

# Air Cargo

Code: AIR3PO303

Scope: 10 ECTS

Timing: 3rd semester

Language: English

Curriculum: Porvoo Campus 2017

Course level: Advanced studies

Course type: Elective

## Starting level and linkage with other courses

The module is part of advanced studies in Porvoo Campus competence based curriculum. Prerequisites for the module are that the student has completed basic and professional studies.

## Learning objectives and assessment

The module advances the following competences with specific focus on air cargo: analytical and strategic thinking, strategic planning, value creation, concept development, risk management , strategic sales and e-commerce, enabling digitalization, managing sales and performance, future orientation.

### Grade 1

The student has limited abilities to conduct analytical and strategic thinking, strategic planning and has gained limited knowledge of value creation, concept development, risk management , strategic sales and e-commerce, enabling digitalization, managing sales and performance. The student participates in project teamwork, implementation and evaluation with a minimal input. The student is able to operate only when the task and instructions are given and when s/he is aided by other students and the supervisors.

### Grade 3

The student has good abilities to conduct analytical and strategic thinking, strategic planning and has gained sufficient knowledge of value creation, concept development, risk management, strategic sales and e-commerce, enabling digitalization, managing sales and performance. The student participates in project teamwork, implementation and evaluation with active input. The student is able to work and proactively and independently.

### Grade 5

The student has excellent abilities to conduct analytical and strategic thinking, strategic planning and has gained outstanding knowledge of value creation, concept development, risk management, strategic sales and e-commerce, enabling digitalization managing sales and performance. The student actively participates and leads when necessary project teamwork, implementation and evaluation. The student actively seeks to work proactively and independently in a highly productive manner.

## Recognising and validating prior learning (RPL)

If students have acquired the required competence in previous work tasks, recreational activities or on another course, they can show the competence with a demonstration and progress faster through

their studies. More information and instructions for recognising and validating prior learning (RPL) are available at [MyNet](#).

## **Working life connections**

Company and airport visits, guest lecturers and project work in cooperation with different companies and organisations.

## **Internationality**

Possibility to work with international teams and instructors. Guest lecturers from international organisations and partner universities. International learning materials.

## **Contents**

- Strategic planning
- Concept and business development within air cargo
- e-Commerce and digitalization enablers within air cargo context
- Sales and business performance management
- Value creation
- Risk management
- Airports and airlines within the air cargo networks
- Key factors and stakeholders in the air cargo industry
- Cargo industry forecasts and trends
- Air cargo safety and security management and industry regulations

## **Learning methods**

All of the competences are implemented in learning activities jointly with other modules. The methods used in the learning activities are e.g.:

Inquiry learning  
Peer-to-peer learning  
Tutorials  
Study tours and company visits  
Lectures and workshops  
Independent study and teamwork  
The assessment of one's own learning

## **Assessment**

The assessment methods are defined in the implementation plans of the learning activities ..... The assessment methods may include:

Individual assignments  
Final deliverables  
Exams  
Peer assessment

Self-assessment

Commissioners' assessment

The self-assessment of one's own learning does not influence the module grade. The self-assessment and students' feedback to the module will be used for the module development. The feedback is collected via an electronic form.

### **Module instructor(s)**

Anne Koppatz, Porvoo

Pekka Polvinen, Porvoo

### **Learning materials**

Books on the content topics

Christopher, Martin ( 2016) Logistics and Supply Chain Management, Pearson, Harlow, UK

Mangan, John & Lalwani, Chandra (2016) Global Logistics and Supply Chain Management, Wiley & Sons, West Sussex , UK

Branch, Alan (2008) Global Supply Chain Management and International Logistics, Routledge, New York

Murphy, Paul R., & Wood Donald F. (2011) Contemporary Logistics, Pearson, Upper Saddle River, NJ

Smeritschnig, Florian (2013), Wow and SkyTeam Cargo, An In-depth Analysis of Strategic Alliances for Air Cargo Carriers and the Impact on Cargo Airlines' Operations and Success Diplomica Verlag, Hamburg (eBook)

E-books and online articles

Companies' web-portals

Relevant media, news agencies, quality press, etc.

Instructors' own materials, materials produced by students.

# Airline Business

Code: AIR3PO301

Scope: 5 ECTS

Timing: 3rd semester

Language: English

Curriculum: Porvoo Campus 2017

Course level: Advanced Studies

Course type: Elective

## Starting level and linkage with other courses

The module is a part of professional studies in Porvoo Campus competence-based curriculum. Prerequisites for the module are that the student has completed basic and professional studies.

## Learning objectives and assessment

The module advances the following competences with specific focus airline business: strategic planning, value creation, concept development, risk management, strategic sales and e-commerce, managing sales, performance and future airports.

### Grade 1

The student has limited abilities to conduct strategic planning and has gained limited knowledge of value creation, concept development, risk management, strategic sales and e-commerce, managing sales and performance. The student participates in project teamwork, implementation and evaluation with a minimal input. The student is able to operate only when the task and instructions are given and when s/he is aided by other students and the supervisors.

### Grade 3

The student has good abilities to conduct strategic planning and has gained sufficient knowledge of value creation, concept development, risk management, strategic sales and e-commerce, managing sales and performance. The student participates in project teamwork, implementation and evaluation with active input. The student is able to work and proactively and independently.

### Grade 5

The student has excellent abilities to conduct strategic planning and has gained outstanding knowledge of value creation, concept development, risk management, strategic sales and e-commerce, managing sales and performance. The student actively participates and leads when necessary project teamwork, implementation and evaluation. The student actively seeks to work proactively and independently in a highly productive manner.

Passed courses are assessed on a scale of 1 to 5. The assessment criteria are presented for grades 1 - 3 - 5.

## Recognising and validating prior learning (RPL)

If students have acquired the required competence in previous work tasks, recreational activities or on another course, they can show the competence with a demonstration and progress faster through

their studies. More information and instructions for recognising and validating prior learning (RPL) are available at MyNet.

## **Working life connections**

Company and airline visits, guest lecturers and project work in cooperation with different companies and organisations.

## **Internationality**

Possibility to work with international teams and instructors. Guest lecturers from international organisations and partner universities. International learning materials.

## **Contents**

- Strategic planning
- e-Commerce within airline context
- Sales performance management
- Value creation
- Risk management
- Airlines as business enterprises
- Airline Alliances and strategic networking
- Airline safety and security management
- Sustainability and responsible business
- Future airports

## **Learning methods**

All of the competences are implemented in learning activities jointly with other modules. The methods used in the learning activities are e.g.:

Inquiry learning

Peer-to-peer learning

Tutorials

Debates

Study tours and company visits

Lectures and workshops

Independent study and teamwork

The assessment of one's own learning

## **Assessment**

The assessment methods may include:

Individual assignments

Final deliverables

Exams

Peer assessment

Self-assessment

Commissioners' assessment

The self-assessment of one's own learning does not influence the module grade. The self-assessment and students' feedback to the module will be used for the module development. The feedback is collected via an electronic form.

## **Course teachers**

Ivan Berazhny, Porvoo  
Mona Eskola, Porvoo  
Anne Koppatz, Porvoo  
Hannu Suviolahhti

## **Learning materials**

Books on the content topics

Bartlik, M. 2011. The Impact of EU Law on the Regulation of International Air Transportation. Ashgate.

Flouris, Triant G . & Yilmaz, Ayse K. 2011. Risk Management and Corporate Sustainability in Aviation. Ashgate.

Morrell, Peter.S. 2013. Airline Finance. Ashgate.

Rhoades, Dawna I. 2014. Evolution of International Aviation Phoenix Rising. Ashgate.

Sheehan, J.J. 2013. Business and Corporate Aviation Management. New York: McGraw-Hill Education.

Taneja, N.K. 2014. Designing Future-Oriented Airline Business. Ashgate. Kurssikirja.

Vasigh, B. & Fleming, K. & Tacker, T. 2013. Introduction to Air Transport Economics From Theory to Applications. Second Edition. Ashgate.

Wensveen, J. G. 2015. Air Transport. A Management Perspective. Ashgate. Kurssikirja.

E-books and online articles

Companies' web-portals

Relevant media, news agencies, quality press, etc.

Social networking tools

Instructors' own materials, materials produced by students.

# Airport Business

Code: AIR3PO302

Scope: 10 ECTS

Timing: Level 3

Language: English

Curriculum: Porvoo Campus 2.0

Course level: Advanced studies

Course type: Elective

## Starting level and linkage with other courses

The module is part of advanced studies in Porvoo Campus competence based curriculum. Prerequisites for the module are that the student has completed basic and professional studies.

## Learning objectives and assessment

The module advances the following competences with specific focus on airport business: strategic planning, economics, value creation, concept development, risk management , strategic sales and e-commerce, managing sales, performance and future airports.

### Grade 1

The student has limited abilities to conduct strategic planning and has gained limited knowledge of value creation, concept development, risk management , strategic sales and e-commerce, managing sales and performance. The student participates in project teamwork, implementation and evaluation with a minimal input. The student is able to operate only when the task and instructions are given and when s/he is aided by other students and the supervisors.

### Grade 3

The student has good abilities to conduct strategic planning and has gained sufficient knowledge of value creation, concept development, risk management , strategic sales and e-commerce, managing sales and performance. The student participates in project teamwork, implementation and evaluation with active input. The student is able to work and proactively and independently.

### Grade 5

The student has excellent abilities to conduct strategic planning and has gained outstanding knowledge of value creation, concept development, risk management , strategic sales and e-commerce, managing sales and performance. The student actively participates and leads when necessary project teamwork, implementation and evaluation. The student actively seeks to work proactively and independently in a highly productive manner.

## Recognising and validating prior learning (RPL)

If students have acquired the required competence in previous work tasks, recreational activities or on another course, they can show the competence with a demonstration and progress faster through their studies. More information and instructions for recognising and validating prior learning (RPL) are available at MyNet.

Working life connections

Company and airport visits, guest lecturers and project work in cooperation with different companies and organisations.

## **Internationality**

Possibility to work with international teams and instructors. Guest lecturers from international organisations and partner universities. International learning materials.

## **Contents**

- Strategic planning
- Concept development at airports in airport industry
- e-Commerce within airport context
- Sales performance management
- Value creation
- Economics
- Risk management
- Airports and airport systems
- Airport safety and security management
- Future airports

## **Learning methods**

All of the competences are implemented in learning activities jointly with other modules. The methods used in the learning activities are e.g.:

Inquiry learning

Peer-to-peer learning

Tutorials

Debates

Study tours and company visits

Lectures and workshops

Independent study and teamwork

The assessment of one's own learning

## **Assessment**

The assessment methods are defined in the implementation plans of the learning activities. The assessment methods may include:

Individual assignments

Final deliverables

Exams

Peer assessment

Self-assessment

Commissioners' assessment

The self-assessment of one's own learning does not influence the module grade. The self-assessment and students' feedback to the module will be used for the module development. The feedback is collected via an electronic form.



## **Module instructor(s)**

Anne Koppatz, Porvoo  
Pekka Polvinen, Porvoo

## **Learning materials**

Books on the content topics

E-books and online articles

Companies' web-portals

Relevant media, news agencies, quality press, etc.

Social networking tools

Instructors' own materials, materials produced by students.

## **Literature:**

Bartlik, M. 2011. The Impact of EU Law on the Regulation of International Air Transportation.

Ashgate.Graham, A. 2013. Managing Airports: An international perspective. Fourth Edition

Flouris, Triant G . & Yilmaz, Ayse K. 2011. Risk Management and Corporate Sustainability in Aviation. Ashgate

Halpern, N. & Graham, A. 2013. Airport Marketing. Routledge

Norman J. Ashford & al. 2012. Airport Operations. McGrawHill

Sheehan, J.J. 2013. Business and Corporate Aviation Management. New York

Vasigh, B. & Fleming, K. & Tacker, T. 2013. Introduction to Air Transport Economics From Theory to Applications. Second Edition. Ashgate

Young S. & Wells, A. 2011. Airport Planning and Management. Sixth Edition

# Branding

Code: BUS3PO307

Scope: 5-10 ECTS

Timing: 5th semester

Language: English

Course level: Professional studies

## Starting level and linkage with other courses

The student has passed most of the compulsory courses.

## Learning objectives and assessment

### Grade 1

The student has gained some understanding of brand management and has been able to give some advice how the brand image of a commissioner could be enhanced. The student has contributed to the knowledge created in class only in a limited way.

### Grade 3

The student has gained a good understanding of brand management and has been able to give good advice on how the brand image of a commissioner could be enhanced. The student has contributed to the knowledge created in class actively.

### Grade 5

The student has gained an excellent understanding of brand management and has been able to prepare a concrete plan for how the brand of a commissioner could be enhanced. The student has contributed to the knowledge created in class only in an outstanding way.

## Recognising and validating prior learning (RPL)

If a student has passed a similar course or has proven working experience from branding activities in an organization, the student can pass the course by providing a demonstration of the gained competence.

## Working life connections

Real-life projects, guest lectures and company visits.

## Internationality

The course focuses on brand management from an international perspective and some of the commissioned projects can have an international perspective.

## Contents

- Key concepts of branding
- Branding in the digital age

- Branding in B2B market
- Branding as a strategic tool

## **Learning methods**

Contact lessons and workshops

Individual assignments

Group work

Independent studies

The assessment of one's own learning 1 h

## **Assessment**

Active participation in classes, group work and workshops. Final report for assigned commissioner.

