tarvitsevat tuekseen markkinoinnin osaamista ja osaajia, siis kykyä johtaa liiketoimintaa asiakaslähtöisesti.

Markkinointi hankkii tietoa asiakkaista ja liiketoimintaympäristöstä ja jalostaa tätä tietoa markkinatiedoksi ja markkinasuuntautuneeksi toimintakulttuuriksi yrityksessä. Markkinoinnin toiminnoissa korostuvat tuote-, merkki-, palvelu- ja konseptijohtamisen keinot sekä ostotoimintaan, jakeluteihin ja vähittäiskauppaympäristöihin liittyvien mahdollisuuksien hyväksikäyttö. Markkinoinnin työkaluihin lukeutuvat myös markkinointiviestinnän ja yrityksen suhdeverkostojen johtaminen. Markkinoinnin toimintaympäristöt vaihtelevat lokaaleista globaaleihin ja markkinoinnin osaajia tarvitaan yhtä lailla pienissä ja keskisuurissa yrityksissä kuin suurissa monikansallisissa konserneissa. Eikä markkinoinnin osaajien tarve rajoitu pelkästään yrityksiin, sillä yleishyödylliset yhteisöt ja julkiset organisaatiot tarvitsevat myös ymmärrystä siitä, ketka ovat tärkeimmät asiakkaat ja miten heille tuotetaan arvoa.

### Markkinointiekonomian tehtäväkenttä

Markkinoinnin opinnot avaavat monipuoliset mahdollisuudet rakentaa omaa työuraa. Markkinoinnin opinnot rakentavat valmiuksia toimia hyvin erityyppisissä tehtävissä, joita on havainnollistettu oheisessa kuviossa. Markkinoinnin opintoja ei ole lokeroitu vain kapeaksi osaamisen alueeksi, vaan laaja tarjonta mahdollistaa hyvin erilaisten opintokokonaisuuksien suorittamisen ja kehittymisen markkinoinnin ammattilaiseksi opiskelijan omien mielenkiinnon kohteiden ohjaamana.



- Minua kiinnostaa
- Profiloivat kokonaisuudet
- Työnimikkeet

## Markkinoinnin johtamisen maisteriohjelma

Markkinoinnin johtamisen maisteriohjelmassa markkinoinnin osaamista syvennetään ja haastetaan uusista näkökulmista. Pääset tutustumaan niin yritysten kohtaamiin todellisiin markkinoinnin haasteisiin kuin tuoreimpiin teoreettisiin työkaluihin näiden ongelmien ratkaisussa. Maisteriohjelmassa perehdytään toimialamurrosten aiheuttamiin haasteisiin ja opitaan, miten liiketoimintaa voidaan uudistaa kulttuurisen asiakasymmärryksen näkökulmasta.

Markkinoinnin johtamisen maisteritutkinnon suoritettua:

- osaat tunnistaa ja käyttää omaa asiantuntijuuttaan yrityksen liiketoiminnan uudistajana
- osaat esittää perusteltuja ratkaisuja asiakaslähtöisen liiketoiminnan kehittämiseksi
- osaat valita ja perustella sopivan tavan hankkia, analysoida ja esittää asiakas- ja markkinatietoa kulloiseenkin markkinoinnin päätöksentekotilanteeseen

### Profiloivat opintokokonaisuudet Markkinoinnin johtamisen maisteriohjelmassa:

Markkinoinnin työtehtävissä tarvitaan kykyä kommunikoida ja tehdä yhteistyötä niin yrityksen sisällä kuin muidenkin sidosryhmien kanssa. Tämän vuoksi maisteriohjelmaan on suunniteltu erityisiä profiilikokonaisuuksia, joiden avulla voit kehittää omaa osaamistasi tietyillä liiketoiminnan osa-alueilla ja saada kokemusta monialaisesta tiimityöskentelystä. Profiilikokonaisuudet ovat:

- Business, Industry and Services
- Tuotteet, brändit ja innovaatiot
- Viestintä, media ja markkinat

Kunkin profiloivan kokonaisuuden ytimen muodostaa markkinoinnin johtamisen maisteriopintoihin sisältyvät projektikurssit. Näillä opittuja valmiuksia vahvistetaan muiden oppiaineiden opintojaksoilla ja opiskelemalla monialaisissa tiimeissä. Tarkemmat kuvaukset profiloivien kokonaisuuksien sisällöistä löytyvät alta ja yksittäisten opintojaksojen tarkemmat kuvaukset löytyvät kurssikuvausten yhteydestä. Profiloivista kokonaisuuksista saa todistukseen erillisen maininnan. (Huom! Profiloiviin opintokokonaisuuksiin haetaan erikseen ja niissä on kiintöt. Hakuajat löytyvät opintokokonaisuuksien kuvausten yhteydestä. Huomaathan myös että kokonaisuudet eivät ole sivuaneita, koska niihin sisältyy ohjelman pakkolaisia opintoja.)

### Business, Industry and Services –opintokokonaisuus / Study Theme

Vaasan yliopisto ja Hanken Svenska handelshögskolan

#### Tavoitteet

Business, Industry and Services -opintokokonaisuus koostuu Vaasan yliopiston ja Hankenin opintojaksoista. Opintokokonaisuus on tarkoitettu sinulle, joka haluat kehittää valmiuksia työskennellä eri toimialojen palveluliiketoiminnan asiantuntija-, johto- ja kehittämistehtävissä. Opintokokonaisuus rakentaa ensinnäkin ilmiölähtöisen ja teoreettisen ymmärryksen palveluliiketoiminnan johtamisen ehdoista. Toiseksi, opintokokonaisuus kehittää käytännön valmiuksia markkinoinnin haasteiden

hallintaan eri liiketoimintamalleilla ja -konsepteilla toimivissa yrityksissä dynaamisissa verkosto- ja asiakasympäristöissä. Kolmanneksi, opintokokonaisuus harjaannuttaa ja kehittää vuorovaikutus- ja projektihallintataitoja monikielisissä liiketoimintaympäristöissä.

## Sisältö

Markkinoinnin opintojaksot:

- Digitaalisen liiketoiminnan markkinointikonseptit, 5 op
- Markkinoinnin asiantuntijana kehittyminen, 5 op

Yhteinen opintojakso:

- Project course: Business as a Service, 5-8 ECTS

Hankenin opintojaksot (valitse näistä kaksi)

- Service and Customer Strategy, 23105-V, 5 ECTS, fall 2019
- Project course: Exploring Customer Phenomena, 23104-V, 5 ECTS, fall 2019
- Marketing the High-Tech Start Up, 230103-V, 5 ECTS, spring 2020

## Opiskelu

Opintokokonaisuuteen hyväksytään vuosittain mukaan 15 opiskelijaa Hankenilta ja 20 opiskelijaa Vaasan yliopistosta. Opintojaksot järjestetään Hanken ja Vaasan yliopiston opinto-oppaissa ilmenevien opintojaksokuvausten ja opiskeluaikataulun mukaisesti. Jos valitset tämän opintokokonaisuuden, niin markkinoinnin projektikursseista vaihtoehtosi on *Business as a Service* -opintojakso, joka toteutetaan Hankenin ja Vaasan yliopiston yhteistyönä. Vuosittain vaihtuvan teeman ja tehtävänannon ympärille rakennettu kehittämisprojekti toteutetaan kokemuksellisen ja tutkivan oppimisen menetelmin.

## Lisätietoja

Opintokokonaisuuteen haetaan vuosittain 30.9. mennessä ilmoittautumislomakkeella, joka löytyy Markkinoinnin pääaineopiskelijat -Moodle-alustalta. Lisätietoja antavat Ari Huuhka (Vaasan yliopisto, Markkinointi), ari.huuhka@univaasa.fi ja Peter Björk (Hanken, Vaasa), peter.bjork@hanken.fi.

