

# **REG1RY001 Vastuullinen liiketoiminta**

## **Tunnistetiedot**

tunnus: REG1RY001

laajuus: 5 op

## **Lähtötaso ja sidonnaisuudet**

Ei vaadittuja edeltäviä opintoja. Opintojakso on orientointi YRE20 Vastuullinen johtajuus – opintokokonaisuuteen, johon kuuluvat tämän opintojakson lisäksi YRE202 Vastuu käytännön yhteisössä sekä YRE203 Minä vastuullisena toimijana.

## **Oppimistavoitteet**

Opiskelija

- ymmärtää vastuullisen liiketoiminnan käsitteet
- osaa analysoida yritysten toimintaa vastuullisen liiketoiminnan näkökulmasta
- auttaa opiskelijaa edistämään omalla toiminnallaan yrityksen vastuullista liiketoimintaa
- osaa soveltaa vastuullisen johtamisen ydinkäsitteitä ajattelussaan ja päättelyssään
- opiskelija ymmärtää yrityksen sidosryhmien merkityksen vastuullisen liiketoiminnan muotoutumisessa.

## **Sisältö**

Opintojakso luo käsitteellistä perustaa opiskelijan oman toiminnan ja toimintaympäristön tarkastelulle opintokokonaisuuden kahdessa muussa opintojaksossa. Vastuullisen liiketoiminnan käsitteet nivoutuvat myös laajemmin koulutusohjelman ammatillisiin kokonaisuuksiin että strategisen johtamisen opintokokonaisuuteen.

Ennakoinnin, kompleksisuuden ja arvoperustan teemat kytkeytyvät opintojaksoon. Ennakoinnin teema on vahvimmin esillä tässä opintojaksossa.

- Vastuullisen liiketoiminnan kokonaisuuden hahmottaminen erityisesti sosiaalisen vastuun näkökulmasta
- Toimintaympäristön haasteet sosiaalisesti vastuulliselle liiketoiminnalle
- Vastuullisen palveluorganisaation piirteitä
- Palveluliiketoiminnan kriittisiä haasteita vastuullisen liiketoiminnan näkökulmasta
- Eettisyys päätöksenteossa ja toiminnassa
- Vastuullisuudesta koituvat hyödyt palveluliiketoiminnalle

## **Työelämäyhteydet**

Mahdolliset yritys-elämän edustajien vierailut.

## **Opetusmenetelmät**

Keskusteleva luento, kurssitehtävä

## **Vastuuopettaja**

Meri Vehkaperä

**Oppimateriaalit**

Ketola, 2005, Vastuullinen liiketoiminta

Opintojaksoon voi sisältyä myös muita tekstejä.

**Arviointiperusteet**

Osallistuminen (20%)

Kurssitehtävä (80 %)

## **REG1RY002 Vastuullisuus käytännön yhteisössä**

### **Tunnistetiedot**

tunnus: REG1RY002

laajuus: 5 op

### **Lähtötaso ja sidonnaisuudet**

Opintojaksoa edeltää Vastuullinen liiketoiminta -opintojakso. Osallistujien odotetaan hallitsevan tämän pohjalta peruskäsitteet.

### **Oppimistavoitteet**

Opintojakson tavoitteena on, että opiskelija

- tunnistaa yhteisön arkikäytännöistä vastuullisuutta edistäviä ja ehkäiseviä tekijöitä ja ymmärtää näiden tekijöiden syntymekanismeja,
- tarkentaa näkemystään yhteisön vuorovaikutuksesta vastuullisen liiketoiminnan näkökulmasta sekä
- kehittyä tutkivan ja systeemisen työtteen soveltamisessa.

Tavoitteena ei ole muuttaa tai kehittää yhteisön toimintaa vaan ennen kaikkea oppia ymmärtämään sitä paremmin vastuullisen johtamisen näkökulmasta.

### **Sisältö**

Ennakoinnin, kompleksisuuden ja arvoperustan teemat kytkeytyvät opintojaksoon.

Kompleksisuuden tema korostuu tällä opintojaksolla.

- Merkitysten muodostuminen käytännön yhteisössä
- Institutionaaliset vaikutukset organisaation toimintaan
- Vuorovaikutus systeemisenä ilmiönä

### **Työelämäyhteydet**

Raportti tehdään omaan käytännön yhteisöön.

### **Kansainvälisyys**

Materiaalit englanninkielisiä.

### **Opetus- ja oppimismenetelmät**

Opintojaksolla opiskelijan oma havainnointi, haastattelut ja analysointi ovat keskeisessä osassa. Lähiopetuksessa luennot ja yhteiset ohjatut keskustelut vuorottelevat.

Opintojaksoon mahdollisesti liittyvää kirjallisuutta voidaan myös käsitellä opintopiiri-tyyppisesti. Yksilötyö rakentuu vaiheittain Foorumissa, ja jäsenyyä käytännön yhteisön toimintaa tarkastelevaksi raportiksi.

### **Vastuuopettaja**

Eija Kjelin

### **Oppimateriaalit**

ENSISIJAINEN MATERIAALI:

DiMaggio & Powell, 1983. The Iron Cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields, American Sociological Review 1983, Vol. 48 (April: 147 - 160)(HY JSTOR)

Meehan, Meehan & Richards, 2006. Corporate Social Responsibility: the 3C-SR Model, International Journal of Social Economics, Vol. 33, No. 5/6, pp.389 - 398 (Emerald)

Lähiopetuksessa osoitetut materiaalit

SUOSITELLAAN

Isaacs, W. 2001, Dialogi ja yhdessä ajattelemisen taito; Talentum on loppuunmyyty.  
Wenger, 1998, Communities of Practice, Learning, Meaning and Identity, Cambridge

### **Arviointiperusteet**

Opintojakso koostuu kahdesta osasta: lähiopetuksesta (20%) ja yksilötehtävästä (80%).

Lähiopetuksessa vähintään 50% läsnäolo on välttämätön

Yksilötehtävän arviointiperusteet: arkisten tapahtumien ja käsitteellisen ilmiön yhteyksien ymmärtäminen, kytkennät sosiaaliseen vastuullisuuteen, lähteiden käyttö, asianmukainen raportointi sekä aikataulun pitäminen.

### **Opintojaksopalautteet ja niiden hyödyntäminen**

Opintojakson rakennetta ja yksilötyön ohjausta uudistetaan lukuvuonna 2010 – 2011 edellisenä lukuvuonna saadun palautteen perusteella.

# REG1RY008 Toiminta- ja konstrukttiivinen tutkimus

## Tunnistetiedot

tunnus: REG1RY008

laajuus: 5 op

## Lähtötaso ja sidonnaisuudet

Ei lähtötaasovaatimuksia, ei sidonnaisuuksia

## Oppimistavoitteet

Opiskelija perehtyy toimintatutkimuksen peruskäsitteisiin ja liikkeenjohdolliseen hyödyntämiseen. Opiskelija oppii hyödyntämään toimintatutkimusta ongelmien määrittelyssä ja ratkaisemisessa sekä organisaation ja oman työn kehittämisessä. Opiskelija osaa myös hahmottaa toimintatutkimusta prosessina ja arviointivälineenä.

