

Liikunta-alan kehittämisen ja johtamisen ko (ylempi)

Henkilökohtaiset valmiudet (10 op)

Henkilökohtaisten ominaisuuksien ja osaamisen kartoitus, HOPS ja oppimisyhteisöjen luominen Kommunikaatio- ja viestintätaitojen kehittäminen sekä alan tiedonhankintataitojen kehittäminen

Henkilökohtaisten ominaisuuksien ja osaamisen kartoitus, HOPS ja oppimisyhteisöjen luominen

Tunnus: HEN2SLYAMK

Laajuus: 5 op

Ajoitus: 1. ja 2. lukuvuosi

Kieli: suomi

Taso: ylempi amk-tutkinto

Tyyppi: pakollinen

Oppimistavoitteet: Opintojakson suoritettuaan opiskelija tuntee henkilökohtaiset vahvuutensa ja kehitettävät alueet, on laatinut henkilökohtaisen opintosuunnitelman ja on osaltaan ollut mukana luomassa mielekästä oppimisyhteisöä

Sisältö: Performance-Importance matriisia hyväksikäyttäen arvioidaan opiskelijoiden osaamista sekä heidän ammattitaitoonsa liittyviä osaamistarpeitaan. Henkilökohtaisten ominaisuuksien ja osaamisen kartoituksen jälkeen opiskelijat laativat henkilökohtaiset opintosuunnitelmansa lukuvuosille 2009 – 2010 ja 2010 – 2011.

Kansainvälisyys: Koko opintojakso perustuu kansallisen (KLEROT) ja kansainvälisten (Tuning, AEHESIS, Vocasport) tutkimus- ja kehitysprojektien metodeihin, sisältöihin ja soveltamiseen.

Opetus- ja oppimismenetelmät: Luennot ja harjoitukset 20 tuntia sekä aiheeseen liittyvä kirjallisuus ja materiaali

Vastuopettaja Kari Puronaho

Oppimateriaalit: AEHESIS (I, II ja III), Vocasport ja KLEROT –tutkimusraportit, verkkoaineisto (esim. <http://www.edu.fi/oppimateriaalit/verkkoHOPS/>)

Arviointiperusteet: HOPS:n arviointi asteikolla 0-5, missä kiitettävä on 5, hyvä 4 ja 3, tyydyttävä

2 ja 1 sekä hylätty 0.

Kommunikaatio- ja viestintätaitojen kehittäminen sekä alan tiedonhankintataitojen kehittäminen inen

Tunnus

Tunnus: KOM2SLYAMK

Laajuus: 5 op

Ajoitus: syyslukukausi 2009, päätösjakso syyslukukausi 2010

Kieli: suomi

Taso: ylempi amk-tutkinto

Tyyppi: pakollinen

Oppimistavoitteet: Opintojakson suoritettuaan opiskelija hallitsee urheilujournalismin kokonaisuuden, osaa hyödyntää urheilujournalismin tarjoamia mahdollisuuksia johtamisessaan, tietää alan toimintakentän ja tuntee alan keskeiset toimijat ja niiden toimintaperiaatteet. Opiskelija tuntee liikunta-alan tietokannat ja tiedonhankintamenetelmät, jotka mahdollistavat syventymisen oman alan uusimpaan tutkittuun tietoon.

Sisältö:

Urheilujournalismin historia ja nykytila.

Urheilun ja median suhteet sekä laadukkaan journalismin perusteet.

Medioiden tuntemus ja hyödyntäminen.

Lehti-, TV- ja radiotyö, verkkoviestintä sekä journalistin toimintakenttä

Urheilutoimituksien käytännön työprosessit

Liikunta-alan johtohenkilöiden viestinnän laaja-alainen kehittäminen.

Kirjaston käytön ja kirjaston käyttöön hankittujen tietokantojen käytön opastus ja siihen liittyvät tehtävät. Haaga-Helian tietojärjestelmät.

Opetus- ja oppimismenetelmät: Luennot, ja harjoitukset 20 tuntia sekä etätehtäviä alan kirjallisuutta hyödyntäen. Tiedonhankintataitojen opetus linkittyy työelämän kehittämishankkeeseen sekä viestinnän opetukseen liittyviin tehtäviin.

Vastuuopettajat: Kirsti Pohjaväre ja Matias Laurila

Oppimateriaali: Urheiluviestintään ja tiedonhankintaan liittyvää kirjallisuutta 400 sivua.

Arviointiperusteet: Tentin ja etätehtävien arviointi asteikolla 0-5, missä kiitettävä on 5, hyvä 4 ja 3, tyydyttävä 2 ja 1 sekä hylätty 0.

Työelämän kehittämisen metodiset valmiudet (10 op)

Tutkimusten suunnittelu, tiedonhankinta ja tulosten analysointi, pohdinta, tulkinta sekä tutkimusetiikka (5 op) Työelämän kehittämistehtävään liittyvän, uuden tutkimustiedon kokoaminen, tulkinta ja kriittinen arviointi

Tutkimusten suunnittelu, tiedonhankinta ja tulosten analysointi, pohdinta, tulkinta sekä tutkimusetiikka

Tunnus:TUT2SL001

Laajuus: 5 op

Ajoitus: Syyslukukausi 2009

Kieli: suomi

Taso: ylempi amk-tutkinto

Tyyppi: pakollinen

Oppimistavoitteet: Opintojakson suoritettuaan opiskelija hallitsee tutkimuksen keskeiset prosessit, osaa soveltaa keskeisiä tutkimusmenetelmiä ja ymmärtää tutkimuksen eettiset vaatimukset sekä osaa soveltaa tutkimusosaamistaan työelämän eri tilanteissa.

Sisältö:

Tutkivan asenteen kehittäminen. Tutkimusetiikka.

Laadulliset ja määrälliset tutkimusmenetelmät ja niiden hyödyntäminen

Tutkimusprosessi

Tutkimustiedon kriittinen arviointi ja hyödyntäminen

Opetus- ja oppimismenetelmät: Luennot, harjoitukset ja tutkimusaineistoihin tutustuminen ja arviointi, yhteensä 20 tuntia sekä etätehtävät ja kirjallisuuteen tutustuminen.

