

# Henkilökohtaisten ominaisuuksien ja osaamisen kartoitus, HOPS ja oppimisyhteisöjen luominen

**Tunnus:** HEN2SYAMK

**Laajuus:** 5 op

**Ajoitus:** 1. ja 2. lukuvuosi

**Kieli:** suomi

**Opintojaksion taso:** ylempi amk-tutkinto

**Opintojaksion tyyppi:** pakollinen

**Oppimistavoitteet:** Opintojaksion suoritettuaan opiskelija tuntee oman alansa kehitysnäkymät, henkilökohtaiset vahvuutensa ja kehitettävät alueet, on laatinut henkilökohtaisen ura- ja opintosuunnitelman sekä on osaltaan ollut mukana luomassa mielekästä oppimisympäristöä.

**Sisältö:** Osiossa kehitetään liikunta- ja vapaa-ajan alan ammattilaiselta vaadittavaa megatrendien ja muiden muutosten seuranta- ja tulkintakykyä. Performance Importance – matriisia hyväksikäyttäen arvioidaan opiskelijoiden osaamista sekä heidän ammattitaitoonsa liittyviä osaamistarpeita. Henkilökohtaisten ominaisuuksien ja osaamisen kartoituksen jälkeen opiskelijat laativat henkilökohtaiset ura- ja opintosuunnitelmansa. Lisäksi kukin opiskelija kehittää omia työelämätaitojaan (esim. työelämän säännöt, sopimustekniikka).

**Kansainvälisyys:** Koko opintojakso perustuu kansallisten ja kansainvälisten tutkimus- ja kehitysprojektien metodeihin, sisältöihin ja soveltamiseen.

**Opetus- ja oppimismenetelmät:** Luennot ja harjoitukset 20 tuntia sekä aiheeseen liittyvään kirjallisuuteen ja muuhun materiaaliin perehtyminen.

**Oppimateriaalit:** Ilmoitetaan erikseen. Ennakkomateriaalina Sitran trendilista 2014-15

<http://www.sitra.fi/uutiset/sitran-trendilista-2014-2015-valmistunut>

**Arviointiperusteet:** Hyväksytty / hylätty

# Innovaatiojärjestelmät ja innovaatioiden syntyprosessit

**Tunnus:** INN2SYAMK

**Laajuus:** 3 op

**Ajoitus:** lukukausi 3

**Kieli:** suomi

**Opintojakson taso:** ylempi amk-tutkinto

**Opintojakson tyyppi:** pakollinen

**Oppimistavoitteet:** Opiskelija tuntee innovatiivisuuden ja luovuuden kehittämisen menetelmiä sekä kykenee soveltamaan innovaatioiden syntyprosessia liikunta- ja hyvinvointialoilla. Oppimisprosessin tavoitteena on tukea opiskelijan luovaa ja innovatiivista ajattelua siten, että hän rohkaistuu näkemään erilaisia tapoja lähestyä ja ratkaista oman toimialansa ongelmia. Opiskelija ymmärtää innovaatiotoiminnan peruskäsitteistöä ja innovaatioympäristön merkityksen organisaation kehittämisessä ja hän osaa teoriassa soveltaa innovaatiotyökalujen omaan työyhteisöönsä.

## Sisältö:

- Innovaatiotoiminnan ja innovaatiojärjestelmien perusteet
- Monitoimijaisten innovaatioprosessien erityispiirteet
- Luovuus ja sen osa-alueet
- Luovuus ja innovaatiotoiminta
- Innovaatiotoiminnan merkitys liikunta- ja hyvinvointitoimialan kehittämistyössä

**Kansainvälisyys:** Koko opintojakso perustuu kansallisten ja kansainvälisten tutkimus- ja kehitysprojektien metodeihin, sisältöihin ja soveltamiseen.

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

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

**Arviointiperusteet:** Osallistumisen, aktiivisuus ja annettujen tehtävien arviointi asteikolla 0-5 (kiitettävä on 5, hyvä 4 ja 3, tyydyttävä 2 ja 1 sekä hylätty 0).