Hankenilla järjestettäviin opintojaksoihin on haettava JOO-puolto. Lisätietoja osoitteesta

<http://www.uva.fi/fi/for/student/studies/minor/other/joo/>

## Tuotteet, brändit ja innovaatiot –opintokokonaisuus

### Products, Brands and Innovation – Study Theme

#### Tavoitteet

Opintokokonaisuus on tarkoitettu sinulle, joka olet kiinnostunut työskentelemään tuote- tai brändijohtamisen tehtävissä. Opintokokonaisuudessa saat tiedolliset ja teoreettiset valmiudet tuote- ja brändijohtamisen kentästä, korostaen erityisesti innovaatioiden, kokonaisvaltaisen konseptoinnin ja tuloksellisuuden näkökulmaa. Toiseksi, saat käytännön harjoitusta asiakaslähtöisestä tuote- ja brändijohtamisen haastekentästä. Kolmanneksi, kehität vuorovaikutustaitojasi työskennellessäsi monialaisissa tiimeissä sekä yhdessä yritysten kanssa.

## Sisältö

Markkinoinnin opintojaksot:

- Innovaatiojohtaminen, 7 op
- Markkinoinnin asiantuntijana kehittyminen, 5 op

Yhteinen opintojakso:

- Konseptoinnin ja kaupallistamisen projekti, 5-8 op

Lisäksi kaksi seuraavista:

- Markkinoinnin taloudelliset työkalut, 5 op
- User Innovation (UDI), 5 op
- Markkinaoikeus, 7 op, Talousoikeuden yksikkö
- Anticipation and Diffusion of Technology Innovation, 5 op, Tuotantotalouden yksikkö

## Opiskelu

Opintokokonaisuuteen hyväksytään vuosittain mukaan 25 opiskelijaa. Jos valitset tämän opintokokonaisuuden, niin vaihtoehtosi markkinoinnin projektikursseista on Konseptoinnin ja kaupallistamisen projekti.

## Lisätietoja

Opintokokonaisuuteen haetaan vuosittain 30.9. mennessä ilmoittautumislomakkeella, joka löytyy Markkinoinnin pääaineopiskelijat -Moodle-alustalta. Lisätietoja antaa Minna-Maarit Jaskari (Vaasan yliopisto, Markkinointi), e-mail [minna-maarit.jaskari@univaasa.fi](mailto:minna-maarit.jaskari@univaasa.fi)

## Viestintä, media ja markkinat –opintokokonaisuus Communication, Media and Markets – Study Theme

### Tavoitteet

Viestintä, media ja markkinat -opintokokonaisuus on tarkoitettu sinulle, joka haluat kehittää valmiuksiasi markkinointiviestinnän tehtävissä, erityisesti digitaalisessa ympäristössä. Opintokokonaisuus koostuu markkinoinnin ja viestinnän yksiköiden tarjoamista opintojaksoista. Opintokokonaisuus rakentaa ensinnäkin tiedolliset ja teoreettiset valmiudet markkinointiviestinnän päätöksentekoon ja toimintakentän ymmärtämiseen. Toiseksi, se kehittää käytännön valmiuksia suunnitelmalliseen ja integroituun digitaalisen markkinointiviestinnän toteuttamiseen. Kolmanneksi, opintokokonaisuus kehittää vuorovaikutteisia valmiuksia toimia monialaisissa tiimeissä sekä yhdessä yritysten kanssa.

### Sisältö

Markkinoinnin opintojaksot:

- Kulttuurinen kuluttajamarkkinointi, 5 op
- Markkinoinnin asiantuntijana kehittyminen, 5 op

Yhteinen opintojakso:

- Digitaalisen markkinointiviestinnän projekti, 5-8 op

Viestinnän opintojaksot:

- Muuttuva viestintä: Digitaalisen media murros, 5 op

TAI

- Muuttuva viestintä: Organisaatioiden näkökulma, 5 op

**Lisäksi yksi seuraavista:**

- Introduction to Game Studies, 5 op
- Teknisen tiedon visualisointi 5 op
- Kognitio, ihminen ja teknologia, 5 op

**Opiskelu**

Opintokokonaisuuteen hyväksytään vuosittain max 20 markkinoinnin maisterivaiheen opiskelijaa. Valinnassa etusijalla ovat viestinnän sivuaineopintoja suorittaneet. Jos valitset tämän opintokokonaisuuden, markkinoinnin projektikursseista vaihtoehtosi on Digitaalisen markkinointiviestinnän projekti, jolla työskennellään yhdessä viestintätieteen opiskelijoiden kanssa.

**Lisätietoja**

Opintokokonaisuuteen haetaan vuosittain 30.9. mennessä ilmoittautumislomakkeella, joka löytyy Markkinoinnin pääaineopiskelijat -Moodle-alustalta. Lisätietoja antaa Hanna Leipämaa-Leskinen (Vaasan yliopisto, Markkinointi), e-mail [hanna.leipamaa-leskinen@univaasa.fi](mailto:hanna.leipamaa-leskinen@univaasa.fi).

## MARKKINOINNIN JOHTAMISEN MAISTERIOHJELMAN RAKENNE

### Pakolliset opinnot

- MARK3046 Innovaatiojohtaminen 7 op
- MARK3002 Kulttuurinen kuluttajamarkkinointi 5 op
- MARK3047 Markkinointi toimialojen murroksessa 7 op
- MARK3009 Digitaalisen liiketoiminnan markkinointikonseptit 5 op
- MARK3038 Laadullinen markkinoinnin tutkimus 5 op
- MARK3037 Kvantitatiivinen markkinoinnin tutkimus 5 op
- MARK3990 Pro gradu -tutkielma 30 op

### Vaihtoehtoiset opintojaksot (Huom. Voit suorittaa yhden seuraavista projektikursseista. Projektikurssi valikoituu profiloivan opintokokonaisuuden mukaan)

- MARK3054 Konseptoinnin ja kaupallistamisen projekti 5-8 op
- MARK3055 Digitaalisen markkinointiviestinnän projekti 5-8 op
- MARK3042 Business as a Service 5-8 ECTS

### Vapaasti valittavat opinnot

- MARK3017 Työssä oppiminen II 1-5 op
- MARK3036 International Teamworking in Marketing 4-6 ECTS (6 opiskelijan kiintiö)
- MARK3040 Markkinoinnin työelämäprojekti II 2 op
- MARK3035 Vastuullinen päätöksenteko liiketoiminnassa 5 op
- MARK3053 Markkinoinnin asiantuntijana kehittyminen 5 op
- LASK3067 Analytiikan käytännön soveltaminen 6 op (5 opiskelijan kiintiö)

### Profiloivat opintokokonaisuudet

#### *Business, Industry and Services*

- MARK3009 Digitaalisen liiketoiminnan markkinointikonseptit 5 op
  - MARK3053 Markkinoinnin asiantuntijana kehittyminen 5 op
  - MARK3042 / 23102-V Project course: Business as a Service 5-8 ECTS
- Lisäksi kaksi seuraavista:
- Service and Customer Strategy, 23105-V, 5 ECTS, fall 2019
  - Project course: Exploring Customer Phenomena, 23104-V, 5 ECTS, fall 2019
  - Marketing the High-Tech Start Up, 230103-V, 5 ECTS, spring 2020



*Tuotteet, brändit ja innovaatiot*

MARK3046 Innovaatiojohtaminen 7 op

MARK3053 Markkinoinnin asiantuntijana kehittyminen 5 op

MARK3054 Konseptoinnin ja kaupallistamisen projekti 5-8 op

Lisäksi kaksi seuraavista:

MARK2039 Markkinoinnin taloudelliset työkalut 5 op

OPIS2001 User Innovation (UDI) 5 op

TOIK2039 Markkinaoikeus 7 op

TUTA3220 Anticipation and Diffusion of Technology Innovation 5 op

*Viestintä, media ja markkinat*

MARK3002 Kulttuurinen kuluttajamarkkinointi 5 op

MARK3053 Markkinoinnin asiantuntijana kehittyminen 5 op

MARK3055 Digitaalisen markkinointiviestinnän projekti 5-8 op

VIMA3014 Muuttuva viestintä: Digitaalisen median murros 5 op

TAI

VIMA 3013 Muuttuva viestintä: Organisaatioiden näkökulma 5 op

Lisäksi yksi seuraavista:

- VIEK2006 Introduction to Game Studies 5 op
- TEVI3007 Teknisen tiedon visualisointi 5 op
- TEVI3008 Kognitio, ihminen ja teknologia 5 op