Vastuopettajat: Kirsi Hämäläinen ja Timo Vuorimaa

Oppimateriaali: Työelämälähtöiset tutkimusaineistot sekä tutkimuskirjallisuutta 200 sivua.

Arviointiperusteet: Tentin ja etätehtävien arviointi asteikolla 0-5, missä kiitettävä on 5, hyvä 4 ja 3, tyydyttävä 2 ja 1 sekä hylätty 0.

Tunnus:

Laajuus: 5 op

Ajoitus: Syyslukukausi 2009, kevätlukukausi 2010 ja syyslukukausi 2010

Kieli: suomi

Taso: ylempi amk-tutkinto

Tyyppi: pakollinen

Oppimistavoitteet: Opintojakson suoritettuaan opiskelija osaa kora relevanttia, omiin työtehtäviinsä liittyvää tutkimustietoa systemaattisesti ja tehokkaasti sekä ymmärtää tiedon tuottamisen mahdollisuudet uuden kehittämisen prosesseissa.

Sisältö:

Tutkimusongelman määrittäminen

Aiheeseen liittyvään kirjallisuuteen tutustuminen

Tutkimussuunnitelma, -tehtävä, -menetelmät ja aineiston hankinta

Aineiston analyysi ja tulokset

Tulosten tulkinta ja soveltaminen työelämään

Opetus- ja oppimismenetelmät: Luennot ja harjoitukset 20 tuntia sekä omaan työelämän kehittämistehtävän liittyvän tutkimustiedon kokoaminen, analysointi ja soveltaminen.

Vastuuopettajat: Kirsi Hämäläinen, Kari Puronaho ja Timo Vuorimaa

Oppimateriaali: Tutkimus- ja markkinointitutkimuskirjallisuutta valinnan ja työelämän kehittämistehtävään soveltuvuuden mukaan 200-400 sivua.

Arviointiperusteet: Toteutetun tiedonhankinnan, tiedon analysoinnin ja soveltamisen arviointi asteikolla 0-5, missä kiitettävä on 5, hyvä 4 ja 3, tyydyttävä 2 ja 1 sekä hylätty 0.

Työelämän kehittämistehtävään liittyvän, uuden tutkimustiedon kokoaminen, tulkinta ja kriittinen arviointi

Tunnus:KEH2SLYAMK

Laajuus: 5 op

Ajoitus: Syyslukukausi 2009, kevätlukukausi 2010 ja syyslukukausi 2010

Kieli: suomi

Taso: ylempi amk-tutkinto

Tyyppi: pakollinen

Oppimistavoitteet: Opintojakson suoritettuaan opiskelija osaa kora relevanttia, omiin työtehtäviinsä liittyvää tutkimustietoa systemaattisesti ja tehokkaasti sekä ymmärtää tiedon tuottamisen mahdollisuudet uuden kehittämisen prosesseissa.

Sisältö:

Tutkimusongelman määrittäminen

Aiheeseen liittyvään kirjallisuuteen tutustuminen

Tutkimussuunnitelma, -tehtävä, -menetelmät ja aineiston hankinta

Aineiston analyysi ja tulokset

Tulosten tulkinta ja soveltaminen työelämään

Opetus- ja oppimismenetelmät: Luennot ja harjoitukset 20 tuntia sekä omaan työelämän kehittämistehtävään liittyvän tutkimustiedon kokoaminen, analysointi ja soveltaminen.

Vastuopettajat: Kirsi Hämäläinen, Kari Puronaho ja Timo Vuorimaa

Oppimateriaali: Tutkimus- ja markkinointitutkimuskirjallisuutta valinnan ja työelämän kehittämistehtävään soveltuvuuden mukaan 200-400 sivua.

Arviointiperusteet: Toteutetun tiedonhankinnan, tiedon analysoinnin ja soveltamisen arviointi asteikolla 0-5, missä kiitettävä on 5, hyvä 4 ja 3, tyydyttävä 2 ja 1 sekä hylätty 0.

Johtamis- ja talousosaamisen syventäminen (15 op)

Strateginen johtaminen ja projektien johtaminen Innovaatiojärjestelmät ja innovaatioiden syntyprosessit Työhyvinvointi ja hyvinvointipalvelujen tuotteistaminen Liikunnan talous I Liikunnan talous I I

Strateginen johtaminen ja projektien johtaminen

Tunnus:STR2SLYAMK

Laajuus: 3 op

Ajoitus: Opintojakson esittely syyslukukaudella 2009, toteutus syyslukukaudella 2010

Kieli: suomi

Taso: ylempi amk-tutkinto

Tyyppi: pakollinen

Oppimistavoitteet: Opintojakson suoritettuaan opiskelija tuntee ja hallitsee organisaation strategisen johtamisen välineitä pitkän ajan tavoitteiden johdonmukaiseksi toteuttamiseksi, ymmärtää tahtotilan ja strategisten valintojen tekeminen tärkeyden sekä ymmärtää strategisten tavoitteiden toteutumisen mittaamisen ja arvioinnin merkityksen organisaation kehittämisessä.