## **Course teacher(s)**

Anna Vähäsalo, Porvoo

## **Learning materials**

Aaker, D. and Joachimsthaler, E. 2002. Brand Leadership. New York: The Free Press.

Gad, T. 2001. 4-D Branding. Cracking the corporate code of the network economy. London: Financial Times. Prentice Hall.

Keller, K. L. 2008. Strategic Brand Management: a European perspective. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall, Inc.

Knapp, D. 2000. The Brand Mindset. New York: McGraw-Hill.

Kunde, J. 2000. Corporate Religion: building a strong company through personality and corporate soul. London: Prentice Hall.

More literature will be specified in implementation plan.

# E-Business

Code: PSS3PO302

Scope: 5-10 ECTS

Timing: 3rd-7th semester

Language: English

Curriculum: Porvoo Curricula 2017

Level: Professional Studies

Type: Elective

## Starting level and linkage with other courses

The student has successfully completed the Basic Studies in business and marketing (= the two first semester courses) and the corresponding in tourism.

## Learning objectives and assessment

The aim of this course is for students to better understand and analyse the possibilities of e-business and its position in overall business strategy. The module is a part of basic studies in the Porvoo Campus competence-based curriculum. The module advances competences such as the entrepreneurial and business mindset, awareness of basic processes and operations in organizations and global business mindset. Upon completion of the course students will have gained good knowledge of the basic functions, dimensions and forms of e-business. The course includes theoretical and practical frameworks for online business models and marketing concepts, online security, ethical issues, online payment options, laws regulation in e-business and the different measurements used in evaluating online performance.

### Grade 1

The student partly understands and is able to define the concept of e-business terminology and able to explain some examples of e-commerce & revenue models and e-marketing concepts. He/she is poorly able to analyse the operational environment by choosing and using research and development methods as well as digital tools when aided and guided by others. He/she can identify a few stakeholders and networks in both domestic and international markets. The student is able to operate only when the task and instructions are given and when He/she is aided by other students and the supervisors.

### Grade 3

The student understands and is able to define most concepts of e-business terminology and able to explain examples of e-commerce & revenue models and e-marketing concepts. He/she is able to analyse the operational environment by choosing and using relevant research and development methods as well as digital tools. He/she can identify and analyse the core stakeholders and networks in both domestic and international markets. The student is able to operate when the task and instructions are given.

### Grade 5

The student understands and is able to define the concept of e-business terminology and able to explain examples of e-commerce & revenue models and e-marketing concepts. He/she is able to analyse the operational environment by choosing and using relevant research and development methods as well as digital tools. He/she has professionally advanced written communication skills

and can elaborate on a specific area of business with precise vocabulary. He/she can identify and analyse the core stakeholders and networks in both domestic and international markets. The student is able to operate proactively with an entrepreneurial mindset.

Passed courses are assessed on a scale of 1 to 5. The assessment criteria are presented for grades 1 - 3 - 5.

### **Recognising and validating prior learning (RPL)**

If students have acquired the required competence in previous work tasks, recreational activities or on another course, they can show the competence with a demonstration and progress faster through their studies. More information and instructions for recognising and validating prior learning (RPL) are available at MyNet.

### **Working life connections**

The course is delivered virtually with possible guest lecturers from different companies and organizations.

### **Internationality**

Possibility to work with international team and international lectures. Possible guest lecturers from international organizations and partner universities. International learning materials

### **Contents**

Part one (5 ECTS): Doing e-business:

- Basic concepts and definitions
- Current trends, future opportunities
- E-commerce business models
- Revenue models
- e-marketing concepts and models
- Online marketing communications
- Laws, regulations, rules, ethics

Part two (5 ECTS): Technical issues and channel strategies:

- Infrastructure and technology
- Building an e-commerce website
- Security and payment
- Measurements and follow-up
- Global business
- Online business performance

## **Learning methods**

Individual or pair work on assignments, group discussions, process writing according to feedback provided along the course. The course will be completed online. The assessment of one's own learning (1 h).

## **Assessment**

Part 1 (5 credits):

- Assignments x 2 (80% of course weight)
- Virtual presentation on one of the assignments submitted (20% of course weight)

Part 2 (optional, 5 credits):

- E-Commerce website (pass/fail)
- Assignments x 1 (80% of course weight)
- Virtual presentation (20% of course weight)

## **Course teacher(s)**

Darren Trofimczuk, Porvoo  
Juhana Isohanni, Porvoo

## **Learning materials**

Books on the content topics

E-books and online articles

Online tutorials

Companies' web portals

Relevant media, news agencies, quality press, etc.

Social networking tools

Exercises, tests

Instructors' own materials, materials produced by students

# From Request for Quotation to Delivery

Code: BUS3PO313

Scope: 10 ECTS

Timing: Level 3

Language: English

Curriculum: Porvoo Campus, all degree programmes

Course level: Specialization studies

Course type: Alternative

## Starting level and linkage with other courses

The module is a part of advanced studies in Porvoo Campus competence-based curriculum. The module advances the following competences: increasing understanding of import and export logistics, analysing global sales and procurement processes in the digital environments and applying the acquired knowledge in decision-making.

## Learning objectives and assessment

### Grade 1

The student finds it challenging to understand global sales and procurement processes. His/her use of theory, methods and specific terminology is rather limited. S/he is able to conduct an import/export case only when the task and instructions are given and when aided by other students and the supervisors. S/he has a limited ability to acquire knowledge of legal, technological and sustainability issues in global sales and procurement processes.

### Grade 3

The student understands global sales and procurement processes. His/her use of theory, methods and specific terminology is rather accurate. S/he is able to conduct an import/export case. S/he is able to acquire relevant knowledge of legal, technological and sustainability issues in global sales and procurement processes and apply it in the decision-making processes.

### Grade 5

The student understands global sales and procurement processes excellently. His/her use of theory, methods and specific terminology is very accurate. S/he is able to conduct an import/export case at an advanced level. S/he is able to acquire very relevant knowledge of legal, technological and sustainability issues in global sales and procurement processes and apply it outstandingly in the decision-making processes.

## Recognising and validating prior learning (RPL)

If students have acquired the required competence in previous work tasks, recreational activities or on another course, they can show the competence with a demonstration and progress faster through their studies. More information and instructions for recognising and validating prior learning (RPL) are available at MyNet.

## Working life connections

Company visits and guest lecturers and workshops from different companies and organisations.

## **Internationality**

Possibility to work in international teams. Guest lecturers from international organisations and partner universities. International learning materials.

## **Contents**

- sales and procurement processes globally
  - terms and conditions and required documents
  - export and import logistics
  - legal, technological and sustainability issues in global sales and procurement processes
  - risk and supply chain management in global sales and procurement processes

Meta-competences: ability to use relevant development methods, critical approach to information and sources, communication and argumentation, effective presentations and team building

## **Learning methods**

Inquiry learning:

Peer-to-peer learning

Online tutorials, lectures and workshops

Company visits

Independent study and teamwork

## **Assessment**

Individual assignments

Teamwork assignments

Peer assessment

Self-assessment

The self-assessment (through Winha) of one's own learning does not influence the module grade. The self-assessment and students' feedback to the module will be used for the module development. The feedback is collected via an electronic form.

## **Course teacher(s)**

2 lecturers, Porvoo Campus

## **Learning materials**

Books on the content topics

E-books and online articles

Online tutorials

Companies' web-portals



Relevant media, news agencies, quality press, etc.

Social networking tools

Exercises, tests

Instructors' own materials, materials produced by students.

# Global Opportunities for Small and Medium Sized Companies 1

Code: BUS3PO311

Scope: 5 ECTS

Timing: xx semester

Language: English

Curriculum: Porvoo Campus 2017

Course level: Professional studies

Course type: Elective

## Starting level and linkage with other courses

The module is a part of advanced studies in Porvoo Campus competence-based curriculum. The module advances the following competences: recognizing international opportunities, analysing foreign markets and applying the acquired knowledge in the decision-making. Moreover, the module advances sales, marketing and communication skills in foreign markets.

## Learning objectives and assessment

### Grade 1

The student finds it challenging to recognize international opportunities. His/her use of theory, methods and specific terminology is rather limited. S/he is able to conduct market research and collect data related to foreign markets only when aided by others. S/he has a limited ability to acquire knowledge of foreign markets. The student is able to utilize networks and communicate with foreign markets only when the task and instructions are given and when aided by other students and the supervisors.

### Grade 3

The student recognizes international opportunities. His/her use of theory, methods and specific terminology is rather accurate. S/he is able to conduct market research and collect data to gain a good level of understanding of how to analyse foreign markets. S/he is able to acquire knowledge of foreign markets to some extent. S/he partly applies the knowledge to decision-making. S/he shows some initiative to connect and utilize networks abroad. S/he shows ability to communicate when the task and instructions are given.

### Grade 5

The student recognizes international opportunities excellently. His/her use of theory, methods and specific terminology is very accurate. S/he is able to conduct relevant market research and collect data to gain a comprehensive understanding of how to analyse foreign markets. S/he is able to acquire knowledge of foreign markets and apply it in suggesting and recommending a market entry mode. S/he has an innovative approach to connect and utilize networks abroad. S/he shows ability to communicate successfully in the foreign markets.

## Recognising and validating prior learning (RPL)

If students have acquired the required competence in previous work tasks, recreational activities or on another course, they can show the competence with a demonstration and progress faster through

their studies. More information and instructions for recognising and validating prior learning (RPL) are available at MyNet.

## **Working life connections**

Company visits and guest lecturers and workshops from different companies and organisations.

## **Internationality**

Possibility to work in international teams. Guest lecturers from international organisations and partner universities. International learning materials.

## **Contents**

- customer insights
- market analysis
- features influencing the target market selection
- entry modes
- adaptation vs. standardization in the foreign markets
- communication in the foreign markets

## **Learning methods**

Inquiry learning:

Peer-to-peer learning

Online tutorials, lectures and workshops

Company visits

Independent study and teamwork

## **Assessment**

Individual assignments

Teamwork assignments

Peer assessment

Self-assessment

The self-assessment of one's own learning does not influence the module grade. The self-assessment and students' feedback to the module will be used for the module development. The feedback is collected via an electronic form.

## **Course teacher(s)**

2 lecturers, Porvoo Campus

## **Learning materials**

Books on the content topics

E-books and online articles

Online tutorials

Companies' web-portals

Relevant media, news agencies, quality press, etc.

Social networking tools

Exercises, tests

Instructors' own materials, materials produced by students.

# Global Opportunities for Small and Medium Sized Companies 2

Code: BUS3PO312

Scope: 5 ECTS

Timing: xx semester

Language: English

Curriculum: Porvoo Campus 2017

Course level: Professional Studies

Course type: Elective

## Starting level and linkage with other courses

The module is a part of advanced studies in Porvoo Campus competence-based curriculum. The module advances the following competences: recognizing international opportunities, analysing foreign markets and applying the acquired knowledge in the decision-making. Moreover, the module advances sales, marketing and communication skills in foreign markets.

## Learning objectives and assessment

### Grade 1

The student finds it challenging to recognize international opportunities. His/her use of theory, methods and specific terminology is rather limited. S/he is able to conduct market research and collect data related to foreign markets only when aided by others. S/he has a limited ability to acquire knowledge of foreign markets. The student is able to utilize networks and communicate with foreign markets only when the task and instructions are given and when aided by other students and the supervisors.

### Grade 3

The student recognizes international opportunities. His/her use of theory, methods and specific terminology is rather accurate. S/he is able to conduct market research and collect data to gain a good level of understanding of how to analyse foreign markets. S/he is able to acquire knowledge of foreign markets to some extent. S/he partly applies the knowledge to decision-making. S/he shows some initiative to connect and utilize networks abroad. S/he shows ability to communicate when the task and instructions are given.

### Grade 5

The student recognizes international opportunities excellently. His/her use of theory, methods and specific terminology is very accurate. S/he is able to conduct relevant market research and collect data to gain a comprehensive understanding of how to analyse foreign markets. S/he is able to acquire knowledge of foreign markets and apply it in suggesting and recommending a market entry mode. S/he has an innovative approach to connect and utilize networks abroad. S/he shows ability to communicate successfully in the foreign markets.

## Recognising and validating prior learning (RPL)

If students have acquired the required competence in previous work tasks, recreational activities or on another course, they can show the competence with a demonstration and progress faster through

their studies. More information and instructions for recognising and validating prior learning (RPL) are available at MyNet.

## **Working life connections**

Company visits and guest lecturers and workshops from different companies and organisations.

## **Internationality**

Possibility to work in international teams. Guest lecturers from international organisations and partner universities. International learning materials.

## **Contents**

- customer insights
- market analysis
- features influencing the target market selection
- entry modes
- adaptation vs. standardization in the foreign markets
- communication in the foreign markets

## **Learning methods**

Inquiry learning:

Peer-to-peer learning

Online tutorials, lectures and workshops

Company visits

Independent study and teamwork

## **Assessment**

Individual assignments

Teamwork assignments

Peer assessment

Self-assessment

The self-assessment of one's own learning does not influence the module grade. The self-assessment and students' feedback to the module will be used for the module development. The feedback is collected via an electronic form.