# Kommunikaatio- ja viestintätaitojen kehittäminen sekä alan tiedonhankintataitojen kehittäminen

**Tunnus:** KOM2SYAMK

**Laajuus:** 5 op

**Ajoitus:** 1. ja 2. lukuvuosi

**Kieli:** suomi

**Opintojakson taso:** ylempi amk-tutkinto

**Opintojakson tyyppi:** pakollinen

**Oppimistavoitteet:** Opintojakson suoritettuaan opiskelija hallitsee urheiluorganisaation viestinnän johtamisen menetelmät ja käytännöt, osaa hyödyntää urheilujournalismin sekä uuden median tarjoamia mahdollisuuksia johtamisessaan ja tuntee alan keskeiset toimijat ja niiden toimintaperiaatteet. Opiskelija tuntee liikunta-alan tietokannat ja tiedonhankintamenetelmät, jotka mahdollistavat syventymisen oman alan uusimpaan tutkittuun tietoon.

## Sisältö:

- Organisaation viestinnän johtaminen ja organisointi
- Urheilun ja median suhteet sekä urheilujournalismin perusteet
- Medioiden tuntemus ja hyödyntäminen; uuden median hyödyntäminen osana viestintää
- Liikunta-alan johtohenkilöiden viestinnän laaja-alainen kehittäminen
- Kirjaston käytön ja kirjaston käyttöön hankittujen tietokantojen käytön opastus ja siihen liittyvät tehtävät. Haaga-Helian tietojärjestelmät

**Kansainvälisyys:** Koko opintojakso perustuu kansallisten ja kansainvälisten tutkimus- ja kehitysprojektien metodeihin, sisältöihin ja soveltamiseen.

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

**Oppimateriaali:** Urheiluviestintään ja tiedonhankintaan liittyvää kirjallisuutta 400 sivua.

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

# Liikunnan talous I

**Tunnus:** LT12SYAMK

**Laajuus:** 3 op

**Ajoitus:** 1. lukuvuosi

**Kieli:** suomi

**Opintojakson taso:** ylempi amk-tutkinto

**Opintojakson tyyppi:** pakollinen

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

## Sisältö:

- Liikunnan kysyntä, tarjonta ja markkinat
- Liikunnan julkisen, yksityisen ja kolmannen sektorin talous
- Yrityksen ja yhdistyksen talousprosessit

**Kansainvälisyys:** Koko opintojakso perustuu kansallisten ja kansainvälisten tutkimus- ja kehitysprojektien metodeihin, sisältöihin ja soveltamiseen.

## Opetus- ja oppimismenetelmät:

- Luennot, keskustelu, ryhmätyöt ja asiantuntijoiden case-esitykset, yhteensä 20 tuntia
- Ennakkomateriaaleihin tutustuminen ja ennakkotehtävien tekeminen
- Ongelmalähtöinen harjoitustyö oman organisaation toimintaan liittyen

## Oppimateriaali:

- Gratton & Taylor, 2000. Economics of Sport and Recreation.
- Myllyntaus (toim.), 2004. Kuntatalous – monen muuttujan summa.
- Meklin, 2002. Valtiontalouden perusteet
- Nurminen, 1998. Järjestöjen uusi tiliopas
- Puronaho, 2006. Liikuntaseurojen lasten ja nuorten liikunnan markkinointi
- Alan uusinta tutkimuskirjallisuutta sopimuksen mukaan

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

# Liikunnan talous II

**Tunnus:** LT22SYAMK

**Laajuus:** 3 op

**Ajoitus:** 1. lukuvuosi

**Kieli:** suomi

**Opintojakson taso:** ylempi amk-tutkinto

**Opintojakson tyyppi:** pakollinen

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

## Sisältö:

- Erialaisten liikuntaorganisaatioiden taloushallinto
- Työelämälähtöinen talouden suunnittelu, kehittäminen ja seuranta
- Tilinpäätösanalyysi ja tilinpäätösinformaatio
- Tilinpäätösanalyysin soveltaminen johdon laskentatoimessa, taloussuunnittelussa ja päätöksenteossa

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

## Oppimateriaali:

- Niskanen & Niskanen, Tilinpäätösanalyysi
- Neilimo & Uusi-Ranta, Johdon laskentatoimi (uusin painos)

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

# Strateginen johtaminen ja projektien johtaminen

**Tunnus:** STR2SYAMK

**Laajuus:** 3 op

**Ajoitus:** Opintojakson esittely lukukaudella 3, toteutus lukukaudella 4

**Kieli:** suomi

**Opintojakson taso:** ylempi amk-tutkinto

**Opintojakson tyyppi:** pakollinen

**Oppimistavoitteet:** Opintojakson suoritettuaan opiskelija tuntee ja hallitsee organisaation strategisen johtamisen välineitä pitkän ajan tavoitteiden johdonmukaiseksi toteuttamiseksi, ymmärtää tahtotilan ja strategisten valintojen tekemisen tärkeyden sekä ymmärtää strategisten tavoitteiden toteutumisen mittaamisen ja arvioinnin merkityksen organisaation kehittämisessä. Opiskelija osaa käyttää projektia työkaluna strategisessa kehittämisessä ja tunnistaa strategian vaikutukset resursointiin, henkilöstön rekrytointiin ja kehittämiseen.