## Opintojakson sisältö

Opintojakso koostuu kolmesta lähi- ja itseopiskelujaksosta, joiden sisällöt ovat seuraavat:

- Lähtöanalyysi sekä tutkimus- ja kehittämisasetelma
- Toimintatutkimuksellisen hankkeen toteuttaminen, tutkimus- ja kehittämisprosessi
- Kehittämis-, innovointi- ja arviointivaihe

## Työelämäyhteydet

Opiskelija ja ryhmät valitsevat oppimistehtävät omasta organisaatiosta ja/tai lähitoimintaympäristöstä.

## Kansainvälisyys

Valitut palvelualojen tapaukset tulevat Pohjois-Euroopan Barentsin alueelta ja palveluteollisuudesta.

## Opetus- ja oppimismenetelmät

Opintojaksotehtävä, luennot, harjoitukset, tentit, etätehtävät

## Vastuopettaja

V.A. Heikkinen, Yliopettaja, Palveluinnovaatiot, kokki, kotitalousopettaja, tulevaisuussparraaja

## Oppimateriaalit

Heikkinen, V.A. 2010. Toimintatutkimus palvelualoilla. Oppimateriaalipaketti. Julkaisematon käsikirja. Helsinki: Haaga-Helia ammattikorkeakoulu.

## Arviointiperusteet

Opintojakso arvioidaan hyväksyty/hylätty.

## Opiskelijapalautteet ja niiden hyödyntäminen

Opiskelijapalautteet kerätään kootusti ja niitä hyödynnetään pedagogiikan kehittämiseen.

# REG1RY005 Toimintaympäristön analyysi

## Tunnistetiedot

tunnus: REG1RY005

laajuus: 5 op

## Lähtötaso ja sidonnaisuudet muihin opintojaksoihin

Opintojaksolla ei ole edeltävyyssehtoja, eikä sidonnaisuuksia muihin opintojaksoihin.

## Oppimistavoitteet

Opintojakson suorittanut opiskelija

o tuntee keskeiset toimintaympäristön analyysin tutkimusmenetelmät sekä niiden edut ja rajoitteet.

o osaa hyödyntää markkinainformaatiota eri päätöksentekotilanteissa.

## Opintojakson sisältö

Toimintaympäristön analyysit kohdistuvat organisaation ulkopuolisen maailman tarkempaan hahmottamiseen. Toimintaympäristön analyysihin sisältyvät mm. kilpailuanalyysit ja markkinatutkimukset, joita käytetään päätöksenteon perustana mm. yrityksen liiketoimintasuunnittelussa, vanhan tuotteen myynnissä uusille markkinoille tai uuden tuotteen lanseeraamisessa.

Analyyseillä arvioidaan markkina- ja kilpailutilannetta kokoamalla eri tutkimusmetodien avulla tietoa toimintaympäristön nykytilasta ja toimijoista sekä lähitulevaisuuden kehitysnäkymistä.

Liikkeenjohdollisten menetelmien tukena voidaan käyttää laadullisia ja määrällisiä tutkimusmenetelmiä tiedon hankinnassa, syventämisessä tai muokkaamisessa.

o Toimintaympäristön hahmottaminen ja toimintaympäristön analyysin vaiheet.

o Käytännön esimerkit eri tutkimusmenetelmien sovelluksista toimintaympäristötarkastelussa.

o Opintojaksolla tutustutaan päätöksenteon laatua parantaviin analyysi- ja apuvälineisiin, sekä laaditaan toimintaympäristön analyysi olemassa olevalle tai perustettavalle yritykselle.

o Jaksolla perehdytään laadullisten ja määrällisten tutkimusmenetelmien syventäviin sovelluksiin, analyysiin ja tulkintaan.

## Työelämäyhteydet

Opintojakso hyödyntää osallistuvien ammattilaisten laaja-alaista kokemusta.

Opintojakson osana laaditaan toimintaympäristön analyysi opiskelijan omalle organisaatiolle.

## Opetus- ja oppimismenetelmät

Lähiopetus 24 h

Etätehtävät ja itsenäinen opiskelu 105 h

Etätentti 1 h

## Vastuopettaja

Mikko Laitinen, FT

## Oppimateriaalit

o Menetelmäopetuksen tietovaranto <http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/>

o Johnson & Scholes, 2005, "Exploring Corporate Strategy", Pearson Education

o Miles & Huberman, 1994, "Qualitative Data Analysis. An expanded sourcebook.", Sage

o Malhotra & Birks, 2003, "Marketing Research: An Applied Approach, Second European edition",

Harlow: Pearson Education

o Tuntityöskentelyn materiaali sekä muu ohjaajan ilmoittama ja jakama materiaali.

### **Arviointiperusteet**

Opintojakson etätehtävät (75%) ja tentti (25%).

### **Opintojaksopalautteet ja niiden hyödyntäminen**

Opintojaksopalautteet analysoidaan ja niiden perusteella tehdyt muutokset esitetään seuraavan toteutuksen opiskelijoille jakson alussa.

## **REG1RY006 Tulevaisuuden haltuunoton menetelmät**

### **REG1RY006 Tulevaisuuden haltuunoton menetelmät**

#### **Tunnistetiedot**

tunnus: REG1RY006

laajuus: 5 op

#### **Lähtötaso ja sidonnaisuudet muihin opintojaksoihin**

Opintojaksolla ei ole edeltävyyssehtoja eikä sidonnaisuuksia muihin opintojaksoihin.

#### **Oppimistavoitteet**

Opiskelija tutustuu tulevaisuudentutkimukseen, sen keskeisiin käsitteisiin ja suuntauksiin. Opiskelija oppii soveltamaan erilaisia tulevaisuudentutkimuksen menetelmiä osana tulevaisuuden palvelualan ja liiketoiminnan kehittämistä. Opiskelija kehittää omia ennakointitaitojaan ja tulevaisuusasennettaan.

#### **Opintojakson sisältö**

Opintojakso toteutetaan monimuoto-opetuksena. Itsenäinen opiskelu sisältää kaksi ennakointi- ja oppimistehtävää sekä tulevaisuusorientoituneen esseen tekemistä valitsemastasi markkina-alueesta.

- o Tulevaisuudentutkimuksen lähtökohdat, teoriat, keskeiset käsitteet ja suuntaukset
- o Menetelmät: Foresight, SWOT-analyysi, skenaariolähestymistavat, tulevaisuuspyörät, aivoriihimetodit, tulevaisuusstudiot ja -verstaat.

Sovellusalueina Business Foresight, Customer Foresight, Product Foresight ja Human resources Foresight

#### **Opetus- ja oppimismenetelmät**

Lähiopetus 24 h

Etätehtävät ja itsenäinen opiskelu 106 h

#### **Vaihtoehtoiset suoritustavat**

Vaihtoehtoisista suoritustavoista (esim. kontaktiopetuksen suorittaminen) sovitaan erikseen vastuuopettajien kanssa. Pääsääntöisesti vaihtoehtoisena suorituksena on kirjallisuuteen perehtyminen ja kirjallisuuden pohjalta tehtävä essee-/pohdintatehtävät.