Markkinoinnin maisteriopinnot 2019-2020							
		1. periodi	2. periodi	3. periodi	4. periodi		
Maisterin tutkinto	4. vuosi	MARK3046 Innovaatiojohtaminen 7 op	MARK3002 Kulttuurinen kuluttajamarkkinointi 5 op	MARK3047 Markkinointi toimialojen murroksessa 7 op	MARK3009 Digitaalisen liiketoiminnan markkinointikonseptit 5 op	*MARK3017 <i>Työssä oppiminen II</i> 1-5 op	
		**MARK3054 <i>Konseptoinnin ja kaupallistamisen projekti 5-8 op</i>		**MARK3055 <i>Digitaalisen markkinointiviestinnän projekti</i> 5-8 op		**MARK3042 <i>Project course: Business as a</i> <i>Service 5-8 ECTS</i>	*MARK3036 <i>Internat. Teamworking in</i> <i>Marketing 4-6 ECTS</i>
		MARK3053 Markkinoinnin asiantuntijana kehittyminen 5 op	*MARK3040 <i>Markkinoinnin työelämäprojekti II 2 op</i>	MARK3990 Pro gradu -tutkielma 30 op			
	5. vuosi		MARK3037 Kvantitatiivinen markkinoinnin tutkimus 5 op	MARK3038 Laadullinen markkinoinnin tutkimus 5 op	*MARK3035 <i>Vastuullinen</i> <i>päätöksenteko</i> <i>liiketoiminnassa 5 op</i>		
		MARK3990 Pro gradu -tutkielma 30 op					

\* Vapaasti valittavia opintoja

\*\* Vaihtoehtoiset markkinoinnin projektikurssit

Taidot	Asiajohtamisen taidot			Päätöksentekotaidot		Innovatiivisuus ja muutosten hallinta			Kommunikointi- ja viestintätaidot			Ihmisten johtaminen			Henkilökohtainen työskentely ('self management')					
	Tutkitun tiedon hyväksikäyttö	Argumentaatio	Implementointi	Käsitteellistäminen	Analyttisyys ja kriittinen ajattelu	Ongelmanratkaisu	Luovuus ja innovatiivisuus	Visiointi	Muutosjohtaminen	Suullinen ja/tai kirjallinen ilmaisu	Yhteistyötaidot	Kv-valmiudet	IT-taidot	Esimiestaidot	Verkostoituminen	Neuvottelutaidot ja konfliktien hallinta	Suunnitelmallisuus	Ajanhallinta	Aloitteellisuus	Urasuunnittelu
<b>Yleiset työelämävalmiudet</b>																				
<b>MARKKINOINNIN MAISTERIOPINNOT</b>																				
<b>Mitä opetuksessa harjaannutetaan ja arvioidaan?</b>	Kyky hankkia tutkimusaineistoa, analysoida sitä ja hankkia aiempaa tutkimustietoa	Kyky esittää perusteltuja näkemyksiä	Kyky tehdä päätöksiä markkinoinnin kontekstissa	Kyky hallita kokonaisuuksia, kyky "abstrahoida" ja suhteellistaa asioita	Kyky johdonmukaiseen ajatteluun, kriittinen suhtautuminen tietoon	Kyky esittää luovia ja uusia ratkaisuja ongelmiin "tulevaisuuspolkuja"	Kyky sopeuttaa muutoksiin ja tehdä uusia aloitteita ajatuksiensa suullisesti. Esiintymistäito	Kyky toimia ryhmässä, asettua toisten asemaan, analysoida ryhmän kehitymistä	Kyky käyttää vierasta kieltä, toimia monikulttuurisessa tiimissä	Kyky käyttää markkinointityössä tarvittavia ohjelmistoja	Kyky hankkia kontakteja ja verkottua esim. yritysisiin	Kyky perustella omia valintoja, kuunnella muita ja puolustaa omia näkemyksiä	Kyky toimia suunnitelmallisesti ja päämäärätietoisesti, viedä läpi "projekti"	Kyky keskittyä olennaiseen ja pysyä aikataulussa	Kyky ottaa vastuuta omasta työskentelystä ammatti-identiteettiä ja tulevia uravaihtoehtoja					
<b>OPINTOJAKSOT</b>																				
Innovaatiojohtaminen		X		X	X	X		X	X											
Markkinointi toimialojen murroksessa				X	X	X				X	X									
Kulttuurinen kuluttajamarkkinointi	X	X		X	X					X										
Digitaalisen liiketoiminnan mark. konseptit		X		X	X		X			X	X									
Konseptoinnin ja kaupallistamisen projekti	X	X	X		X	X	X	X		X	X			X	X	X	X	X	X	X
Digitaalisen markkinointiviestinnän projekti		X	X		X					X	X			X						
Project course: Business as a Service	X	X	X	X	X		X	X		X	X	X		X	X	X	X			
Laadullinen markkinoinnin tutkimus	X	X			X	X				X				X						
Kvantitatiivinen markkinoinnin tutkimus	X				X					X										
Vastuullinen päätöksenteko liiketoiminnassa		X	X	X	X	X								X						
Internat. Teamworking in Marketing	X				X					X										
Työssä oppiminen II										X			X							X
Markkinoinnin työelämäprojekti II											X			X			X			
Markkinoinnin asiantuntijana kehittyminen		X			X															X
Pro gadu -tutkielma	X	X	X	X	X	X				X				X	X	X				

## Kauppätieteen maisterin opintojaksot (KTM)

### Innovaatiojohtaminen

#### *Innovation Management*

**Koodi:** MARK3046

**Laajuus:** 7 op

**Ajankohta:** Syyslukukausi (4. vsk).

**Sisältö:** Opintojaksolla syvennyttään markkinointilähtöiseen innovaatiojohtamiseen. Opiskelijat perehtyvät siihen, miten markkinointi tukee innovaatioprosessia tuoteidean synnystä tuotteen kaupallistamiseen ja markkinavaiheeseen. Erityinen painotus on innovaatioprosessin ymmärtämisenä asiakas-, yritys- ja sidosryhmäarvoa synnyttävänä toimintana. Opintojakso tarkastelee innovaatiojohtamista innovoivan yrityksen ja sen keskeisten liiketoiminnan suhteiden näkökulmasta.

**Osaamistavoite:** Opintojakson suoritettuaan opiskelija 1) ymmärtää innovaatiotoiminnan roolia ja merkitystä yrityksen markkinalähtöisen liiketoiminnan uusiutumisen, 2) osaa markkinoinnin välineitä soveltaen tuottaa asiakasymmärrystä innovaatioprosessin eri vaiheiden tueksi, ja 3) arvioida innovaatioprosessin johtamista asiakas-, yritys- ja sidosryhmäarvon näkökulmasta.

**Työelämävalmiudet:** Suullinen ja kirjallinen ilmaisu, yhteistyötaidot, kriittinen ajattelu ja analyttisyys sekä ongelmanratkaisu- ja päätöksentekotaidot. Markkinoinnin ydintaidot: Positointi, differointi, kaupallistaminen ja markkinointiprosessin johtaminen.

**Opetusmenetelmät:** Luennot, yritysvierailut/-vierailijat, yksilö- ja ryhmätehtävät ja kirjallisuuteen perehtyminen. Luennoilla käsitellään innovaatiojohtamisen peruskäsitteitä ja malleja markkinoinnin näkökulmasta. Opettajavetoisten luentojen lisäksi opiskelijoiden tekemillä alustuksilla ja esityksillä on oleellinen rooli opintojakson opetuksessa ja opiskelijoiden oppimisessa. Vierailuluennot kohdistetaan seminaarityyppisesti liiketoiminnan uudistamista koskeville alueille.

**Suoritustapa:** Aktiivinen osallistuminen luennoille (80 % läsnäolovelvoite) ja mahdollisille yritysvierailuille, yksilö- ja ryhmätehtävät ja näihin liittyvät esitykset. Ei tenttiä.