## Sisältö:

- Organisaation strategiatyön perusteet
- Strategiset valinnat
- Strategian toteutus
- Projektityöskentely organisaation kehittämistyökaluna

**Kansainvälisyys:** Koko opintojakso perustuu kansallisten ja kansainvälisten tutkimus- ja kehitysprojektien metodeihin, sisältöihin ja soveltamiseen.

**Opetus- ja oppimismenetelmät:** Luennot ja harjoitukset 20 tuntia, lisäksi etätehtävät ja kirjallisuuteen sekä muuhun materiaaliin tutustuminen.

**Oppimateriaali:** Strategiseen johtamiseen ja urheilujohtamiseen liittyvää kirjallisuutta ja muuta aineistoa sopimuksen mukaan. Ennakkolukemisena Vuorinen, T. 2013 Strategiakirja. 20 työkalua. Talentum.

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

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

**Tunnus:** TUT2SYAMK

**Laajuus:** 5 op

**Ajoitus:** Lukukausi 1-2

**Kieli:** suomi

**Taso:** ylempi amk-tutkinto

**Tyyppi:** pakollinen

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

## Sisältö:

- Tutkivan asenteen kehittäminen
- Tutkimusetiikka
- Laadulliset ja määrälliset tutkimusmenetelmät ja niiden hyödyntäminen
- Tutkimusprosessi
- Tutkimustiedon kriittinen arviointi ja hyödyntäminen

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

**Oppimateriaali:** Työelämälähtöiset tutkimusaineistot sekä tutkimuskirjallisuutta 200 sivua.

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

# Työelämän kehittämishanke

**Tunnus:** TYÖPRO

**Laajuus:** 30 op

**Ajoitus:** alkaen lukukaudelta 3

**Kieli:** suomi

**Taso:** ylempi amk-tutkinto

**Tyyppi:** pakollinen

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

**Sisältö:** Opintojen yhteydessä opiskelijat tekevät kehittämishankkeen, joka vahvistaa opiskelijan henkilökohtaista osaamista ja toimii oman työn ja työympäristön kehittämisen välineenä. Kehittämishanke voi olla esimerkiksi urheiluorganisaation toiminta-, markkinointi- tai viestintäsuunnitelma. Kehittämishanke voi kohdistua omaan työyhteisöön, se voi olla johtamiseen, markkinointiin, talouteen tai viestintään liittyvä suunnitelma tai muutoin organisaatiota eteenpäin vievä selvitys kehittämis ehdotuksineen. Työn aikana tulee tuottaa relevanttia kehitettävään organisaatioon liittyvää uutta tietoa kehitystyön pohjaksi.

**Opetus- ja oppimismenetelmät:** Kehittämishanke aloitetaan heti opintojen alussa ja sitä työestetään opintojen ja kirjallisuudesta saatavan tiedon tukemana. Opiskelija tekee työn tai työyhteisön kehittämiseen tähtäävän 30 opintopisteen laajuisen kehittämistehtävän (opinnäytetyö) osana tutkintoa. Työ toteutetaan opettajien ja työelämän edustajien ohjauksessa kahden vuoden aikana opintojen aloittamisesta. Kehittämishankkeen tekemiseen kuuluu osallistuminen kehitettävänä olevan organisaation toimintaan, osallistuminen opinnäytetöiden liittyviin seminaareihin, henkilökohtainen kanssakäyminen työn ohjaajan/ohjaajien kanssa sekä itsenäinen työhön liittyvä tiedonhankinta sekä muu työskentely. Opiskelija perehtyy kehittämiskohteen kannalta keskeiseen kirjallisuuteen ja muuhun lähdeaineistoon. Työn ohjaus toteutetaan henkilökohtaisesti jokaisen intensiivijakson yhteydessä sekä sähköpostitse. Mikäli työ toteutetaan parityönä, tulee selvästi olla erotettavissa kummankin opiskelijan työn osuus. Valmiit kehittämistehtävät esitetään koulutusohjelman loppuun sijoitetuissa työpajoissa.

**Arviointiperusteet:** Työelämän kehittämishanke arvioidaan asteikolla 1-5, missä kiitettävä on 5, hyvä 4 ja 3 sekä tyydyttävä 2 ja 1.