#### **Vastuuopettaja**

V.A. Heikkinen, Yliopettaja, Palveluinnovaatiot, kokki, kotitalousopettaja, tulevaisuussparraaja

#### **Oppimateriaalit**

Aaltonen, M. 2010. Robustness: Anticipatory and Adaptive Human Systems Emergent Publications. USA.

Heikkinen, V.A. 2010. Tourism & Hospitality Business Foresight. Palvelu- ja vieraanvarausalojen tulevaisuuden rakentaminen. Oppimateriaalipaketti. Julkaisematon käsikirja. Helsinki: Haaga-Helia ammattikorkeakoulu.

#### **Arviointiperusteet**

Ennakointi- ja oppimistehtävien yksilöllinen ja/tai työryhmien kirjallinen raportointi ja esittäminen,



esim. raporttina, projektiportfoliona tai muuna vastaavana näytteenä. 30 % kontaktiopetuskerroilla pidetyt esitykset ja osallistuminen keskusteluun. Itsearviointi oppimis- ja ennakointitehtävien osana.

### **Opintojaksopalautteet ja niiden hyödyntäminen**

Opintojaksopalautteet analysoidaan ja niiden perusteella tehdyt muutokset esitetään seuraavan toteutuksen opiskelijoille jakson alussa.

# REG3RY002 Viestintätaidot ja yritysviestintä

## Tunnistetiedot

tunnus: REG3RY002

laajuus: 5 op

## Lähtötaso ja sidonnaisuudet

Opiskelija tutustuu ennen opintojakson alkamista seuraavaan kirjaan: Juholin, Elisa 2008.

Viestinnän vallankumous. Löydä uusi työyhteisöviestintä. WSOYpro. Helsinki. Opintojakso ei ole sidoksissa muihin opintojaksoihin.

## Oppimistavoitteet

Opiskelija tietää, miten yrityksen liiketoimintaa ja henkilöstön johtamista tuetaan sisäisellä ja ulkoisella viestinnällä. Hän osaa arvioida viestintää ja kehittää sitä. Opiskelija perehtyy lisäksi vuorovaikutustaitoihin sekä selkeän ja vakuuttavan kirjallisen ja suullisen esityksen laatimiseen.

## Sisältö

Opintojaksossa on kolme lähipäivää. Päivien teemat ovat seuraavat:

1. viestintä liiketoiminnan ja työyhteisön tukena
2. työyhteisön viestinnän kehittäminen
3. vuorovaikutustaidot.

Opintojakson päätyö on viestintäsuunnitelman laatiminen ja sen esittely muulle ryhmälle.

Opiskelija tekee viestintäsuunnitelman laatimista tukevan tehtävän ennen jokaista lähipäivää.

Tehtävät ja lähipäivien teemat ovat seuraavat:

Ennakkotehtävä: viestintäsuunnitelman aiheen ideointi

1. lähipäivä: viestintä liiketoiminnan ja työyhteisön tukena
  - Ennakkotehtävän eli viestintäsuunnitelmien aiheiden käsittely ideapajassa
  - Yhteisöviestintä vaikuttaa työtyytyväisyyteen ja tulokseen
  - Rakenna yhteisökuva sisäisellä ja ulkoisella viestinnällä
  - Tärkeimmistä sidosryhmistä viestinnän kohderyhmiä
  - Hae ja käytä palautetta
  - Palauteryhmien muodostaminen

Välitehtävä: viestintäsuunnitelman rakenteen laatiminen

2. lähipäivä: työyhteisön viestinnän kehittäminen
  - Välitehtävän eli viestintäsuunnitelmien runkojen käsittely tekstipajassa
  - Viestinnän suunnittelu: kenelle, mitä, miksi, miten, milloin?
  - Strateginen, operatiivinen ja taktinen taso
  - Työelämän tekstit johtamisen välineenä

Välitehtävä: DiSC-kyselyyn vastaaminen

3. lähipäivä: vuorovaikutustaidot
  - Välitehtävän eli muistion käsittely tekstipajassa
  - DiSC-vuorovaikutusmalli: neljän käyttäytymistyylin vahvuudet ja heikkoudet, tarpeet ja pelot
  - Omat DiSC-profiilit
  - Mitä, kuka, miten ja miksi – hyödynnä DiSCiä, kun puhut ja kirjoitat
  - Henkilökohtaiset toimintasuunnitelmat

Lopputehtävä: viestintäsuunnitelman ja muistion laatiminen ja arviointi

## **Työelämäyhteydet**

Opintojakso on tiiviisti yhteydessä työelämään: Opiskelijat tekevät viestintäsuunnitelmat oman työyhteisönsä toiminnan kehittämiseksi. Opiskelijat jakavat kokemuksiaan lähiopetuksessa ja verkossa.

## **Kansainvälisyys**

Viestintäalan kotimaisia käytäntöjä verrataan kansainvälisiin käytäntöihin. Jos opiskelija työskentelee kansainvälisessä yrityksessä, hän huomioi kansainvälisyyden viestintäsuunnitelmassaan.

## **Opetus- ja oppimismenetelmät**

Opinnot muodostuvat lähi- ja etäopinnoista. Lähiopinnot sisältävät runsaasti idea- ja tekstipajoja sekä muita harjoituksia ja niiden yhteistä arviointia, jotka harjaannuttavat opiskelijan viestintätaitoja ja kehittävät opiskelijan työyhteisöä. Etäopinnot koostuvat verkkotehtävistä ja -keskusteluista sekä muusta itsenäisestä työskentelystä.

## **Vastuupettaja**

Sirke Lohtaja-Ahonen

## **Oppimateriaalit**

Opiskelijat ja opettaja tuottavat osan opintojakson materiaalista. Opiskelija perehtyy seuraavaan kirjaan:

Juholin, Elisa 2001. *Communicare! Viestintä strategiasta käytäntöön*. Inforviestintä Oy. Helsinki.

Opiskelija tutustuu lisäksi yhteen seuraavista kirjoista:

- Aula, Pekka & Heinonen, Jouni 2002. *Maine: menestystekijä*. WSOY. Juva.

- Itkonen, Markus 2007. *Typografian käsikirja*. 3., laajennettu painos. RPS-yhtiöt.

- Juholin, Elisa 1999. *Sisäinen viestintä*. Inforviestintä Oy. Helsinki.

- Juholin, Elisa 2008. *Viestinnän vallankumous. Löydä uusi työyhteisöviestintä*. WSOYpro. Helsinki.

- Karhu, Matti & Salo-Lee, Liisa & Sipilä, Jorma & Selänne, Mervi & Söderlund, Liisa & Uimonen, Taina & Yli-Kokko, Päivi 2005. *Asiantuntija viestii. Ajatuksesta vaikutukseen*. Inforviestintä Oy. Helsinki.

- Kortetjärvi-Nurmi, Sirkka & Kuronen, Marja-Liisa & Ollikainen, Marja 2003. *Yrityksen viestintä*. 3.–4. painos. Edita Publishing Oy. Helsinki.

