

TYÖTTÖMIEN KORKEASTI KOULUTETTUJEN TAVOITTAMINEN SOMEKAMPANJALLA

Opastaminen Lahden Ohjaamon palveluihin

LAHDEN AMMATTIKORKEAKOULU
Sosionomi AMK
Sosiaalipedagoginen aikuis- ja perhetyö
Syksy 2018
Jonna Kangaskolkka
Tiia Kettunen

Tiivistelmä

Tekijä(t) Kangaskolkka, Jonna Kettunen, Tiia	Julkaisun laji Opinnäytetyö, AMK	Valmistumisaika Syksy 2018
	Sivumäärä 32	
Työn nimi Työttömien korkeakoulutettujen tavoittaminen somekampanjalla Opastaminen Lahden Ohjaamon palveluihin		
Tutkinto Sosionomi (AMK)		
Tiivistelmä <p>Opinnäytetyön tavoitteena oli toteuttaa sosiaalisen median kampanja Ohjaamo Lahdelle, eli kyseessä on toiminnallinen opinnäytetyö. Kampanjassa tuotettiin informatiivisia videoita ja kuvia, joiden kohderyhmänä olivat työttömät korkeakoulutetut. Videoiden sisältö pidettiin realistisena ja samaistuttavana, ja videoissa oli näyttelemässä korkeakouluopiskelijoita. Yhteistyökumppanina toiminut Ohjaamo Lahti on innovatiivinen asiantuntijayhteisö. Siellä alle 30-vuotiaat henkilöt saavat maksutonta ohjausta opiskeluun, työllistymiseen ja tulevaisuuden suunnitteluun.</p> <p>Opinnäytetyöhön haluttiin nykyaikainen teema ja aihe. Työn teoreettinen viitekehys rajattiin korkeasti koulutettujen työttömyyteen ja tuen tarpeisiin sekä sosiaalisen median termistöön ja digitalisaatioon. Opinnäytetyö koostuu yhteistyökumppanin esittelystä, aiheen tavoitteesta ja tarkoituksesta, teorialiedosta ja termeistä sekä projektin kuvauksesta ja loppupohdinnasta.</p> <p>Tarkoituksena oli julkaista videot ja kuvat Ohjaamon Facebook-sivuilla ja Instagram-tilillä, mutta kampanja ei toteutunut samalla tavalla kuin suunnitelmissa oli esitetty. Havaittiin, että olisi ollut aiheellista laatia selkeämpi ohjeistus, jotta kampanja olisi toteutunut halutulla tehokkuudella. Opinnäytetyössä tuotiin esiin tuen tarpeita sekä huomattiin, että tukea vaativiin asioihin löytyy käytössä olevia tukitoimenpiteitä.</p>		
Asiasanat digitalisaatio, korkeakoulutetut, sosiaalinen media, tuen tarve, työttömyys		

Abstract

Author(s) Kangaskolkka, Jonna Kettunen, Tiia	Type of publication Bachelor's thesis	Published Autumn 2018
	Number of pages 32	
Title of publication A social media campaign to reach highly educated unemployed people Guiding to Ohjaamo Lahti services		
Name of Degree Bachelor of Social Services		
<p>Abstract</p> <p>The aim of this Bachelor's thesis was to implement a social media campaign for Ohjaamo Lahti, so this is a practice-based thesis. For the campaign, informative videos and pictures were produced, targeted at unemployed university graduates. The content of the videos was realistic and relatable, and university of applied sciences students were acting in the videos. Co-operative partner Ohjaamo Lahti is an innovative expert community, where people under the age of 30 receive free guidance for studying, employment and planning the future overall.</p> <p>The aim was to give a modern theme and subject for the thesis. The theoretical frame was limited to the needs of unemployed highly educated people and their need of support services, as well as to the terminology of social media and digitalization. The thesis consists of the presentation of the co-operative partner, the goal and the purpose of the subject, the theoretical knowledge and the terms along with the description of the project and the final discussion.</p> <p>The intention was to publish all the videos and pictures on the Ohjaamo Lahti Facebook page and the Instagram account, but the campaign did not actualize according to the plan. Clearer guidelines would have been needed to make the campaign fully with the desired efficiency. The aim of the thesis was to highlight the needs of support, and it was noted that there are already existing useful procedures for the issues that need support.</p>		
Keywords digitalization, highly educated, social media, support needs, unemployment		