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

**Tunnus:** KEH2SYAMK

**Laajuus:** 5 op

**Ajoitus:** Lukukausi 1-3

**Kieli:** suomi

**Opintojakson taso:** ylempi amk-tutkinto

**Opintojakson tyyppi:** pakollinen

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

## Sisältö:

- Tutkimusongelman määrittäminen
- Aiheeseen liittyvään kirjallisuuteen tutustuminen
- Tutkimussuunnitelma, -tehtävä, -menetelmät ja aineiston hankinta
- Aineiston analyysi ja tulokset
- Tulosten tulkinta ja soveltaminen työelämään

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

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

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

# Työhyvinvointi ja hyvinvointipalvelujen tuotteistaminen

**Tunnus:** THY2SYAMK

**Laajuus:** 3 op

**Ajoitus:** 1. ja 2. lukuvuosi

**Kieli:** suomi

**Opintojakson taso:** ylempi amk-tutkinto

**Opintojakson tyyppi:** pakollinen

**Oppimistavoitteet:** Opiskelija hallitsee tuotteistamisen prosessin sekä kykenee soveltamaan prosessia hyvinvointipalveluiden kehittämisessä ja tuottamisessa.

## Sisältö:

- Tuotteen kaupallistaminen ja kaupallinen tuotteistaminen
- Asiakaslähtöinen tuotteistaminen
- Palvelumuotoilu ja tuotteistaminen
- Tuotteistamisen prosessi ja palvelun elämyksellistäminen
- Asiakastiedon kerääminen tuotteistamisen prosessissa

**Kansainvälisyys:** Koko opintojakso perustuu kansallisten ja kansainvälisten tutkimus- ja kehitysprojektien metodeihin, sisältöihin ja soveltamiseen.

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

## Oppimateriaali:

- Parantainen, Jari: Tuotteistaminen : rakenna palvelusta tuote 10 päivässä 2007
- Lehtinen, Uolevi: Asiantuntijapalvelut : tuotteistamisen ja markkinoinnin suunnittelu 2005
- Tamminen, Vesa: Tuotteistamisen taskukirja 2012
- Jaakkola, Elina: Palvelujen tuotteistamisesta kilpailuetua : opas yrityksille 2007

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

# Urheilun ja liikunnan markkinointi

Opintojakso (15 op) koostuu useammasta erillisestä kokonaisuudesta, joiden kuvaukset alla.

**Tunnus:** ULM2SYAMK

**Laajuus:** 15 op

**Ajoitus:** 1. ja 2. lukuvuosi

**Kieli:** suomi

**Opintojakson taso:** ylempi amk-tutkinto

**Opintojakson tyyppi:** pakollinen

## Johdatus urheilumarkkinointiin (syyslukukausi)

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

### **Sisältö:**

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

### **Kansainvälisyys:**

- Koko opintojakso perustuu kansallisten ja kansainvälisten tutkimus- ja kehitysprojektien metodeihin, sisältöihin ja soveltamiseen.

### **Opetus- ja oppimismenetelmät:**

- Luennot ja alan tiedonhankintatehtävä

**Oppimateriaali:** Alan lehdet ja julkaisut.

**Arviointiperusteet:** Tiedonhankintatehtävän arviointi asteikolla hyväksytyt/hylätty.

## Strateginen markkinointi ja tehokas markkinointisuunnittelu (syyslukukausi)

**Oppimistavoitteet:** Opiskelija hallitsee strategisen markkinointiajattelun perusteet, ymmärtää urheilijaa, liikuntaa ja urheilua tuottavaa organisaatiota, urheilutapahtumaa tms. tuotteena sekä tiedostaa markkinoinnin ja markkinointiviestinnän kilpailukeinojen

tarjoamat mahdollisuudet 2000-luvun urheilumarkkinoinnissa. Opiskelija tuntee markkinointisuunnitelman sisällön sekä markkinointitutkimusten ja muiden keskeisten toimintaympäristön analysointimenetelmien merkityksen onnistuneen urheilumarkkinoinnin lähtökohtana.

