

MARKKINOINTI Marketing

Markkinointi on avainasemassa sekä yritysten toiminnassa että liiketaloustieteen opetuksessa. Markkinointi käsittelee asiakas- ja muiden sidosryhmäsuhteiden luomiseen, säilyttämiseen, kehittämiseen ja päättämiseen liittyviä prosesseja. Markkinoinnin tavoitteena on luoda osapuolia hyödyntävä mahdollisimman pitkäaikainen liikesuhde, jonka hoidossa voidaan soveltaa erilaisia markkinoinnin kilpailukeinoja.

Markkinoinnin opetuksessa keskeistä on tuottaa osaamista asiakkaista ja markkinoista, markkinoinnin erilaisista kilpailukeinoista sekä verkostoista ja suhteista. Kaikessa opetuksessa pyritään ottamaan huomioon palvelujen markkinoinnin erityispiirteet. Myös kansainvälisyyttä ja yrittäjyyttä tarkastellaan opetuksessa. Markkinoinnin opetus pohjautuu viimeaikaisimpiin tieteellisiin tutkimustuloksiin ja niiden soveltamiseen käytännön markkinoinnissa. Opetuksen tavoitteena on markkinoinnin kokonaisosaaminen, jolle rakentuu palvelujen markkinoinnin erikoisosaaminen. Traditionaalisen markkinoinnin opetuksen lisäksi pyritään aihealueesta antamaan uutta, ajantasaista tietoa ja näkökulmia.

Markkinoinnin perusopinnoissa tutustutaan markkinoinnin sekä kansainvälisen liiketoiminnan perusteisiin. Näiden lisäksi markkinoinnin pääaineen perusopinnot sisältävät kurssit Asiakkuuden ymmärtäminen, Services Marketing ja Markkinoinnin ohjausjärjestelmät. Markkinoinnin aine- ja syventävissä opinnoissa laajennetaan ja syvennetään perusopinnoissa omaksuttuja tietoja ja taitoja. Aineopinnoissa perehdytään yksityiskohtaisesti mm. markkinoinnin johtamiseen ja suunnitteluun, markkinointitutkimukseen ja markkinointiviestintään sekä liike-elämän kokous- ja neuvottelutaitoihin. Opiskelijalla on mahdollisuus laajentaa tietämystään myös vähittäiskaupan ja logistiikan alueella sekä kulttuuri- ja vapaa-ajan palveluissa. Syventävissä opinnoissa paneudutaan perusteellisesti markkinoinnin teoriapohjaan sekä viimeaikaisiin tieteellisiin tutkimustuloksiin ja toimintatapoihin markkinoinnin eri osa-alueilla, kuten kulutus- ja ostokäyttäytymiseen, markkinoinnin strategiaan ja asiantuntijapalveluihin.

Markkinoinnin opiskelijan "kynnyssuorituksia" ovat markkinoinnin johtamisen, markkinointitutkimuksen ja markkinoinnin teorian opintojaksot, aineopintoseminaari ja lopulta tutkielmaseminaari, jonka suorittamiseen on varattava kylliksi itsenäistä opiskelu- ja työskentely-aikaa. Opintojen etenemiskaaviota on syytä pitää ohjeellisena.

OPINTOKOKONAISUUDET

Opiskelijalla on mahdollisuus suorittaa opintoja, jotka kuuluvat tiettyyn opintokokonaisuuteen. Tällaisia kokonaisuuksia ovat muun muassa Kansainvälisen liiketoiminnan ja Yrittäjyyden opintokokonaisuudet. Mikäli opiskelija suorittaa vähintään 10 opintoviikkoa erikseen määriteltyyn opintokokonaisuuteen kuuluvia opintojaksoja, hän voi pyynnöstä saada tästä merkinnän tutkintotodistukseensa tutkintoja koskevissa määräyksissä (kohta 18) määritellyllä tavalla. Kansainvälisen liiketoiminnan opintokokonaisuus on esitelty opinto-oppaan sivulla 208.

Tampereen yliopistossa on erikseen **siivaineopiskelijoille** suunniteltu Liiketoiminta-osaamisen opintokokonaisuus (LTO-OK), joka on laajuudeltaan 16 opintoviikkoa. Opintokokonaisuudesta voi suorittaa myös osia ja sen voi suorittaa haluamassaan järjestyksessä. Tämä opintokokonaisuus on esitelty tarkemmin opinto-oppaan sivulla 219.

SIIRTYMÄSÄÄNNÖKSIÄ OPINTO-OPPAIDEN 2004–2005 ja 2001–2004 VÄLILLÄ:

Pääaineopiskelija voi suorittaa vanhoilla opintovaatimuksilla syyslukukauden 2004 aikana loppuun sen opintokokonaisuuden (perus-, aine- tai syventävät opinnot), jonka hän on jo aloittanut ja joka hänellä on kesken tämän opinto-oppaan astuessa voimaan. Uutta opintokokonaisuutta aloittaessaan hän noudattaa uusia opetussuunnitelmia.

Mikäli opiskelija on suorittanut aiemmin joko opintojaksot MARKP020 Markkinoinnin peruskurssi tai MARKP040 Ostokäyttäytyminen verkostotaloudessa, ei hänen tule enää suorittaa opintojaksoja MARKP025 Markkinoinnin perusteet ja MARKP045 Asiakkuuden ymmärtäminen. Toisin sanoen rakenteessa ei palata taaksepäin. Sama sääntö pätee kurssiin MARKP060 Markkinoinnin taloudellinen ohjaus ja tietojärjestelmät, jota vastaa uusi kurssi MARKP065 Markkinoinnin ohjausjärjestelmät.