- Lohtaja, Sirke & Kaihovirta-Rapo, Minna 2007. *Tehoa työelämän viestintään – puhu kuulijalle, kirjoita lukijalle*. WSOY. Juva.

- Malmelin, Nando & Hakala, Jukka 2007. *Radikaali Brändi*. Talentum Media. Oy. Helsinki.

- Malmelin, Nando & Hakala, Jukka 2005. *Yhdessä – viestinnän ja markkinoinnin integraatio*. Inforviestintä. Helsinki.

- Roine, Sirkka-Liisa 2001. *Talousviestintä*. Inforviestintä Oy. Helsinki.

- Siukosaari, Anssi 2002. *Yhteisöviestinnän opas*. Business Books. Helsinki.

- Åberg, Leif 2006. *Johtamisviestintää! Esimiehen ja asiantuntijan viestintäkirja*. Inforviestintä Oy. Helsinki.

## **Arviointiperusteet**

Lähipäivät painottuvat keskusteluihin ja harjoituksiin, minkä vuoksi opintojaksolla on läsnäolovelvollisuus. Opintojaksolta voi saada enintään 100 pistettä. Opiskelija läpäisee opintojakson, kun hän

- saa vähintään 50 pistettä

- tekee kaikki opintojakson tehtävät

- osallistuu 1. lähipäivään tai korvaa poissaolonsa ylimääräisellä tehtävällä
- osallistuu 2. ja 3. lähipäivään.

Opintojakson arvosana muodostuu seuraavasti:

Viestintäsuunnitelman laatiminen 50 p.

Muistion laatiminen 20 p.

Aktiivinen osallistuminen 30 p.

Aktiivisen osallistumisen pisteet kertyvät aktiivisesta osallistumisesta lähiopetukseen, oppimista tukevan ilmapiirin vahvistamisesta sekä palautteen antamisesta ja vastaanottamisesta. Kaikki tehtävät on palautettava sovitun aikataulun mukaan. Myöhästyneen työn arvosana on enintään tyydyttävä.

### **Opintojaksopalautteet ja niiden hyödyntäminen**

Opiskelijoiden antamaa palautetta on hyödynnetty seuraavasti:

- Työelämän teksteihin tutustutaan myös lähiopinnoissa.
- Etätehtävät ovat aiempaa laajempia ja niitä on aiempaa vähemmän.

# **REG3RY004 Talouden hallinta ja ohjaus**

## **Tunnistetiedot**

tunnus: REG3RY004

laajuus: 5 op

## **Lähtötaso ja sidonnaisuudet**

Ei lähtötaaso-vaatimuksia, ei sidonnaisuuksia

## **Oppimistavoitteet**

Opintojakson suorittanut opiskelija

o ymmärtää ja hallitsee kannattavuuslaskentainformaation tuottamisen ja hyväksikäytön

liikkeenjohdon päätöksenteon näkökulmasta

o omaa parantuneet valmiudet liiketoimintaa tukevan kustannusjohtamisen toteuttamiseen ja toiminnan taloussuunnittelun modernien työvälineiden käyttöön.

o ymmärtää ja hallitsee kannattavan markkinoinnin periaatteet ja keskeiset menetelmät

## **Sisältö**

Opintojakso käsittelee kannattavuuslaskentainformaation tuottamista ja hyväksikäyttöä johdon päätöksenteon näkökulmasta sekä yrityksen toiminnan suunnittelua ja ohjaamista budjetoinnin avulla. Erityisesti jaksolla painotetaan uusia laskentainnovaatioita kustannusten hallinnassa ja budjetointiprosessien kehittämisessä sekä tulosraportoinnin menetelmiä. Opintojakson tavoitteena on kehittää opiskelijan valmiuksia liiketoimintaa tukevan tulosjohtamisen toteuttamiseen, tunnuslukuanalyysin yhdistämiseen kilpailijaseurantaan, tulosraportoinnin kehittämiseen erilaisissa tilinpäätösympäristöissä sekä toiminnan taloussuunnittelun modernien työvälineiden käyttöön.

Käsiteltäviä aihealueita ovat mm.:

- Tulosjohtaminen
- Toimintolaskenta; BSc ja Revenue management
- Tavoitekustannusjohtaminen
- Budjettisuunnittelu; Rullaava suunnittelu
- Kilpailijaseuranta
- Tunnuslukuanalyysi
- Tilinpäätösraportointi

## **Työelämäyhteydet**

Opiskelija perehtyy useiden palvelualan yritysten tuloksellisuuden hallinnan järjestämistapoihin ja analysoi niiden tuloksellisuutta.

## **Kansainvälisyys**

Opintojaksolla perehdytään viimeisimpiin kansainvälisiin tuloksellisuuden seurantatapoihin.

## **Opetus- ja oppimismenetelmät**

Luennot, tiimityöt (tilinpäätösanalyysi), etätehtävät.

## **Vastuopettaja**

Timo Saranpää

**Oppimateriaalit**

Ilmoitetaan opintojakson alussa.

**Arviointiperusteet**

Opintojakso arvioidaan etätehtävien perusteella.

**Opintojaksopalautteet ja niiden hyödyntäminen**

Opintojaksopalautteen avulla opintojakson sisältöä ja vaativuutta kehitetään aktiivisesti.

# **REG3RY005 Prosessien hallinta**

## **Tunnistetiedot**

tunnus: REG3RY005

laajuus: 5 op

## **Opintojakson tavoitteet**

Opintojakson suorittanut opiskelija

- o hahmottaa laadun johtamisen prosessit palveluyrityksessä.
- o hahmottaa, omaksuu ja hallitsee liiketoiminnan strategisen johtamisen keskeiset mittarit ja ohjausmekanismit.
- o hahmottaa yrityksen verkostosuhteiden kehittämisen ja hallinnan merkityksen sekä niihin liittyvät prosessit.
- o hahmottaa ketjuohjauksen keskeiset periaatteet ja menetelmät.
- o osaa arvioida yrityksen osaamistarpeita

## **Opintojakson kuvaus**

'Prosessien hallinta'-opintojaksolla (5OP) käsitellään palvelun laadun johtamista kehittyvässä palveluyrityksessä sekä perehdytään liiketoiminnan strategisen johtamisen sisältöön. Keskeisenä kohdealueena ovat strategiaa tukevat ohjausmekanismit, mittarit, strategian jalkauttaminen organisaatioon sekä liiketoimintaprosessien seuranta. Ketjuohjauksen osalta käsitellään ketjuohjauksen periaatteet, eri liiketoiminta-alueiden organisointi ja ohjaus sekä sitä tukeva mittaaminen.

## **Opintojakson sisältö**

Palvelun tehokkuus ja laatu

- o Laadun johtaminen palveluyrityksessä ja verkostoissa.
- o Laadun mittaaminen johtamisen välineenä.
- o Henkilöstön kannustaminen parempaan asiakaslaatuun.

Liiketoiminnan ohjaaminen

- o Ohjausmekanismit ja mittariston rakentaminen.
- o Mittaamisen jalkauttaminen organisaatioon.
- o Liiketoimintaprosessien seurannan organisointi.