## **Course teacher(s)**

2 lecturers, Porvoo Campus

## **Learning materials**

Books on the content topics

E-books and online articles

Online tutorials

Companies' web-portals

Relevant media, news agencies, quality press, etc.

Social networking tools

Exercises, tests

Instructors' own materials, materials produced by students.

# Handelskoncept i Norden 1

Kod: SAL3PO301

Omfattning: 5 sp

Tidpunkt: 3. terminen

Språk: svenska

LP: Borgå Campus 2017

Kursnivå: fördjupade studier

Kurstyp: alternativ

## Utgångsnivå och koppling till andra kurser

Den här modulen utgör en del av yrkesstudierna på 2. nivå inom Borgå Campus kompetensbaserade läroplan. I modulen utvecklar den studerande sina kunskaper inom följande områden: Konceptutveckling, produkt- och serviceutveckling, brand management, konsumentbeteendet och inköp på B-to-B och B-to-C marknaden, mervärdeskapande processer i försäljning, service och leverans, digitala verktyg, visual merchandising.

## Kunskapsmål och bedömning

### Vitsord 1

Den studerande är någorlunda förtrogen med olika element gällande planering av butikskoncept och spelreglerna som gäller i detaljhandeln, är delvis insatt i hur butikskoncept tas fram via en planeringsprocess. Hen förstår till viss mån, hur marknaden fungerar, vilka regler och recept gäller när ett vinnande koncept skall tas fram och vilka faktorer påverkar konsumentens beslut i butiken och i val av butik eller kedja. Den studerande har någorlunda förståelse för segmentering. Hen kan någorlunda analysera verksamhetsmiljön och lokal konkurrens ur butikskonceptets synvinkel. Hen kan göra enkla kalkyler för att värdera lönsamheten i butiken. Den studerande kan någorlunda planera för resurser och organisationen inom ett butikskoncept. Hen har någorlunda förståelse för visuell och annan marknadsföring inom ett butikskoncept. Hen kan värdera och planera rollen av olika produkter och sortiment inom ett butikskoncept. Den studerande har någorlunda förståelse för vilka faktorer som påverkar kundlojaliteten. Han/hon kan någorlunda ta fram egna förslag och idéer inom ett butikskoncept och argumentera för dem. Han/hon kan med hjälp producera rapporter och andra dokument med yrkesmässigt innehåll kring ämnet samt det eventuella projektet. Hen kan arbeta inom ett team för projektet.

### Vitsord 3

Den studerande är förtrogen med olika element gällande planering av butikskoncept och spelreglerna som gäller detaljhandeln, är insatt i hur butikskoncept tas fram via en planeringsprocess. Hen förstår hur marknaden fungerar, vilka regler och recept gäller när ett vinnande koncept skall tas fram och vilka faktorer som påverkar konsumentens beslut i butiken och i val av butik eller kedja. Hen har förståelse för segmentering. Den studerande kan analysera verksamhetsmiljön och lokal konkurrens ur butikskonceptets synvinkel. Den studerande kan göra olika kalkyler för att värdera lönsamheten i butiken. Den studerande kan planera för resurser och organisationen inom ett butikskoncept. Hen har förståelse för visuell och annan marknadsföring inom ett butikskoncept. Den studerande kan värdera och planera rollen av olika produkter och sortimenten inom ett butikskoncept. Hen har förståelse om vilka faktorer som påverkar kundlojaliteten. Den studerande kan ta fram egna förslag och idéer inom ett butikskoncept och argumentera för dem. Den studerande kan producera rapporter och andra dokument med



yrkesmässigt innehåll kring ämnet samt det eventuella projektet. Hen arbetar produktivt inom ett team för projektet och missar inte sina deadlines.

#### Vitsord 5

Den studerande är extremt väl förtrogen med olika element gällande planering av butikskoncept och spelreglerna som gäller detaljhandeln, är mycket väl insatt i hur butikskoncept tas fram via en planeringsprocess. Hen förstår utmärkt, hur marknaden fungerar, vilka regler och recept gäller när ett vinnande koncept skall tas fram och vilka faktorer påverkar konsumentens beslut i butiken och i val av butik eller kedja. Hen har utmärkt förståelse för segmentering. Den studerande kan analysera med extremt bra kunskaper verksamhetsmiljön och lokal konkurrens ur butikskonceptets synvinkel. Den studerande kan göra omfattande och krävande kalkyler för att värdera lönsamheten i butiken. Hen kan med utmärkt förståelse planera för resurser och organisationen inom ett butikskoncept. Den studerande har utmärkt förståelse för visuell och annan marknadsföring inom ett butikskoncept. Hen kan extremt väl värdera och planera rollen av olika produkter och sortimentet inom ett butikskoncept. Den studerande har utmärkt förståelse för vilka faktorer som påverkar kundlojaliteten. Den studerande kan ta fram egna förslag och idéer med omfattande kunskap inom ett butikskoncept och professionellt argumentera för dem. Hen kan självständigt producera rapporter och andra dokument med mycket yrkesmässigt innehåll kring ämnet samt det eventuella projektet. Den studerande arbetar inom ett team i projektet med mycket positiv attityd, produktivitet och bra framförhållning.

Kursen bedöms på skalan 1 - 5. Bedömningskriterierna är presenterade på skalan 1 - 3 - 5.

### **Identifiering och erkännande av tidigare inhämtat kunnande (AHOT)**

Ifall den studerande redan i tidigare arbetsuppgifter, hobbyer eller kurser uppnått de färdigheter som krävs, kan han/hon validera sitt kunnande och framskrida snabbare i sina studier. Se tilläggsuppgifter och anvisningar om identifiering och erkännande av tidigare inhämtat kunnande (AHOT) på Mynet eller www-sidorna.

### **Arbetslivskontakter**

Tredje och fjärde terminens projekt utförs som uppdrag för företag / organisationer. Företagsbesök och gästföreläsare.

### **Internationella aspekter**

Enligt terminsprojektet: i projektet beaktas internationella kunder och potentiella samarbetsparter.

### **Innehåll**

- Hur planerar man ett butikskoncept för den Nordiska marknaden
- Hur analyserar man business potentialen för ett handelskoncept
- Hur segmenterar man olika kundgrupper
- Hur värderar man lönsamhet i butik
- Hur planerar, genomför och värderar man marknadsföring inom ett butikskoncept
- Analyser och positionering av olika butikskoncept på den Nordiska marknaden
- Inköp- och sortimentutveckling inom handelsorganisationer
- Omni-channel koncept
- Kundupplevelser, kundengagerande, skapandet av mervärde

- Visuell marknadsföring, visuell exponering
- Adobe Creative Cloud-programpaket

## **Inlärningsmetoder**

Undersökande inläring

Ömsesidigt lärande

Läsecirklar

Föreläsningar (närundervisning, gästföreläsningar)

Projektarbete i smågrupper

Bedömningsmetoder

Individuella uppgifter

Grupparbetsuppgifter

## **Ansvariga lärare**

Pekka Polvinen, Borgå

## **Läromaterial**

Facklitteratur, också e-böcker och online artiklar

Bloggar om ämnet samt andra nätsidor av god kvalitet

Handledarens eget material

# Handelskoncept i Norden 2

Kod: SAL3PO302

Omfattning: 5 sp

Tidpunkt: 4. terminen

Språk: svenska

LP: Borgå Campus 2017

Kursnivå: fördjupade studier

Kurstyp: alternativ

## Utgångsnivå och koppling till andra kurser

Den här modulen utgör en del av yrkesstudierna på 2. nivån inom Borgå Campus kompetensbaserade läroplan. I modulen utvecklar den studerande sina kunskaper inom följande områden: Konceptutveckling, produkt- och serviceutveckling, brand management, konsumentbeteendet och inköp på B-to-B och B-to-C marknaden, mervärdeskapande processer i försäljning, service och leverans, digitala verktyg, visual merchandising.

## Kunskapsmål och bedömning

### Vitsord 1

Den studerande är någorlunda förtrogen med olika element gällande planering av butikskoncept och spelreglerna som gäller i detaljhandeln, är delvis insatt i hur butikskoncept tas fram via en planeringsprocess. Den studerande förstår till viss mån, hur marknaden fungerar, vilka regler och recept gäller när ett vinnande koncept skall tas fram och vilka faktorer påverkar konsumentens beslut i butiken och i val av butik eller kedja. Den studerande har någorlunda förståelse för segmentering. Den studerande kan någorlunda analysera verksamhetsmiljön och lokal konkurrens ur butikskonceptets synvinkel. Den studerande kan göra enkla kalkyler för att värdera lönsamheten i butiken. Den studerande kan någorlunda planera för resurser och organisationen inom ett butikskoncept. Den studerande har någorlunda förståelse för visuell och annan marknadsföring inom ett butikskoncept. Den studerande kan värdera och planera rollen av olika produkter och sortiment inom ett butikskoncept. Den studerande har någorlunda förståelse för vilka faktorer som påverkar kundlojaliteten. Han/hon kan någorlunda ta fram egna förslag och idéer inom ett butikskoncept och argumentera för dem. Han/hon kan med hjälp producera rapporter och andra dokument med yrkesmässigt innehåll kring ämnet samt det eventuella projektet. Den studerande kan arbeta inom ett team för projektet.

### Vitsord 3

Den studerande är förtrogen med olika element gällande planering av butikskoncept och spelreglerna som gäller detaljhandeln, är insatt i hur butikskoncept tas fram via en planeringsprocess. Den studerande förstår hur marknaden fungerar, vilka regler och recept gäller när ett vinnande koncept skall tas fram och vilka faktorer som påverkar konsumentens beslut i butiken och i val av butik eller kedja. Den studerande har förståelse för segmentering. Den studerande kan analysera verksamhetsmiljön och lokal konkurrens ur butikskonceptets synvinkel. Den studerande kan göra olika kalkyler för att värdera lönsamheten i butiken. Den studerande kan planera för resurser och organisationen inom ett butikskoncept. Den studerande har förståelse för visuell och annan marknadsföring inom ett butikskoncept. Den studerande kan värdera och planera rollen av olika produkter och sortimenten inom ett butikskoncept. Den studerande har förståelse om vilka faktorer som påverkar kundlojaliteten. Den studerande kan ta fram egna förslag och idéer

inom ett butikskoncept och argumentera för dem. Den studerande kan producera rapporter och andra dokument med yrkesmässigt innehåll kring ämnet samt det eventuella projektet. Den studerande arbetar produktivt inom ett team för projektet och missar inte sina deadlines.

#### Vitsord 5

Den studerande är extremt väl förtrogen med olika element gällande planering av butikskoncept och spelreglerna som gäller detaljhandeln, är mycket väl insatt i hur butikskoncept tas fram via en planeringsprocess. Den studerande förstår utmärkt, hur marknaden fungerar, vilka regler och recept gäller när ett vinnande koncept skall tas fram och vilka faktorer påverkar konsumentens beslut i butiken och i val av butik eller kedja. Den studerande har utmärkt förståelse för segmentering. Den studerande kan analysera med extremt bra kunskaper verksamhetsmiljön och lokal konkurrens ur butikskonceptets synvinkel. Den studerande kan göra omfattande och krävande kalkyler för att värdera lönsamheten i butiken. Den studerande kan med utmärkt förståelse planera för resurser och organisationen inom ett butikskoncept. Den studerande har utmärkt förståelse för visuell och annan marknadsföring inom ett butikskoncept. Den studerande kan extremt väl värdera och planera rollen av olika produkter och sortimentet inom ett butikskoncept. Den studerande har utmärkt förståelse för vilka faktorer som påverkar kundlojaliteten. Den studerande kan ta fram egna förslag och idéer med omfattande kunskap inom ett butikskoncept och professionellt argumentera för dem. Den studerande kan självständigt producera rapporter och andra dokument med mycket yrkesmässigt innehåll kring ämnet samt det eventuella projektet. Den studerande arbetar inom ett team i projektet med mycket positiv attityd, produktivitet och bra framförhållning.

Kursen bedöms på skalan 1 - 5. Bedömningskriterierna är presenterade på skalan 1 - 3 - 5.

### **Identifiering och erkännande av tidigare inhämtat kunnande (AHOT)**

Ifall den studerande redan i tidigare arbetsuppgifter, hobbyer eller kurser uppnått de färdigheter som krävs, kan han/hon validera sitt kunnande och framskrida snabbare i sina studier. Se tilläggsuppgifter och anvisningar om identifiering och erkännande av tidigare inhämtat kunnande (AHOT) på Mynet eller [www-sidorna](#).

### **Arbetslivskontakter**

Tredje och fjärde terminens projekt utförs som uppdrag för företag / organisationer. Företagsbesök och gästföreläsare.

### **Internationella aspekter**

Enligt terminsprojektet: i projektet beaktas internationella kunder och potentiella samarbetsparter.