Uuden opinto-oppaan kurssi MARKA165 Integrated Marketing Communication vastaa aiempia kursseja MARKA160 Kokonaisvaltainen markkinointikommunikaatio ja MARKA 170 Brandistrategiat. Jos opiskelija on aiemmin suorittanut jommankumman näistä kursseista, hän voi halutessaan tenttiä MARKA165-kurssin kirjoista tietyn osa-alueen kirjanpakettin ottamalla ensin yhteyttä kurssista vastaavaan opettajaan.

Muista mahdollisista siirtymäsäännöksistä tiedotetaan markkinoinnin ilmoitustaululla sekä mahdollisuuksien mukaan myös laitoksen kotisivuilla. Mikäli uusien opetussuunnitelmien soveltamisessa ilmenee vielä epäselvyyksiä, opiskelijaa pyydetään ottamaan yhteyttä markkinoinnin assistenttiin.

KAUPPATIETEIDEN KANDIDAATIN TUTKINTO 120 ov

MARKKINOINNIN PÄÄAINEOPINNOT

Markkinoinnin perusopinnot (15 ov)

Johdatus liiketalouteen	3 ov	LASKP100
Markkinoinnin perusteet	3 ov	MARKP025
Asiakkuuden ymmärtäminen	3 ov	MARKP045
Services Marketing	3 ov	MARKP050
Markkinoinnin ohjausjärjestelmät	3 ov	MARKP065

Markkinoinnin aineopinnot (väh. 26 ov)

Markkinoinnin johtaminen	5 ov	MARKA020
Markkinointitutkimus	5 ov	MARKA030
Kokonaisvaltainen markkinointiviestintä	3 ov	MARKA165
Liike-elämän kokous- ja neuvottelutaito	2 ov	MARKA175
Aineopintoseminaari	8 ov	MARKA200

Valinnaiset aineopinnot (valittava väh. 1 opintojakso):

Logistiikka	3 ov	MARKA110
Vähittäiskaupan strategiat	3 ov	MARKA185
Kulttuuri- ja vapaa-ajan palvelujen johtaminen ja markkinointi	3 ov	MARKA155

MUUT PAKOLLISET OPINNOT

Liiketaloustieteiden opinnot (20 ov)

Johtaminen ja organisointi (yrityksen hallinto)	3 ov	YHALP011
Johdatus yritys juridiikkaan (yritys juridiikka)	2 ov	YJURP015
Riskien hallinnan perusteet (vakuutustiede)	3 ov	VAKTP045
Yrityksen kirjanpidon perusteet (laskentatoimi)	3 ov	LASKP010

Johdon laskentatoimen perusteet (laskentatoimi)	3 ov	LASKP030
Kansantaloustieteen perusteet (kansantaloustiede)	3 ov	KTALP200
Yrityksen tietojärjestelmät (tietojenkäsittelyoppi)	3 ov	TKOPA222

Metodiopinnot (15 ov)

Tilastotieteen perusteet	3 ov	TILTP6
Tilastollisen päättelyn käytäntö	3 ov	TILTP8
Tilastolliset tutkimusmenetelmät	3 ov	TILTP9
Vastaava laitos: Tilastotieteen laitos		

Tutkimusprosessin hallinta	3 ov	HALLP4
Tutkimusmenetelmät	3 ov	HALLA9
Vastaava laitos: Johtamistieteiden laitos/hallintotiede		

Kieliopinnot (18 ov)

Suomen kieli	2 ov
Ruotsin kieli	4 ov
Kahden vieraan kielen opinnot	4 ov + 4 ov

Loput 4 ov suoritetaan opintojen loppuvaiheessa ja niillä syvennetään joko ruotsin tai jommankumman jo aiemmin luetun vieraan kielen osaamista. Toisessa vieraassa kielessä tutkintovaatimukseen voidaan sisällyttää alkeiskurssi (4 ov), josta tulee erillinen maininta tutkintotodistukseen. Opiskelija ei kuitenkaan voi sisällyttää tutkintoonsa alkeiskurssia sel-
laisesta kielestä, jota hän on jo lukiossa tai muualla opiskellut. Toisessa vieraassa kielessä opiskelijan on suoritettava pidemmälle meneviä kieliopintoja. Ks. kieliopinnot s. 125.

VAPAASTI VALITTAVAT OPINNOT (26 ov)

Sivuaine (15 ov)

Yhdessä sivuaineessa on suoritettava vähintään 15 opintoviikkoa. Markkinoinnin pääai-
neen opiskelijoille suositellaan ensisijaisesti sivuaineeksi laskentatointa. Toinen suositelta-
va vaihtoehto sivuaineeksi on yrityksen hallinto. Yleisesti sivuaineeksi suositellaan talous-
tieteiden, johtamistieteiden ja oikeustieteiden laitosten oppiaineita, ja erityisesti niitä ainei-
ta, joiden kursseja sisältyy jo valmiiksi muihin pakollisiin opintoihin.

Lisäksi kauppatieteiden kandidaatin tutkintoon sisältyy täysin vapaasti valittavia opintoja.
Suosittelemme opintoja markkinoinnin tarjoamien kurssivaihtoehtojen lisäksi koko Tampe-
reen yliopiston ja Tampereen teknillisen yliopiston monipuolisesta opetustarjonnasta opis-
kelijan tavoitteiden ja mielenkiinnon mukaan.