**Oppimateriaali:** Artikkel- ja oheismateriaalipaketti luennoitsijan ohjeiden mukaisesti.

**Edeltävät opinnot:** Kandidaatin tutkinto suoritettu.

**Arviointi:** 1-5/hylätty

**Vastuhenkilö:** Professori Hannu Makkonen.

**Osallistumisoikeus:** Opintojakso on tarkoitettu markkinoinnin johtamisen maisteriohjelman opiskelijoille.

Lisätiedot: Opintojakso on osa Tuotteet, brändit ja innovaatiot -profiilikokonaisuutta.

### Kulttuurinen kuluttajamarkkinointi

#### *Cultural Perspective on Consumer Marketing*

**Koodi:** MARK3002

**Laajuus:** 5 op

**Ajankohta:** Syyslukukausi (4. vsk)

**Sisältö:** Opintojaksolla tarkastellaan kuluttajamarkkinoinnin johtamista kulttuurisesta näkökulmasta. Opintojaksolla perehdytään mm. kulttuuriseen segmentointiin, brändin johtamiseen ja asiakassuhteiden hallintaan. Lisäksi opintojaksolla käsitellään kuluttajien roolia markkinoiden uudistajina ja muokkaajina.

Osaamistavoite: Opintojakson suoritettuaan opiskelija 1) osaa ymmärtää, tulkita ja analysoida kulutuksen kulttuurisia merkityksenantoprosesseja ja toimijoita, 2) osaa soveltaa kulttuurisen kuluttajamarkkinoinnin työkaluja sekä 3) osaa esittää perusteltuja ratkaisuja markkinoinnin päätöksentekotilanteisiin kulutuskulttuurisesta näkökulmasta.

Työelämävalmiudet: Suullinen ja kirjallinen ilmaisu, yhteistyötaidot, kriittinen ajattelu ja analyttisyys sekä ongelmanratkaisu- ja päätöksentekotaidot. Markkinoinnin ydintaidot: Segmentointi ja asiakaslähtöisten markkinointikonseptien kehittäminen.

Opetusmenetelmät: Opintojakso perustuu flipped learning -opetukseen. Opiskelijat perehtyvät aihealueisiin lukupaketin avulla ennen luentoja ja palauttavat lukemaansa perustuvan muistion Moodleen. Luennolla aihetta syvennetään opettajan avulla ja pienryhmäkeskusteluilla. Lisäksi ydinteemoista tehdään viikkotehtäviä, joissa esitellään perusteltu ratkaisu markkinoinnin ongelmaan soveltamalla kulttuurisen markkinoinnin työkaluja.

Suoritustapa: Opintojakson voi suorittaa lähiopetukseen osallistumalla, jolloin viikkotehtävät tehdään ryhmässä tai verkossa itsenäisesti. Molemmat suoritustavat sisältävät samojen tehtävien suorittamisen (muistiot, viikkotehtävät (ryhmässä tai itsenäisesti tehtynä) sekä tentin) samassa aikataulussa.

Oppimateriaali: Peñaloza, Lisa et al. (eds) 2012. Marketing Management A Cultural Perspective. Routledge: London (kirja on käytössä soveltuvin osin).  
Lisäksi lukupaketti opettajien ilmoituksen mukaan.

Edeltävät opinnot: Kandidaatin tutkinto suoritettu. Kuluttajakäyttäytyminen on oltava suoritettu.

Arviointi: 1-5/hylätty.

Vastuhenkilö: Yliopistotutkija Hanna Leipämaa Leskinen sekä dosentti Henna Syrjälä.

Osallistumisoikeus: Opintojakso on tarkoitettu markkinoinnin johtamisen maisteriohjelman opiskelijoille.

Lisätiedot: Opintojakso on osa Viestintä, media ja markkinat -profiilikokonaisuutta.

## Markkinointi toimialojen murroksessa

### *Marketing in Industry Disruptions*

**Koodi:** MARK3047

**Laajuus:** 7 ECTS

**Ajankohta:** Kevätlukukausi (4. vuosi), Periodi 3

**Sisältö:** Teknologiset, sosiaaliset ja taloudelliset murrokset haastavat toimialoja ja yrityksiä, mutta samalla ne synnyttävät myös uusia yli perinteisten toimialarajojen ulottuvia liiketoimintamahdollisuuksia. Erityisesti digitalisoitumisen on voimaannuttanut asiakkaita ja kuluttajia suhteessa toimittajiin ja tuottajiin. Tämä on puolestaan korostanut uudenlaisten markkinointikonseptien ja ansaintalogiikkojen kehittämisen tärkeyttä. Opintojaksolla perehdytään toimialojen muutosdynamiikkoihin ja niiden ajureihin (mm. alusta-, elämys- ja jakamistalouksissa) sekä markkinointihenkisyyden kehittymiseen innovatiivisen markkinointiajattelun näkökulmasta, jossa korostuvat mm. asiakkaan osallistaminen (customer engagement) arvontuottamiseen (value co-creation) kaupallistamisen onnistumisen ja yrityksen menestymisen varmistamiseksi. Keskeisiä markkinoinnin johtamisen käsitteitä ovat markkinaorientaatio, strateginen segmentointi, sidosryhmäsuhteet ja -liiketoimitaverkostot, liiketoimintamallit markkinoinnin teknologia.

**Osaamistavoite:** Opintojakso tuottaa kattavan jäsenyyksen toimialojen murrosten keskeisistä piirteistä, muutosten luomista haasteista ja mahdollisuuksista markkinoinnin johtamisen näkökulmasta. Tutustumalla ja syventymällä alan keskeiseen kirjallisuuteen sekä tuoreimpaan tutkimukseen ja case-tapauksiin toimialojen muutosdynamiikoista sekä niihin liittyvistä teknologia- ja markkinalähtöisistä innovaatioista opiskelija osaa: 1) tunnistaa toimialojen murroksia luovia ja ohjaavia mekanismeja, 2) analysoida markkinoinnin strategista roolia näissä murroksissa, 3) hahmottaa ja jäsentää murrosten hallinnan ja hyödyntämisen kannalta keskeisiä markkinoinnin

johtamiskäytäntöjä ja niiden edellyttämää osaamista ja kyvykkyyksiä sekä 4) tuottaa ryhmätyön tuloksena jäsenyteen ja analyttisen kirjallisen raportin sekä esityksen valitusta kohdetoimialasta ja/tai case-yrityksestä.

**Työelämävalmiudet:** Suullinen ja kirjallinen ilmaisu, yhteistyötaidot, kriittinen ajattelu ja analyttisyys sekä ongelmanratkaisu- ja päätöksentekotaidot. Markkinoinnin ydintaidot: Strateginen segmentointi ja positiointi, tuote/markkinaportfolion hallinta, globaalin toimiala/markkinaympäristön dynamiikan hallinta.

**Opetusmenetelmät:** Luennot, vierailuluennot, työpajat, tiimityöskentely, itsenäinen työskentely, opetusmateriaalin tutustuminen.

**Suoritustapa:** Pienryhmissä tehtävä harjoitustyö sen esitys ja kirjallinen raportti, tentti.

**Oppimateriaali:** Luennoitsijan ilmoittama artikkelipaketti ja muu materiaali.

**Edeltävät opinnot:** Kandidaatin tutkinto suoritettu.

**Arviointi:** 1-5/hylätty.

**Vastuhenkilö:** Professori Arto Rajala.

**Osallistumisoikeus:** Opintojakso on tarkoitettu Markkinoinnin johtamisen maisteriohjelman opiskelijoille.

**Lisätiedot:**

## Digitaalisen liiketoiminnan markkinointikonseptit

### *Digital Marketing Concepts*

**Koodi:** MARK3009

**Laajuus:** 5 op

**Ajankohta:** Kevätlukukausi (4. vsk)

**Sisältö:** Digitaalisen ja datalähtöisen liiketoiminnan ajurit ja kilpailudynamiikka, Innovatiiviset vähittäiskauppa- ja palvelukonseptit ja liiketoimintamallit, Digitaalisten markkinointikonseptien asiakaskokemusten ja -polkujen hallinta omnichannel -ympäristössä, Strategisten markkinointikanavien johtaminen digitaalisen markkinoinnin ja liiketoiminnan alustoilla.