### **Innehåll**

- Hur planerar man ett butikskoncept för den Nordiska marknaden
- Hur analyserar man business potentialen för ett handelskoncept
- Hur segmenterar man olika kundgrupper
- Hur värderar man lönsamhet i butik
- Hur planerar, genomför och värderar man marknadsföring inom ett butikskoncept
- Analyser och positionering av olika butikskoncept på den Nordiska marknaden
- Inköp- och sortimentutveckling inom handelsorganisationer
- Omni-channel koncept

- Kundupplevelser, kundengagerande, skapandet av mervärde
- Visuell marknadsföring, visuell exponering
- Adobe Creative Cloud-programpaket

## **Inlärningsmetoder**

Undersökande inläring

Ömsesidigt lärande

Läsecirklar

Föreläsningar (närundervisning, gästföreläsningar)

Projektarbete i smågrupper

Bedömningsmetoder

Individuella uppgifter

Grupparbetsuppgifter

## **Ansvariga lärare**

Pekka Polvinen, Borgå

## **Läromaterial**

Facklitteratur, också e-böcker och online artiklar

Bloggar om ämnet samt andra nätsidor av god kvalitet

Handledarens eget material

# International Sales 1

Code: SAL3PO311

Scope: 5 ECTS

Timing: 3rd semester

Language: English

Curriculum: Porvoo Campus 2017

Course level: Professional studies

Course type: Elective

## Starting level and linkage with other courses

The module is a part of specialisation studies in Porvoo Campus competence-based curriculum. This is part of Myynti ja myynnin johtaminen and it will continue with International Sales 2 in the following semester. The module advances the following competences: multicultural business and communication, problem identification and problem solving skills in international operations, develops customer-oriented approach.

## Learning objectives and assessment

### Grade 1

The student understands theory of international business operations and the role of culture in international business. His/her use of theory, methods and specific terminology is rather limited. S/he is able to conduct a market research using the relevant theories and methods aided by other students and the supervisors. S/he has a limited ability to use the collected information and data. S/he is able to work in a team for a common purpose.

### Grade 3

The student has good understanding of theories of international business operations and the role of culture in international business. His/her use of theory, methods and specific terminology is rather accurate. S/he is able to conduct a market research and critically analyse and make use of the data collected through the market research. S/he shows problem-solving skills and is an active member of the project team.

### Grade 5

S/he is able to recognise international business opportunities and identify the need for expansion.

The student has excellent understanding of theories of international business operations and the role of culture in international business. His/her use of theory, methods and specific terminology is very accurate. S/he is able to conduct a market research at an advanced level and critically analyse and use the collected data. S/he has very good problem-solving skills and shows leadership skills in the project team.

## Recognising and validating prior learning (RPL)

If students have acquired the required competence in previous work tasks, recreational activities or on another course, they can show the competence with a demonstration and progress faster through their studies. More information and instructions for recognising and validating prior learning (RPL) are available at MyNet.

## **Working life connections**

Real business will be used as case studies and studies will be anchored to real life projects in collaboration with industrial partners as much as possible. Guest speakers from the industry will also be utilised.

## **Internationality**

Possibility to work in a project with international customers. Guest lecturers from international organisations whenever possible. International learning materials.

## **Contents**

- International business expansion
- Market selection
- Market research
- Channels and strategies (entry modes)
- Multicultural business
- International sales process and negotiation

## **Learning methods**

Inquiry learning:  
Peer-to-peer learning  
Online tutorials, lectures and workshops  
Company visits  
Independent study and teamwork

## **Assessment**

Exam  
Teamwork assignments  
Final deliverables  
Project report  
Project outcome presentation  
Peer assessment  
Self-assessment

The self-assessment of one's own learning does not influence the module grade. The self-assessment and students' feedback to the module will be used for the module development. The feedback is collected via an electronic form.

## **Course teacher(s)**

Yücel Ger, Porvoo

## **Learning materials**

Books on the content topics

E-books and online articles

Companies' web-portals

Relevant media, news agencies, quality press, etc.

Social networking tools

Exercises, tests

Instructors' own materials, materials produced by students.



# International Sales 2

Code: SAL3PO312

Scope: 5 ECTS

Timing: 4th semester

Language: English

Curriculum: Porvoo Campus 2017

Course level: Professional Studies

Course type: Elective

## Starting level and linkage with other courses

The module is a part of specialisation studies in Porvoo Campus competence-based curriculum. This is part of Myynti ja myynnin johtaminen and it succeeds International Sales 1. The module advances the following competences: knowledge and analysis of business operations in an international environment, problem solving and decision-making skills in international operations, analytical and strategic thinking, financial result-oriented approach.

## Learning objectives and assessment

### Grade 1

The student understands theory of international sales and procurement operations and understands the meaning of documents used in international business. His/her use of theory, methods and specific terminology is rather limited. S/he is able to agree on a deal using the relevant theories and methods aided by other students and the supervisors. S/he has a limited ability to use the collected information and data and to produce some required documents. S/he is able to work in a team for a common purpose.

### Grade 3

The student has good understanding of theories of international sales and procurement operations and understands the meaning of documents used in international business. His/her use of theory, methods and specific terminology is rather accurate. S/he is able to conduct an appropriate deal and produce required documents and contracts. S/he has an ability to critically collect and analyse information and data. S/he shows problem-solving skills and is an active member of the project team.

### Grade 5

The student has excellent understanding of theories of international sales and procurement operations and masters different kinds of document and contracts used in international business. His/her use of theory, methods and specific terminology is very accurate. S/he is able to conduct an appropriate deal and produce required documents on an advanced level. S/he has an ability to critically and diversely collect and analyse appropriate information and data. S/he has very good problem-solving skills and shows leadership skills in the project team.

## Recognising and validating prior learning (RPL)

If students have acquired the required competence in previous work tasks, recreational activities or on another course, they can show the competence with a demonstration and progress faster through

their studies. More information and instructions for recognising and validating prior learning (RPL) are available at MyNet.

## **Working life connections**

Real business will be used as case studies and studies will be anchored to real life projects in collaboration with industrial partners as much as possible. Guest speakers from the industry will also be utilised.

Internationality

Possibility to work in a project with international customers. Guest lecturers from international organisations whenever possible. International learning materials.

## **Contents**

Sales and procurement strategies

Pricing strategies

International purchasing and logistics

International contracts, export import regulations

International customer relationship management, customer rights and protection

Sales through offers and tenders

## **Learning methods**

Inquiry learning:

Peer-to-peer learning

Online tutorials, lectures and workshops

Company visits

Independent study and teamwork

## **Assessment**

Exam

Teamwork assignments

Final deliverables

Project report

Project outcome presentation

Peer assessment

Self-assessment

The self-assessment of one's own learning does not influence the module grade. The self-assessment and students' feedback to the module will be used for the module development. The feedback is collected via an electronic form.

## **Course teacher(s)**

Yücel Ger, Porvoo

Katri Heikkinen, Porvoo

## **Learning materials**

Books on the content topics

E-books and online articles

Companies' web-portals

Relevant media, news agencies, quality press, etc.

Social networking tools

Exercises, tests

Instructors' own materials, materials produced by students.

# Introduction to Luxury Business

Code: BUS3PO308

Scope: 5 ECTS

Timing: Semester 3-6

Language: English

Curriculum: Porvoo Campus 2017

Module level: Professional studies

Module type: Elective

## Starting level and linkage with other modules

The student has successfully completed the Basic Studies. The module is a part of the elective professional studies in Porvoo Campus competence-based curriculum.

## Learning objectives and assessment

Luxury has become a global and highly competitive market. This module is suitable for all students who are interested in luxury business, marketing, sales and services. The module is interactive with an important focus on proactive oral discussions, attending company visits and cases.

The module advances the following outcomes and competences:

- The student understands the luxury phenomenon and the basics of luxury business and operational environment
- The student understands luxury consumption, the different customer segments consuming luxury and cultural differences
- The student understands the difference between service and luxury service
- The student understands the value creation in luxury business
- The student acknowledges the holistic nature of luxury marketing
- The student is able to network with peer student and in company visits

Passed modules are assessed on a scale of 1 to 5.

The assessment criteria are presented for grades 1 - 3 - 5.

### Grade 1

The student has some understanding of the luxury phenomenon and concept.

S/he uses only a few sources and needs assistance to find relevant information.

S/he can identify and understand a few contents of the module.

The instructions of the assignments are not followed.

The student has difficulties in accomplishing the teamwork and attending the oral group work/ individual presentation.

### Grade 3

The student understands and is able to define the concept of luxury and luxury business environment.

S/he knows the different fields in luxury industry and how to market luxury products and services in hospitality and tourism sector.

S/he understand what drives luxury consumptions and the underlining assumptions behind

consuming luxury.

The student is able to search for relevant sources and use them independently.

S/he operates according to instructions.

The student actively shares his/her experiences/ views on the course the topics along the discussions and takes part in company visits.

S/he completes the given assignments, teamwork task and attends to the oral group work/ individual presentation appropriately and relatively independently in English.

#### Grade 5

The student understands and is able to define the concept of luxury and luxury business environment.

S/he knows the different fields in luxury industry and how to market luxury products and services in hospitality and tourism sector.

S/he understand what drives luxury consumptions and the underlining assumptions behind consuming luxury.

S/he is able to analyze luxury markets, products and services.

S/he is able to assess the reliability of the sources and use them with critical reflection.

The student operates according to instructions, shows critical thinking and participates proactively in the module discussions and company visits.

S/he works extraordinary well in an international teamwork and is goal oriented.

The assignments are done without difficulties and presented with strong publishing/ communication skills in English.

### **Recognising and validating prior learning (RPL)**

If students have acquired the required competence in previous work tasks, recreational activities or on another course, they can show the competence with a demonstration and progress faster through their studies. More information and instructions for recognising and validating prior learning (RPL) are available at MyNet.

### **Connections to business life**

Company visits, guest lecturers and workshops with different companies and organisations.

### **Internationality**

Guest lectures. International learning material. Multi-cultural learning environment.

### **Contents**

- Luxury business environment
- Luxury phenomenon and concept
- Basics of luxury history and culture
- Luxury in hospitality and tourism sector
- Luxury products and services
- Luxury customer/ Luxury traveller
- Introduction to luxury marketing
- Basics of luxury experience
- Introduction to luxury service
- Luxury mindset, attitude and service

- Trends in luxury consumption
- Affluent consumers and luxury consumption
- Digital luxury
- Finnish luxury
- Premium and luxury companies

## **Learning methods**

The module is highly interactive with an important focus on oral discussions

Pre-assignment

Lectures/ workshops combined with independent studies

Peer-to-peer learning

Company visits

Individual, pair and team assignments

The assessment of one's own learning

## **Assessment**

Pre-assignment

Participation in discussions during module

Final deliverables

In addition the assignment methods may include:

Oral presentations

Written assignments

Teamwork assignment

## **Responsible Course teacher**

Mona Eskola, Porvoo

## **Learning materials**

Books on the content topics

E-books and/or online articles

Companies' web-sites

Industry related reports and statistics

Relevant media

Lecturer's own materials

Materials produced by students as a course work

# Mind the Gap in International Business

Code: BUS3PO314

Scope: 10 ECTS

Timing: Level 3

Language: English

Curriculum: Porvoo Campus, all degree programmes

Course level: Specialization studies

Course type: Alternative studies

## Starting level and linkage with other courses

The module is a part of advanced studies in Porvoo Campus competence-based curriculum. The module advances the following competences: communication, leadership and negotiations in cross-cultural and virtual environments. Moreover, the module advances ability to do business with global mindset and manage international human resources.

## Learning objectives and assessment

### Grade 1

The student finds it challenging to communicate and negotiate in cross-cultural teams. His/her contribution in creating and/or leading a cross-cultural team is rather limited. S/he is able to utilize virtual working methods only when aided by other students and supervisors. S/he has limited knowledge on theories, methods and terminology in international human resource management.

### Grade 3

The student is able to communicate and negotiate in cross-cultural teams. S/he contributes actively in creating and/or leading a cross-cultural team. S/he is able to utilize virtual working methods to some extent. S/he has good knowledge on theories, methods and terminology in international human resource management.

### Grade 5

The student is able to communicate and negotiate in cross-cultural teams excellently. S/he contributes very actively in creating and/or leading a cross-cultural team. S/he is able to utilize a number of virtual working methods professionally. S/he has excellent knowledge on theories, methods and terminology in international human resource management.

## Recognising and validating prior learning (RPL)

If students have acquired the required competence in previous work tasks, recreational activities or on another course, they can show the competence with a demonstration and progress faster through their studies. More information and instructions for recognising and validating prior learning (RPL) are available at MyNet.

## Working life connections

Company visits and guest lecturers and workshops from different companies and organisations.

## **Internationality**

Possibility to work in international teams. Guest lecturers from international organisations and partner universities. International learning materials.

## **Contents**

- Cross-cultural communication
- Cross-cultural team creation and leadership
- Cross-cultural negotiations
- Virtual working methods cross borders
- International Human Resources

## **Learning methods**

Inquiry learning:

Peer-to-peer learning

Online tutorials, lectures and workshops

Company visits

Independent study and teamwork

## **Assessment**

Individual assignments

Teamwork assignments

Peer assessment

Self-assessment

The self-assessment of one's own learning does not influence the module grade. The self-assessment and students' feedback to the module will be used for the module development. The feedback is collected via an electronic form.

## **Course teacher(s)**

2 lecturers, Porvoo Campus

## **Learning materials**

Books on the content topics

E-books and online articles

Online tutorials

Companies' web-portals

Relevant media, news agencies, quality press, etc.

Social networking tools



Exercises, tests

Instructors' own materials, materials produced by students.