KAUPPATIETEIDEN MAISTERIN TUTKINTO 160 ov (sisältää kauppätieteiden kandidaatin tutkinnon 120 ov)

MARKKINOINNIN PÄÄAINEEN RAKENNE

Syventävät opinnot (37 ov)

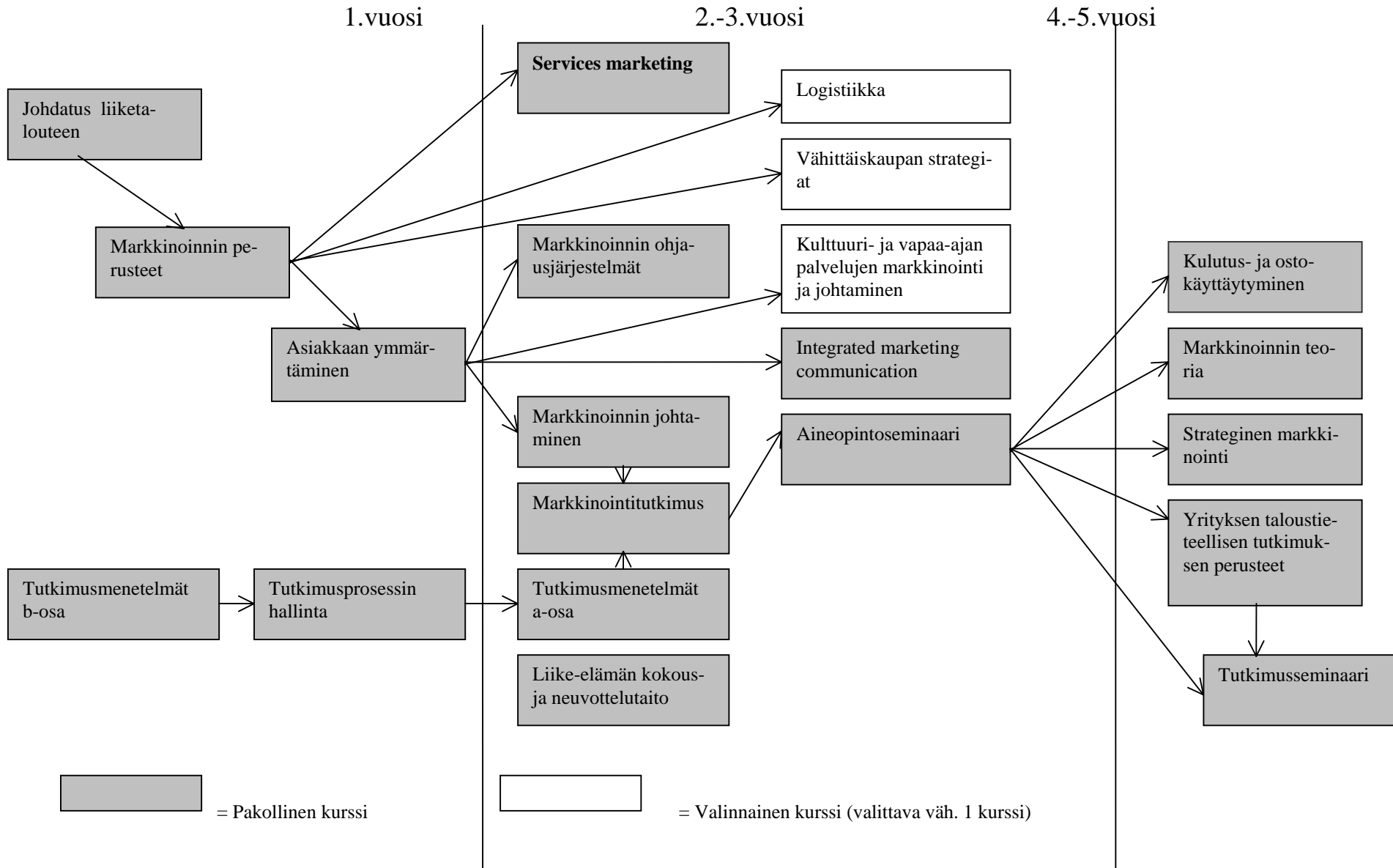
Kulutus- ja ostokäyttäytyminen	5 ov	MARKS040
Markkinoinnin teoria	3 ov	MARKS080
Strateginen markkinointi	5 ov	MARKS010
Asiantuntijaorganisaation johtaminen ja markkinointi	4 ov	YHALS061
Tutkimusprojekti	20 ov	MARKS200

MUUT PAKOLLISET OPINNOT

Metodiopinnot

Yrityksen taloustieteellisen tutkimuksen perusteet Ks. vastaava opintojakso laskentatoimi	3 ov	LASKS210
--	------	----------

Markkinoinnin opetuksen rakenne lukuvuonna 2004-2005



MARKKINOINNIN PERUSOPINNOT

Johdatus liiketalouteen 3 ov (5 op) **LASKP100**

Introduction to Business Economics

Opintojakso johdattaa opiskelijan kauppatieteellisten aineiden opiskeluun tarkastelemalla Suomen talouden ja yritystoiminnan kehitystä sekä yritysten toimintaa sen eri funktioista lähtien. Esille tulevat sekä johtamisen, laskentatoimen, markkinoinnin että vakuutustieteen näkökulmat.