**Osaamistavoite:** Opintojakson suoritettuaan opiskelija osaa 1) hahmottaa digitaalisen ja datalähtöisen liiketoiminnan peruskäsitteitä, ajureita ja kilpailuluonnetta, 2) ymmärtää digitaalisten liiketoimintamallien innovatiivisuutta sekä digitaalisen liiketoiminnan konseptoinnin periaatteita, 3) analysoida digitaalisten markkinointikonseptien asiakaskokemuksen elementtejä ja asiakaspolkuja, 4) arvioida datalähtöisen markkinointiajattelun mahdollisuuksia ja haasteita digitaalisten markkinointikonseptien kehittämisessä ja strategisten markkinointikanavien johtamisessa.

**Työelämävalmiudet:** Suullinen ja kirjallinen ilmaisu, yhteistyötaidot, kriittinen ajattelu ja analyttisyys sekä ongelmanratkaisu- ja päätöksentekotaidot. Markkinoinnin ydintaidot: Digitaalisen liiketoiminnan konseptointi, asiakaspolkujen tunnistaminen ja arviointi, strategisten markkinointikanavien johtaminen.

**Opetusmenetelmät:** Luennot, vierailuluennot, ryhmätehtävät ja harjoitustyö, harjoitustöiden purkutilaisuudet.

**Suoritustapa:** Ryhmäkohtaiset tehtävät ja harjoitustyö, tentti.

**Oppimateriaali:** Artikkelipaketti.

**Edeltävät opinnot:** Kandidaatin tutkinto suoritettu.

**Arviointi:** 1-5/hylätty.

**Vastuhenkilö:** Yliopistonlehtori Ari Huuhka.

**Osallistumisoikeus:** Opintojakso on tarkoitettu markkinoinnin johtamisen maisteriohjelman opiskelijoille sekä Business, Industry and Services -opintokokonaisuutta suorittaville opiskelijoille.

**Lisätiedot:** Opintojakso on osa Business, Industry and Services -opintokokonaisuutta.

### Markkinoinnin projektikurssit

Opiskelija valitsee yhden kolmesta vaihtoehdoisesta projektikurssista:

- 1) Konseptoinnin ja kaupallistamisen projekti MARK3054
- 2) Project course: Business as a Service MARK3042
- 3) Digitaalisen markkinointiviestinnän projekti MARK3055

Yhteistä näille kurseille on kokemuksellinen oppiminen todellisissa liike-elämän kehittämiskohteissa. (ks. tarkemmat kurssikuvaukset alla). Projektikursseille on kiintiöt ja etusijalle ovat kyseisiin profiilikokonaisuuteen ilmoittautuneet opiskelijat.

### Konseptoinnin ja kaupallistamisen projekti

#### *Concept creation and commercialization project*

**Koodi:** MARK3054

**Laajuus:** 5-8 op

**Ajankohta:** Syyslukukausi (4. vsk.)

**Sisältö:** Konseptoinnin ja kaupallistamisen projektikurssilla harjoittelet luovaa ongelmanratkaisua uuden käyttäjälähtöisen tuote-, palvelu- tai markkinointikonseptin luomiseksi ja/tai kehittämiseksi. Käytännönläheinen projekti rakentuu palvelumuotoilu (design thinking-) ajattelulle yhdistäen luovaa ja kriittistä ongelmanratkaisuprosessia. Työskentely tapahtuu monialaisissa tiimeissä ja/tai yritysyhteistyössä.

**Osaamistavoite:** Opintojakson suoritettuaan opiskelija osaa tuottaa markkinoinnillisen ratkaisun yrityksen kehittämishaasteeseen hyödyntäen palvelumuotoilun työkaluja. Opiskelija osaa 1) suunnitella ja toteuttaa ryhmässä asiakasarvoa tuottavan kehittämishankkeen yrityksen päätöksenteon tueksi, 2) toimia joustavasti ja asiantuntevasti vuorovaikutuksessa projektin eri toimijatahojen kanssa, 3) valita ja soveltaa luovasti olennaisia teoreettisia ja empiirisiä aineistoja ja työkaluja kehittämishankkeen toteuttamiseksi, 4) keskustella asiantuntevasti yrityksen kehittämisestä ryhmänsä projektiin perustuen, 5) arvioida projektityön onnistumista.

**Työelämävalmiudet:** Suullinen ja kirjallinen ilmaisu, yhteistyötaidot, kriittinen ajattelu ja analyttisyys sekä ongelmanratkaisu- ja päätöksentekotaidot. Markkinoinnin ydintaidot: Visiointikyky, luovien ja innovatiivisten markkinointikonseptien kehittäminen, ajanhallinta.

**Opetusmenetelmät:** Tiimityö ja konsultoiva sekä fasilitoiva ohjaus. Opintojaksolla korostuu opiskelijan aktiivinen rooli kehittämishankkeen eteenpäin viemisessä.

**Suoritustapa:** Projektityö, joka raportoidaan kirjallisesti ja suullisesti sekä kehittämishankkeita tukevia luentoja, harjoituksia ja workshoppeja. Opintojaksolle osallistuminen edellyttää läsnäoloa ja sitoutumista kehityshankkeen itsenäiseen läpiviemiseen. Itsenäinen oman oppimisen essee. Suoritustapa täsmentyy vuosittain vaihtuvien kehityshankkeiden mukaisesti.

**Oppimateriaali:** 1) Artikkelipaketti 2) Itsenäinen tiedonhankinta projektityöhön liittyen.

**Edeltävät opinnot:** Innovaatiojohtamisen opintojakso tulee suorittaa samanaikaisesti tai ennen osallistumista tälle opintojaksolle. Kandidaatin tutkielma tulee olla suoritettu. Suositellaan opintojakson User innovation suorittamista.

**Arviointi:** 1-5/hylätty.

**Vastuuhenkilö:** Yliopistonlehtori Minna-Maarit Jaskari.

**Osallistumisoikeus:** Opintojakso on tarkoitettu ensisijaisesti Tuotteet, brändit ja innovaatiot -opintokokonaisuutta suorittaville maisterivaiheen opiskelijoille.

**Lisätiedot:** Opintojakson kuvaus tarkentuu kurssin alkaessa, jolloin tiedetään kehittämiskohde.

## Project course: Business as a Service

**Koodi:** MARK3042

**Laajuus:** 5-8 op

**Ajankohta:** Kevätlukukausi (4. vsk)

**Sisältö:** Projektikurssi toteutetaan kokemuksellisen ja tutkivan oppimisen menetelmin. Vaasan yliopiston ja Hankenin opiskelijat työskentelevät tiimeissä ratkaistakseen harjoitustyössään liiketoiminnan kehittämisen ja johtamisen haasteita.

**Osaamistavoite:** Opintojakso syventää opiskelijan ymmärrystä liiketoiminnan kehittämisen ja johtamisen haasteista ja kehittää opiskelijan asiantuntijuutta ja valmiuksia toimia liikkeenjohdon päätöksentekijänä. Opintojakson suoritettuaan opiskelija 1) ymmärtää sekä palveluliiketoiminnan johtamisen teoreettisia lähtökohtia että liikkeenjohdon käytännön päätöksenteon ehtoja, 2) osaa tunnistaa ja analysoida liiketoiminnan johtamisen haasteita yrityksen liiketoimintamallien ja palvelukonseptien uudistamistilanteissa, 3) osaa tuottaa liikkeenjohdollisesti perusteltuja ratkaisuvaihtoehtoja case-yrityksen liiketoiminnan kehittämishaasteeseen.

**Työelämävalmiudet:** Suullinen ja kirjallinen ilmaisu (erityisesti englannin ja ruotsin kielitaidon harjaannuttaminen), yhteistyötaidot, kriittinen ajattelu ja analyttisyys sekä ongelmanratkaisu- ja päätöksentekotaidot. **Markkinoinnin ydintaidot:** Tutkittuun tietoon perustuvien kehittämisohjeiden esittäminen liikkeenjohdolle, suunnitelmallisuus, ajanhallinta, tiimityöskentely.

**Opetusmenetelmät:** Lähiopetustapaamiset, lukuseminaarit, tiimityöskentely, itsenäinen työskentely, yritysvierailu- ja kenttätutkimusosuudet.

**Suoritustapa:** Tiimeittäin yrityksen toimeksiantona ja kehittämisprojektina tehtävä harjoitustyö ja henkilökohtainen oppimispäiväkirja.