Prosessien hallinta

- o Prosessit ja niiden vuorovaikutussuhteet.
- o Liiketoimintaprosessien ja verkostojen hallinta; Palveluyrityksen sidosryhmät.
- o Ulkoisten ja sisäisten verkostosuhteiden kehittäminen, hallinta ja ohjaus.

Ketjun johtaminen ja ohjaus

- o Strateginen ketjuohjaus
- o Liiketoiminta-alueiden organisointi ja ohjaus.
- o Liiketoiminta-alueiden mittaaminen.
- o Liiketoiminnan jatkuva kehittäminen.

## **Lähtötaso**

Ei vaadittuja edeltäviä opintoja.



## **REG3RY010 PALVELUBRÄNDIN HALLINTA**

### **Tunnistetiedot**

Tunnus: REG3RY010

Laajuus: 5 op

### **Lähtötaso ja sidonnaisuudet muihin opintojaksoihin**

Opintojaksolla ei ole edeltävyyssehtoja, eikä sidonnaisuuksia muihin opintojaksoihin.

### **Oppimistavoitteet**

Opiskelija

- tuntee brändin hallinnan (luomisen, hallinnoinnin ja tutkimuksen) keskeiset käsitteet ja konseptit.
- tuntee palvelubrändin luomisen ja ylläpitämisen erityispiirteet.
- osaa soveltaa tietoa käytännön liiketoiminnan kohteisiin.
  - osaa analysoida yrityksen brändin sekä brändin rakentamisen ja ylläpitämisen prosessin
  - osaa rakentaa palvelubrändin kehittämisen ohjelman

### **Sisältö**

Jaksolla perehdytään brändin käsitteeseen ja brändiajattelun koulukuntiin, keskeisiin konsepteihin, brändin mittaamisen perusteisiin sekä palvelubrändin luomiseen ja ylläpitämiseen. Opintojakson pääpaino on palvelubrändin luomisen ja ylläpitämisen keskeisissä menestystekijöissä. Opintojaksolle osallistuminen edellyttää ennakkotehtävän tekemistä ja jakson kuluessa laaditaan toimivan palveluyrityksen brändin kehittämissuunnitelma.

- Brändiajattelun perusteet
- Brändin johtamisen käsitteet ja mallit: tuotebrändit, brand-extensiot, brand alliancet, corporate branding, brand equity ja sen mittaaminen.
- Palvelubrändin rakentamisen erityispiirteet
- Brändin implementointi palveluliiketoiminnassa
- Strateginen brändin johtaminen

### **Työelämäyhteydet**

Opintojakso hyödyntää jaksolle osallistuvien ammattilaisten laaja-alaista kokemusta. Opintojakson osana laaditaan brändin kehittämissuunnitelma opiskelijan omalle organisaatiolle.

### **Opetus- ja oppimismenetelmät**

Lähiopetus 24 h

Ennakkotehtävä, etätehtävät ja itseopiskelu 106 h

### **Vastuopettaja**

Teemu Moilanen, KTT

### **Oppimateriaalit**

Tekijä(t): Aaker, David A.

Nimeke: Building strong brands

Julkaistu: London Free Press 2002

Tekijä(t): Aaker, David A.

Nimeke: Brand leadership

Julkaistu: London Free Press 2002

Tekijä(t): Kapferer, Jean-Noel

Nimeke: The new strategic brand management : creating and sustaining brand equity long term

Julkaistu: London Kogan Page 2008 TAI 2004

Tekijä(t): Keller, Kevin Lane

Nimeke: Strategic brand management : building, measuring and managing brand equity

Julkaistu: Upper Saddle River (NJ) Prentice Hall 2007 TAI 2003

Tekijä(t): Elliott, Richard & Percy, Larry

Nimeke: Strategic brand management

Julkaistu: Oxford University Press, 2007

Tekijä(t): Riezebos, Rik

Nimeke: Brand management : a theoretical and practical approach

Julkaistu: Harlow Pearson Education 2003

Tekijä(t): Moilanen, T. & Rainisto, S.

Nimike: How to brand nations, cities and destinations. A planning book for place branding.

Julkaistu: Palgrave Macmillan, 2009

### **Arviointiperusteet**

Brändianalyysi 30%

Brändin kehittämissuunnitelma 40%

Vertaisarvioinnit 30%

### **Opintojaksopalautteet ja niiden hyödyntäminen**

Opintojaksopalautteet analysoidaan ja niiden perusteella tehdyt muutokset esitetään seuraavan toteutuksen opiskelijoille jakson alussa.

## REG1RY007 Strateginen johtaminen

tekijä: [elisa.aunola](#) — Viimeisin muutos keskiviikko 22. Elokuuta 2012, 14.11

### Tunnistetiedot

tunnus: REG1RY007

laajuus: 5 op

### Lähtötaso ja sidonnaisuudet muihin opintojaksoihin

Opintojaksolla ei ole edeltävyyssehtoja, eikä sidonnaisuuksia muihin opintojaksoihin.

### Opintojakson tavoitteet

Opintojakson suorittanut opiskelija

- o ymmärtää, omaksuu ja hallitsee strategisen suunnittelun keskeiset periaatteet ja menetelmät
- o osaa arvioida palveluyrityksen toimintastrategiaa ja tehtyjä valintoja
- o osaa tilanteen mukaisesti soveltaen luoda vaihtoehtoisia strategioita palveluyrityksen tavoitteiden saavuttamiseksi
- o ymmärtää strategian uudistamisen vaikutukset asiakkuusstrategioihin, osaamisstrategioihin, yrityksen sisäisiin prosesseihin

### Opintojakson sisältö

Opintojaksolla tutustutaan strategisen suunnittelun ja johtamisen merkitykseen ja menetelmiin palveluyrityksen viitekehyksessä. Opintojaksolla painottuu strategian radikaali uudistaminen ja strategisten innovaatioiden etsiminen ja tuottaminen nopeasti muuttuvassa toimintaympäristössä.

- o Strategisen johtamisen merkitys ja kehitys nykypäivään
- o Strategisen johtamisen työkaluja. Mindset, käsiteanalyysi.
- o Strategisen johtamisen viitekehyksen luominen
- o Analyysi oman yrityksen strategiasta
- o Vaihtoehtoiset strategiat
- o Strategiset kehittämissuunnitelmat

### Työelämäyhteydet

Opintojakso hyödyntää osallistuvien ammattilaisten laaja-alaista kokemusta.

Opintojakson osana laaditaan strategian kehittämissuunnitelma opiskelijan omalle organisaatiolle.

### Opetus- ja oppimismenetelmät

Lähiopetus 28 h

Etätehtävät ja itsenäinen opiskelu 102 h

### Vastuopettajat

Yrjö Timonen, MBA

Teemu Moilanen, KTT

### Oppimateriaalit

- o Anderson, J.C. & Narus, J. A. (2004): Business Market Management: understanding, creating and delivering value. Pearson Education.
- o Bowman, C. (1998): Strategy in Practice. Prentice Hall, Europe.
- o Burgelman, Robert A. (2002): Strategy is destiny: how strategy-making shapes a company's future. New York: Free Press.
- o Gustafsson A. & Johnson M. D. (2003): Competing in a Service Economy. John Wiley&Sons.