# Myynnin johtaminen

Tunnus: SAL3PO313

Laajuus: 10 op

Ajoitus: 5. lukukausi

Kieli: suomi

OPS: Porvoo Campus 2017

Opintojakson taso: syventävät opinnot

Opintojakson tyyppi: vaihtoehtoinen

## Lähtötaso ja sidonnaisuudet muihin opintojaksoihin

Opiskelija on suorittanut myynnin pakolliset perus- ja ammattiopinnot. Moduuli on osa Porvoon kampuksen osaamisperusteisen opintosuunnitelman syventävien opintojen kokonaisuutta Myynti ja myynnin johtaminen.

## Osaamistavoitteet ja arviointi

Moduli on osa Porvoon Campuksen kolmannen (3) tason kompetenssipohjaista opintosuunnitelmaa. Moduli kehittää seuraavia kompetensseja: myynnin ja asiakkuuksien johtaminen, asiakkuusstrategian kehittäminen, taloudellisen ja myynnillisen lisäarvon tuottaminen, talouden analysointitaidot.

Arvosana 1

Opiskelijalla on perustaidot kannattavan myyntistrategian kehittämiseen. Hän osaa johtaa myyntiä tarkasti annettujen ohjeiden mukaan ja muiden opiskelijoiden ja ohjaajien tuella. Hänellä on heikot myyntistrategiset taidot. Hän ymmärtää heikosti yrityksen myynnin ja asiakkuuksien merkityksen yrityksen taloudellisen lisäarvon tuotantoprosessissa. Hänellä on heikko ymmärrys kannattavien myyntiprosessien luomisesta. Hän kykenee työskentelemään ainoastaan muiden avustamana. Hänellä on heikot taidot asiakkaiden kannattavuuden arvioinnissa.

Arvosana 3

Opiskelija ymmärtää kannattavan myyntistrategian kehittämisen merkityksen. Hän osaa melko hyvin itsenäisesti asettaa tavoitteita. Hänellä on melko hyvät myyntistrategiset taidot. Hän ymmärtää yrityksen myynnin ja asiakkuuksien merkityksen yrityksen taloudellisen lisäarvon tuotantoprosessissa. Hänellä on ymmärrys kannattavien myyntiprosessien luomisesta. Hän kykenee työskentelemään itsenäisesti. Hän pystyy arvioimaan asiakkuuksien kannattavuutta.

Arvosana 5

Opiskelija kykenee kehittämään kannattavan myyntistrategian. Hän osaa itsenäisesti asettaa tavoitteita. Hänellä on hyvät myyntistrategiset taidot. Hän pystyy kehittämään yrityksen myyntiä ja asiakkuuksia osana yrityksen taloudellisen lisäarvon tuotantoprosessia. Hänellä osaa kehittää kannattavia myyntiprosesseja. Hän kykenee työskentelemään itsenäisesti ja ohjaamaan muita. Hän pystyy kehittämään asiakkuusstrategioita.

## Työelämäyhteydet

Yritysvierailut, vierailijaluennotsijat yrityksistä ja organisaatioista. Työelämälähtöiset tehtävät.

## **Kansainvälisyys**

Mahdollisesti vierailuluentoitsijoita kansainvälisistä yhteistyökorkeakouluista ja organisaatioista.  
Kansainvälinen oppimateriaali.

### **Sisältö**

- Myynnin potentiaalin arviointi ja myynnin ennustaminen
- Myyntikanavien valinta
- Myyntibudjetointi, tavoitteiden aseta
- Myynnin organisointi ja osaaminen eri tehtävissä
- Suorituksen arviointi
- Asiakasstrategiat ja kokonaisymmärrys asiakkuuksista
- Asiakassuhteiden luominen, kehittäminen ja ylläpitäminen
- Asiakastieto ja segmentointi myynnin näkökulmasta
- Asiakaskannattavuus ja asiakasluokittelut
- Ratkaisumyynnin prosessi
- Tuotteistaminen /myynnin kannattavuuslaskelmat
- Yrityksen strategiavalinnat myynnin kannalta – Myynti strategian keskiössä
- Yrityksen kilpailuedun varmistaminen myynnin keinoin
- Myynnin (oston) sopimusjuridiikka ja säännökset
- CRM ja muut myynnin /asiakkuuksien työkalut /toiminnanohjausjärjestelmät

### **Oppimistavat**

Tutkiva ja kehittävä oppiminen  
Projektit  
Tutoriaalit  
Väittelyt  
Yritysvierailut  
Lähiopetus (luennot, workshopit)  
Itsenäinen ja ohjattu ryhmätyöskentely  
Itsearviointi

### **Arviointitavat**

Oppimistehtävät  
Opiskelijatuotokset  
Kokeet  
Itse- ja vertaisarviointi  
Mahdollisen toimeksiantajan arviointi  
Winhan kautta annettava opintojaksopalautteeseen sisältyvä itsearviointi ei vaikuta moduulin arvosanaan, sitä käytetään ainoastaan opintojakson kehittämiseen. Palaute kerätään sähköisesti.

### **Vastuopettajat**

2-3 lehtoria, Porvoo Campus

## **Oppimateriaali**

Aiheeseen liittyvä kirjallisuus (myös E-kirjat ja online-artikkelit)

Verkkotutoriaalit

Yritysten Internet-sivut

Toimialaan liittyvät raportit ja tilastot

Muu aiheeseen liittyvä materiaali

Sosiaalisen median kanavat

Harjoitukset, testit

Ohjaajan materiaali

Opiskelijoiden tuottama materiaali

# Myynti verkossa

Tunnus: SAL3P0314

Laajuus: 10 op

Ajoitus: 5. lukukausi

Kieli: suomi

OPS: Porvoo Campus 2017

Opintojakson taso: Syventävät opinnot

Opintojakson tyyppi: Vaihtoehtoinen

## Lähtötaso ja sidonnaisuudet muihin opintojaksoihin

Opiskelija on suorittanut myynnin pakolliset perus- ja ammattiopinnot. Moduuli on osa Porvoon kampuksen osaamisperusteisen opintosuunnitelman syventävien opintojen kokonaisuutta Myynti ja myynnin johtaminen.

## Osaamistavoitteet ja arviointi

Moduuli tavoitteena on kehittää ja edistää mm. seuraavia kompetensseja: strateginen ajattelu ja strateginen suunnittelu, sähköisen liiketoiminnan ja digitalisaation mahdollisuuksien hyödyntäminen, analyttinen ajattelu, strateginen myynnin kehittäminen ja johtaminen, brandin ja asiakkuuksien kehittäminen eri kanavissa verkkoliiketoimintaympäristössä, verkkokauppaosaaminen, data-analytiikan hyödyntäminen, liiketoimintakonseptien kehittäminen.

Arvosana 1

Opiskelija osaa nimetä muutamia sähköisen liiketoiminnan ja verkossa tapahtuvan myynnin peruskäsitteitä ja osaa osittain soveltaa niitä. Opiskelija osaa toimia projektissa ryhmän osana. Hän pystyy tunnistamaan sähköisen liiketoiminnan kehittämisen ja verkossa tapahtuvan myynnin ja tavoitteita vain muiden avustamana. Opiskelija tarvitsee apua sähköisen liiketoiminnan kehittämissuunnitelmien ja verkossa tapahtuvan myynnin suunnittelussa. Hän suorittaa hänelle annettuja tehtäviä osana muuta ryhmää. Hän osaa heikosti arvioida ja analysoida liiketoimintakonsepteja, myyntituloksia tai verkossa tehtyjen toimenpiteiden tuloksia.

Arvosana 3

Opiskelija kykenee nimeämään sähköisen liiketoiminnan ja verkossa tapahtuvan myynnin keskeiset peruskäsitteet ja osaa soveltaa niitä. Opiskelija toimii aktiivisesti projektissa ryhmän osana. Hän pystyy itsenäisesti tunnistamaan ja asettamaan sähköisen liiketoiminnan kehittämisen ja verkossa tapahtuvan myynnin ja tavoitteita. Opiskelija kykenee itsenäisesti ja myös ryhmän jäsenenä toimimaan tuloksellisesti sähköisen liiketoiminnan kehittämissuunnitelmien ja verkossa tapahtuvan myynnin suunnittelussa. Hän suorittaa aktiivisesti ja oma-aloitteisesti tehtäviä osana muuta ryhmää. Hän osaa arvioida ja analysoida liiketoimintakonsepteja, myyntituloksia tai verkossa tehtyjen toimenpiteiden tuloksia.

Arvosana 5

Opiskelija hallitsee erittäin hyvin sähköisen liiketoiminnan ja verkossa tapahtuvan myynnin keskeiset peruskäsitteet ja osaa monipuolisesti soveltaa niitä. Opiskelija toimii aktiivisesti projektissa ryhmän osana ja tarvittaessa ottaa vetovastuun ryhmän toiminnasta. Hän pystyy itsenäisesti ja monipuolisesti arvioimaan sähköisen liiketoiminnan kehittämisen mahdollisuuksia ja verkossa tapahtuvan myynnin ja tavoitteita. Opiskelija kykenee itsenäisesti ja aktiivisena,

tarvittaessa johtamisvastuun ottavana ryhmän jäsenenä toimimaan tuloksellisesti sähköisen liiketoiminnan kehittämissuunnitelmien ja verkossa tapahtuvan myynnin suunnittelussa. Hän suorittaa aktiivisesti ja oma-aloitteisesti tehtäviä osana muuta ryhmää. Hän osaa monipuolisesti ja analyyttisesti arvioida liiketoimintakonsepteja, myyntituloksia tai verkossa tehtyjen toimenpiteiden tuloksia.

Opintojakso arvioidaan asteikolla 1 - 5. Arviointikriteerit on esitetty asteikolla 1 - 3 - 5.

## **Aikaisemmin hankitun osaamisen tunnistaminen ja tunnustaminen (AHOT)**

Jos opiskelija on saavuttanut vaadittavan osaamisen esimerkiksi aikaisemmissa työtehtävissä, harrastuksissa tai jollain toisella opintojaksolla, hän voi osoittaa osaamisensa ja edetä opinnoissa ripeämmin. Katso lisätiedot ja ohjeet aiemmin hankitun osaamisen tunnistamisesta ja tunnustamisesta (AHOT) MyNetistä tai www-sivuilta.

## **Työelämäyhteydet**

Lukukauden projektit toteutetaan yritysten / organisaatioiden toimeksiannota. Yritysvierailut ja vierailijaluennoitsijat.

## **Kansainvälisyys**

Lukukauden toimeksiannon mukaan: projektit toteutetaan huomioiden mahdolliset kansainväliset asiakkaat ja yhteistyötahot

## **Sisältö**

- Liiketoimintamahdollisuuksien kartoittaminen verkkoliiketoimintaympäristössä
- Verkkoliiketoimintastrategian ja -konseptin kehittäminen myynnin näkökulmasta
- Verkkokauppahankkeen vaiheet perustamisesta kaupan avaukseen
- Myynnin ja markkinoinnin prosessit verkkoympäristössä
- Sosiaalisen median tuloksellisen hyödyntäminen myynnin ja markkinoinnin välineenä
- Myynnin ja markkinoinnin analyysit ja päätöksenteko verkkoympäristössä
- Asiakkuuksien kehittäminen ja asiakaskannattavuus verkkoympäristössä
- Analytiikan perusteita, työkaluja sekä näihin liittyvät sertifikaatit
- Verkkokauppa-alustoihin tutustuminen ja verkkokaupan toiminnallisuuksien hahmottaminen
- Verkkoliiketoimintaan vaikuttavat säännöt ja asetukset

## **Oppimistavat**

Tutkiva ja kehittävä oppiminen:

Vertaisopetus

Luennot (Lähiopetus, vierailijaluennot)

Webinaarit ja verkossa tapahtuva itseopiskelu

Projektityö pienryhmissä (mahdollisesti toimivaa verkkokauppa-alustaa hyödyntäen)

## **Arviointitavat**

Yksilötehtävät

Ryhmäyötehtävät

Mahdollisten verkkoliiketoiminnan sertifikaattien hyväksytyt suorittaminen (optio)

## **Vastuopettaja(t)**

XX, Porvoo

XX, Porvoo

## **Oppimateriaalit**

Lahtinen, Tero (2013) : Verkkokaupan käsikirja

Molenaar, Cor (2013) : The end of Shops: Social buying and the battle for the customer

McIntyre, Charles; Melewar, T.C. & Charles, Dennis: (2016): Multi-channel marketing, branding and retail design: new challenges and opportunities

Muuerikseen ilmoitettava kirjallisuus

Webinaarit

E-kirjat

# Risk Management and Responsible Business

Code: BUS3PO310

Scope: 5-10 ECTS

Timing: Level 3

Language: English

Curriculum: Porvoo Campus, all degree programmes

Course level: Advanced

## Starting level and linkage with other courses

The module is a part of level 3 advanced studies in Porvoo Campus competence-based curriculum. The module advances the following competences: strategic planning, global mindset, professional leadership, risk management, sustainable and responsible business.

## Learning objectives and assessment

### Grade 1

The student is aware of risk management and corporate social responsibility in business operations. S/he is able to choose and use just a few sources. S/he has basic written communication skills and is able to compile a report about the themes of the module when aided by others. S/he finds it challenging to apply theory into practice. The student takes part in the module activities with a minimal input.