**Oppimateriaali:** Lukupaketti

**Edeltävät opinnot:** Kandidaatin tutkinto, Digitaalisen liiketoiminnan markkinointikonseptit sekä Hankenin järjestämät Business, Industry and Services -opintokokonaisuuden opintojaksot.

**Arviointi:** 1-5/hylätty.

**Vastuhenkilö:** Yliopistonlehtori Ari Huuhka

**Osallistumisoikeus:** Opintojakso on tarkoitettu Business, Industry and Service opintokokonaisuutta suorittaville maisterivaiheen opiskelijoille. Osallistujamäärä rajataan vuosittain 35 opiskelijaan (20 Vaasan yliopiston ja 15 Hankenin opiskelijaa).

**Lisätiedot:** Opetuskielenä on englanti, mutta eri kielet ovat luonteva osa kurssisuoritusta. Opintojakso toteutetaan Vaasan yliopiston ja Hankenin yhteistyönä osana Business, Industry and Services -opintokokonaisuutta.

## Digitaalisen markkinointiviestinnän projekti

*Digital Marketing Communication Project*

**Koodi:** MARK3055

**Laajuus:** 5 op (markkinoinnin opiskelijat voivat lisäksi tehdä itsenäisen oppimistehtävän, joka on laajuudeltaan 1-3 op MARK3041)

**Ajankohta:** Kevätlukukausi (4. vsk)

**Sisältö:** Opintojaksolla markkinoinnin ja viestintätieteen opiskelijat työskentelevät monialaisissa ryhmissä ja toteuttavat kehittämishankkeen, jonka tavoitteena on etsiä ratkaisuja vuosittain vaihtuvan toimeksiantajan digitaalisen markkinointiviestinnän haasteisiin. Opintojaksolla perehdytään digitaalisen markkinointiviestinnän yleisiin periaatteisiin ja merkitykseen asiakasarvon rakentajana,



digitaalisen mainonnan tavoitteisiin, keinoihin ja seurantaan, sisältömarkkinointiin sekä digitaaliseen analytiikkaan.

**Osaamistavoitteet:** Opintojakson suoritettuaan opiskelija osaa: 1) soveltaa ja arvioida erilaisia digitaalisen markkinointiviestinnän toteutustapoja, 2) suunnitella ja toteuttaa ryhmässä digitaalisen markkinointiviestinnän kehittämishankkeen toimeksiantajan ehdoilla 3) ymmärtää digitaalisen markkinointiviestinnän merkitystä asiakasarvon rakentajana, 4) argumentoida asiantuntevasti kehittämishankkeen tuloksista omassa ryhmässään sekä yritykselle, 5) tunnistaa oman asiantuntijuuden roolinsa monialaisessa ryhmässä ja kykenee antamaan oman panoksensa ryhmän yhteisen tavoitteen edistämiseksi.

**Työelämävalmiudet:** Suullinen ja kirjallinen ilmaisu (mm. videoneuvottelutaidot), yhteistyötaidot (monialaiset tiimit), IT-aidot (vuosittain vaihtuvat työkalut), kriittinen ajattelu ja analyttisyys sekä ongelmanratkaisu- ja päätöksentekotaidot. **Markkinoinnin ydintaidot:** Tutkittuun tietoon perustuvien digitaalisen markkinointiviestinnän kehitysehdotusten esittäminen yritykselle, luovien viestinnällisten ratkaisujen kehittäminen, monialaisessa tiimissä työskentely.

**Opetusmenetelmät:** Lähiopetus, ryhmätyöskentely ja ohjaus.

**Suoritustapa:** Aktiivinen osallistuminen lähiopetukseen. Ryhmätyönä yritykselle tehtävä kehittämishanke ja sitä tukevat osatehtävät. Hankkeen välivaiheet ja lopulliset tulokset esitetään yritykselle ja raportoidaan kirjallisesti.

Lisäksi kukin opiskelija tekee henkilökohtaisen oppimistehtävän. Huom. markkinoinnin opiskelijat voivat tehdä itsenäisen oppimispäiväkirjan annetuista teemoista (1-3 op).

**Oppimateriaali:** Lukupaketti opettajan ohjeiden mukaan.

**Edeltävät opinnot:** Kandidaatin tutkinto.

**Arviointi:** 1-5/hylätty

**Vastuuhenkilöt:** Yliopistotutkija Hanna Leipämaa-Leskinen.

**Osallistumisoikeus:** Opintojakso on tarkoitettu Viestintä, media ja markkinat -opintokokonaisuutta suorittaville markkinoinnin johtamisen maisteriohjelman opiskelijoille. Opintojaksolle otetaan 45 opiskelijaa, joista 20 markkinoinnin opiskelijaa ja 25 viestinnän opiskelijaa. Opintojaksolle hyväksytyt ilmoitetaan noin viikko ennen opintojakson alkua.

**Lisätiedot:** Opintojakso järjestetään yhteistyössä VIMA-maisterikoulutusohjelman kanssa. Suoritustapa täsmentyy vuosittain vaihtuvien kehittämishankkeiden mukaisesti.

## Laadullinen markkinoinnin tutkimus

### *Qualitative Marketing Research*

**Koodi:** MARK3038

**Laajuus:** 5 op

**Ajankohta:** Kevätlukukausi, 4. tai 5. vsk (ts. se lukuvuosi, jolloin aloitat gradutyöskentelysi). *Opintojakso on tarkoitettu suoritettavaksi gradutyöskentelyn ohessa!*

**Sisältö:** Yrityksen markkinointitoimintojen analyysissä, kuten asiakas- ja kuluttajatiedon tuottamisessa sekä pro gradu -työskentelyssä hyödynnettävät laadulliset tutkimusmenetelmät. Laadullisten tutkimusasetelmien rakentamisen problematiikka sekä erilaisten aineistojen keräys- ja analysointimetodien esimerkiksi haastattelumenetelmien, havainnoinnin, sisällönanalyysin, visuaalisen analyysin sekä case-tutkimuksen perusperiaatteet ja soveltaminen. Merkityksien, ymmärryksen ja tulkinnan tuottaminen laadullisesta aineistosta. Laadullisen tutkimuksen löydösten ja niiden sovellettavuuden arvioinnin kriteerit.

**Osaamistavoite:** Opintojakson suoritettuaan opiskelija osaa 1) arvioida erilaisia laadullisten aineistojen hankinta- ja analyysimenetelmien soveltuvuutta suhteessa kulloiseenkin tutkimusasetelmaan, erityisesti omaan pro gradu -tutkielmaansa, 2) ottaa käyttöön erilaisia laadullisen tutkimuksen menetelmiä aineiston hankinta ja analysointivaiheessa ja tutkimusasetelman

rakentamisessa sekä perustella näkemyksiään suullisesti ja kirjallisesti, 3) arvioida laadullisen tutkimuksen luotettavuutta ja pätevyyttä.

**Työelämävalmiudet:** Suullinen ja kirjallinen ilmaisu, kriittinen ajattelu ja analyttisyys sekä ongelmanratkaisu- ja päätöksentekotaidot. Markkinoinnin ydintaidot: Markkina- ja asiakastiedon hankinta ja siihen perustuvan asiakasymmärryksen rakentaminen, jota hyödynnetään esimerkiksi segmentoinnissa, konseptoinnissa, tuotekehityksessä ja digitaalisessa markkinoinnissa.

**Opetusmenetelmät:** Luentoja ja harjoitustyöskentelyä toiminnallisten oppimismenetelmien avulla 25-30h.

**Suoritustapa:** Aktiivinen osallistuminen luennoille ja harjoitustyöskentelyyn, suullista ja kirjallista argumentaatiota kehittäviä harjoitteita sekä tentti. Opintojakso sisältää pakollista läsnäoloa vaativia harjoituksia ja vierailijaluentoja, mutta on mahdollista suorittaa myös pääosin etänä.

**Oppimateriaali:** Eriksson, Päivi & Kovalainen, Anne (2008 tai 2016). *Qualitative Methods in Business Research*. Sage (soveltuvin osin). Muuta materiaalia opettajan ilmoituksen mukaan.