### **Sisältö:**

- Markkinoinnin perusteet ja strateginen markkinointiajattelu
- Markkinoinnin ja markkinointiviestinnän kilpailukeinojen tarjoamat mahdollisuudet urheilumarkkinoinnissa
- Markkinointisuunnitelman merkitys onnistuneen urheilumarkkinoinnin lähtökohtana
- Markkinointitutkimus ja toimintaympäristön analysointi
- Sidosryhmäanalyysi ja sidosryhmäjohtaminen

### **Opetus- ja oppimismenetelmät:**

- Luennot, keskustelu, ryhmätyöt ja asiantuntijoiden case-esitykset
- Ennakkomateriaaleihin tutustuminen ja ennakkotehtävien tekeminen
- Ongelmalähtöinen harjoitustyö oman organisaation toimintaan liittyen

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

### **Urheilun ja liikunnan markkinointi (kevätlukukausi)**

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

### **Sisältö:**

- Johdanto urheilun ja liikunnan markkinointiin
- Huippu-urheilun markkinointi
- Urheilutapahtumien markkinointi

- Urheilun ja liikunnan markkinointi kansalaisille ja yrityksille

### **Opetus- ja oppimismenetelmät:**

- Luennot, keskustelu, ryhmätyöt ja asiantuntijan case-esitys
- Ennakkomateriaaleihin tutustuminen ja ennakkotehtävien tekeminen,
- Ongelmalähtöinen harjoitustyö oman organisaation toimintaan liittyen

### **Oppimateriaali:**

- Stotlar, 2001. Developing Successful Sport Marketing Plans.
- Pine & Gilmore 1999, The Experience Economy.
- European Sport Management Quarterly.
- Andreasen & Kotler, 2005. Strategic Marketing for Nonprofit Organizations.

### **Markkinointi urheilun avulla ja nykyaikainen markkinointiyhteistyö** (kevätlukukausi)

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

### **Sisältö:**

- Markkinointi urheilun avulla
- Markkinointiyhteistyön suunnitteluprosessi
- Toimiva markkinointiyhteistyökonsepti

### **Opetus- ja oppimismenetelmät:**

- Luennot, keskustelut, ryhmätyöt ja case-esimerkit
- Ennakkomateriaaleihin tutustuminen ja ennakkotehtävien tekeminen
- Yhteistyötarjojen ja –sopimusten laatiminen

### **Oppimateriaali:**

- Beech & Chadwick, 2006. The Marketing of Sport.
- International Journal of Sports Marketing & Sponsorship.
- Desbordes (ed.) 2006. Marketing and Football.
- Stotlar, 2001. Developing Successful Sponsorship Plans.
- Alaja, 2000. Arpapelä. Urheilumarkkinoinnin käsikirja.
- Alaja, 2001. Summapelä! Sponsoriyhteistyön käsikirja.
- Alaja & Forssell, 2004 Tarinapelä: Sponsoriin käsikirja

**Arviointiperusteet:** Oppimisen itsearviointi, jonka lisäksi opintojakson vastuhenkilö arvioi opiskelijan kirjallisen, intensiivijakson jälkeen toimitettavan yhteenvedon asteikolla hyväksytty/hylätty.

### **Tapahtumamarkkinointi (kevätlukukausi)**

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

### **Sisältö:**

- Nykyaikaisen markkinointiajattelun ja markkinoinnin kilpailukeinojen tarjoamat hyödyt tapahtumamarkkinoinnille ja tapahtumanjärjestämiselle
- Urheilutapahtuman onnistuminen urheilumarkkinoinnin kriittisenä menestystekijänä sekä tapahtumanjärjestäjän ja tapahtumamarkkinointia toiminnassaan hyödyntävän asiakkaan mainekysymyksenä
- Tapahtumatuotteen erityispiirteet
- Urheilutapahtuma palvelutuotteena ja tapahtuman viestintä
- Tapahtuman talous sekä tapahtumanjärjestäjän vastuut ja velvollisuudet
- Tapahtumaprojektin piirteet, tunnusmerkit ja ohjausmenetelmät

### **Opetus- ja oppimismenetelmät:**

- Luennot, keskustelu, ryhmätyöt ja asiantuntijoiden case-esitykset
- Ennakkomateriaaleihin tutustuminen ja ennakkotehtävien tekeminen