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
2	OPINNÄYTETYÖN LÄHTÖKOHTIA	2
2.1	Yhteistyökumppani - Ohjaamo Lahti	2
2.2	Opinnäytetyön tavoite ja tarkoitus	3
3	SOSIAALIALAN SÄHKÖISTYMINEN	4
3.1	Digitalisaatio sosiaalialalla	4
3.2	Sosiaalinen media	5
4	KORKEAKOULUTETTUIJEN TYÖTTÖMYYS JA TUEN TARPEET	7
4.1	Työttömyystilanne.....	7
4.2	Korkeakoulutettujen tarvitsema tuki	8
5	KONKREETTISIA TUKITOIMIA KORKEAKOULUTETUILE.....	10
5.1	Työllisyyden tukeminen sosiaalialalla.....	10
5.2	LAMK Duuni	10
5.3	Tulevaisuusorientoitunut ohjaus.....	13
6	TOIMINNALLISEN OPINNÄYTETYÖN TOTEUTUS.....	15
6.1	Projektin suunnittelu	15
6.2	Projektin eteneminen	17
6.3	Videoiden ja kuvien julkaisut.....	18
6.4	Projektin päätyminen	20
7	YHTEENVETO	22
7.1	Pohdinta	22
7.2	Opinnäytetyön luotettavuus ja eettisyys	24
7.3	Toiminnan jatkokehittämis ehdotuksia Ohjaamo Lahdelle.....	25
7.3.1	Uraryhmä.....	26
7.3.2	Osaamisympyrä.....	27
	LÄHTEET	29
	LIITTEET	32
	Liite 1. Somekampanjassa julkaistut videot	32

1 JOHDANTO

Opinnäytetyössämme keskitymme 25-29-vuotiaisiin korkeakoulutettuihin. Valtaosa kohde-ryhmästä on elänyt digitaalisen aikakauden alkua ja kokenut jopa suurimpia edistysaskeleita kohti digitalisaatiota, joten internet ja sosiaalinen media ovat tuttuja.

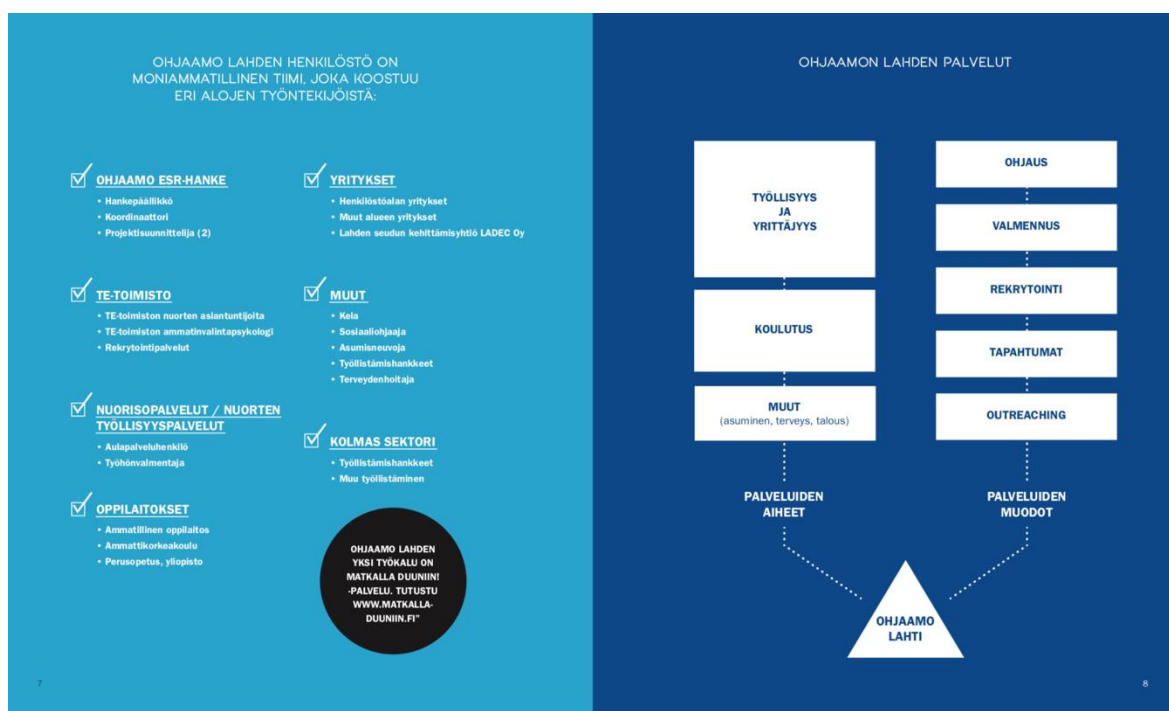
Opinnäytetyömme aihe keskittyy korkeakoulutettujen työllistymiseen, työllistymistä tukeviin palveluihin ja työllistämisen tukitoimenpiteisiin. Toiminnallisessa opinnäytetyössä suunniteltiin ja toteutettiin videoita ja kuvia sisältävä sosiaalisen median kampanja, jonka tavoitteena oli tavoittaa etenkin 25-29-vuotiaita korkeakoulutettuja ja tehdä yhteistyökumppanin palvelua tutummaksi. Opinnäytetyön yhteistyökumppanina toimi yhteispalvelupiste Ohjaamo Lahti, joka tarjoaa alle 30-vuotiaille maksutonta ohjausta opiskeluun, työllistymiseen ja tulevaisuuden suunnitteluun.