Sisältö:

Liikuntamarkkinoiden ilmiöt ja markkinoiden tarpeiden tunnistaminen

Ydinosaamisten määrittely ja strategiset valinnat

Liiketoiminnan suunnittelu; tuote- ja palvelutarjonnan suunnittelu ja resurssien mitoittaminen

Strategian toteutus; liiketoiminnan johtaminen, operatiivinen johtaminen, henkilöstöstrategia

Opetus- ja oppimismenetelmät: Luennot ja harjoitukset 20 tuntia, etätehtävät ja kirjallisuuteen tutustuminen

Vastuopettajat: Risto Rasku, Juha Heikkala, Tapani Ilkka

Oppimateriaali: Strategisen johtamisen ja urheilujohtamiseen liittyvää kirjallisuutta 400 sivua sopimuksen mukaan. Esimerkiksi Haasteena huomisen hyvinvointi, 2000. Liikunnan yhteiskunnallinen perustelu II. Tutkimuskatsaus. Liikunnan ja kansanterveyden julkaisuja 124. Liikkuva ja hyvinvoiva Suomi 2010-luvulla. Ehdotus kansalliseksi liikuntaohjelmaksi julkisen ohjauksen näkökulmasta, 2008. Sydänmaanlakka, P. 2004. Älykäs organisaatio: tiedon, osaamisen ja suorituksen johtaminen. Talentum Media Oy, Sydänmaanlakka, P. 2006. Älykäs johtajuus. Ihmisten johtaminen älykkäissä organisaatioissa. Talentum Media Oy, Nissinen, Vesa. 2004. Syväjohtaminen. Talentum Media Oy, Heinonen, Jouni. 2006. Mainejohtaja. WSOY, Näsi, J. 1995 Understanding Stakeholder Thinking. Haasteena myynnin johtaminen, 2008.

Arviointiperusteet: Tentin ja etätehtävien arviointi asteikolla 0-5, missä kiitettävä on 5, hyvä 4 ja 3, tyydyttävä 2 ja 1 sekä hylätty 0.

Innovaatiojärjestelmät ja innovaatioiden syntyprosessit

Tunnus:

Laajuus: 3 op

Ajoitus: syyslukukausi 2009

Kieli: suomi

Taso: ylempi amk-tutkinto

Tyyppi: pakollinen

Oppimistavoitteet:

Opiskelija tuntee innovatiivisuuden ja luovuuden kehittämisen menetelmiä sekä kykenee soveltamaan innovaatioiden syntyprosessia liikunta- ja hyvinvointialoilla.

Oppimisprosessin tavoitteena on tukea opiskelijan luovaa ja innovatiivista ajattelua siten, että hän rohkaistuu näkemään erilaisia tapoja lähestyä ja ratkaista oman toimialansa ongelmia. Opiskelija ymmärtää innovaatiotoiminnan peruskäsitteistöä ja innovaatioympäristön merkityksen organisaation kehittämisessä ja hän osaa teoriassa soveltaa innovaatiotyökalujen omaan työyhteisöönsä.

Sisältö:

- innovaatiotoiminnan ja innovaatiojärjestelmien perusteet
- monitoimijaisten innovaatioprosessien erityispiirteet
- luovuus ja sen osa-alueet
- luovuus ja innovaatiotoiminta
- innovaatiotoiminnan merkitys liikunta- ja hyvinvointitoimialan kehittämistyössä

Opetus- ja oppimismenetelmät:

Kurssin lähiopetus on osallistava sosiaalinen tapahtuma, joka rakentuu aktivoivista luennoista, opiskelijoiden toiminnallisesta ja kokemuksellisesta työskentelystä ("work shop"- tyyppinen luovatyöskentely), kotiryhmätyöskentelystä (oppimistehtävien tekeminen lähiopetusjaksojen välillä). Itsenäisenä opiskeluna on refleктоivaa lukupiiritoimintaa. Opetusmenetelmä perustuu tutkivaan ja yhteistoiminnalliseen oppimiseen.

Vastuupettaja(t): Professori Vesa Harmaakorpi, FM Anne Pässilä

Oppimateriaali:

Harmaakorpi V. & Melkas H. (toim.) (2008) Innovaatiopolitiikkaa järjestelmien välimaastossa. Acta-sarja. Kuntaliitto, Helsinki. Soveltuvin osin.

Arviointiperusteet: Osallistumisen aktiivisuus ja annettujen tehtävien arviointi asteikolla 0-5.

Työhyvinvointi ja hyvinvointipalvelujen tuotteistaminen

Tunnus: THY2SLYAMK

Laajuus: 3 op

Ajoitus: Esittely syyslukukausi 2009, luennot syyslukukausi 2010

Kieli: suomi

Taso: ylempi amk-tutkinto

Tyyppi: pakollinen

Oppimistavoitteet: Opiskelija hallitsee työhyvinvointiin keskeisesti vaikuttavat tekijät sekä osaa kehittää työhyvinvointia omassa työpaikassaan ja tuotteistaa hyvinvointipalveluja

Sisältö:

Työhyvinvoinnin osatekijät ja kokonaisuus

Johtamisen merkitys työhyvinvoinnin osatekijänä

Henkilöstön vaikutusmahdollisuudet

Työolosuhteet ja työvälineet

Työn haasteellisuus ja sisältörikkaus

Työyhteisön keskinäiset ihmissuhteet.

Opetus- ja oppimismenetelmät: Luennot 20 tuntia, oheismateriaaleihin tutustuminen, tuotteistamistehtävä ja aiheeseen liittyvää kirjallisuutta

Vastuupettaja: Olli J. Heinonen ja Kari Puronaho

Muut asiantuntijat: Harri Hakkarainen, Matti Heikkilä ja Jari Palonen

Oppimateriaali:

Siltala, J. 2004. Työelämän huononemisen lyhyt historia

<http://www.tuotteistaminen.com>

Työhyvinvointiin liittyvä tutkimusaineisto

Arviointiperusteet: Tentin ja etätehtävien arviointi asteikolla 0-5, missä kiitettävä on 5, hyvä 4 ja 3, tyydyttävä 2 ja 1 sekä hylätty 0.

Liikunnan talous I

Tunnus:LT12SLYAMK

Laajuus: 3 op

Ajoitus: Syyslukuausi 2009

Kieli: suomi

Taso: ylempi amk-tutkinto

Tyyppi: pakollinen

Oppimistavoitteet:

Opiskelija tuntee liikunnan taloudellisena ilmiönä ja toimintana, ymmärtää sekä tunnistaa liikunnan julkisen, yksityisen ja kolmannen sektorin talouden erityispiirteet

Sisältö:

Liikunnan kysyntä, tarjonta ja markkinat

Liikunnan julkisen, yksityisen ja kolmannen sektorin talous

Yrityksen ja yhdistyksen talousprosessit

Opetus- ja oppimismenetelmät:

- luennot, keskustelu, ryhmätyöt ja asiantuntijoiden case-esitykset, yhteensä 20 tuntia
- ennakkomateriaaleihin tutustuminen ja ennakkotehtävien tekeminen
- ongelmalähtöinen harjoitustyö oman organisaation toimintaan liittyen

Vastuuopettaja: Kari Puronaho

Oppimateriaali:

Gratton & Taylor, 2000. Economics of Sport and Recreation.