**Edeltävät opinnot:** Kandidaatintutkielma.

**Arviointi:** 1-5/hylätty.

**Vastuuhenkilö:** Dosentti Henna Syrjälä.

**Osallistumisoikeus:** Opintojakso on tarkoitettu markkinoinnin johtamisen maisteriohjelman opiskelijoille.

**Lisätiedot:** -

## Kvantitatiivinen markkinoinnin tutkimus

### *Quantitative Marketing Research*

**Koodi:** MARK3037

**Laajuus:** 5op

**Ajankohta:** Syyslukukausi, 4. tai 5. vsk.

**Sisältö:** Tiedonhallinta ja analytiikka kuuluvat yhä oleellisemmin markkinointiekonomien päätehtäviin ja siksi kvantitatiivisten metodien osaaminen hallinta on tärkeää. Tällä opintojaksolla perehdytään erilaisiin markkinointiekonomille hyödyllisiin kvantitatiivisiin menetelmiin, painottaen niiden oikeanoppista tulkintaa sekä hyödyntämistä käytännön markkinointityössä. Opintojakson päämääränä on tarjota osallistujille työkaluja 1) ymmärtää erilaisten menetelmien perusteet, oletukset ja käyttötarkoitus, 2) suorittaa ajoja tilasto-ohjelmia käyttäen, tulkita tuloksia ja arvioida niiden luotettavuutta, sekä 3) soveltaa tuloksia käytännön markkinointiongelmien.

**Osaamistavoite:** Opintojakson suoritettua opiskelija jäsentää ja osaa tulkita erilaisia kvantitatiivisia menetelmiä ja analyyskejä ymmärtäen myös niiden hyödyt ja rajoitteet. Lisäksi keskeisenä tavoitteena on ymmärtää, miten analyysseja ja niiden tuloksia voidaan hyödyntää liikkeenjohdon päätöksenteossa.

**Työelämävalmiudet:** Suullinen ja kirjallinen ilmaisu, IT-aidot, kriittinen ajattelu ja analyttisyys sekä ongelmanratkaisu- ja päätöksentekotaidot. Markkinoinnin ydintaidot: Markkina- ja asiakastiedon hankinta, analyysi ja perusteltujen ehdotusten rakentaminen esimerkiksi segmentoinnin, konseptoinnin ja viestinnän tueksi.

**Opetusmenetelmät:** Luennot 9 h sekä harjoitukset 12 h.

**Suoritustapa:** Luennot, harjoitukset ATK-salissa sekä kirjalliset harjoitustehtävät.

**Oppimateriaali:** Andy Field (2013) *Discovering Statistics using IBM SPSS*, 4th edition, Sage (valituin osin). Opettajan jakama muu kirjallisuus.

**Edeltävät opinnot:** Kandidaatintutkielma sekä Tilastollinen tietojenkäsittely 5 op.

**Arviointi:** 1-5/hylätty.

**Vastuuhenkilö:** Professori Arto Rajala

**Osallistumisoikeus:** Opintojakso on tarkoitettu markkinoinnin johtamisen maisteriohjelman opiskelijoille.

**Lisätiedot:**

### Pro gradu -tutkielma

**Koodit:** MARK3990; Alkuraportti MARK3991, Väli­raportti MARK3992, Loppuraportti MARK3993, Valmis tutkielma MARK3994

**Laajuus:** Yhteensä 30 op. Opintopisteet jakaantuvat seuraavasti: alku­raportti 5 op, väli­raportti 10 op, loppuraportti 10 op, valmis tutkielma 5 op.

**Ajankohta:** Uudet graduryhmät alkavat ke­vät­lukukaudella (ilmoittautuminen joulu-/tammikuussa) ja syyslukukaudella (ilmoittautuminen elo-/syyskuussa). Ilmoittautuminen gradutyöskentelyyn tapahtuu sähköisellä lomakkeella, joka löytyy Moodle-ympäristöstä nimellä "Markkinoinnin pääaineopiskelijat".

**Sisältö:** Alku-, väli- ja loppuraporttityöskentelyyn sekä niiden saamaan kommentointiin perustuvan itsenäisen opinnäytetyön laatiminen. Sen tulee ilmentää kykyä johdonmukaiseen, ongelmakeskeiseen ja tavoitehakuiseen ajatteluun, tieteellisen tutkimus­metodin hallittuun käyttöön sekä kykyä argumentointiin ja johtopäätösten esiin nostamiseen. Alkuraportti (5 op): Tutkimusongelman herättävä johdatus tutkielman aihealueeseen. Tutkimukseen tarkoituksen määrittäminen ja sen saavuttamiseksi rakennetun tavoitteiston spesifiointi. Tutkimus­näkökulman ja tarkastelutavan päättäminen. Tutkimusotteen pohdinta ja sen varaan rakentuva hahmotelma tutkielman rakenteesta. Väli­raportti (10 op): Edellisen lisäksi viitekeh­yksen rakentaminen ja siitä johdettu perusteltu tutkimus­metodin valinta sekä suunnitelma ja "välineistö" empiirisen tutkimuksen toteuttamiseksi. Loppuraportti (10 op): Edellisen lisäksi empiirisen tutkimuksen tulosten analysointi ja tulkinta. Tutkimustietojen analyttinen ja kriittinen arviointi. Tutkimustulosten palauttaminen teoreettiseen keskusteluun viitekeh­yksessä muodostetun ajattelun syventämiseksi ja rikastuttamiseksi. Valmis tutkielma (5 op): Tulosten yhteen nivominen asetetun tutkimustehtävän ratkaisemiseksi.

**Osaamistavoite:** Kehittää ja testata opiskelijan kykyä itsenäiseen ja pitkäjänteiseen ongelmakeskeiseen työskentelyyn, analyttiseen ja johtopäätöksiä esiin nostavaan ajatteluun sekä johdonmukaiseen verbaaliseen raportointiin.

**Työelämävalmiudet:** Suullinen ja kirjallinen ilmaisu, yhteistyö­taidot, kriittinen ajattelu ja analyttisyys sekä ongelmanratkaisu- ja päätöksentekotaidot, suunnitelmallisuus sekä ajanhallinta.

**Opetusmenetelmät:** Seminaari-istunnot, henkilökohtainen ohjaus.

**Suoritustapa:** 1) Aktiivinen läsnäolo kaikissa oman ryhmän istunnoissa ja 2) itsenäisten kirjallisten raporttien laadinta ja niiden suullinen esittäminen, 3) muiden laatimiin raporteihin perehtyminen ja niiden kriittinen arviointi

**Oppimateriaali:** Oman tutkimusaiheen kannalta relevantin teoreettisen ja empiirisen materiaalin sekä tarvittavan metodi- ja substanssivalmiuksien itsenäinen hankinta.

**Edeltävät opinnot:** Markkinoinnin maisteriopinnot pääsääntöisesti suoritettu.

**Arviointi:** 1-5. Arvosana annetaan valmiille tutkielmalle, mutta siihen vaikuttaa tutkielmatyöskentelyn kaikki vaiheet ja se edellyttää jokaisen vaiheen hyväksyttyä suoritusta.

**Vastuhenkilö:** Yliopistotutkija Hanna Leipämaa-Leskinen ja markkinoinnin pro gradu -tutkielmien ohjaajat.

**Osallistumisoikeus:** Ryhmään pääsyn edellytyksenä on, että maisteriopinnot on pääsääntöisesti suoritettu.

**Lisätiedot:** Alku-, väli- ja loppuraporttivaiheissa eteneminen edellyttää hyväksyttyä suoritusta kussakin vaiheessa. Opiskelijan tulee ladata tutkielman valmis versio Turnitin-plagiaatintunnistusjärjestelmään jättäessään tutkielman tarkastettavaksi.