- o Gutek, Barbara A. & Welsh, Theresa (2000): The brave new service strategy. AMACOM, NY.
- o Johnson, Gerry and Kevan Scholes (2001): Exploring Corporate Strategy. Financial Times Prentice Hall
- o Lynch, Richard (2006): Corporate Strategy. Prentice Hall.
- o Mintzberg, H., Ahlstrand, B. & Lampel, J. (1998): Strategy Safari. Prentice Hall, Europe.
- o Mintzberg Henry (2003): The strategy process: concepts, contexts, cases. Upper Saddle River, N.J.: Pearson Education.
- o Mintzberg Henry, Bruce Ahlstrand, and Joseph Lampel (2005): Strategy bites back: it is a lot more, and less, than you ever imagined. Harlow: Financial Times/Prentice Hall.
- o Strategy process: Shaping the contours of the field (2003), edited by Bala Chakravarthy et al. Malden, MA: Blackwell Pub.
- o Strategy process (2005), edited by Gabriel Szulanski, Joseph Porac, Yves Doz. Amsterdam Oxford : Elsevier JAI.
- o The Oxford Handbook of Strategy (2003). Volume I. A Strategy Overview and Competitive Strategy, edited by Faulkner, D. O. & Campbell, A. Oxford University Press.
- o The Sage Handbook of Hospitality Management (2008), edited by Brotherton B. & Wood R. C. Sage.
- o Tushman M. L. and Anderson, P. (2004): Managing Strategic Innovation and Change. Oxford University Press.
- o Venzin, Markus, Carsten Rasner and Volker Mahnke (2004), The strategy process: a practical handbook for implementation in business. London: Cyan.
- o Whittington, R. (2001): What is strategy - and does it matter? Thomson Learning.
- o de Wit, Bob and Ron Mayer (2004): Strategy: process, content, context. London: Thomson.

### **Arviointiperusteet**

60 % Strategian kehittämissuunnitelma

40 % Lähiopetuskerroilla pidetyt esitykset sekä osallistuminen keskusteluun

### **Opintojaksopalautteet ja niiden hyödyntäminen**

Opintojaksopalautteet analysoidaan ja niiden perusteella tehdyt muutokset esitetään seuraavan toteutuksen opiskelijoille jakson alussa.

# **REG3RY006 Strateginen henkilöstöjohtaminen**

## **Tunnistetiedot**

tunnus: REG3RY006

laajuus: 5 op

## **Oppimistavoitteet**

Opintojakson suorittanut opiskelija

- omaa parantuneet valmiudet suunnitella ja toteuttaa strategista henkilöstöjohtamista työelämässä.
- omaa parantuneet valmiudet tunnistaa muutosilmiöitä ja valita toimivia rooleja muutoksen johtamisessa.
- ymmärtää eri muutoksen johtamisen lähestymistapojen edellytyksiä ja mahdollisuuksia.

## **Sisältö**

Opintojaksolla perehdytään henkilöstöjohtamisen merkitykseen ja kehitykseen organisaation strategioiden ja tavoitteiden toteuttajana. Jaksolla perehdytään muutosilmiöiden tunnistamiseen ja toimivien roolien valintaan muutoksen johtamisessa.

## **Henkilöstöjohtaminen 2000-luvulla**

Henkilöstöjohtamisen muutos

Henkilöstöstrategia osana organisaation strategiaa

Keskeiset HR-teemat 2010-luvulla

Eettisyys henkilöstöjohtamisessa

Henkilöstöjohtaminen tulevaisuudessa

## **Organisaation kehittäminen**

Organisaation kehittäminen vs. muutosjohtaminen vs. muutoksessa johtaminen

Vuorovaikutus ja voimavarat muutoksessa

HR ja/tai muutoksen johtaminen ammattina Vuorovaikutus ja voimavarat muutoksessa

Konsulttipalvelujen osto

## **Johtajuus ja muutos**

Organisaatioon liittyvät uskomukset

Strategisen ohjauksen ja operatiivisen toiminnan yhteensopivuus: Muutosesimerkkinä BSC-malli strategialähtöisenä ohjausjärjestelmänä

## **Työelämäyhteydet**

Mahdollinen vierailija/Haagailu Avartaa -luento

## **Kansainvälisyys**

Osittain englanninkielinen materiaali

## **Opetus- ja oppimismenetelmät**

Lähiopetus, referaatti, ryhmätyö

## **Vastuopettaja**

Eija Kjelin

## **Oppimateriaalit**

Kotila: Strateginen henkilöstöjohtaminen ja yrityksen tuloksellisuus

Morgan G (1986 tai 1997), Images of Organization

Lähiopetuksessa osoitetut materiaalit

Viitala Riitta, 2007, Henkilöstöjohtaminen, strateginen kilpailutekijä (kertauskirja amk-oppimäärään)

### **Arviointiperusteet**

Osallistuminen lähiopetukseen 20%, referaatti ja ryhmätehtävä 20% ja tentti 60%

Tehtävissä ja tentissä ovat arviointiperusteina kurssin teemojen soveltaminen, materiaalien hyödyntäminen tarkoituksenmukaisella tavalla sekä luovuus ja realismi.

# Service Design ja tuotekehitys palvelutuotteissa

## Tunnistetiedot

Tunnus: REG3RY003

Laajuus: 10 op

## Lähtötaso ja sidonnaisuudet muihin opintojaksoihin

Opintojaksolla ei ole edeltävyyssehtoja, eikä sidonnaisuuksia muihin opintojaksoihin.

## Opintojakson tavoitteet ja oppimisprosessi

Opiskelija

- o tuntee asiakaslähtöisen palvelutuotteen kehittämisen keskeiset käsitteet ja konseptit
- o kehittää kyvykkyyttään analysoida toimintaympäristöä ja ennakoida uusia mahdollisuuksia palveluliiketoiminnan kehittämiseksi
- o osaa soveltaa tietoa käytännön palvelutuotteiden ja -konseptien kehittämistyössä.

## Sisältö

Asiakaslähtöisyyden ja innovatiivisuuden merkitys palveluyritysten tuotekehityksessä on keskeisen tärkeää ja kasvaa muuttuvassa toimintaympäristössä edelleen. Käyttäjäkokemuksen tutkimus antaa uudenlaisia lähestymistapoja palveluliiketoiminnan kehitystyöhön. Palvelumuotoilulla tarkoitetaan palvelujen innovointia, kehittämistä ja suunnittelua muotoilun menetelmin. Palvelumuotoilu antaa uudenlaisen lähestymistavan kokemuksen tuotteistamiselle ja palveluympäristön kehittämiseksi. Palvelumuotoilu hyödyntää käyttäjälähtöisen tutkimuksen työvälineitä: käyttäjäkokemuksen ja käytettävyyden tutkimus, käyttäjäkokemuksen mallintaminen (experience prototyping) ja visioiva tuotekonseptointi uusien palvelujen tuotteistamisessa. Opintojaksolla syvennyttään palvelutuotteiden ja -konseptien kehittämisen menetelmiin.