Vaadittavat opintosuoritukset:

- 1 Luennot 27 h.
- 2 Luennoitsijoiden osoittama oheismateriaali.
- 3 Oppimispäiväkirjan laatiminen oppiaineittain.

Vastaava opettajat: Yrityksen taloustieteen eri oppiaineiden ja vakuutustieteen professori tai muu vastuuopettaja.

Ajankohta: 1. vsk slk.

Markkinoinnin perusteet 3 ov (5 op) **MARKP025**

Fundamentals of Marketing

Opintojakson tavoitteena on antaa perustiedot markkinoinnin keskeisten osalueiden sisällöistä, joita markkinoinnin myöhemmät opintojaksot syventävät. Opintojaksolla tarkastellaan markkinoinnin erilaisia markkinoinnin lähestymistapoja, sisäisiä ja ulkoisia toimintaympäristöjä sekä markkinoinnin päätösmuuttujia. Painopisteenä ovat asiakassuhteiden johtamiseen ja markkinoinnin suunnitteluun liittyvät näkökohdat.

Vaadittavat opintosuoritukset:

- 1 Luennot ja tapausesimerkit 30 h.
- 2 Kotler, P.–Armstrong, G.: Principles of Marketing, 9. tai 10. painos, 2004.
- 3 Lahtinen, J.–Isoviita, A.: Asiakaspalvelun ja markkinoinnin perusteet, 1. painos, 2001.
- 4 Artikkeleita ja ajankohtaismateriaalia luennoitsijan osoituksen mukaan.

Edeltävät opinnot: Johdatus liiketalouteen.

Vastaava laitos: Johtamistieteiden laitos/Markkinointi.

Vastaava opettaja: Lehtori ja professori.

Ajankohta: 1. vsk slk.

Vastaava kurssi opinto-oppaassa 2001–2004: Markkinoinnin peruskurssi MARKP020 (5 ov)

Asiakkuuden ymmärtäminen 3 ov **(5 op) MARKP045**

Understanding the Customer

Opintojakson tavoitteena on kuluttajakäyttäytymisen ja organisaatioiden ostokäyttäytymisen käsitteistön ja käytännön esimerkkien avulla tehdä ymmärrettäväksi asiakkuuden merkitys. Asiakkaan ymmärtäminen on nykyaikaisen liiketoiminnan lähtökohta. Kurssilla kehitetään opiskelijan valmiuksia ymmärtää, analysoida ja kehittää asiakkuuksia eri tilanteissa.

Vaadittavat opintosuoritukset:

- 1 Luennot 20 h ja pääaineopiskelijoille harjoitukset 10 h.
- 2a Dubois, B.: Understanding the Consumer, 2000 **TAI**
- 2b Kuusela, H.: Arvoa tuottava asiointikokemus, 2002.
- 3a Ford, D.: Managing Business Relationships, 1998 **TAI**
- 3b Anderson, J. C.–Narus, J. A.: Business Market Management. Understanding, Creating and Delivering Value, 1999.
- 4 Lehtiartikkeleita ja ajankohtaismateriaalia luennoitsijan osoituksen mukaan.

Pääaineopiskelijat:

- Tenti luennoista ja 3a tai 3b kirjasta.
- Harjoitukset 10 h intensiiviopiskeluna.

Sivuaineopiskelijat:

- Tenti luennoista ja kirjoista.

Edeltävät opinnot: MARKP025

Vastaava laitos: Johtamistieteiden laitos/Markkinointi.

Vastaava opettaja: Lehtori.

Ajankohta: 1. vsk klk.

Vastaava kurssi opinto-oppaassa 2001–2004: Ostokäyttäytyminen verkostotaloudessa MARKP040 (4 ov)

Services Marketing 3 ov (5 op) **MARKP050**

Palvelujen markkinointi

The objective of the course is to give students an insight into the GAP model and into other orientations in services marketing theory and their practical applications. The students will gain basic understanding of services and the importance of their role in the modern marketing of firms in many different fields.

Requirements:

- 1 Lectures 20 h.
- 2 Zeithaml, V.–Bitner, M. J.: Services Marketing, 1996 or latest edition. Used in the lectures.
- 3a Kuusela, H: Näkymätön näkyväksi, 1998 **OR**
- 3b Grönroos, C.: Service Management and Marketing: A Relationship Marketing Approach, 2000.
- 4 Other material as given by the lecturer.

Preceding studies: MARKP025

Organising department: Johtamistieteiden laitos/Markkinointi.

Lecturer: Lecturer.

Term: 2. Autumn.

Corresponding course in curricula guide 2001–2004: Services Marketing MARKP05P (2 ov)

Markkinoinnin ohjausjärjestelmät 3 ov (5 op) MARKP065

Financial Control in Marketing and Marketing Information Systems

Kurssin tavoitteena on perehdyttää opiskelija markkinoinnin päätöksenteon taloudelliseen suunnitteluun, ohjaukseen ja seurantaan niin, että tarkastelun painopisteenä on ensisijaisesti markkinoinnin vuosisuunnitelma. Kurssin keskeisiä osa-alueita ovat myynnin, kannattavuuden, tehokkuuden ja markkinointipääoman ohjaus ja näihin liittyvät tietojärjestelmät.