### Grade 3

The student understands the importance of risk management and corporate social responsibility in business operations. S/he is able to develop risk management and responsible business practices to some degree. S/he is able to choose and use relevant sources. S/he has good written communication skills and is able to conduct research and draft a rather comprehensive report about the themes of the module with a variety of reliable sources and relevant industry examples. S/he can apply theory into practice independently. The student takes actively part in the module activities, shows initiative and is able to operate when tasks and instructions are given.

### Grade 5

The student is able to develop risk management and corporate social responsibility in business operations. S/he is able to choose and use relevant information actively and independently from versatile sources. S/he has professionally advanced written communication skills and is able to conduct relevant research and draft a very thorough report that describes the topic in great detail, provides well-selected industry examples and analyses the phenomenon from a variety of viewpoints by using versatile international, up-to-date and reliable sources. The student can collect, analyse and use relevant data at a highly professional level. S/he is able to apply theory into practice independently. The student takes proactively part in the module activities and shows great initiative to learn about the topic.

## Recognising and validating prior learning (RPL)

If students have acquired the required competence in previous work tasks, recreational activities or on another course, they can show the competence with a demonstration and progress faster through



their studies. More information and instructions for recognising and validating prior learning (RPL) are available at MyNet.

## **Working life connections**

The course supports the students in their own research/development project which is related to the business community.

## **Internationality**

International learning materials and assignment contents.

## **Contents**

The course can be completed as 5 or 10 credits by combining two or all of the following:

Risk Management (2.5 credits)

- Global risks landscape
- Risk analysis and planning

Safety & Security (2.5 credits)

- Safety and security in global travel and tourism
- Cybersecurity

Corporate Social Responsibility (2.5 credits)

- Businesses and the Sustainable Development Goals (SDGs)
- CSR indicators

Sustainable Development Issues and Initiatives (2.5 credits)

- The three levels of sustainability
- Challenges (e.g. Overtourism, Climate Change) and opportunities (e.g. Inclusive Tourism, Circular Economy)

## **Learning methods**

This is a virtual course with no contact hours. Independent study in network environment. Feedback provided for the assignments. The assessment of one's own learning 1 h.

## **Assessment**

One report assignment for each part of the module.

The self-assessment of one's own learning does not influence the module grade. The self-assessment and students' feedback to the module will be used for the module development. The feedback is collected via an electronic form.

## **Course teacher(s)**

Annika Konttinen, Porvoo

Eva Holmberg, Porvoo

## **Learning materials**

Books on the content topics

E-books and online articles

Companies' web-portals

Trade journals and magazines, studies by international organisations (e.g. Amadeus, European Travel Commission, OECD, UNWTO, WTTC, WEF) and other electronic sources

Social networking tools

# Service Innovation and Entrepreneurship

Code: BUS3PO315

Scope: 10 ECTS

Timing: 5th/6th/7th semester

Language: English

Curriculum: Porvoo Campus 2017

Course level: Advanced studies

Course type: Elective

## Starting level and linkage with other courses

The student has successfully completed the Basic Studies.

## Learning objectives and assessment

### Grade 1

S/he knows how new ventures and venture teams can be created. S/he is familiar with entrepreneurship and innovation theories and is able to apply them to some extent and with guidance to real-world challenges. S/he is able to be part of complex projects and work in teams with colleagues from different backgrounds. With support and as a member of a team s/he is able to develop new products, services and concepts within a start-up. S/he is poorly able to apply best-practice approaches to designing, developing, and running your own innovation-driven, often globally orientated, business. S/he is familiar with entrepreneurial ecosystems and knows supporting mechanisms for new ventures.

### Grade 3

S/he knows well how new ventures and venture teams can be created. S/he is knows well entrepreneurship and innovation theories and is able to apply them to real-world challenges. S/he is able to develop and manage complex projects and work in teams with colleagues from different backgrounds. S/he is able to develop new products, services and concepts within a start-up. S/he is able to apply best-practice approaches to designing, developing, and running your own innovation-driven, often globally orientated, business. S/he is well familiar with entrepreneurial ecosystems and knows supporting mechanisms for new ventures.

### Grade 5

S/he knows very well how new ventures and venture teams can be created. S/he commands entrepreneurship and innovation theories in an excellent manner and is able to apply them to real-world challenges. S/he is able to develop, manage and lead complex projects and work in teams with colleagues from different backgrounds. S/he is able to develop new products, services and concepts within a start-up. S/he is excellent in applying best-practice approaches to designing, developing, and running your own innovation-driven, often globally orientated, business. S/he is very familiar with entrepreneurial ecosystems and knows supporting mechanisms for new ventures.

Passed courses are assessed on a scale of 1 to 5. The assessment criteria are presented for grades 1 - 3 - 5.

## **Recognising and validating prior learning (RPL)**

If students have acquired the required competence in previous work tasks, recreational activities or on another course, they can show the competence with a demonstration and progress faster through their studies. More information and instructions for recognising and validating prior learning (RPL) are available at [MyNet](#).

## **Working life connections**

Networks and entrepreneurship societies play an important role in today's entrepreneurship and innovation. This module takes the students out to different start-up companies, incubators and entrepreneurship events.

## **Internationality**

The whole start-up ecosystem is international.

## **Contents**

Service innovation and entrepreneurship module combines theory and practice covering the process from generating new business ideas, developing and refining ideas, and designing the infrastructure right through to launching the business.

- Organisation culture and innovation
- The service dominant logic
- Service innovation & design
- New service development (NSD) and customer experience
- Entrepreneurship theories
- Supporting mechanisms for new ventures (incubators, accelerators etc.)

## **Learning methods**

Contact lessons

Company visits, visiting lecturers and excursions

Individual, pair and team assignments

Independent studies

The assessment of one's own learning 1 h

## **Assessment**

Project work done individually or in pairs.

## **Course teachers**

Anette Kairikko, Porvoo

Juhana Isohanni, Porvoo

## Learning materials

These articles are examples of recommended learning materials:

Chandler, J. D., & Lusch, R. F. (2015). Service systems: A broadened framework and research agenda on

value propositions, engagement, and service experience. *Journal of Service Research*, 18(1), 6-22.

doi:10.1177/1094670514537709

Fisher, G. (2012). Effectuation, causation, and bricolage: A behavioral comparison of emerging theories in

entrepreneurship research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(5), 1019-1051.

Liedtka, J. (2015). Perspective: Linking design thinking with innovation outcomes through cognitive bias

reduction. *Journal of Product Innovation Management*, 32(6), 925-938.

Lusch, R. , & Nambisan, S. (2015). Service innovation: A service-dominant logic perspective. *Mis Quarterly*,

39(1), 155-175.

Pauwels, C., Clarysse, B., Wright, M. & Van Hove, J. (2016). Understanding a new generation incubation model: The accelerator. *Technovation*, 50, 13-24.

Spigel, B. & Harrison, R., 2018. Toward a process theory of entrepreneurial ecosystems. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 12(1) , 151-168.

Storey, C., Cankurtaran, P., Papastathopoulou, P., & Hultink, E. (2016). Success factors for service innovation: A meta-analysis. *Journal of Product Innovation Management*, 33(5), 527-548.

Tötterman, H. and Sten, J. (2005). Start-ups: Business incubation and social capital. *International small business journal*, 23(5), 487-511.

Vargo, S., Wieland, H., & Akaka, M. (2015). Innovation through institutionalization: A service ecosystems

perspective. *Industrial Marketing Management*, 44, 63-72.

# Sisäinen laskenta ja raportointi

Tunnus: BUS3PO304

Laajuus: 10 op

Ajoitus: 3. lukukausi

Kieli: Suomi

OPS: Porvoo Campus 2017

Opintojakson taso: syventävät opinnot

Opintojakson tyyppi: vaihtoehtoinen

## Lähtötaso ja sidonnaisuudet muihin opintojaksoihin

Opiskelijalla tulee olla suoritettuna 1. tason perusopinnot ja sekä opintojaksot Yrityksen Kirjanpito ja Tilinpäätös liiketoiminnan ohjauksen välineenä.

## Osaamistavoitteet ja arviointi

Moduuli on osa Porvoo Campuksen osaamisperusteisen opetussuunnitelman suuntautumisopinnoja. Opiskelija ymmärtää sisäisen laskennan merkityksen yrityksen toiminnalle ja osaa laatia operatiivista toimintaa sekä strategista suunnittelua tukevia laskelmia käyttäen pohjana esimerkiksi ulkoisen laskennan tuottamia taloustietoja. Opiskelija osaa valita yrityksen toiminnan kannalta mielekkäitä suorituskyvyn mittareita ja käyttää niitä toiminnan seurannassa. Opiskelija pystyy kriittisesti analysoimaan taloudellista informaatiota ja viestimään talousasioista selkeästi.

Arvosana 1

Opiskelija osaa laskea annettuja tunnuslukuja ohjeiden mukaisesti ja laatia yksinkertaisia operatiivista toimintaa tukevia laskelmia. Hän seuraa mittareita selvittäen toteutuneen ja tavoitteen tai vertailutiedon välistä eroa. Opiskelija pystyy viestimään talousasioista jossain määrin.

Arvosana 3

Opiskelija osaa laskea tunnuslukuja ja seuraa niiden toteutumista suhteessa tavoitteisiin tai vertailutietoon. Hän osaa laatia operatiivista toimintaa ja strategista suunnittelua tukevia laskelmia. Opiskelija osaa jossain määrin analysoida esitettyjä lukuja ja hän ymmärtää toiminnan syy-seuraussuhteita. Opiskelija osaa viestiä talousasioista.

Arvosana 5

Opiskelija osaa valita itsenäisesti yrityksen toiminnan kannalta mielekkäitä suorituskyvyn mittareita. Hän seuraa tunnuslukujen ja mittareiden toteutumista suhteessa annettuun tavoitteeseen tai vertailutietoon, pohtien ja analysoiden mahdollisten erojen syitä. Opiskelija osaa antaa tunnuslukujen ja mittareiden analysoinnin pohjalta mielekkäitä toiminta- ja kehitysehdotuksia, pohjaten ehdotuksensa laskelmiin. Hän osaa laatia itsenäisesti operatiivista toimintaa ja strategista suunnittelua tukevia laskelmia, hyödyntäen monipuolisesti erilaisia tietolähteitä laskelmiensa tukena. Hän osaa arvioida taloudellista informaatiota kriittisesti. Opiskelija osaa viestiä talousasioista selkeästi ja tehokkaasti erilaisille kohdeyleisöille.

Opintojakso arvioidaan asteikolla 1 - 5. Arviointikriteerit on esitetty asteikolla 1 - 3 - 5.

Aikaisemmin hankitun osaamisen tunnistaminen ja tunnustaminen (AHOT)

Mikäli opiskelija on saavuttanut vaadittavan osaamisen esimerkiksi aikaisemmissa työtehtävissä, harrastuksissa tai jollain toisella opintojaksolla, hän voi osoittaa osaamisensa ja edetä opinnoissa ripeämmin. Katso lisätiedot ja ohjeet aiemmin hankitun osaamisen tunnistamisesta ja tunnustamisesta (AHOT) MyNetistä tai www-sivuilta.

## **Työelämäyhteydet**

Yritysvierailuja ja vierailuluennoitsijoita yrityksistä ja organisaatioista. Työelämälähtöiset tehtävät.

## **Kansainvälisyys**

Mahdollisuus työskennellä kansainvälisessä tiimissä ja kansainvälisten ohjaajien kanssa. Vierailuluennoitsijoita kansainvälisistä yhteistyökorkeakouluista ja organisaatioista, kansainvälinen oppimateriaali.

## **Sisällöt**

- taloudelliset analyysit
- operatiivista toimintaa ja suunnittelua tukevat raportit
- talousviestintä
- talouden suunnittelu ja seuranta
- yrityksen toiminnan keskeiset mittarit
- analyytiikka prosessina

## **Oppimistavat**

Tutkiva ja kehittävä oppiminen:  
Lähiopetus (luennot, workshopit, tutoriaalit)  
Harjoitustehtävät ja laskuharjoitukset  
Itsenäinen ja ohjattu ryhmätyöskentely  
Yritysvierailut  
Opintojaksoon sisältyy myös pakollisena oman oppimisen arviointi.

## **Arviointitavat**

Arviointitavat määritellään toteutussuunnitelmassa (jaetaan toteutuksiin osallistuville toteutusten alussa) ja niihin kuuluvat mm.:

Oppimistehtävät  
Tentit  
Itse- ja vertaisarviointi  
Toimeksiantajan arviointi

Winhan kautta annettava opintojaksopalautteeseen sisältyvä itsearviointi ei vaikuta moduulin arvosanaan, sitä käytetään ainoastaan opintojakson kehittämiseen. Palaute kerätään sähköisesti.

## **Vastuopettaja(t)**

Pasi Romberg, Porvoo  
Kalle Räihä, Porvoo

Anna Sivonen, Porvoo  
Veijo Vääntinen, Porvoo

## **Oppimateriaalit**

Aiheeseen liittyvät kirjallisuus (myös E-kirjat ja online-artikkelit)

Verkkotutoriaalit

Yritysten Internet-sivut

Muu aiheeseen liittyvä materiaali

Sosiaalisen median kanavat



# Tilinpäätös liiketoiminnan ohjauksen välineenä

Tunnus: BUS3PO302

Laajuus: 5 op

Ajoitus: taso 2

Kieli: Suomi

OPS: Porvoo Campus 2017

Opintojakson taso: syventävät topinnot

Opintojakson tyyppi:

## Lähtötaso ja sidonnaisuudet muihin opintojaksoihin

Opiskelijalla tulee olla suoritettuna 1. tason perusopinnot sekä moduuli Yrityksen kirjanpito.