Myllyntaus (toim.), 2004. Kuntatalous – monen muuttujan summa.

Meklin, 2002. Valtiontalouden perusteet

Nurminen, 1998. Järjestöjen uusi tiliopas

Puronaho, 2006. Liikuntaseurojen lasten ja nuorten liikunnan markkinointi

Alan uusinta tutkimuskirjallisuutta sopimuksen mukaan

Arviointiperusteet: Suullinen tentti opintojakson päätyttyä, arviointi asteikolla 0-5, missä kiitettävä on 5, hyvä 4 ja 3, tyydyttävä 2 ja 1 sekä hylätty 0.

Liikunnan talous II

Tunnus:LT2SLYAMK

Laajuus: 3 op

Ajoitus: Syyslukukausi 2009

Kieli: suomi

Taso: ylempi amk-tutkinto

Tyyppi: pakollinen

Oppimistavoitteet: Opiskelija tuntee ja hallitsee liikuntaorganisaation taloushallinnon erityispiirteet sekä analysoinnin, ymmärtää taloushallinnon teorioiden, kirjanpidon, tilinpäätöksen, tulos- ja rahoitussuunnittelun ja budjetin väliset yhteydet sekä osaa käyttää alan ATK-sovellutuksiin sekä talousanalyysiin liittyvää informaatiota.

Sisältö:

Erialaisten liikuntaorganisaatioiden taloushallinto

Työelämälähtöinen talouden suunnittelu, kehittäminen ja seuranta

Tilinpäätösanalyysi ja tilinpäätösinformaatio

Tilinpäätösanalyysin soveltaminen johdon laskentatoimessa, taloussuunnittelussa ja päätöksenteossa

Opetus- ja oppimismenetelmät: Luennot 20 tuntia ja itsenäiset harjoitukset yhteensä 10 tuntia liittyen omaan taustaorganisaatioon ja oman organisaation tilinpäätösanalyysiin, kirjallisuuteen tutustuminen ja tenttiminen

Vastuopettajat: Timo Valtonen

Oppimateriaali:

Niskanen & Niskanen, Tilinpäätösanalyysi

Neilimo & Uusi-Ranta, Johdon laskentatoimi, 1997

Arviointiperusteet: Tentti opintojakson lopussa, arviointi asteikolla 0-5, missä kiitettävä on 5, hyvä 4 ja 3, tyydyttävä 2 ja 1 sekä hylätty 0.

Markkinointi- ja viestintäosaaminen (15 op)

Johdatus urheilumarkkinointiin Strateginen markkinointi Urheilun ja liikunnan markkinointi Markkinointi urheilun avulla ja nykyaikainen sponsorointiyhteistyö Tapahtumamarkkinointi Urheilija, brändin luominen ja brändijohtaminen Urheilu mediatuotteena ja urheilutapahtuman viestintä Kansainvälinen urheilumarkkinointi ja markkinoinnin tulevaisuus

Johdatus urheilumarkkinointiin

Tunnus:JUM2SLYAMK

Ajoitus: Syyslukukausi 2009

Kieli: suomi

Taso: ylempi amk-tutkinto

Tyyppi: pakollinen

Oppimistavoitteet: Opiskelija tuntee urheilumarkkinoinnin käsitteistön, erityispiirteet ja alan nykyaikaiset tiedonhankintavälineet ja -lähteet

Sisältö:

- urheilumarkkinoinnin käsitteistö
- urheilumarkkinoinnin erityispiirteet
- urheilumarkkinoinnin julkaisut, järjestöt ja tapahtumat

Opetus- ja oppimismenetelmät:

- luennot ja alan tiedonhankintatehtävä

Vastuopettajat: Kari Puronaho

Oppimateriaali:

- alan lehdet ja julkaisut

Arviointiperusteet:

Tiedonhankintatehtävän arviointi asteikolla 0-5, missä kiitettävä on 5, hyvä 4 ja 3, tyydyttävä 2 ja 1 sekä hylätty 0.

Strateginen markkinointi

Tunnus:STM2SLYAMK

Ajoitus: Syyslukukausi 2009

Kieli: suomi

Taso: ylempi amk-tutkinto

Tyyppi: pakollinen

Oppimistavoitteet:

Opiskelija hallitsee strategisen markkinointiajattelun perusteet, ymmärtää urheilijaa, liikuntaa ja urheilua tuottavaa organisaatiota, urheilutapahtumaa tms. tuotteena sekä tiedostaa markkinoinnin ja markkinointiviestinnän kilpailukeinojen tarjoamat mahdollisuudet 2000-luvun urheilumarkkinoinnissa. Opiskelija tuntee markkinointisuunnitelman sisällön sekä markkinointitutkimusten ja muiden keskeisten toimintaympäristön analysointimenetelmien merkityksen onnistuneen urheilumarkkinoinnin lähtökohtina.