Vaadittavat opintosuoritukset:

- 1 Luennot 20 h ja harjoitukset 20 h.
- 2 Harjoitustyöt.
- 3 Hellman, K.: Asiakastavoitteet ja -strategiat: asiakastuloslaskelma, -tase, -virta ja -portfoliot, 2003.
- 4 Nagle, T. T.–Holden, R. K.: The Strategy and tactics of Pricing. A guide to profitable Decision Making, 1995.
- 5 Artikkeleita ja ajankohtaismateriaalia luennoitsijan osoituksen mukaan.

Edeltävät opinnot: MARKP045

Vastaava laitos: Johtamistieteiden laitos/Markkinointi.

Vastaava opettaja: Lehtori.

Ajankohta: 2. vsk klk.

Vastaava kurssi opinto-oppaassa 2001–2004: Markkinoinnin taloudellinen ohjaus ja tietojärjestelmät MARKP060 (4 ov)

MARKKINOINNIN AINEOPINNOT

Markkinoinnin johtaminen 5 ov (8 op)

MARKA020

Marketing Management

Kurssin tavoitteena on perehdyttää opiskelijat markkinoinnin järjestelmälliseen suunnitteluun ja opettaa heidät laatimaan yrityksen markkinointiohjelma. Opintojakson keskeisiä osa-alueita ovat markkinointi asiakassuuntaisena suunnittelu-, johtamis- ja valvontajärjestelmänä, kumppanuusmarkkinointi, markkinoinnin strateginen johtaminen sekä asiakassuhteen hallinta (CRM).

Vaadittavat opintosuoritukset:

- 1 Luennot 40 h.
- 2 Case-harjoitukset 80 h.
- 3 Kotler, P.–Armstrong, G.: Marketing Management. 10.painos tai uudempi, 2003.
- 4 Freeland, J. G.: The Ultimate CRM Handbook. Strategies & Concepts for Building Enduring Customer Loyalty and Profitability, 2003.
- 4 Lahtinen, J.–Isoviita, A.: Markkinoinnin suunnittelu, 1. painos, 1998.
- 6 Artikkeleita ja ajankohtaismateriaalia luennoitsijan osoituksen mukaan.

Edeltävät opinnot: MARKP045

Vastaava laitos: Johtamistieteiden laitos/Markkinointi.

Vastaava opettaja: Lehtori.

Ajankohta: 2. vsk slk.

Markkinointitutkimus 5 ov (8 op)

MARKA030

Marketing Research

Opintojakson tavoitteena on antaa opiskelijalle valmiudet markkinoinnin päätöksenteossa tarvittavan määrällisen ja laadullisen informaation hankkimiseen, muokkaamiseen ja käyttämiseen. Luennoilla käsitellään erilaisia tutkimusasetelmiä, aineiston keruun vaiheita sekä yleisimpiä tilastomenetelmiä ja tulosten tulkintaa. Harjoituksissa opiskelijat toteuttavat pienimuotoisen markkinatutkimuksen, joten tilasto-ohjelmien (SPSS) perushallinta on kurssilla tarpeen. Luennot ja kirjat tentitään erikseen. Kirjat suositellaan suoritettavan ennen luentoja.

Vaadittavat opintosuoritukset:

- 1 Luennot 30 h ja harjoitukset 60 h kahdelle ryhmälle.
Luennoilla osia Newman, I.–Benz, C. R.: Qualitative–Quantitative Re-

search Methodology: Exploring the Interactive Continuum, 1998.

Lisäksi luennoitsijan osoittama materiaali ja lehtiartikkelit.

- 2 Lotti, L.: Tehokas markkina-analyysi, 2001.
- 3a Aaker, D. A.–Kumar, V.–Day, G. S.: Marketing Research, 1995 tai uudempi **TAI**
- 3b Sayre, S.: Qualitative Methods for Marketplace Research, 2001 **TAI**
- 3c Malhotra, N. K.–Birks, D. F.: Marketing Research. An Applied Approach, 2003.

Edeltävät opinnot: MARKA020, TILTP6, TILPT8, TILTP9, HALLA9??

Vastaava laitos: Johtamistieteiden laitos/Markkinointi.

Vastaava opettaja: Lehtori.

Ajankohta: 2. vsk klk.

Integrated Marketing Communication

3 ov (5 op) MARKA165

Markkinoinnin kokonaisviestintä

The objective of the course is to familiarise students with different aspects of marketing communication. The special emphasis is on selling, sales management and brand building. The students will carry out this course by choosing three (3) of the books mentioned below and by taking an exam on announced exam days. In this way the student is given an opportunity to orientate him/herself to a certain aspect of marketing communication depending on his/her own interest.

Requirements:

Choose **3 of the books** mentioned below to the exam.

- 1 de Pelsmacker, P.–Geuens, M.–Van den Berg, J.: Marketing Communications, 2001 or latest edition.
- 2 Pringle–Thompson: Brand Spirit. How Cause Related Marketing Builds Brands, 1999.
- 3 Vuokko, P.: Markkinointiviestintä, merkitys, vaikutus ja keinot, 2003.
- 4 Laakso, H.: Miten rakennan ja kehitän tuotemerkkiä, 2003.
- 5 Aaker, D. A.–Joachimsthaler, E.: Brand Leadership, 2000 (On myös suomeksi).
- 6 Jobber, D.–Lancaster, G.: Selling and Sales Management, 2003.
- 7 Waterhouse, S.: The Team Selling Solution: Creating and Managing

Teams that Win the Complex Sale, 2003.

Preceding studies: MARKP045

Organising department: Johtamistieteiden laitos/Markkinointi.