Opinnäytetyössä on tehty tiedonhankintaa soveltaen erilaisia tutkimuksellisia käytänteitä, kuten lähdeaineistojen etsimistä, lukemista ja haastatteluita. Teoreettinen viitekehys on rajattu sosiaalisen median kampanjan termistön ja digitalisaation lisäksi korkeakoulutettujen työttömyyteen ja tuen tarpeeseen. Opinnäytetyö rakentuu yhteistyökumppaninesittelystä, aiheen tavoitteesta ja tarkoituksesta, teoriasta ja termeistä sekä projektin kuvauksesta ja pohdinnasta. Lopuksi esitämme konkreettisia toiminnan jatkokehittämisehdotuksia yhteistyökumppanille.

2 OPINNÄYTETYÖN LÄHTÖKOHTIA

2.1 Yhteistyökumppani - Ohjaamo Lahti

Opinnäytetyön yhteistyökumppanina toimi Ohjaamo Lahti. Ohjaamo Lahti on moniammatillinen, innovatiivinen asiantuntijayhteisö. (Kuvio 1). Siellä alle 30-vuotiaat henkilöt saavat maksutonta ohjausta opiskeluun, työllistymiseen ja tulevaisuuden suunnitteluun. Ohjaamo Lahden voi mennä ilman ajanvarausta, tai itselleen voi varata ajan. Ohjaamo Lahdessa on muun muassa TE-asiantuntijoita, uraohjaajia ja koulutusohjaajia. Myös esimerkiksi ammatinvalintapsykologin tapaaminen on mahdollista. Ohjaamo Lahdessa asiakas otetaan vastaan tasavertaisena asiantuntijana. Asiakas voi saada tarvitsemansa tiedon ja tuen jo yhdellä käynnillä, ja toisinaan tarvitaan pidempää valmennusta. Ohjaamo Lahti toimii myös ovena muihin työllistymispalveluihin, kuten työpajoihin ja hankkeisiin. (Karevaara, Tuominen & hankehenkilöstö 2018, 5.)



Kuvio 1. Ohjaamo Lahti on moniammatillinen yhteisö (Karevaara, Tuominen & hankehenkilöstö 2018, 7 – 8)

Ohjaamo Lahdessa on tiivistetty hallinnonalojen yhteistyötä ja näin rikottu sektoriajattelua. Aalto yliopiston Design Factorystä on lähdetty hakemaan mallia johtajattoman asiantuntijayhteisön luomiseen. Toiminnan kantavana ideana on varhainen puuttuminen ja ennaltaehkäisevä työ sekä saattavana tahona toimiminen opiskelujen nivelvaiheissa. Huippuosaamisen kasvupolku -hankkeessa toimittiin yhteistyössä Lahden ammattikorkeakoulun ja Koulutuskeskus Salpauksen kanssa vuosina 2016-2018. Tällöin huomattiinkin se, että

Ohjaamo voi juuri toimia opiskelijan tukena erilaisissa nivelvaiheissa. Siirtymätilanteet ovat suurin riski jämähtää kotiin ja jäädä ilman koulu- tai työpaikkaa. Ohjaamossa asiakkaan elämäntilanne ymmärretään kokonaisvaltaisesti ja palvelun lähtökohtana ovat aina nuoren aikuisen omat tarpeet. (Karevaara 2018, 45.)

Ohjaamot, kuten Ohjaamo Lahti, ovat mukana edistämässä sitä, että nuoret saavat työnhakua tukevia palveluita. Ohjaajilla on tietoa paikallisista palveluista ja valmiuksia ohjata työllistymiseen liittyvissä asioissa. Ohjaamojen onkin tärkeää tehdä yhteistyötä TE-palveluiden, oppilaitosten ja kunnassa olevien työllisyydenhoidon palveluiden kanssa. Edellä mainituilla toimijoilla on valmiiksi olemassa olevia työnhakuvalmiuksia tukevia palveluita, ja Ohjaamot voivat auttaa nuoria näiden palveluiden äärelle. Ohjaamot voivat myös kehittää omia yksilöllisiä palveluita auttamaan työnhaussa. Yhtenä työllistymistä tukevana keinona Ohjaamot toteuttavat muun muassa nuorten ja työnantajien rekrytointitapahtumia. Näissä tapahtumissa nuoret ja työnantajat kohtaavat kasvotusten. Kasvotusten tapahtuvan kohtaamisen edistämiseksi Ohjaamot hyödyntävät jonkin verran digitaalisia ratkaisuja. (Pitkänen & Kesä 2017, 27 – 28.) Ohjaamojen on hyvä toimia yhteistyössä muiden työllistymistä tukevien palveluiden kanssa, jotta monialainen yhteistyö toteutuisi. Monialaisella yhteistyöllä saadaan laajennettua sitä ihmismäärää, joka palveluista kuulee. Ohjaamot hyödyntävät digitaalisia ratkaisuja nuorten tavoittamisessa, ja korkeasti koulutettuja lähdeittiinkin juuri digitaalisia reittejä pitkin tavoittamaan.