## Osaamistavoitteet ja arviointi

Moduuli on osa Porvoo Campuksen osaamisperusteisen opetussuunnitelman suuntautumisopinnoja. Opintojakson suoritettuaan opiskelija osaa laatia pienen yrityksen kirjanpidon ja tilinpäätöksen noudattaen Suomessa voimassa olevaa lainsäädäntöä.

Arvosana 1

Opiskelija tietää joiltain osin yleiset tilinpäätösperiaatteet ja tilinpäätösasiakirjojen keskeisen sisällön. asiat ja tehtävät näyttäytyvät vielä yksittäisinä toimenpiteinä, ja kirjanpidon kokonaisuus jää hahmottomana. Opiskelija tarvitsee tukea kirjatessaan tilinpäätökseen liittyviä jaksotuksia. Opiskelija pystyy auttavasti laatimaan pienen yrityksen tilinpäätöksen. Hän osaa lukea tilinpäätöstä keskeisiltä osin, mutta analysointi ja yhteys muuhun liiketoimintaan tulevat heikosti osoitetuiksi.

Arvosana 3

Opiskelija tietää keskeisiltä osin yleiset tilinpäätösperiaatteet sekä tilinpäätösasiakirjojen sisällön. Hän hahmottaa kirjanpidon kokonaisuuden ja sen liittymisen yrityksen operatiiviseen toimintaan. Opiskelija osaa pääosin virheettömästi kirjata tilinpäätökseen liittyviä jaksotuksia. Opiskelija pystyy laatimaan pienen yrityksen tilinpäätöksen. Hän ymmärtää tilinpäätöksen keskeisiltä osin ja osaa analysoida sitä jossain määrin.

Arvosana 5

Opiskelija hallitsee yleiset tilinpäätösperiaatteet sekä tilinpäätösasiakirjojen sisällön. Hän ymmärtää kirjanpidon kokonaisuuden sekä yhteydet yrityksen muihin toimintoihin. Opiskelija osaa virheettömästi kirjata tilinpäätökseen liittyviä jaksotuksia. Hän pystyy itsenäisesti laatimaan pienen yrityksen tilinpäätöksen. Opiskelija pystyy analysoimaan toimintaa tilinpäätöksen perusteella sekä antamaan mielekkäitä toimintaehdotuksia kohdeyritykselle.

Opintojakso arvioidaan asteikolla 1 - 5. Arviointikriteerit on esitetty asteikolla 1 - 3 - 5.

## Aikaisemmin hankitun osaamisen tunnistaminen ja tunnustaminen (AHOT)

Mikäli opiskelija on saavuttanut vaadittavan osaamisen esimerkiksi aikaisemmissa työtehtävissä, harrastuksissa tai jollain toisella opintojaksolla, hän voi osoittaa osaamisensa ja edetä opinnoissa

ripeämmin. Katso lisätiedot ja ohjeet aiemmin hankitun osaamisen tunnistamisesta ja tunnustamisesta (AHOT) MyNetistä tai www-sivuilta.

## **Työelämäyhteydet**

Yritysvierailuja ja vierailuluennoitsijoita yrityksistä ja organisaatioista. Työelämälähtöiset tehtävät.

## **Kansainvälisyys**

Mahdollisesti vierailuluennoitsijoita kansainvälisistä yhteistyökorkeakouluista ja organisaatioista, kansainvälinen oppimateriaali.

## **Sisällöt**

- menojen ja tulojen jaksotukset
  - pysyvän käyttöomaisuuden jaksottaminen
  - vaihto-omaisuuden jaksottaminen
  - siirtyvät erät
  - lomapalkkajaksotukset
  - henkilösivukulujen jaksottaminen
  - pakolliset ja vapaaehtoiset varaukset
- tilinpäätöksen laatiminen
- tilinpäätöksen lukeminen ja analysointi
- ulkoinen laskenta yritystoiminnan tukena
- taloushallinnon digitalisoituminen ja kirjausten automatisointi

## **Oppimistavat**

Tutkiva ja kehittävä oppiminen:

Lähiopetus (luennot, workshopit, tutoriaalit)

Harjoitustehtävät ja laskuharjoitukset

Itsenäinen ja ohjattu ryhmätyöskentely

Yritysvierailut

Opintojaksoon sisältyy myös pakollisena oman oppimisen arviointi.

## **Arviointitavat**

Arviointitavat määritellään toteutussuunnitelmassa (jaetaan toteutuksiin osallistuville toteutusten alussa) ja niihin kuuluvat mm.:

Oppimistehtävät

Tentita

Itse- ja vertaisarviointi

Toimeksiantajan arviointi

Winhan kautta annettava opintojaksopalautteeseen sisältyvä itsearviointi ei vaikuta moduulin arvosanaan, sitä käytetään ainoastaan opintojakson kehittämiseen. Palaute kerätään sähköisesti.

## **Vastuopettaja(t)**

Pasi Romberg, Porvoo  
Anna Sivonen, Porvoo

## **Oppimateriaalit**

Aiheeseen liittyvät kirjallisuus (myös E-kirjat ja online-artikkelit)

Verkkotutoriaalit

Yritysten Internet-sivut

Muu aiheeseen liittyvä materiaali

Sosiaalisen median kanavat

# Travel Experience Design in the Digital Age

Code: TRA4PO040

Scope: 6, 9 or 12 ECTS

Timing: 4-7 semester

Language: English

Curriculum: All Porvoo Curricula

Level: Professional studies

Type: Elective

## Starting level and linkage with other courses

The student has successfully completed the Basic Studies.

## Learning objectives and assessment

Upon completion of the course, the student is able to

- *understand current trends and factors that affect and define future consumer behaviour (part 1, part 5)*
- *identify potential target markets and analyse the characteristics of the chosen target group (part 1)*
- *analyse a destination from a tourism potential point of view (part 2)*
- *use professional tools for analysis of the operational environment (part 2)*
- *understand the characteristics and pros/cons of different marketing channels (part 3, part 6)*
- *understand and describe the different stages of tourism product development process (part 3)*
- *produce a product description and a marketing plan in accordance with current consumer protection legislation (part 3)*
- *understand and describe the different stages of designing experiences and the elements of an effective story (part 4)*
- *understand the importance of engagement and storytelling in creating experiences (part 4)*
- *plan and create a digital story that has shareable content and the potential to go viral (part 6)*
- *use professional tools for creating engaging content and staging digital experiences (part 5, part 6)*

### Grade 1

The student can identify and describe a few concepts and tools relating to creating travel experiences. The student can find at least a few sources, poorly collect, analyse and use relevant data and material to create a travel experience and marketing plan. With great difficulty and under strict supervision, the student can poorly apply problem identification, analysis and solving to the project. Use of sources is very limited overall and reports produced are poorly structured.

### Grade 3

The student can define and use concepts and tools related to creating and marketing travel experiences. The student is able to apply that knowledge to different situations. The student can search, collect, partly analyse and use relevant data and material to create a travel experience and marketing plan. The student can apply problem identification, analysis and solving to the project. In

the reports, sources are for the most part acknowledged and several sources are used. Structure of the reports is rather logical and the reader can follow the line of thought.

#### Grade 5

The student is able to identify, define and use the core concepts and tools for creating, enhancing and marketing digital experiences. The student is able to use and combine theory, trends and tools related to travel experiences and marketing in order to create and present solutions to different situations. The student is able to assess the credibility of sources and is able to use a great variety of sources. The student can collect, analyse and use relevant data and material to create a travel experience and marketing plan at a highly professional level. The student can fully apply problem identification, analysis and solving to the project. In reports, all source material is correctly acknowledged and the author uses the versatile sources in a skilful manner with discourse between sources. Structure, figures and tables facilitate understanding very well. Ideas flow clearly and coherently. The report is easy to read and arguments made are logical and supported by the sources.

### **Recognising and validating prior learning (RPL)**

If students have acquired the required competence in previous work tasks, recreational activities or on another course, they can show the competence with a demonstration and progress faster through their studies. More information and instructions for recognising and validating prior learning (RPL) are available at MyNet.

### **Working life connections**

The course supports the students in their own research/development project which is related to the business community.

### **Internationality**

International learning materials and assignment contents.

### **Contents**

The course can be completed as 6 or 12 credits.

Recommended combinations for

6 credits: part 1 + part 2 + part 3 OR part 4 + part 5 + part 6

12 credits: all parts 1-6

#### Part 1

Consumer behavior and trends in travel and tourism

Target market

#### Part 2

Destination analysis

Operational environment (incl. PESTEL analysis)

Competition

### Part 3

Product development process and product description of the travel package  
Marketing plan for the travel package

### Part 4

Experience Economy and elements of experiences  
Engagement, storyfication, personalisation and authenticity

### Part 5

Digital trends and tools for creating experiences  
Competition

### Part 6

Digital experience development process  
Product description of the digital experience  
Marketing plan for the digital experience

## **Learning methods**

This is a virtual course with no contact hours. Independent study in network environment. Feedback provided for parts 1-6. The assessment of one's own learning 1 h.

## **Assessment**

Part 1 (2 credits): Analysis of trends and consumer behaviour as well as target market (100%)

Part 2 (2 credits): Destination analysis, analysis of the operational environment and competition (100%)

Part 3 (2 credits): Product development process and product description as well as the marketing plan for a travel package (100%)

Part 4 (2 credits): Theoretical framework and analysis of the Experience Economy, elements of experiences, the concepts of engagement, storification, personalisation and authenticity (100%)

Part 5 (2 credits): Overview and analysis of the digital trends and tools as well as the competition in creating engaging experiences (100%)

Part 6 (2 credits): The digital experience development process, product description and marketing plan for a digital experience (100%)

## **Course teacher(s)**

Annika Konttinen, Porvoo  
Anu Seppänen, Porvoo

## **Learning materials**

Alexander, B. 2011. New digital storytelling. Creating narratives with new media.

Boniface, B & Cooper C. 2012. Worldwide destinations: the geography of travel & tourism.

Csikszentmihalyi, M. 1990. Flow: The psychology of optimal experience.

Gioglio, J. & Walter, E. 2014. Power of visual storytelling. How to use visuals, videos and social media to market your brand.

Grönroos, C. 2007. Service management and marketing.

Jensen, R. 1999. Dream society.

Heath, C. & Heath, D. 2008. Made to Stick: Why Some Ideas Survive and Others Die.

Page, S.J. 2009. Tourism management: managing for change.

Pine, J. & Gilmore, J. 2011. The experience economy.

Pine, J. & Korn, K. 2011. Infinite possibility – creating customer value on the digital frontier.

Smith, P.R. & Chaffey, D. 2013. eMarketing Excellence – the Heart of eBusiness.

Swarbrooke, J. & Horner, S. 2007. Consumer behaviour in tourism.

Trade journals and magazines, studies by international organisations (e.g. Amadeus, European Travel Commission, OECD, UNWTO, WTTC, WEF) and other electronic sources.

# Valmentava ja palveleva esimiestyö

Tunnus: LEA3PO302

Laajuus: 10 op

Ajoitus: 5. - 6. lukukausi

Kieli: suomi

OPS: Matkailun koulutusohjelma

Opintojakson taso: syventävät

Opintojakson tyyppi: vaihtoehtoinen

## Lähtötaso ja sidonnaisuudet muihin opintojaksoihin

Opiskelija on suorittanut Johtaminen ja HR LEA2RM201 sekä Henkilöstön kehittäminen LEA2RM202 opintojaksot.

## Osaamistavoitteet ja arviointi

Arvosana 1

Osa jossain määrin kuvata esimiehen/johtajan toimintaa valmentajana, oppimisen ja osaamisen edistäjänä. Hän osaa nimetä ne tekijät/toimet, jotka edesauttavat luottamuksen ilmapiirin kehittymistä ja säilyttämistä organisaatiossa. Hän osaa kuvata esimiehen toiminnan merkityksen työntekijän ja yrityksen menetyksellisen toiminnan varmistajana.

Opiskelija osallistuu projektityöhön ja kantaa osaltaan vastuun omista tehtävistään.

Arvosana 3

Osa kuvata ja analysoida esimiehen/johtajan toimintaa valmentajana, oppimisen ja osaamisen edistäjänä. Hän osaa myös kuvata ja arvioida niitä tekijöitä/toimia jotka edesauttavat luottamuksen ilmapiirin kehittymistä ja säilyttämistä organisaatiossa. Hän osaa arvioida esimiehen toiminnan merkitystä työntekijän ja yrityksen menetyksellisen toiminnan varmistajana.

Opiskelija osallistuu aktiivisesti projektityöhön ja kantaa yhdessä muun ryhmän kanssa vastuun sen tavoitteellisesta toiminnasta projektin hyväksi.

Arvosana 5

Osa kuvata, analysoida ja kehittää esimiehen/johtajan toimintaa valmentajana, oppimisen ja osaamisen edistäjänä. Hän osaa myös analysoida ja kehittää niitä tekijöitä/toimia jotka edesauttavat luottamuksen ilmapiirin kehittymistä ja säilyttämistä organisaatiossa. Hän osaa arvioida ja analysoida esimiehen toiminnan merkitystä työntekijän ja yrityksen menetyksellisen toiminnan varmistajana. Opiskelija toimii projektiryhmässä monipuolisesti ja vastuuta ottaen sekä tarvittaessa johtaa ryhmää/tiimiä.