Lecturer: Lecturer.

Term: 2. or 3.

Corresponding course in curricula guide 2001–2004: Kokonaisvaltainen markkinointikommunikaatio MARKA160 (2 ov) and Brandstrategiat MARKA170 (2 ov)

Liike-elämän kokous- ja neuvottelutaito 2 ov (3 op) MARKA175

Meeting and Negotiation Skills in Business

Opintojakson tavoitteena on liike-elämän erilaisten kokousten ja neuvottelujen johtamisessa ja niihin osallistumisessa tarvittavien perustietojen ja -taitojen hallinta. Vaadittavat opintosuoritukset:

- 1 Aktiivinen osallistuminen (34 h/ryhmä).
- 2 Kurssilla ilmoitettava kirjallisuus ja muu materiaali.

Vastaava laitos: Puheopin laitos.

Vastaava opettaja: Lehtori.

Ajankohta: 2.–3. vsk.

Vastaava kurssi opinto-oppaassa 2001–2004: Liike-elämän kokous- ja neuvottelutaito YYHTA150 (2 ov)

MARKA110, MARKA185 ja MARKA155 ovat vaihtoehtoisia opintojaksoja. Markkinointia pääaineen opiskelevien tulee valita vähintään 1 ko. opintojaksoista.

Logistiikka 3 ov (5 op) MARKA110

Logistics

Kurssin tavoitteena on perehdyttää opiskelija logistiikan asiakas- ja arvoketju-pohjaiseen ymmärtämiseen. Kurssin keskeisiä osa-alueita ovat logistiikan perusteet, logistinen materiaalinohjaus, tuotannonohjausjärjestelmät, hankintaketjun johtaminen ja yrityksen ympäristöjohtamiseen liittyvät kysymykset.

Vaadittavat opintosuoritukset:

- 1 Luennot 30 h.
- 2 Harjoitus- ja projektityöt. Kurssi suoritetaan laatimalla kurssikirjallisuuteen pohjautuva harjoitustyö ja logistiikkaa käsittelevä yritys-case.
- 3 Bloomberg, D. J.–LeMay, S.–Hanna, J. B.: Logistics, 2001.
- 4 Sakki, J.: Tilaus-toimitusketjun hallinta: Logistinen b-to-b-prosessi, 2003.

5 Artikkeleita ja ajankohtaismateriaaleja luennoitsijan osoituksen mukaan.

Edeltävät opinnot: MARKP025

Vastaava laitos: Johtamistieteiden laitos/Markkinointi.

Vastaava opettaja: Lehtori.

Ajankohta: 2.–3. vsk slk.

Vastaava kurssi opinto-oppaassa 2001–2004: Logistiikka MARKA110 (2 ov)

Vähittäiskaupan strategiat 3 ov (5 op)
MARKA185

Retailing strategies

Opintojakson tavoitteena on syventää opiskelijoiden näkemystä vähittäiskaupan strategisesta suunnittelusta ja markkinoinnin keskeisestä roolista kaupassa. Luennoilla tarkastellaan vähittäiskaupan muuttuvaa toimintaympäristöä ja jakeluketjujen uusia haasteita. Uusimpien suomalaisten väitöskirjojen avulla tutustutaan teorian ja käytännön käsitteistöön.

Vaadittavat opintosuoritukset:

- 1 Luennot 20 h.
- 2 Newman, A. J.–Cullen, P.: Retailing: Environment and Operations, 2002.
- 3 Seth, A.–Randall, G. : The Grocers, the Rise and Rise of Supermarket Chains, 1999.
- 4 Artikkeleita ja ajankohtaismateriaaleja luennoitsijan osoituksen mukaan.

Edeltävät opinnot: MARKP025

Vastaava laitos: Johtamistieteiden laitos/Markkinointi.

Vastaava opettaja: Lehtori.

Ajankohta 2.–3.vsk slk.

Vastaava kurssi opinto-oppaassa 2001–2004: Vähittäiskauppa MARKA180 (2 ov)

Kulttuuri- ja vapaa-ajan palvelujen johtaminen ja markkinointi 3 ov (5 op) MARKA155

Marketing and Management of Cultural and Leisure Services

Opintojakson tavoitteena on perehdyttää opiskelija kulttuuri- ja vapaa-ajan palvelujen erityispiirteisiin sekä niiden toimintaympäristöön niin yksityisellä kuin julkisella sektorilla. Kulttuuri ja vapaa-ajan organisaatioiden johtamisen ja palvelujen markkinoinnin lisäksi opintojakso antaa perustiedot tapahtumien hallinnasta ja tapahtumamarkkinoinnista.

Vaadittavat opintosuoritukset:

- 1 Luennot 20 h.

2 Luentopäiväkirja **TAI** Hill–O'Sullivan–O'Sullivan: Creative Arts Marketing, 1998.

3 Cowen, T.: In Praise of Commercial Culture, 2000.

4 Niinikoski, M-L.–Sibelius, K. (toim.): Kulttuuribusiness, 2003 **TAI** Graham, S.–Goldblatt, J. J.–Neirotti, L. D.: The Ultimate Guide to Sports Marketing, 2001.

5 Artikkeleita ja ajankohtaismateriaaleja luennoitsijoiden osoituksen mukaan.

Edeltävät opinnot: MARKP045 tai YHALP011 (pääaineopiskelijoilla).

Vastaava laitos: Johtamistieteiden laitos/Markkinointi.