2.2 Opinnäytetyön tavoite ja tarkoitus

Opinnäytetyön tavoitteena on luoda sosiaalisen median kampanja, johon tuotetaan informatiivisia videoita ja kuvia. Tavoitteena on myös se, että kampanja saa näkyvyyttä, jonka kautta Ohjaamo Lahti tulee tutummaksi. Opinnäytetyössä kampanjan sisältöä suunnataan informaatiota levittävään kanavaan, Facebookiin, jossa suositelluin jaettava sisältö ovat videot, linkit sekä tekstit, ja lisäksi keskitymme Instagram-kuvapalveluun, jossa voidaan tukea Facebookiin jaettavaa sisältöä.

Opinnäytetyön tarkoituksena on, että korkeakoulutetut osaisivat tulevaisuudessa hakeutua rohkeammin Ohjaamo Lahden palveluiden piiriin, minkä kautta työnhaku helpottuisi ja työllisyys lisääntyisi korkeakoulutettujen keskuudessa.

Opinnäytetyön kohderyhmästä keskusteltiin yhteistyökumppanin kanssa, ja ensimmäiseksi kohderyhmäksi muodostuivat 25-29-vuotiaat henkilöt. Kuitenkin kohderyhmää haluttiin rajata vielä lisää, ja näin kohderyhmäksi valikoituivat korkeasti koulutetut. Opinnäytetyöstä tehtiin ajankohtaisiin aiheisiin kytkeytyvä, ja näin rajausta selkeni ja muotoutui.

3 SOSIAALIALAN SÄHKÖISTYMINEN

3.1 Digitalisaatio sosiaalialalla

Digitalisaation määritelmä on digitaalitekniikan integrointi päivittäiseen elämään digitoimalla kuvaa, ääntä, dokumentteja tai muuta kuvaamaan asioita ja tietosisältöä. Digitalisointi muuttaa ja luo uusia tapoja palveluiden toimintaan, innovointiin ja mahdollisuuksien hyödyntämiseen. Digitalisaation myötä palveluiden ja tuotteiden lisäarvo muodostuu teknologian avulla uusina ominaisuuksina, toiminnan tehostumisena, kustannussäästöinä ja hyötysuhteen parantumisena. Digitalisaatio on uuden arvon tuottamista tiedon avulla. (Juhanko, Jurvansuu, Ahlqvist, Ailisto, Alahuhta, Collin, Halen, Heikkilä, Kortelainen, Mäntylä, Seppälä, Sallinen, Simons & Tuominen 2015, 18 – 19.)

Yksilöt, yritykset, organisaatiot sekä yhteiskunta kokevat laajasti digitalisaation vaikutuksia. Digitalisaatio on monialainen ilmiö, jota tulee tutkia yhdistämällä teknologian kehitystä ja yksilön tai organisaation toimintamalleja koskevaa tietoutta. Digitaalisten työkalujen merkityksen lisääntyminen nähdään kasvun ja kehityksen mahdollistajana kaikilla aloilla, ja sosiaalisen media merkitys on digitaalisista trendeistä korostunein. (Lehto & Neittaanmäki 2016.)

Käynnissä on digitaalinen murros, joka koskettaa sosiaalialaa kasvavissa määrin. Virtuaalinen ulottuvuus on jatkuvasti läsnä ihmisen arjessa, ja esimerkiksi viestintäteknologia on muuttunut sosiaalityön arkisten käytäntöjen osaksi. Suomessa sosiaalityössä on digitaalisia työkaluja käytetty lähinnä dokumentointiin. Muutoksia on kuitenkin edessä, sillä sote-uudistuksen myötä on sosiaalialallakin opeteltava hyödyntämään ja käyttämään digitaalisia palveluita. Sosiaalialalla vaaditaankin tänä päivänä enemmän teknistä osaamista kuin aikaisemmin. (Granholm 2016.)