Sisältö:

- markkinoinnin perusteet ja strateginen markkinointiajattelu
- markkinoinnin ja markkinointiviestinnän kilpailukeinojen tarjoamat mahdollisuudet urheilumarkkinoinnissa
- markkinointisuunnitelman merkitys onnistuneen urheilumarkkinoinnin lähtökohtana
- markkinointitutkimus ja toimintaympäristön analysointi
- sidosryhmäanalyysi ja sidosryhmäjohtaminen

Opetus- ja oppimismenetelmät:

- luennot, keskustelu, ryhmätyöt ja asiantuntijoiden case-esitykset
- ennakkomateriaaleihin tutustuminen ja ennakkotehtävien tekeminen
- ongelmalähtöinen harjoitustyö oman organisaation toimintaan liittyen

Vastuupettajat: Kari Puronaho, Risto Rasku

Muut asiantuntijat:

Jan Vorselman, ATV Marketing Oy

Ville Peltoniemi, tapahtumamarkkinointipäällikkö, Suomen Palloliitto

Oppimateriaali:

Soveltuvien osien: 1) Kahle, L. R. 2004. **Sports Marketing and the Psychology of Marketing Communication.** Lawrence Erlbaum Associates. 2) Shank, M. D. 2005. **Sports Marketing: A Strategic Perspective. Third Edition.** Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall. 3) Lahtinen, J. ja Isoviita, A. 2004. **Markkinoinnin perusteet.** Avaintulos Oy. 4) Vuokko, P. 2004. **Nonprofit-organisaatioiden markkinointi.** 5) Grönroos, C. 2003. **Palveluiden johtaminen ja markkinointi.** WSOY. 6) Rope, Timo. 2003. **Johdon markkinointiratkaisut. Strateginen markkinointi.** WSOY. 7) Bonnafous-Boucher, M. & Pesqueux, Y. 2005. **Stakeholder Theory: A European Perspective.** Palgrave MacMillan, sekä luennoilla jaettava materiaali.

Arviointiperusteet: arviointi asteikolla 0-5, missä kiitettävä on 5, hyvä 4 ja 3, tyydyttävä 2 ja 1 sekä hylätty 0.

Urheilun ja liikunnan markkinointi

Tunnus:ULM2SLYAMK

Ajoitus: Kevätlukukausi 2010

Kieli: suomi

Taso: ylempi amk-tutkinto

Tyyppi: pakollinen

Oppimistavoitteet:

Opiskelijat tietävät liikunnan merkityksen fyysisen, psyykkisen ja sosiaalisen hyvinvoinnin sekä elämysten tuojana ja ymmärtävät, että markkinoinnin olemassa olon tarkoituksena pidetään arvojen kehittämistä ja jakelua siten, että markkinointiprosessi johtaa myönteiseen kokonaistulokseen tai tilanteeseen, missä kaikki markkinaosapuolet hyötyvät. Opiskelijat ymmärtävät, että kaikkien liikuntapalvelujen tuottamisprosessissa mukana olevien tahojen olisi hyvä nähdä liikuntapalvelujen tuotanto- ja markkinointiprosessit samoin yhteistyöprojekteina, missä tavoitellaan mahdollisimman suurta kokonaisyötyä kaikille. Opiskelijat tietävät, että liikuntaharrastuksen onnistuminen tai epäonnistuminen riippuu edellytysten luojien ohella osallistujista, heidän läheisistään eli perheestä ja heidän kokonaiskokemuksistaan harrastuksen puitteissa.

Sisältö:

- Johdanto urheilun ja liikunnan markkinointiin
- Huippu-urheilun markkinointi
- Urheilutapahtumien markkinointi
- Urheilun ja liikunnan markkinointi kansalaisille ja yrityksille

Opetus- ja oppimismenetelmät:

- luennot, keskustelu, ryhmätyöt ja asiantuntijan case-esitys
- ennakkomateriaaleihin tutustuminen ja ennakkotehtävien tekeminen,
- ongelmalähtöinen harjoitustyö oman organisaation toimintaan liittyen

Vastuopettajat: Kari Puronaho, Risto Rasku

Muut asiantuntijat:

Toimitusjohtaja Jukka-Pekka Vuorinen, Jääkiekon SM-liiga

Professori Olli J. Heinonen ja testauspäällikkö Matti Heikkilä Suomen Urheiluopisto

Puheenjohtaja John Simon, Pussihukat

Oppimateriaali:

Stotlar, 2001. Developing Successful Sport Marketing Plans.

Pine & Gilmore 1999, The Experience Economy.

European Sport Management Quarterly.

Andreasen & Kotler, 2005. Strategic Marketing for Nonprofit Organizations.

Arviointiperusteet:

- opintojakson vastuhenkilö arvioi opiskelijan kirjallisen, intensiivijakson jälkeen toimitettavan yhteenvedon asteikolla 0-5, missä kiitettävä on 5, hyvä 4 ja 3, tyydyttävä 2 ja 1 sekä hylätty

Markkinointi urheilun avulla ja nykyaikainen sponsorointiyhteistyö

Tunnus:MUA2SLYAMK

Ajoitus: Kevätlukukausi 2010

Kieli: suomi

Taso: ylempi amk-tutkinto

Tyyppi: pakollinen

Oppimistavoitteet: Opiskelija ymmärtää sponsorointiyhteistyön kokonaisuuden niin yrityksen kuin kohteenkin kannalta, osaa hyödyntää liikunnan, urheilun, urheilijoiden, joukkueiden ja urheilutapahtumien erityisominaisuuksia muiden tuotteiden tai palvelujen markkinoinnissa sekä kykenee kartoittamaan potentiaalisimmat yhteistyökumppanit, suunnittelemaan yhteistyötarjoajia, laatimaan yhteistyösopimuksia sekä toteuttamaan yhteistyöprojekteja tuloksekkaasti.

Sisältö:

- markkinointi urheilun avulla
- sponsorointiyhteistyön suunnitteluprosessi

- toimiva sponsorointiyhteistyökonsepti

Opetus- ja oppimismenetelmät:

- luennot, keskustelut, ryhmätyöt ja case-esimerkit
- ennakkomateriaaleihin tutustuminen ja ennakkotehtävien tekeminen,
- yhteistyötarjousten ja –sopimusten laatiminen

Vastuuopettajat: Kari Puronaho, Erkki Alaja

Oppimateriaali:

Beech & Chadwick, 2006. The Marketing of Sport.

International Journal of Sports Marketing & Sponsorship.

Desbordes (ed.) 2006. Marketing and Football.

Stotlar, 2001. Developing Successful Sponsorship Plans.

Alaja, 2000. Arpapeliä. Urheilumarkkinoinnin käsikirja.

Alaja, 2001. Summapeliä! Sponsoriyhteistyön käsikirja.