Vastaava opettaja: Professori.

Ajankohta: 2.–3.vsk.

Vastaava kurssi opinto-oppaassa 2001–2004: Kulttuuri- ja vapaa-ajan palvelujen johtaminen ja markkinointi MARKA15P (2 ov)

Aineopintoseminaari 8 ov (13 op)
MARKA200

Seminar

Aineopintoseminaarin tavoitteena on antaa valmiuksia aiemmin opitun soveltamiseen seminaarityöskentelyssä sekä itenäisessä kirjallisessa ja suullisessa esittämisessä. Koko seminaariryhmän yhteisissä seminaari-istunnoissa käsitellään jokaisen opiskelijan seminaarityötä vähintään kolmessa vaiheessa: 1) aiheanalyysi, 2) tutkimussuunnitelma ja 3) valmis työ. Tutkimusraportti on samalla kandidaatintutkielma (5 ov).

Vaadittavat opintosuoritukset:

- 1 Seminaari n. 50 h.
- 2 Aktiivinen osallistuminen seminaariin, jonka tukena käytetään kirjaa Hirsjärvi, S.–Remes, P.–Sajavaara, P.: Tutki ja kirjoita, 2000 tai uudempi sekä yleiseen ohjeeseen.
- 3 Tutkimusraportti.

Edeltävät opinnot: MARKA030 ja YYHTA210 tai HALLP4.

Vastaava laitos: Johtamistieteiden laitos/Markkinointi.

Vastaava opettaja: Lehtori.

Ajankohta: 3. vsk, ilmoittautuminen ryhmään 2. vsk.

Vastaava kurssi opinto-oppaassa 2001–2004: Aineopintoseminaari MARKA 200 (5 ov)

SYVENTÄVÄT OPINNOT

Kulutus- ja ostokäyttäytyminen 5 ov (8 op) MARKS040

Buying Behavior

Kurssin tarkoituksena on perehtyä kuluttajakäyttäytymisen tutkimustraditioihin, nykytilaan, tutkimuksellisiin haasteisiin ja tutkimusmetodeihin. Keskeisenä haasteena on tunnistaa kuluttajakäyttäytymisen tutkimuksen tämän hetken ja tulevaisuuden haasteita.

Tarkasteltavia teemoja ovat erityisesti: kuluttajakäyttäytymisen tutkimuksen muutos, kuluttajat muutoksessa, tutkimuskohteiden muutos, tutkimusmetodien muutos ja kuluttajakäyttäytymisen muutos. Nämä teemat muodostavat kurssin ohjelman rungon.

Vaadittavat opintosuoritukset:

- 1 Luennot ja harjoitukset 30 h.
- 2 Luentojen oheismateriaali.
- 3 Robertson, T. S.–Kassarjian, H. H.: Handbook of Consumer Behavior, 1992 (luennoitsijan osoittamassa laajuudessa).
- 4 Lambkin, M.–Foxall, G.–van Raaij, F.–Heilbrunn, B.: European Perspectives on Consumer Behavior, 1996.
- 5 Mowen, J. C.–Minor, M.: Consumer Behaviour: A Framework, 2001 (luennoitsijan osoittamassa laajuudessa).
- 6 Sherry, J. F.: Servicescapes: The Concept of Place in Contemporary Markets, 1998 (luennoitsijan osoittamassa laajuudessa).
- 7 Harjoitustyö, josta sovitaan luennoitsijan kanssa.

Edeltävät opinnot: Markkinoinnin aineopinnot.

Vastaava laitos Johtamistieteiden laitos/Markkinointi.

Vastaava opettaja: Professori.

Ajankohta 3.–4.vsk slk.

Vastaava kurssi opinto-oppaassa 2001–2004: Kulutus- ja ostokäyttäytymisen MARKS040 (4 ov)

Markkinoinnin teoria 3 ov (5 op)

MARKS080

Marketing Theory

Opintojaksolla perehdytään markkinoinnin perinteisiin ja uusiin näkemyksiin sekä koulukuntiin. Koulukuntia tarkastellaan kriittisesti vertaillen ja paneutuen niiden

merkitykseen tutkimuksen ja käytännön kannalta. Markkinoinnin teoria luo pohjan markkinointiajattelun vaiheittaiseen kehittymiseen ja sen tulevaisuuden haasteisiin.

Vaadittavat opintosuoritukset:

- 1 Luennot ja harjoitukset 30 h.
Luentojen oheismateriaali:
- 2 Baker, M. J.: Marketing Theory. A Student Text, 2000.
- 3 Hunt, S. D.: Foundations of Marketing Theory, Toward a General Theory of Marketing, 2002.
- 4 Hunt, S. H.: Controversy in Marketing Theory, For Reason, Realism, Truth, and Objectivity, 2003 (luennoitsijan osoittamassa laajuudessa).
- 5 Harjoitustyö, josta sovitaan luennoitsijan kanssa etukäteen.

Edeltävät opinnot: Markkinoinnin aineopinnot.

Vastaava laitos: Johtamistieteiden laitos/Markkinointi.

Vastaava opettaja: Professori.

Ajankohta 3.–4.vsk slk.