Osana sote- ja maakuntauudistusta julkisen sektorin sosiaali- ja terveydenhuoltoa digitalisoidaan. Digitalisaatiolla tavoitellaan muun muassa kustannussäästöjä. Näiden tavoittaminen on mahdollista vain, jos kehitetään uusia toiminta- ja työtapoja, nykyaikaista johtamista sekä sosiaalialan kehittämistä. Haasteena onkin se, että rohkeus suuntautua kohti digitalisaatiota ja tulevaisuutta puuttuu. (Kohonen & Arajärvi 2017.)

Tietohallinnon osaamista tulisi lisätä sosiaalialan tutkintoperusteiseen- ja täydennyskoulutukseen. Tällä mahdollistettaisiin ja vahvistettaisiin sosiaalialan näkyvyyttä laajemmin digitaalisessa palvelujärjestelmässä. Digitalisaatio ja palvelurakennemuutos ovat jo käynnissä, joten tarvitaan sosiaalialan innovatiivisuutta tiedonhallinnan ja digipalveluiden kehittämisessä. (Kohonen & Arajärvi 2017.)

Digitalisaatiota tarvitaan sosiaalialalla, jotta palveluiden nopeaa saatavuutta ja asiakasläh-
töisyyttä edistettäisiin. Sosiaalityön digitaalisia palveluita edistämällä jää enemmän resurs-
seja kohdata vaativat ja kasvokkaista vuorovaikutusta tarvitsevat asiakkaat. (Kohonen &
Arajärvi 2017.)

Sosiaalityön yliopistonlehtori Camilla Granholm käsittelee väitöskirjassaan sulautuvan so-
siaalityön käsitettä. Sulautuvassa sosiaalityössä etusijalla on virtuaalisen ja kasvotusten
tapahtuvan työskentelyn yhdistäminen parhaalla mahdollisella tavalla. (Granholm 2016.)
Opinnäytetyössä pyritään hyödyntämään digitalisaation mukana tuomia tavoittamisen kei-
noja, ja tällä tuetaan kasvotusten tapahtuvaa työtä, jolloin asiakas saa tarvitsemansa tie-
don ja tuen. Sosiaalisen median kautta korkeasti koulutettuja tavoitetaan, ja tätä informoi-
daan Ohjaamo Lahden tarjoamista palveluista. Kasvotusten tapahtuvassa työssä tarjo-
taan keinoja ja tukea olemassa olevaan ongelmaan eli tässä tapauksessa työttömyyteen.

3.2 Sosiaalinen media

Sosiaalinen media määritellään riippuen asiayhteydestä ja määrittelijän tulkinnasta, eikä
sille ole vielä olemassa vain yhtä tunnustettua määritelmää. Sosiaalista mediaa kuvaillaan
monimuotoisena prosessina, teknologiana, ilmiönä, ajattelutapana ja viestinnän muotona.
Sosiaalisen median synonyymeina on käytetty termejä, kuten verkostomedia, sosiaalinen
verkostomedia, verkkomedia, uusi media, yhteisöllinen media, sosiaalinen web, sosiaali-
set sovellukset tai yhteisöverkostot. Yhdessä hyväksytystä määritelmästä keskustelu jat-
kuu vielä tulevaisuudessa. (Inkeroinen 2010.)

Nykyisin termin some, eli sosiaalinen media kuulee päivittäin. Päällimmäisenä ihmisille tu-
levat mieleen sivustot, kuten Facebook ja Twitter, tai sovellukset, kuten Instagram tai
Snapchat. Termiä käytetään jopa kuvailemaan lähes mitä tahansa sivua internetissä. So-
siaalisen median termi on hyvin ympäröityä ja laajasti käytetty. Sosiaalinen media on
verkkoperustainen vastavuoroisen viestinnän väline. Sosiaalinen media tarkoittaa interak-
tiivisia kanavia, joissa ihmiset voivat jakaa ja vastaanottaa informaatiota toisiltaan. Esimer-
kiksi televisio, radio ja perinteinen painettu media eivät kuulu sosiaaliseen mediaan, sillä
ne ovat melko yksisuuntaisia kanavia, joissa kommunikaation keinot ovat todella rajattuja.
Sisällöntuottajat ja -kuluttajat muodostavat sosiaalisen median yhteisön.

Nykypäivänä tarjolla on useita erityyppisiä somekanavia, joiden käyttötavat ja sisällöt
eroavat toisistaan, joten niitä voidaan hyödyntää eri tavoin markkinoinnissa. Sosiaalisella
medialla on selkeitä vaikutuksia yhteiskunnassa toimiviin yrityksiin, ja vaikutukset näkyvät
muutoksina työn luonteessa, toimintaympäristössä ja organisaation kulttuurissa. Sosiaali-
sen median kanavat antavat yrityksille mahdollisuuden tavoittaa yhdessä paikassa suuri

osa haluamiaan kohderyhmiä ja käyttää kanavia viestintään potentiaalisten asiakkaiden kanssa (Inkeroinen 2010).