## Vapaavalintaiset opinnot maisterin tutkinnossa

### Markkinoinnin asiantuntijana kehittyminen

#### *Marketing Competence Development*

**Koodi:** MARK3053

**Laajuus:** 5 op

**Ajankohta:** Jatkuva. Tehtäville on ohjeelliset palautusmääräajat syksyllä ja keväällä.

**Opintojakson kieli:** suomi

**Sisältö:** Verkkokurssilla opiskelija syventää osaamistaan valitsemastaan markkinoinnin osa-alueesta. Opiskelija perehtyy valitsemansa profiilikokonaisuuden (Business, Industry and Services / Tuotteet, brändit ja innovaatiot / Viestintä, media ja markkinat) ajankohtaisiin ilmiöihin. Jos opiskelija ei suorita profiilikokonaisuutta, tämän opintojakson sisältö kytkeytyy opiskelijan suorittamaan projektikurssiin (ks. vaihtoehtoiset projektikurssit edeltävien opintojen kohdasta).

**Osaamistavoite:** Opintojakson suoritettuaan opiskelija 1) tunnistaa oman asiantuntijuutensa osa-alueet, 2) osaa kertoa markkinoinnin ajankohtaisista ilmiöistä ja teemoista, 3) osaa arvioida liiketoiminnan muutostarpeita ja ymmärtää miten markkinoinnin keinoilla voidaan vastata niihin.

**Opetusmenetelmät:** Verkkokurssin aikana opiskelija tutustuu markkinoinnin ajankohtaisiin ilmiöihin ja teemoihin itsenäisesti ja suorittaa oppimisympäristöstä löytyvät tehtävät annetussa järjestyksessä. Opintojakson suoritusaika on jatkuva, mutta tehtäville on ohjeelliset palautusmääräajat syksyllä ja keväällä. Oppimateriaalit ja tehtävät voivat sisältää verkosta löytyviä markkinoinnin teemoihin liittyviä esityksiä ja keskusteluja, liike-elämälle suunnattuja julkaisuja ja tutkimuksia, seminaarivierailuja ja markkinoinnin asiantuntijoiden haastatteluja.

**Suoritustapa:** Itsenäisesti tehdyt kirjalliset tehtävät palautetaan kurssin oppimisympäristöön Moodleen.

**Oppimateriaali:** Oppimisympäristöstä löytyvät materiaalit. Materiaalia päivitetään lukuvuosittain.

**Edeltävät opinnot:** Markkinoinnin projektikurssit: Konseptoinnin ja kaupallistamisen projekti / Business as a Service / Digitaalisen markkinointiviestinnän projekti. Opiskelija voi kirjautua oppimisympäristöön heti maisteriopintojen alussa.

**Arviointi:** 1-5/hylätty

**Vastuuhenkilö:** Profiilikokonaisuuksien vastuuhenkilöt

**Osallistumisoikeus:** Markkinoinnin johtamisen maisteriohjelman opiskelijat

### Vastuullinen päätöksenteko liiketoiminnassa

#### *Responsible Decision Making in Business*

**Koodi:** MARK3035

**Laajuus:** 5 op

**Ajankohta:** Kevätlukukausi (4. vsk)

**Sisältö:** Opintojaksolla perehdytään yrityksen vastuullisen päätöksenteon haasteisiin ja mahdollisuuksiin. Opintojakso tarjoaa monipuolisia lähestymistapoja vastuullisen ja kestävä kehityksen mukaisen liiketoiminnan toteuttamiseksi. Opintojaksolla perehdytään vastuullisen liiketoiminnan haasteisiin kuluttajan, liikkeenjohdon sekä yrityksen eri sidosryhmien rooleissa.

**Osaamistavoite:** Opintojakson suoritettuaan opiskelija osaa 1) hahmottaa vastuullisen liiketoiminnan kenttää ja sidosryhmänäkökuilma, 2) osaa tehdä perusteltuja vastuullisia liiketoiminnan johtamisen päätöksiä.

**Työelämävalmiudet:** Kirjallinen ilmaisu, IT-taidot, kriittinen ajattelu ja analyttisyys sekä ongelmanratkaisu- ja päätöksentekotaidot. Markkinoinnin ydintaidot: Vastuullinen päätöksenteko.

**Opetusmenetelmät:** Opintojakso suoritetaan verkossa perustuen opiskelijoiden itsenäiseen työskentelyyn (mahdollisesti pienryhmissä). Pienryhmät sopivat yhteydenpitomuodoista itsenäisesti, opintojaksoon sisältyvät ryhmäkeskustelut voidaan toteuttaa henkilökohtaisesti tai etäyhteyden kautta ja kurssitehtävät suositellaan työstettäväksi verkossa, yhteyskirjoituslusta hyväksikäyttäen.

**Suoritustapa:** Ongelmalähtöisten case-tehtävien kautta lähestytään yritysjohton kohtaamia vastuullisuutta haastavia ongelmanratkaisutilanteita. Opiskelijat keskustelevat oppimateriaalin pohjalta pienryhmissä päätöksentekotilanteista ja työstävät keskustelun ja materiaalin pohjalta itsenäisen, teoreettisesti perustellun ratkaisun kuhunkin tehtävään tehtäväkohtaisen ohjeistuksen mukaan.

**Oppimateriaali:** Verkossa ilmoitetut tehtävänannot ja materiaalipaketti.

**Arviointi:** 1-5/hylätty.

**Vastuuhenkilö:** Ilmoitetaan myöhemmin

**Osallistumisoikeus:** Opintojakso on tarkoitettu markkinoinnin pääaineopiskelijoille ja markkinoinnin sivuainetta suorittaville opiskelijoille.

**Lisätiedot:** Opintojakso on vapaavalintainen ja se suositellaan maisterivaiheeseen 4. vuosikurssille.

## International Teamworking in Marketing

**Code:** MARK3036

**Credits:** 5 ECTS

**Time:** Spring 2018 (timing will be specified later on)

**Content:** The course provides a deeper understanding on marketing management. Topics included are strategic marketing concepts, marketing planning, portfolio analysis, market and competitive analysis, tactical implementation (marketing mix) and market research.

**Learning Outcomes:** During the course, the students will develop both their theoretical and practical understanding on marketing management. Students apply marketing management tools to an enterprise in a multicultural environment via MarkStrat simulation. Students analyse the market, choose target groups and plan how to position their products. Students are able to use market research in decision making to plan an effective marketing mix. They can also draw up a marketing budget and analyse the results of their company compared to their competitors. Moreover, working in cross-cultural teams gives a chance to experience the possibilities and challenges of international collaboration.

**Working-Life Skills:** Oral and written skills, interpersonal skills, IT-skills, analytical and critical thinking, problem solving and decision making skills. Marketing core skills: Market research, marketing mix implementation, budgeting, performance measurement.

**Language:** English.

**Teaching Methods:** Pre assignments, one week intensive course abroad.

**Assessment:** Active participation, group working and presentations.

**Literature:** MarkStrat handbook and other assigned material.

**Rating:** 1-5/fail

**Responsible Teacher:** To be announced.

**Prerequisites:** Bachelor degree (B.Sc.) completed.

**Right to Participate:** Students registered on the Master's Program in Marketing Management. Note! Limited participation, max 6 participants. These participants will be selected based on their study performance and motivation.

## Työssä oppiminen I ja II

**Koodi:** MARK2031 (KTK) tai MARK3017 (KTM)

**Katso opintojaksokuvaus kandivaiheen ohjeistuksesta.**

## Markkinoinnin työelämäprojekti I ja II

**Koodi:** MARK2038 (KTK) tai MARK3040 (KTM)

**Katso opintojaksokuvaus kandivaiheen ohjeistuksesta.**

Lisäksi Markkinoinnin johtamisen maisteriopiskelijoille suositellaan seuraavia Johtamisen (Master's Programme in Strategic Business Development) tuottamia opintojaksoja, jotka voi sijoittaa osaksi vapaavalintaisia opintojaksoja (Huom! kiintiöt):

## Analytiikan käytännön soveltaminen

*Analytics in Practice*

**Koodi:** LASK3067

**Laajuus:** 6 op

**Ajankohta:** Kevätlukukausi, 3. periodi

Lisätietoja: Opintojakso kuuluu osaksi laskentatoimen ja tilintarkastuksen maisteriohjelmää. Opintojaksolle voi osallistua max 5 markkinoinnin johtamisen maisteriohjelman opiskelijaa.

**Osallistujat valitaan ilmoittautumisjärjestyksessä. Katso lisätietoja laskentatoimen ja tilintarkastuksen maisteriohjelman opinto-oppaasta.**