Opintojakso arvioidaan asteikolla 1 - 5. Arviointikriteerit on esitetty asteikolla 1 - 3 - 5.

## Aikaisemmin hankitun osaamisen tunnistaminen ja tunnustaminen (AHOT)

Opintojaksolla noudatetaan aikaisemmin hankitun osaamisen tunnistamismenettelyä (AHOT) erikseen annettavan ohjeen mukaan.



## **Työelämäyhteydet**

Opintojaksolla tehdään projektityö yrityksen toimeksiannosta

## **Kansainvälisyys**

Esimiestyötä ja johtajuutta tarkastellaan myös kansainvälisesti toimivan yrityksen näkökulmasta.

## **Sisältö**

Esimerkki:

- johtajuuden uusi (vanha) rooli
- luottamuksen rakentaminen
- esimies valmentajana
- esimies mahdollistajana
- esimies oppimisen ja osaamisen edistäjänä
- esimies innostajana
- esimies viestijänä

## **Oppimistavat**

Tämän opintojakson osaamistavoitteet voi saavuttaa esimerkiksi seuraavilla tavoilla:

Lähiopetus ja työelämäprojektiin osallistuminen

Opintojaksoon sisältyy myös pakollisena oman oppimisen arviointi.

## **Arviointitavat**

Projektityöskentely 25%

Yksilötyö projektiin liittyvästä kirjallisuudesta 50%

Kirjalliset projektityöt 25%

## **Vastuopettaja(t)**

Anne Koppatz, Porvoo

## **Oppimateriaalit**

Ajankohtaiset artikkelit

Alahuhta, Matti. 2015. Johtajuus, kirkas suunta ja ihmisten voima. Docendo

Armstrong, M. 2012. Armstrong's Handbook of Human Resource Management Practice

Branson, Richard. 2014. The Virgin Way: Everything I Know about Leadership

Goleman, Daniel. 2013. Focus The Hidden Driver of Excellence. Bloomsbury Publishing Plc

- Juuti, P. 2018. Huono Johtaminen Tuhon tieltä toimivaan työyhteisöön. Gaudeamus.
- Keltikangas-Järvinen L. (2016). ”Hyvät tyypit” Temperamentti ja työelämä. WSOY.
- Manka, M-L. 2015. Stressikirja Mistä Virtaa. Talentum pro
- Rehn, A. 2018. Johtajuuden ristiriidat. Miksi johtaja aina epäonnistuu ja miksei se ole ongelma. DOCENDO
- Sinek, S. 2009. Start with why. How great leaders inspire everyone to take action.
- Tienari, J. & Piekkari, R. 2011. Z ja epäjohtaminen. Talentum

# Verotus ja tilinpäätössuunnittelu

Tunnus: BUS3PO303

Laajuus: 10 op

Ajoitus: taso 2

Kieli: Suomi

OPS: Porvoo Campus 2017

Opintojakson taso: syventävät opinnot

Opintojakson tyyppi:

## Lähtötaso ja sidonnaisuudet muihin opintojaksoihin

Opiskelijalla tulee olla suoritettuna 1. tason perusopinnot ja opintojaksot Yrityksen kirjanpito ja Tilinpäätös liiketoiminnan ohjauksen välineenä.

## Osaamistavoitteet ja arviointi

Moduuli on osa Porvoo Campuksen osaamisperusteisen opetussuunnitelman suuntautumisopintoja. Opintojakson suoritettuaan opiskelija osaa laskea yksityisen henkilön ja eri yhtiömuotojen maksettavaksi tulevat verot sekä tehdä veroihin liittyvää suunnittelua.

Arvosana 1

Opiskelija tuntee joiltain osin henkilö- ja yhteisöverotuksen lainsäädännön sekä verotuksen käytännön hoitamisen. Hän osaa auttavasti laskea verotettavan tuloksen yritystoiminnassa ja yksityishenkilön verojen määrän. Käytännön tehtävät koskien verojen maksua onnistuvat jossain määrin.

Arvosana 3

Opiskelija tuntee henkilö- ja yhteisöverotuksen lainsäädännön sekä verotuksen käytännön hoitamisen. Hän osaa laskea verotettavan tuloksen yritystoiminnassa ja yksityishenkilön verojen määrän. Käytännön tehtävät koskien verojen maksua onnistuvat itsenäisesti.

Arvosana 5

Opiskelija tuntee erittäin hyvin henkilö- ja yhteisöverotuksen lainsäädännön sekä verotuksen käytännön hoitamisen. Hän osaa laskea verotettavan tuloksen yritystoiminnassa ja yksityishenkilön verojen määrän virheettömästi. Käytännön tehtävät koskien verojen maksua onnistuvat itsenäisesti. Opiskelija pystyy lisäksi osallistumaan yritys- ja henkilöverotuksen suunnitteluun.

Opintojakso arvioidaan asteikolla 1 - 5. Arviointikriteerit on esitetty asteikolla 1 - 3 - 5.

## Aikaisemmin hankitun osaamisen tunnistamien ja tunnustaminen (AHOT)

Mikäli opiskelija on saavuttanut vaadittavan osaamisen esimerkiksi aikaisemmissa työtehtävissä, harrastuksissa tai jollain toisella opintojaksolla, hän voi osoittaa osaamisensa ja edetä opinnoissa ripeämmin. Katso lisätiedot ja ohjeet aiemmin hankitun osaamisen tunnistamisesta ja tunnustamisesta (AHOT) MyNetistä tai www-sivuilta.

## **Työelämäyhteydet**

Yritysvierailuja ja vierailuluentoitsijoita yrityksistä ja organisaatioista. Työelämälähtöiset tehtävät.

## **Kansainvälisyys**

Mahdollisuus työskennellä kansainvälisessä tiimissä ja kansainvälisten ohjaajien kanssa.

Mahdollisesti vierailuluentoitsijoita kansainvälisistä yhteistyökorkeakouluista ja organisaatioista, kansainvälinen oppimateriaali.

## **Sisällöt**

- ansiotulojen ja pääomatulojen verotus
- yksityisen elinkeinonharjoittajan verotus
- henkilöyhtiöiden verotus
- osakeyhtiön verotus
- verotus kansainvälisissä tilanteissa
- verotukseen liittyvä suunnittelu

## **Oppimistavat**

Tutkiva ja kehittävä oppiminen:

Lähiopetus (luennot, workshopit, tutoriaalit)

Harjoitustehtävät ja laskuharjoitukset

Itsenäinen ja ohjattu ryhmätyöskentely

Yritysvierailut

Opintojaksoon sisältyy myös pakollisena oman oppimisen arviointi.

## **Arviointitavat**

Arviointitavat määritellään toteutussuunnitelmassa (jaetaan toteutuksiin osallistuville toteutusten alussa) ja niihin kuuluvat mm.:

Oppimistehtävät

Tentit

Itse- ja vertaisarviointi

Toimeksiantajan arviointi

Winhan kautta annettava opintojaksopalautteeseen sisältyvä itsearviointi ei vaikuta moduulin arvosanaan, sitä käytetään ainoastaan opintojakson kehittämiseen. Palaute kerätään sähköisesti.

## **Vastuopettaja(t)**

Pasi Romberg, Porvoo

Anna Sivonen, Porvoo

## **Oppimateriaalit**

Aiheeseen liittyvät kirjallisuus (myös E-kirjat ja online-artikkelit)

Verkkotutoriaalit

Yritysten Internet-sivut

Muu aiheeseen liittyvä materiaali

Sosiaalisen median kanavat

# Yrityksen kirjanpito

Tunnus: BUS3PO301

Laajuus: 5 op

Ajoitus: 3. lukukausi

Kieli: Suomi

OPS: Porvoo Campus 2017

Opintojakson taso: syventävät opinnot

Opintojakson tyyppi: vaihtoehtoinen

## Lähtötaso ja sidonnaisuudet muihin opintojaksoihin

Opiskelijalla tulee olla suoritettuna 1. tason perusopinnot.

## Osaamistavoitteet ja arviointi

Moduuli on osa Porvoo Campuksen osaamisperusteisen opetussuunnitelman suuntautumisopinnoja. Opintojakson suoritettuaan opiskelija osaa laatia pienen yrityksen kirjanpidon noudattaen Suomessa voimassa olevaa lainsäädäntöä.

### Arvosana 1

Opiskelija tietää joitakin ulkoisen laskentatoimen sekä arvonlisäverotuksen peruskäsitteitä ja kirjaussääntöjä. Asiat ja tehtävät näyttävät vielä yksittäisinä toimenpiteinä, ja kirjanpidon kokonaisuus jää hahmottomaksi. Opiskelija tarvitsee tukea kirjatessaan liiketapahtumia (menot, tulot, yhteisökaupan ja ulkomaankaupan kirjaukset, käteisalennukset, rahdit, luottotappiot, palkanmaksukirjaukset, arvonlisäveroon liittyvät kirjaukset). Opiskelija pystyy auttavasti laatimaan pienen yrityksen kirjanpidon ja päättämään käyttämänsä tilit.

### Arvosana 3

Opiskelija tietää keskeisiltä osin ulkoisen laskentatoimen sekä arvonlisäverotuksen peruskäsitteet ja kirjaussäännöt. Hän hahmottaa kirjanpidon kokonaisuuden. Opiskelija osaa pääosin virheettömästi kirjata liiketapahtumia (menot, tulot, yhteisökaupan ja ulkomaankaupan kirjaukset, käteisalennukset, rahdit, luottotappiot, palkanmaksukirjaukset, arvonlisäveroon liittyvät kirjaukset). Opiskelija pystyy laatimaan pienen yrityksen kirjanpidon ja päättämään käyttämänsä tilit.

### Arvosana 5

Opiskelija hallitsee ulkoisen laskentatoimen sekä arvonlisäverotuksen peruskäsitteet ja kirjaussäännöt. Hän ymmärtää kirjanpidon kokonaisuuden sekä yhteydet yrityksen muihin toimintoihin. Opiskelija osaa virheettömästi kirjata liiketapahtumia (menot, tulot, yhteisökaupan ja ulkomaankaupan kirjaukset, käteisalennukset, rahdit, luottotappiot, palkanmaksukirjaukset, arvonlisäveroon liittyvät kirjaukset). Hän pystyy itsenäisesti laatimaan pienen yrityksen kirjanpidon ja päättämään käyttämänsä tilit.

Opintojakso arvioidaan asteikolla 1 - 5. Arviointikriteerit on esitetty asteikolla 1 - 3 - 5.

## Aikaisemmin hankitun osaamisen tunnistaminen ja tunnustaminen (AHOT)

Mikäli opiskelija on saavuttanut vaadittavan osaamisen esimerkiksi aikaisemmissa työtehtävissä, harrastuksissa tai jollain toisella opintojaksolla, hän voi osoittaa osaamisensa ja edetä opinnoissa

ripeämmin. Katso lisätiedot ja ohjeet aiemmin hankitun osaamisen tunnistamisesta ja tunnustamisesta (AHOT) MyNetistä tai www-sivuilta.

## **Työelämäyhteydet**

Yritysvierailuja ja vierailuluennoitsijoita yrityksistä ja organisaatioista. Työelämälähtöiset tehtävät.

## **Kansainvälisyys**

Mahdollisesti vierailuluennoitsijoita kansainvälisistä yhteistyökorkeakouluista ja organisaatioista, kansainvälinen oppimateriaali.

## **Sisällöt**

- liiketapahtumien kirjaaminen (koneelliseen) kirjanpitoon
- pääkirjanpito ja osakirjanpidot
- palkanlaskennan perusteet
- arvonalisäverot
- menojen ja tulojen jaksotukset
  - pysyvän käyttöomaisuuden jaksottaminen
  - vaihto-omaisuuden jaksottaminen
- taloushallinnon digitalisoituminen ja kirjausten automatisointi

## **Oppimistavat**

Tutkiva ja kehittävä oppiminen:

Lähiopetus (luennot, workshopit, tutoriaalit)

Harjoitustehtävät ja laskuharjoitukset

Itsenäinen ja ohjattu ryhmätyöskentely

Yritysvierailut

Opintojaksoon sisältyy myös pakollisena oman oppimisen arviointi.

## **Arviointitavat**

Arviointitavat määritellään toteutussuunnitelmassa (jaetaan toteutuksiin osallistuville toteutusten alussa) ja niihin kuuluvat mm.:

Oppimistehtävät

Tentit

Itse- ja vertaisarviointi

Toimeksiantajan arviointi

Opintojaksopalautteeseen sisältyvä itsearviointi ei vaikuta moduulin arvosanaan, sitä käytetään ainoastaan opintojakson kehittämiseen. Palaute kerätään sähköisesti.

## **Vastuopettaja(t)**

Pasi Romberg, Porvoo

Anna Sivonen, Porvoo

## **Oppimateriaalit**

Aiheeseen liittyvät kirjallisuus (myös E-kirjat ja online-artikkelit)

Verkkotutoriaalit

Yritysten Internet-sivut

Muu aiheeseen liittyvä materiaali

Sosiaalisen median kanavat