4 KORKEAKOULUTETTUJEN TYÖTTÖMYYS JA TUEN TARPEET

4.1 Työttömyystilanne

Työttömyyden kasvun merkkejä on nähtävissä korkeakoulutettujen kaikilla aloilla ja tasoilla. Koulutusvalinnoilla on kuitenkin merkitystä, sillä koulutusala riippuen työllisyys on joko parantunut tai huonontunut. Vaikka joillakin aloilla työllisyys on parantunut, on työura kuitenkin muuttunut epävarmemmaksi kuin aikaisemmin. Tutkimukset korkeasti koulutettujen työmarkkinapoluista osoittavat, että usean korkeakoulutetun kohdalla työttömyys on haastavaa katkaista. Vastavalmistuneiden osuus työllisistä on laskenut, ja samaan aikaan korkeakoulutettujen kokonaismäärä Suomessa on kasvanut. Kaikkein suurimmaksi on kohonnut alemman korkeakouluasteen suorittaneiden ryhmä. (Asplund & Vanhala 2016.)

Työmarkkinatilanteet esitetään mediassa tilastoina, lukuina ja prosentteina, mutta kaikkien näiden numeroiden takana on kuitenkin joukko ihmisiä. (Jokelainen 2016.) Tilastot kertovatkin, että vastavalmistuneiden korkeakoulutettujen työttömyys lisääntyy. Kasvua vuoden takaisesta tilanteesta oli helmikuussa 36 prosenttia. Tästä muodostuu jo 60 prosenttia 25-29-vuotiaiden vastavalmistuneiden nuorten yhteiskuntatakuun kohderyhmästä. (Akava 2018.) Kymmenen vuoden sisällä korkeakoulutettujen työmarkkinaosuus on kasvanut 60 prosenttia. Siltikin työttömien korkeakoulutettujen määrä on kasvanut (Osaava Suomi luo hyvinvointia 2014.)

Työurien muuttuessa epävarmemmiksi ja pirstaleisiksi yhä useampi korkeasti koulutettu päätyy työttömyysjaksolle (Akava 2018). Työttömyyden alkaessa alkaa yleensä myös TE-palveluiden asiakkuus. Usea korkeasti koulutettu kokee jäävänsä ilman riittävää tukea, ohjausta ja palveluita, sillä TE-toimistossa oletetaan heidän pärjäävän itsenäisinä työnhakijoina. (Jokelainen 2016.)

TE-toimistoissa ei välttämättä tiedetä korkeakoulutuksesta tarpeeksi eikä näin ollen tunnusteta korkeakoulutetun osaamista ja työllisyysmahdollisuuksia (Osaava Suomi luo hyvinvointia 2014). Korkeasti koulutettujen työttömyyteen ei kiinnitetä tarpeeksi huomiota, ja palveluiden ulkopuolelle pudotaan helposti. Korkeakoulutettujen työmarkkinoita tunnetaan TE-toimistoissa huonosti. (Akava: vastavalmistuneiden korkeasti koulutettujen työttömyyden kasvu pysäytettävä 2018.)

Korkeakoulutettujen työmarkkinakeskusjärjestö Akava ehdottaa, että TE-toimistoissa olisi vastuuhenkilöitä, jotka syventyisivät korkeasti koulutettujen henkilöiden tuentarpeisiin. Näin työttömille korkeakoulutetuille osattaisiin paremmin tiedottaa työmahdollisuuksista.

Työllistymistä saataisiin tehostettua myös sillä, että TE-toimistoissa osattaisiin ohjata sopivien palveluiden piiriin. TE-toimistot voisivat tehdä yhteistyötä muiden työllistymispalveluiden kanssa. Näin pystyttäisiin tehostamaan työllistymisessä tarvittavan tuen ja neuvonnan antamista korkeasti koulutetuille. (Toimivat työmarkkinat ja tehokkaat työvoimapalvelut 2018.)