Alaja & Forssell, 2004 Tarinapeliä: Sponsorin käsikirja

Arviointiperusteet:

- oppimisen itsearviointi

opintojakson vastuhenkilö arvioi opiskelijan kirjallisen, intensiivijakson jälkeen toimitettavan yhteenvedon asteikolla 0-5, missä kiitettävä on 5, hyvä 4 ja 3, tyydyttävä 2 ja 1 sekä hylätty 0.

Tapahtumamarkkinointi

Tunnus:TAP2SLYAMK

Ajoitus: Kevätlukukausi 2010

Kieli: suomi

Taso: ylempi amk-tutkinto

Tyyppi: pakollinen

Oppimistavoitteet:

Opiskelija osaa soveltaa markkinointiajattelun ja markkinoinnin kilpailukeinojen tarjoamia mahdollisuuksia urheilutapahtuman tuotteistamisessa. Opiskelija tuntee tapahtumamarkkinointiin ja tapahtumanjärjestämiseen liittyvät keskeiset käsitteet, erilaiset tapahtumavaihtoehdot sekä projektinjohtamisen mallin tapahtuman organisoimisessa. Opiskelija tuntee onnistuneen tapahtumanjärjestämisen ja sen johtamisen. Opiskelija tuntee tapahtuman markkinointiviestinnän sisällön ja tapahtumasta viestimisessä käytettävissä olevat vaihtoehdot.

Sisältö:

- nykyaikaisen markkinointiajattelun ja markkinoinnin kilpailukeinojen tarjoamat hyödyt tapahtumamarkkinoinnille ja tapahtumanjärjestämiselle
 - urheilutapahtuman onnistuminen urheilumarkkinoinnin kriittisenä menestystekijänä sekä tapahtumanjärjestäjän ja tapahtumamarkkinointia toiminnassaan hyödyntävän asiakkaan mainekysymyksenä
 - tapahtumatuotteen erityispiirteet
 - urheilutapahtuma palvelutuotteena ja tapahtuman viestintä
 -
 - tapahtuman talous sekä
- tapahtumanjärjestäjän vastuut ja velvollisuudet
- tapahtumaprojektin piirteet, tunnusmerkit ja ohjausmenetelmät

Opetus- ja oppimismenetelmät:

- luennot, keskustelu, ryhmätyöt ja asiantuntijoiden case-esitykset
- ennakkomateriaaleihin tutustuminen ja ennakotehtävien tekeminen

Vastuuopettajat: Kari Puronaho, Risto Rasku

Muut asiantuntijat:

Risto Kinnunen, toimialajohtaja, Jyväskylän seudun kehittämissyhtiö Jykes Oy

Oppimateriaali:

Soveltuvin osin: 1) Supovitz, F. & Goldblatt, J. 2005. The Sports Event Management & Marketing Playbook: Managing and Marketing Winning Events. The Wiley Event Management Series. 2) Masterman, G. 2004. Strategic Sports Event Management: An International Approach. 3) Muhonen, R. M., & Heikkinen, L. 2003. Kohtaamisia kasvokkain. Tapahtumamarkkinoinnin voima. Talentum. 4) Vallo, H. ja Häyrinen, E. 2003. Tapahtuma on tilaisuus: opas onnistuneen tapahtuman järjestämiseen. Tietosanoma. 5) Purba, S. & Zuccheri, J. J. 2005. Project Rescue: Avoiding a Project Management Disaster. 6) Iiskola-Kesonen, H. 2004. Mitä, miksi, kuinka? Käsikirja tapahtumajärjestäjille. Suomen Liikunta ja Urheilu, sekä luennoilla jaettava materiaali.

Arviointiperusteet:

kouluttajan arviointi asteikolla 0-5, missä kiitettävä on 5, hyvä 4 ja 3, tyydyttävä 2 ja 1 sekä hylätty 0.

Urheilija, brändin luominen ja brändijohtaminen

Tunnus:BRA2SLYAMK

Ajoitus: Kevätlukukausi 2010

Kieli: suomi

Taso: ylempi amk-tutkinto

Tyyppi: pakollinen

Oppimistavoitteet:

Opiskelija tuntee tuotesuunnittelun ja palvelutuotannon erityispiirteet sekä konseptisuunnittelun perusteet. Opiskelija tietää urheilijan, liikuntaa ja urheilua tuottavan organisaation, urheilutapahtuman tai muun urheilutuotteen tuotteistamismahdollisuudet. Opiskelija osaa kehittää brändiä ja hyödyntää valittua asemointitaktiikkaa omassa viestinnässään sekä tiedostaa kokonaisvaltaisen brändin johtamisen merkityksen. Opiskelija tuntee brändiajattelun keskeisen sisällön ja osaa arvioida yhteistyökumppanin tarpeita markkinoinnin kilpailukeinojen ja brändijohtamisen näkökulmasta. Opiskelija ymmärtää yhteiskunnallisten ja taloudellisten muutosten vaikutuksia yksittäisen yrityksen tarpeisiin ja päätöksiin. Opiskelija osaa tulkita yritysten viestinnällisten sanomien tavoitteita taloudellisista, toiminnallisista ja/tai imagollisista näkökulmista sekä arvioida oman tuotteen tai tuotteistamismahdollisuuksien sopivuutta yhteistyökumppanin tai potentiaalisen yhteistyökumppanin tarpeisiin.