- o asiakaslähtöinen tuotekehitysprosessi
- o palvelukonseptien mallintaminen
- o palveluiden tuotekehityksen työvälineet (blueprint, lean)
- o käyttäjäkokemuksen mallintaminen
- o innovaatiotyöskentely ja sen johtaminen palveluiden tuotekehityksessä
- o palveluiden profilointi ja erilaistaminen
- o palvelujen kilpailukykytekijät
- o palveluinnovaation tuotteistaminen, brändääminen ja kaupallistaminen

## Opetus- ja oppimismenetelmät

Lähiopetus 48 h

Etätehtävät ja itsenäinen opiskelu 212 h

## Vastuopettajat

Teemu Moilanen, KTT

Dr. Mario Ascencao

V.A. Heikkinen, KT

## Oppimateriaalit

...päivittyä

## **Arviointiperusteet**

...päivitty

## **Opintojaksopalautteet ja niiden hyödyntäminen**

Opintojaksopalautteet analysoidaan ja niiden perusteella tehdyt muutokset esitetään seuraavan toteutuksen opiskelijoille jakson alussa.



## Minä vastuullisena toimijana

tekijä: h00825 — Viimeisin muutos keskiviikko 22. Elokuuta 2012, 14.20

### Tunnistetiedot

tunnus: REG3RY017

laajuus: 5 op

### Lähtötaso ja sidonnaisuudet

Opintojakso suositellaan suoritettavaksi samana lukuvuonna kuin opintojaksot REG1RY001 ja REG1RY002 tai näiden jälkeen.

### Oppimistavoitteet

Tavoitteena on kehittää opiskelijan ammatillista identiteettiä ja tarkastella opiskelijan reagointi-, tiedonkäsittely- ja selviytymisstrategioita työelämän erilaisissa tilanteissa.

Opintojakson tavoitteena on, että opiskelija

- tunnistaa oman arvoperustansa sekä toimintatapansa entistä paremmin
- kykenee tarkastelemaan omaa toimintaansa osana sosiaalista systeemiä
- on motivoitunut reflektoimaan ja kehittämään omaa työskentelyotettaan sekä suhdettaan vastuulliseen liiketoimintaan.

### Sisältö

Ennakoinnin, kompleksisuuden ja arvoperustan teemat kytkeytyvät opintojaksoon.

Arvoperustan tema korostuu tällä opintojaksolla.

Sisältö muodostuu opiskelijoiden omien valintojen mukaan opintojakson yleistavoitteiden suunnassa. Oma arvoperusta ja johtajuus ovat keskiössä.

### Työelämäyhteydet

Vertaisryhmät ja työelämäkokemusten reflektointi.

### Opetus- ja oppimismenetelmät

Opiskelijoille tarjotaan kahdesta kolmeen vaihtoehtoista suoritustapaa.

Pienryhmät työskentelevät pitkäkestoisesti. Kakissa ryhmissä käytetään eri lähestymistapaa oman toiminnan reflektointiin. Lähestymistavasta riippumatta tavoitteena on tarjota opiskelijaryhmälle tila, jossa omaa johtajuutta ja/tai toimijuutta tarkastellaan omakohtaisten tai yleisten työelämätilanteiden kautta. Ryhmien organisointiin vaikuttavat mahdollinen työrooli (esim. esimieskokemus), opiskelijoiden kiinnostus sekä ryhmäkoko.

A) Pienryhmä, joka tarkastelee omaa ajattelua ja toimintaansa esimiehenä. Työskentelytapana esimiesten työnohjaus.

B) Pienryhmä, joka muiden toimintaa tarkastelemalla peilaa omaa ajattelua ja toimintaansa. Työskentelytapana julkisten yritystapausten käsittely kirjallisuuden avulla.

Pienryhmä, joka tuottaa tilanteita, joita tutkii. Työskentelytapana sosiodraaman tyyppiset työskentelytavat.

### Vastuopettaja

Eija Kjelin

**Arviointiperusteet**

Vähintään 80% osallistuminen ja annettujen tehtävien suorittaminen.

## REG3RY016 Sähköinen liiketoiminta

tekijä: [anne.naumanen](#) — Viimeisin muutos keskiviikko 16. Toukokuuta 2012, 13.24

Opintokokonaisuus: Vaihtoehtoiset ammatilliset suuntautumisopinnot

Tunnus: REG3RY016

Laajuus: 5 op

Kieli: suomi

Opintokokonaisuuden taso: Syventävät ammattiopinnot, ylempi AMK

Opintokokonaisuuden tyyppi: Vaihtoehtoinen

### Lähtötaso ja sidonnaisuudet muihin opintojaksoihin

Lähtötasona edellytetään AMK-tutkinnon tietoja ja taitoja.

### Oppimistavoitteet

Opintojakson tavoitteena on herättää opiskelijan kiinnostus sähköisen liiketoiminnan eri mahdollisuuksiin ja antaa opiskelijalle eväitä uusien toimintamallien innovointiin ja niiden suunnittelemiseen ja ostamiseen.

Opintojakson suoritettuaan opiskelija

- ymmärtää sähköisen liiketoiminnan mahdollisuuksia
- osaa määritellä, mitoittaa ja ostaa tarkoituksenmukaisia järjestelmiä
- hallitsee sähköisen markkinoinnin ja kaupankäynnin oleelliset osat

### Sisältö

Opintojaksolla käsitellään sähköisen liiketoiminnan historiaa, nykyisyyttä ja tulevaisuuden näkymiä yhdessä keskustellen.

Opintojaksolla käsiteltävät asiat ovat

- uudet liiketoimintamallit
- internet ja muut rakenteet
- verkkosivut ja -kauppa, käytettävyys
- maksuliikenne, verot, takuu, huolto, palautukset
- turvallisuus sekä eettiset, sosiaaliset ja poliittiset seikat, yksityisyys
- B2B sähköliiketoiminta ja kumppanuus, EDI, Supplier Relations Management
- ERP (Enterprise Resource Planning) tietojärjestelmät, intranet
- järjestelmien hankinta, vaatimusmäärittelyt
- sähköinen markkinointi ja mainonta, PR
- ROI, mitattavuus, tietolohinta
- kuluttajakäyttäytymisen muutos
- Web 2.0 ja sosiaaliset saitit
- virtuaalimaailmat
- mobiili liiketoiminta

### Työelämäyhteydet

Opintojaksolla tehdään työelämälähtöinen harjoitus.

### Aikaisemmin hankitun osaamisen tunnistaminen (AHOT)

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

## Opetus- ja oppimismenetelmät

Lähiopetus 24 h

Itsenäinen opiskelu 111 h

## Vastuupettajat

Tommi Immonen, Haaga

## Oppimateriaalit

tuntityöskentelyn materiaali sekä muu ohjaajan ilmoittama ja jakama materiaali.

## Arvioinnin kohteet ja -kriteerit

Opintojakso arvioidaan asteikolla yhdestä viiteen (1-5).