4.2 Korkeakoulutettujen tarvitsema tuki

Korkeasti koulutettujen palvelut -työryhmä laitettiin toimintaan Työ- ja elinkeinoministerin työllisyys- ja yrittäjyysosaston toimesta. Korkeasti koulutettujen palvelut -työryhmä mietti, millaista tukea ja millaisia palveluita korkeakoulutetuille tulisi antaa. Henkilöiden, jotka palveluita tarjoavat, tulisi tuntea korkeasti koulutettujen työmarkkinoita, korkeakoulutettujen sisäisiä erilaisia ryhmiä sekä tuntea korkeakoulutusta itsessään. Palveluita tulisi tarjota suomen kielen lisäksi ainakin englanniksi ja mahdollisuuksien mukaan muillakin kielillä. Ammattihenkilön tulisi tukea ja voimaannuttaa korkeasti koulutettua asiakasta sillä tavalla, että tämä voisi rakentaa omaa tulevaisuuttaan positiivisesti sekä tekemään oman tilanteensa mukaisia valintoja. (Laukkanen 2011.)

Moni korkeakoulutettu kokee epävarmuutta valmistumisen lähestyessä. Epävarmuuden tunteisiin eivät auta mediassa pyörivät uutiset yt-neuvotteluista ja Akavan nousussa olevat työttömyystilastot. Millaista tukea korkeasti koulutetut sitten kaipaisivat? Valmistu töihin!-hankkeessa selvitettiin, millaisia tuen tarpeita kohderyhmällä on. Työllistymisessä haasteena nousi esiin erityisesti oman osaamisen esille tuomisen haasteellisuus, työkokemuksen puute ja epävarmuus omasta itsestään. Korkeasti koulutetut nostivat tuen tarpeiden luettelossa esiin yksinkertaisia asioita. Korkeasti koulutetut tarvitsevat kannustusta omasta osaamisestaan ja keinoja luottaa itseensä paremmin. Lisäksi toivottiin parempaa tietoa ja tiedotusta oman alan töistä, yhteisiä projekteja työnantajien kanssa, vierailuja yrityksiin, enemmän työharjoittelujaksoja sekä vinkkejä erottuvan ja kiinnostuvan ansioluettelon ja työhakemuksen tekemiseen. (Vesänen 2014 33 – 34.)

Jotta korkeasti koulutettu voi tiedostaa ja tunnistaa omaa osaamistaan, tarvitsee hän ohjausta ja tukea siinä. Opiskeluaikana merkittävässä roolissa on korkeakoulu. Opintoja tulisi kehittää opiskelijoiden tarpeita vastaavaksi. Opiskelija on osa korkeakoulun yhteisöä ja voi valjastaa omaa osaamistaan myös korkeakoulun käyttöön. Jos opiskelija ei tunnista omaa osaamistaan, hän ei voi hyödyntää sitä eikä liittää sitä osaksi omaa asiantuntijuuttaan. Koulun ja opiskelijan välinen vuorovaikutussuhde syntyy, kun opiskelijan osaamista hyödynnetään. (Tunnista Osaaminen 2013, 3.)

Uranhallinnan kannalta merkittävässä roolissa on oman osaamisen tunnistaminen, ja sen tekeminen muillekin näkyväksi. Nämä taidot ovat opeteltavissa koulutuksen aikana ja sen jälkeen niitä voi hyödyntää työelämän muutoksissa. Koulutuksessa opiskelija tuetaan pohdimaan omaa työuraansa, urasuunnitelmia ja omia valmiuksia sekä oman osaamisen kehittämistä. Opiskelijan työllistymistä helpottavat myös riittävät tiedot työmarkkinoiden tilanteista ja tarjoamista mahdollisuuksista sekä työurien rakentumisen ymmärtäminen. (Opettajatutorin käsikirja 2018.)

5 KONKREETTISIA TUKITOIMIA KORKEAKOULUTETUILLE

5.1 Työllisyyden tukeminen sosiaalialalla

Aikuissosiaalityössä työllistymisen tukemiseen liittyvät toimet ovat tavoitteellisia. Tavoitteena on, että sosiaalinen sekä työvoimapolitiittinen hyvinvointi lisääntyy kokonaisvaltaisesti. Asiakaskohtaisen sosiaalityön osana työllistymisen tukeminen tarkoittaa sitä, että asiakkaita tuetaan ja neuvotaan työllistymiseen johtavalla polulla. Lisäksi asiakas ohjataan tarvittaessa työllistymistä ja toimintakykyä tukeviin ja edistäviin palveluihin. (Työllistymisen tukeminen 2017.)

Aktivointi liittyy työllistymisen tukemiseen. Tämä voi tarkoittaa asiakkaan voimavarojen ja vahvuuksien löytämistä sekä kannustamista ja tukemista niiden hyödyntämisessä yhteisössä ja yhteiskunnassa. (Työllistymisen tukeminen 2017.)