Sisältö:

- tuotesuunnittelun ja palvelutuotannon erityispiirteet, konseptisuunnittelu ja kilpailuetu
- urheilijan sekä liikuntaa ja urheilua tuottavan organisaation mahdollisuudet erilaistumisen, asemoinnin ja brändimarkkinoinnin näkökulmasta
- erilaistumisen lähteet urheilussa

- brändin puhuttelevuus, lupaus, laatu sekä toimivan asemoinnin edellytykset ja asemointiprosessi
- mielikuvien muodostumisrakenteet, rakentaminen ja mielikuvamarkkinointi
- urheilutuote yhteistyökumppanin brändin rakentajana

Opetus- ja oppimismenetelmät:

- luennot, keskustelu, ryhmätyöt ja asiantuntijoiden case-esitykset
- ennakkomateriaaleihin tutustuminen ja ennakkotehtävien tekeminen

Vastuuopettajat: Kari Puronaho, Risto Rasku

Muut asiantuntijat:

Jarmo Mahonen, toimitusjohtaja, AKK Sports Oy, Pentti Parkkinen, brändipäällikkö, Neste Oil Oyj

Oppimateriaali:

Soveltuvien osien: 1) Rangaswamy, A. & Lilien, G. 2002. New Product and Brand Management: Marketing Engineering Applications. Prentice Hall. 2)

Keller, K. L. 2003. Strategic Brand Management. Building, Measuring and Managing Brand Equity. Prentice Hall. 3) Cagan, J. & Vogel, C. M. 2003. Kehitä kärkituote. Kauppakaari. 4) Trout, J. 2003. Erilaistu tai Kuole. Edita Publishing Oy. 5) Laakso, H. 2003. Brandit kilpailuetuna - miten rakennan ja kehitän tuotemerkin. Talentum, sekä luennoilla jaettava materiaali.

Arviointiperusteet:

Kouluttajan arviointi asteikolla 0-5, missä kiitettävä on 5, hyvä 4 ja 3, tyydyttävä 2 ja 1 sekä hylätty 0.

Urheilu mediatuotteena ja urheilutapahtuman viestintä

Tunnus: MED2SLYAMK

Ajoitus: Syyslukukausi 2010

Kieli: suomi

Taso: ylempi amk-tutkinto

Tyyppi: pakollinen

Oppimistavoitteet:

Opiskelija ymmärtää urheilutuotteen viestinnän, markkinointiviestinnän ja mediasuunnittelun merkityksen, viestintäsuunnitelman, markkinointiviestintä- ja mediamixin rakentamisen periaatteet sekä markkinointiviestinnän kilpailukeinojen ja eri medioiden erityispiirteet oikean kohderyhmän tavoittamisessa. Opiskelija osaa laatia urheilutuotteelle viestintä- ja kriisiviestintäsuunnitelman, markkinointiviestintä- ja mediamixin, hyödyntää urheilutuotetta mediana sekä pystyy toimimaan yhteistyössä tiedotusvälineiden edustajien kanssa.

Sisältö:

- urheilutuotteen viestintä-, markkinointiviestintä- ja mediasuunnitelma
- muutos- ja kriisiviestintä urheilussa
- urheilutuote mediana ja mediayhteistyö urheilussa

Opetus- ja oppimismenetelmät:

- luennot, keskustelut, ryhmätyöt ja asiantuntijan case-esitys
- ennakkomateriaaleihin tutustuminen ja ennakkotehtävien tekeminen,
- ongelmalähtöinen harjoitustyö oman organisaation toimintaan liittyen

Vastuuopettajat: Kirsti Pohjaväre, Minna Kilpeläinen ja Risto Rasku

Muut asiantuntijat:

Jarkko Nordlund, Canal+Finland

Kari Tyni, Viestintä Kari Tyni Oy

Oppimateriaali (Opiskelijan oman valinnan mukaan):

Soveltuvien osien luettelo: 1) Siukosaari, A. Markkinointiviestinnän johtaminen, 1999. 2) Iltanen, K. Mainonnan suunnittelu, 2000. 3) Åberg, L. Viestinnän strategiat, 1997. 4) Åberg, L. Viestinnän johtaminen, 2000. 5) Juholin, E. Communicare! - viestintä strategiasta käytäntöön, 2004. 6) Juholin, E. ja Kuutti, H. Mediapeli - anatomia ja keinot, 2003. 7) Ojanen, S. Tiedota tehokkaasti: opas mediasuhteisiin, 2003. 8) Uimonen, T. Taitoa tekijälle - tehoa teksteihin: opas tiedottavaan kirjoittamiseen, 2003. 9) Skoglund, T. Yrityksen kriisinhallinta: johtajuus ja viestintä, 2004 sekä luennoilla jaettu materiaali.

Arviointiperusteet:

esim: itsearviointi, kouluttajan arviointi asteikolla 0-5, missä kiitettävä on 5, hyvä 4 ja 3, tyydyttävä 2 ja 1 sekä hylätty 0

Kansainvälinen urheilumarkkinointi ja markkinoinnin tulevaisuus

Tunnus:KVU2SLYAMK

Ajoitus: Syyslukukausi 2010

Kieli: suomi

Taso: ylempi amk-tutkinto

Tyyppi: pakollinen

Oppimistavoitteet:

Opiskelijat perehtyvät uusiin markkinointimenetelmiin, -suunnitelmiin ja –projekteihin alan kansainvälisten asiantuntijoiden avulla ja saavat samalla virikkeitä nykyaikaisesta, kansainvälisestä markkinoinnista. Lisäksi opiskelijat oppivat seuraamaan eri tiedotusvälineiden avulla urheilumarkkinoinnin uusimpia virtauksia ja trendejä.

Sisältö: Seminaari: ”Sport Marketing and Future”

Opetus- ja oppimismenetelmät:

- luennot, keskustelu, ryhmätyöt ja asiantuntijan case-esitys
- ennakkomateriaaleihin tutustuminen ja ennakkotehtävien tekeminen,
- ongelmalähtöinen harjoitustyö oman organisaation toimintaan liittyen

Vastuunopettajat: Kari Puronaho, Risto Rasku

Muut asiantuntijat:

Simon Chadwick, Clore Management Centre, Birkbeck College, University of London, UK

Tony Meenaghan, University College Dublin, UK

Herbert Woratschek, University of Bayreuth, Germany

Berend Rubingh, Manage to Manage, The Netherlands

Kimmo Lipponen, SPL

Oppimateriaali: Seminaarissa jaettava materiaali

Arviointiperusteet:

- opintojakson vastuhenkilöt arvioivat opiskelijan kirjallisen, intensiivijakson jälkeen toimitettavan yhteenvedon asteikolla 0-5, missä kiitettävä on 5, hyvä 4 ja 3, tyydyttävä 2 ja 1 sekä hylätty 0.
- yhteenvedossa opiskelija arvioi intensiivijakson sovellettavuutta oman kehittämishankkeensa näkökulmasta sekä pohtii luennoitsijoiden tai opintojakson vastuhenkilöiden antamia kysymyksiä seminaarissa kuullun pohjalta

Työelämän kehittämishanke (30 op)

Työelämän kehittämistehtävä

Laajuus: 30 op

Kieli: suomi

Taso: ylempi amk-tutkinto

Tyyppi: pakollinen

Oppimistavoitteet: Opiskelija on perehtynyt kehittämistehtävän kannalta keskeiseen lähdeaineistoon sekä kykenee soveltamaan aiemmin ja koulutuksen aikana oppimaansa työelämän kehittämistehtävissä. Lisäksi opiskelija kykenee tuottamaan relevanttia tietoa kehittämistöiden perustaksi.