Vastaava kurssi opinto-oppaassa 2001–2004: Markkinoinnin teoria MARKS 080 (4 ov)

Strateginen markkinointi 5 ov (8 op) MARKS010

Strategic marketing

Opintojakson tavoitteena on perehtyä strategisen markkinoinnin rooliin ja merkitykseen osana business-strategian suunnittelua, kehittelyä ja toteutusta. Kurssilla tarkastellaan erityisesti lisäarvoja asiakassuuntautuneita strategisia vaihtoehtoja ja asiakkuuksien strategista johtamista. Markkinointistrategian organisoitua, toteutusta ja onnistumisen arviointitapoja (implementointia) tarkastellaan tapausesimerkkien avulla.

Vaadittavat opintosuoritukset:

- 1 Luennot ja itsenäinen harjoitustyö 30 h.
Luentojen oheismateriaali.
- 2 Cravens, D. W.–Piercy, N. F.: Strategic Marketing, (7.Ed.), 2003 (luennoitsijan osoittamassa laajuudessa).
- 3 Harris, P.–McDonald, F.: European Business and Marketing, 2004 (luennoitsijan osoittamassa laajuudessa).
- 4 Mercer, D.: Marketing Strategy: The Challenge of the External Environment, 1998.

5 Niven, P. R.: *Balanced Scorecard Step-by-Step for Government and Nonprofit Agencies*, 2003.

Edeltävät opinnot: Markkinoinnin aineopinnot.

Vastaava laitos Johtamistieteiden laitos/Markkinointi.

Vastaava opettaja: Professori.

Ajankohta 3.–4.vsk klk.

Asiantuntijaorganisaation johtaminen ja markkinointi 5 ov (8 op) YHALS061

Management and Marketing of Knowledge and Expert Organizations

Opintojakson tavoitteena on lisätä opiskelijoiden ymmärrystä tieto- ja asiantuntijatyöhön kohdistuvista haasteista ja vaatimuksista. Opintojaksolla käsitellään yrityksen liiketoiminnan näkökulmasta tiedon ja osaamisen merkitystä, tunnistamista, johtamista ja markkinointia. Asiantuntijaorganisaation johtamisen ja markkinoinnin erityispiirteitä käsitellään asiantuntijapalvelujen erityisominaisuuksien kannalta. Esimerkkien avulla perehdytään tieto- ja asiantuntijatyön merkittäviin ongelmiin ja ratkaisumalleihin. Oleellisen osan opintojaksosta muodostaa asiantuntijaorganisaation johtamista, tuotteistamista ja markkinointia koskeva harjoitustyö.

Kurssi on luonteeltaan liiketoimintaosaamista integroiva ja siksi se järjestetään yrityksen hallinnon ja markkinoinnin yhteistyönä.

Vaadittavat opintosuoritukset:

- 1 Aktiivinen osallistuminen luentoihin ja harjoitukseen (n. 25 h + 15 h).
- 2 Tuomi, I.: *Corporate Knowledge. Theory and Practice of Intelligence Organisations*, 1999.
- 3 Heiskanen, T.–Hearns, J.: *Information Society and Workplace, Spaces, Boundaries and Agency*, 2004 TAI Sipilä, J.: *Asiantuntijapalvelujen markkinointi*, 1996.
- 4 Lehtinen, U.–Niinimäki, S.: *Asiantuntijapalvelujen tuotteistamisen ja markkinoinnin suunnittelu*, 2004.
- 5 Artikkeleita.
- 6 Harjoitustyö.

Edeltävät opinnot: Aineopintoseminaari (voi olla meneillään).

Vastaava laitos: Johtamistieteiden laitos/Yrityksen hallinto ja markkinointi.

Vastaava opettaja: Professori.

Ajankohta: 3.–4. vsk klk.

Tutkimusprojekti 20 ov (40 op)

MARKS200

Master Thesis Project

Tutkimusprojektin tavoitteena on kehittää opiskelijan valmiuksia yrityksen toiminnan, erityisesti markkinoinnin tieteelliseen tarkasteluun ja tutkimustyöhön. Työskentelytapa vastaa aineopintojen seminaaria, mutta työn sisällössä painottuu enemmän tieteellinen tarkastelutapa. Koko seminaariryhmän yhteisissä seminaari-istunnoissa esitellään ja käsitellään jokaisen opiskelijan tutkielmatyö vähintään kolmessa työvaiheessa: 1) aiheanalyysi, 2) tutkimussuunnitelma ja 3) työn meneillään olevan vaiheen ja siihen liittyvien ongelmien tai harjoitusaineen esittely. Jokaisessa vaiheessa yksi tai kaksi muuta opiskelijaa toimii työn opponentteina. Näin seminaari tukee koko ryhmän työskentelyprosessia. Samalla se tarjoaa opiskelijalle mahdollisuuden tunnistaa omat vahvat ja heikot puolensa sekä auttaa opiskelijoita ymmärtämään markkinoinnin tutkimusalueita ja tutkimuksen kokonaisuutta.

Vaadittavat opintosuoritukset:

1 Seminaari 60 h, 3 ov.

2 Tutkielma, 17 ov.

Edeltävät opinnot: Markkinoinnin aineopinnot, lisäksi suositellaan pakollisia metodologiaopintoja.

Vastaava laitos: Johtamistieteiden laitos/markkinointi.

Vastaava opettaja: Professorit.

Ajankohta 3.–4. vsk.

Huom! Muut kuin markkinoinnin pääaineopiskelijat suorittavat opintojakson MARKS200 professorin kanssa erikseen sovittavalla tavalla. Opintojaksosta saatavan opintoviikkomäärän määrittelee ao. professori seminaarityöskentelyn sekä tutkielman laajuuden perusteella