Arvosanat/	1	3	5
<b>Kohteet</b>	(min 50% tavoitteesta)	(min 70% tavoitteesta)	(min 90% tavoitteesta)
<b>Tiedot</b> (Knowledge)	Opiskelija osaa tunnistaa, listata ja yhdistellä keskeiset brändin johtamisen käsitteet.	Opiskelija osaa kuvata keskeiset brändin johtamisen käsitteet ja soveltaa niitä uusiin konteksteihin. Opiskelija osaa yhdistää keskeiset teoreettiset käsitteet käytännön ongelmanratkaisuun sekä muodostaa kuvan kokonaisuudesta.	Opiskelija käyttää ja yhdistelee erilaisia brändin johtamisen käsitteitä ja teorioita, ja kehittää omia malleja ja viitekehyksiä. Hänen teorian ja terminologian käyttönsä on erittäin tarkkaa ja täsmällistä. Opiskelija on tietoinen erilaisista brändin johtamisen lähestymistavoista, ja osaa monipuolisesti vertailla erilaisia malleja, teorioita ja näkökulmia.
<b>Taidot</b> (Skills)	Suurin vaikeuksin ja merkittävässä määrin ulkopuolista ohjausta tarviten opiskelija osaa laatia brändin kehittämissuunnitelman kohdeyritykselle. Kehittämissuunnitelma muodostaa keskeisiltä osiltaan kokonaisuuden. Opiskelija osaa hyödyntää keskeisimpiä brändin johtamisen käsitteitä ja malleja.	Opiskelija osaa kerätä, keskeisiltä osin analysoida, sekä osittain hyödyntää tietoa laatiessaan brändin kehittämissuunnitelman kohdeyritykselle. Opiskelija osaa arvioida ja valita tilanteeseen soveltuvat mallit, menetelmät ja viitekehykset.	Opiskelija osaa kerätä, analysoida ja hyödyntää tietoa laatiessaan korkealaatuisen brändin kehittämissuunnitelman kohdeyritykselle. Opiskelija osoittaa erinomaista kykyä arvioida ja valita tilanteeseen soveltuvat mallit, menetelmät ja viitekehykset, ja käyttää niitä vaivattomasti.
<b>Pätevyys</b>	Suurin vaikeuksin ja merkittävässä määrin	Opiskelija osaa itsenäisesti toimia	Opiskelija osaa itsenäisesti ja ammattitaitoisesti toimia

(Competencies) ulkopuolista ohjausta tarviten opiskelija suoriutuu hänelle osoitetuista tehtävistä. Hän osaa soveltaa keskeisiä käsitteitä ja malleja välttävästi. Opiskelija osaa ohjattuna analysoida brändin kehittämisen prosessin ja kilpailuympäristön sekä tuettuna rakentaa palvelubrändin kehittämisen ohjelman.	brändin kehittämiseen tähtäävissä tehtävissä. Hän osaa soveltaa keskeisiä käsitteitä ja malleja, ja osaa arvioida muiden laatimia brändin kehittämissuunnitelmia. Opiskelija osaa itsenäisesti analysoida brändin kehittämisen prosessin ja kilpailuympäristön sekä rakentaa palvelubrändin kehittämisen ohjelman.	brändin kehittämiseen tähtäävissä tehtävissä. Hän osaa laajamittaisesti hyödyntää ja vaivatta soveltaa keskeisiä käsitteitä ja malleja, ja osaa tuottaa kehittämissuunnitelmia muiden laatimiin brändin kehittämissuunnitelmiin. Opiskelija osaa analysoida brändin kehittämisen prosessin ja kilpailuympäristön sekä rakentaa korkealaatuisen ja innovatiivisen palvelubrändin kehittämisen ohjelman.
---	--	--

### **Arviointiperusteet**

Kurssilla tehdään suunnitelma yritykselle, jossa selvitetään sähköisen liiketoiminnan mahdollisuuksien hyödyntämistä kustannustehokkaasti ja luovasti. Tämä ja muut harjoitukset muodostavat 100% arvosanasta.

## REG3RY019 Loyalty Management

Code: REG3RY019

Extent: 5 ECTS credits (135h)

Timing: Fall semester

Language: English

Level: Advanced professional studies

Type: Elective

Prerequisites

This course forms part of the Management module for the Degree Programme in Tourism. There are no prerequisites for this course.

Learning outcomes

Upon successful completion of the course, the student is able

1. To analyze a company's current performance level in relationship management
2. To determine the appropriate fit and scope of loyalty efforts given a specific market position and business strategy
3. To formulate a 1-to-1 customer loyalty strategy
4. To determine the appropriate degree of loyalty process automation
5. To implement a system of customer loyalty measurement beyond service satisfaction
6. To value a company's (customer) goodwill.

Course contents

The course is designed to increase students' understanding of

- The distinction between customer service processes and customer relationship processes
- The critical success factors of relationship / loyalty management which explain the high complexity and even failure rate of CRM initiatives in companies
- Customers' psychological processes and mental states which lead to continued and collaborative behavior with the company
- Customer Intimacy, and its relation to other management philosophies/strategies like Hostmanship, Customer Experience Management, Customer Engagement, and Co-creation.

Cooperation with the business community

The course is implemented with connection to the student's own professional working environment.

Learning and teaching methods

During 3 full class days (24h in total, 1 class day every 3 weeks) students will learn, discuss and start to apply models and methods that support the described learning outcomes. A typical teaching day is composed of A) a presentation of methods and techniques; B) a plenary discussion of the techniques; C) a team discussion as to how to apply the methods and techniques to concrete companies; D) a concluding session with suggestions for individual assignments.

Each student will individually submit 2 assignments of maximum 20 typed pages (single spaced; 12pt Times New Roman), each requiring around 50 hours of work

1. Formulation of a customer loyalty strategy for a company chosen by the student (insider perspective)
2. Description of a system of customer loyalty measurement for a company chosen by the student (insider perspective)

Prior to final submission of both assignments students will be allowed to seek feedback from the teacher on a first draft.

A "take home" exam of 4 hours will be organized during the last course week. A case company will be described for which students will be asked to conceive a research and consulting strategy for improved loyalty management (outsider perspective). Aiming to assess practical knowledge

acquired throughout the course and allowing students to consult all sources, students can only prepare by globally reviewing course materials and findings.

Accreditation of prior learning (APL, in Finnish AHOT)

Not applicable

Teacher with main responsibility for the course

Olaf W. Hermans

Course materials

Materials will be announced during the course.

Assessment criteria

Active participation 30%

Assignments 2x 25%

Take home exam 20%

Four levels of competence are distinguished:

- Excellent: student is able to make customer intimacy and loyalty the leading perspective in his/her organization. This includes envisioning all change and development processes that lead to competitive advantage (loyalty as business strategy)
- Good: student is able to describe an exhaustive and integrated loyalty strategy relevant to his/her company (loyalty as functional strategy)
- Sufficient: student understands, analyzes and judges well all relevant aspects of loyalty management in his/her company (loyalty solutions)
- Insufficient