Sisältö: Opiskelija tekee työn tai työyhteisön kehittämiseen tähtäävän 30 opintopisteen laajuisen kehittämistehtävän (opinnäytetyö) osana tutkintoa. Tehtävän suunnittelu alkaa opintojen alussa. Työ toteutetaan opettajien ja työelämän edustajien ohjauksessa kahden vuoden aikana opintojen aloittamisesta. Valmiit kehittämistehtävät esitetään koulutusohjelman loppuun sijoitetuissa työpajoissa. Opinnäytetyö voi kohdistua omaan työyhteisöön, se voi olla johtamiseen, markkinointiin, talouteen tai viestintään liittyvä suunnitelma tai muutoin organisaatiota eteenpäin vievä selvitys kehittämisehdotuksineen. Työn aikana tulee tuottaa relevanttia kehitettävään organisaatioon liittyvää, uutta tietoa kehitystyön pohjaksi.

Opetus- ja oppimismenetelmät:

Opinnäytetyön tekemiseen kuuluu osallistuminen kehitettävänä olevan organisaation toimintaan, osallistuminen opinnäytetöiden liittyviin seminaareihin, henkilökohtainen kanssakäyminen työn

ohjaajan/ohjaajien kanssa sekä itsenäinen työhön liittyvä tiedonhankinta sekä muu työskentely. Työn ohjaaja tutustuu kehitettävään organisaatioon työpaikkakäyntien sekä esimiespalaverien ja yhteydenpitojen avulla.

Opintojen yhteydessä opiskelijat tekevät kehittämishankkeen, joka vahvistaa opiskelijan henkilökohtaista osaamista ja toimii oman työn ja työympäristön markkinointi-, kehittämis- tai viestintäsuunnitelmana. Kehittämishanke voi olla esimerkiksi urheiluorganisaation markkinointisuunnitelma tai viestintäsuunnitelma. Kehittämishanke aloitetaan heti opintojen alussa ja sitä työestetään opintojen ja kirjallisuudesta saatavan tiedon tukemana.

Kehittämishankkeen suunnitelma esitetään ja arvioidaan maaliskuussa 2010. Suunnitelma muodostaa 20 % kehittämishankkeen kokonaisarviointista. Suunnitelma sisältää ongelman, mihin haetaan ratkaisua eli aiheen valinnan, markkinoinnin kehittämissuunnitelman sisällysluettelon ja suunnitelman laatimisen toteutusaikataulun.

Kehittämishankkeen tai -suunnitelman tulee olla valmis toukokuussa 2011. Opiskelija **perehtyy** kehittämiskohteen kannalta keskeiseen kirjallisuuteen ja muuhun lähdeaineistoon. Työn ohjaus toteutetaan henkilökohtaisesti jokaisen intensiivijakson yhteydessä sekä sähköpostitse. Mikäli työ toteutetaan parityönä, tulee selvästi olla erotettavissa kummankin opiskelijan työn osuus.

Vastuupettaja(t): Kari Puronaho, Kirsi Hämäläinen, Juha Heikkala ja Timo Vuorimaa

Arviointiperusteet: Kehittämishankkeen suunnitelma (20 %), Kehittämishanke (80 %). Kirjallinen arviointi koostuu itsearviointista, opponentin arvioinnista ja ohjaajan arvioinnista, missä kiitettävä on 5, hyvä 4 ja 3 sekä tyydyttävä 2 ja 1.

Vapaasti valittavat opinnot

Laajuus: 10 op

Ajotus: Syksy 2009, kevät ja syksy 2010 sekä kevät 2011

Kieli: suomi

Taso: ylempi amk-tutkinto

Tyyppi: pakollinen

Oppimistavoitteet: Opiskelija tuntee työelämän kehittämishankelähtöisesti itselleen merkityksellisen liikunta-alan kehittämisen ja johtamisen erikoisalan ja osaa soveltaa oppimaansa työelämäänsä liittyvissä kehittämistehtävissä.

Sisältö: Vapaasti valittavien opintojen tulee liittyä läheisesti joko opiskelijan OPS:n mukaisten henkilökohtaisten ominaisuuksien kehittämiseen tai työelämän kehittämistehtävään. Vapaasti valittavat opinnot sisällytetään jokaisen henkilökohtaiseen OPS:aan.

Opetus- ja oppimismenetelmät:

Vaihtoehtoisesti ja opintojakson ohjaajan kanssa yhteisesti sopien laaja essee sovitusta aiheesta, kirjallisuutta sopimuksen mukaan, liikunta-alan kehittämiseen tai johtamiseen liittyvä projektityö tai erikoistumiseen soveltuvat 10 op:n laajuiset ylemmän tutkinnon tasoiset korkeakouluopinnot

Vastuopettajat: Kari Puronaho, Olli Heinonen, Timo Vuorimaa, Kirsi Hämäläinen

Oppimateriaali: Sovittavissa erikseen

Arviointiperusteet:

Esseen, kirjallisuustenttien tai projektityön arviointi asteikolla 1-5, missä kiitettävä on 5, hyvä 4 ja 3 sekä tyydyttävä 2 ja 1. ja korkeakouluopinnot ko. opintojaksojen vaatimusten mukaan.