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

### **Urheilija, brändin luominen ja brändijohtaminen (kevätlukukausi)**

**Oppimistavoitteet:** Opiskelija tuntee tuotesuunnittelun ja palvelutuotannon erityispiirteet sekä konseptisuunnittelun perusteet. Opiskelija tietää urheilijan, liikuntaa ja urheilua tuottavan organisaation, urheilutapahtuman tai muun urheilutuotteen tuotteistusmahdollisuudet. Opiskelija osaa kehittää brändiä ja hyödyntää valittua asemointitaktiikkaa omassa viestinnässään sekä tiedostaa kokonaisvaltaisen brändin

johtamisen merkityksen. Opiskelija tuntee brändiajattelun keskeisen sisällön ja osaa arvioida yhteistyökumppanin tarpeita markkinoinnin kilpailukeinojen ja brändijohtamisen näkökulmasta. Opiskelija ymmärtää yhteiskunnallisten ja taloudellisten muutosten vaikutuksia yksittäisen yrityksen tarpeisiin ja päätöksiin. Opiskelija osaa tulkita yritysten viestinnällisten sanomien tavoitteita taloudellisista, toiminnallisista ja/tai imagollisista näkökulmista sekä arvioida oman tuotteen tai tuotteistamismahdollisuuksien sopivuutta yhteistyökumppanin tai potentiaalisen yhteistyökumppanin tarpeisiin.

### **Sisältö:**

- Tuotesuunnittelun ja palvelutuotannon erityispiirteet, konseptisuunnittelu ja kilpailuetu
- Urheilijan sekä liikuntaa ja urheilua tuottavan organisaation mahdollisuudet erilaistumisen, asemoinnin ja brändimarkkinoinnin näkökulmasta
- Erilaistumisen lähteet urheilussa
- Brändin puhuttelevuus, lupaus, laatu sekä toimivan asemoinnin edellytykset ja asemointiprosessi
- Mielikuvien muodostumisrakenteet, rakentaminen ja mielikuvamarkkinointi
- Urheilutuote yhteistyökumppanin brändin rakentajana

### **Opetus- ja oppimismenetelmät:**

- Luennot, keskustelu, ryhmätyöt ja asiantuntijoiden case-esitykset
- Ennakkomateriaaleihin tutustuminen ja ennakkotehtävien tekeminen

**Oppimateriaali:** Soveltuvien osien: 1) Rangaswamy, A. & Lilien, G. 2002. New Product and Brand Management: Marketing Engineering Applications. Prentice Hall. 2) Keller, K. L. 2003. Strategic Brand Management. Building, Measuring and Managing Brand Equity. Prentice Hall. 3) Cagan, J. & Vogel, C. M. 2003. Kehitä kärkituote. Kauppakaari. 4) Trout, J. 2003. Erilaistu tai Kuole. Edita Publishing Oy. 5) Laakso, H. 2003. Brandit kilpailuetuna - miten rakennan ja kehitän tuotemerkkiä. Talentum sekä luennoilla jaettava materiaali.

### **Urheilu mediatuotteena ja urheilutapahtuman viestintä (syyslukukausi)**

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

### **Sisältö:**

- Urheilutuotteen viestintä-, markkinointiviestintä- ja mediasuunnitelma
- Muutos- ja kriisiviestintä urheilussa

- Urheilutuote mediana ja mediayhteistyö urheilussa

### **Opetus- ja oppimismenetelmät:**

- Luennot, keskustelut, ryhmätyöt ja asiantuntijan case-esitys
- Ennakkomateriaaleihin tutustuminen ja ennakkotehtävien tekeminen
- Ongelmalähtöinen harjoitustyö oman organisaation toimintaan liittyen

**Vastuupettajat:** Risto Rasku, Kari Puronaho, Vili Nurmi.

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

### **Kansainvälinen urheilumarkkinointi ja –markkinoinnin tulevaisuus** (syyslukukausi)

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

**Sisältö:** Seminaari ”Future of Sport Marketing”

### **Opetus- ja oppimismenetelmät:**

- Luennot, keskustelu, ryhmätyöt ja asiantuntijan case-esitys
- Ennakkomateriaaleihin tutustuminen ja ennakkotehtävien tekeminen
- Ongelmalähtöinen harjoitustyö oman organisaation toimintaan liittyen

**Oppimateriaali:** Seminaarissa jaettava materiaali.

**Arviointiperusteet:** Opintojakson vastuuhenkilöt arvioivat opiskelijan kirjallisen, intensiivijakson jälkeen toimitettavan yhteenvedon asteikolla 0-5, missä kiitettävä on 5, hyvä 4 ja 3, tyydyttävä 2 ja 1 sekä hylätty 0.



# Vapaasti valittavat opinnot

**Tunnus:** VAP

**Laajuus:** 10 op

**Ajoitus:** 1. ja 2. lukuvuosi

**Kieli:** suomi

**Opintojakson taso:** ylempi amk-tutkinto

**Opintojakson tyyppi:** pakollinen

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

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

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

**Oppimateriaali:** Sovittavissa erikseen.

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