5.2 LAMK Duuni

Opinnäytetyötä varten haastateltiin kehittämispäällikkö Eija Mäkelää LAMK Duuniin liittyvissä asioissa 15.11.2018. Mäkelä esitteli itsensä ja taustansa. Hän on aikoinaan tullut töihin Muotoiluinstituuttiin ja toiminut siellä yliopettajana vastuualueenaan aikuiskoulutus ja pedagoginen kehittäminen. Sitä kautta hän onkin ajautunut ohjauksen kehittämisen pariin, ja se on hänen suuri intohimonsa. Mäkelä kuvaili työnsä suolan olevan opiskelijoiden opintojen, urasuunnitelmien, työllistymisen ja hyvinvoinnin edistäminen. Tämä on hänen kaiken tekemisensä punainen lanka. Mäkelä siirtyi erityisasiantuntijaksi LAMKin pedagogisen kehittämisen tiimiin ja toimi myös Korkeakoulu ja työelämä-hankkeen projektipäällikkönä. Hankkeen tavoitteena oli LAMKin opettajien ja ohjaushenkilöstön ohjaus- ja uraohjausosaamisen kehittäminen. Hankkeessa hän tutustui myös oppilaitoksille räätälöityyn Tiitus Students -työnhakusovellukseen, jonka pohjalle LAMK Duuni palvelu on rakennettu. K&T-hankkeen loppuvaiheessa Mäkelä siirtyi LAMKin Viestintä- markkinointi- ja tapahtumapalveluiden vetäjäksi, ja LAMK Duuni palvelun koordinaattorina aloitti Sirpa Keminen. Keväällä 2018 toteutettiin palvelun testaus ja pilotointi. Syksyllä 2018 aloitettiin palvelun lanseeraus ja käyttöönottoprosessi, jonka koordinoitavastuu siirtyi uudelleen Mäkelälle. (Mäkelä 2018.)

LAMK Duuni on digitaalinen ura- ja rekrytointipalvelu. Valtakunnallisesti on tehty paljon erilaisia uraohjaukseen ja tulevaisuusorientoituneeseen ohjaukseen liittyviä hankkeita sekä tutkimuksia. Niiden tuottamaa tietoa on hyödynnetty myös LAMK Duuni palvelun rakentamisessa. LAMK Duuni -palvelu rakentuu osaamisen pohjalle. Opiskelija tekee osaa-

japrofiilin, jota päivitetään koko opintojen ajan. Osaajaprofiliin voi avata omaa osaamistaan, taitojaan ja työnäytteitään vaikkapa opiskeluprojekteista kuvin sekä tehdä itsestään myös lyhyen esittelyvideon. Työnantaja puolestaan rakentaa työpaikkailmoituksen osaamiseen pohjautuen. Tämän jälkeen sovelluksen tekoäly yhdistää sopivat osaamiset keskenään. Koska mennään osaamisen pohjalta eikä esim. tutkinnon tai tehtävänimikkeen kautta, niin yllätyksellisetkin kohtaamiset ovat mahdollisia. (Mäkelä 2018.)

Perusteluista miksi juuri Tiitus-ohjelmistotalo valikoitui työnhakusovelluksen palvelun toimittajaksi, ei Mäkelällä ole tietoa, mutta olettaa, että Tiitus Students sovelluksessa nähtiin sopivaa kehityspotentiaalia, jonka pohjalle LAMKin digitaalista ura- ja rekrytointipalvelua oli hyvä lähteä rakentamaan. LAMK Duunin kehittämisen taustalla on ollut pohdintaa, että mikä olisi se kanava tai palvelunmuoto, jolla edesautettaisiin opiskelijoiden työllistymistä sekä alueen työvoiman saantia. Palvelun tärkeimpiä tavoitteita onkin työnantajien ja opiskelijoiden kohtauttaminen. (Mäkelä 2018.)

LAMK Duunia on kutsuttu myös työelämän Tinderiksi. Mäkelä uskoo, että tämänkaltaiset digitaaliset palvelut ja alustat ovat jo tätä päivää ja tulevaisuudessa vielä suuremmassa roolissa. Digitaalinen alusta hyödyttää opiskelijoiden lisäksi myös työnantajia. Palvelu tarjoaa työnantajalle ja yrityksille erinomaisen mahdollisuuden ja väylän tavoittaa LAMKin opiskelijat nopeasti ja tehokkaasti. Palvelussa työnantaja voi julkaista työ- ja harjoittelupaikkoja, projekteja, keikkahommia ja niin edelleen suoraan opiskelijoille ja sovelluksen äly huolehtii työpaikkojen markkinoinnista potentiaalisille opiskelijoille. Halutessaan työnantaja voi toteuttaa koko rekrytointiprosessin LAMK Duuni palvelussa. Monilla yrityksillä on myös omat sähköiset rekrytointijärjestelmät ja Mäkelä ei uskokaan, että paluuta paperisiin versioihin enää olisi. Useasti puhutaan, että työvoima ja työpaikat eivät kohtaa, mutta siihen apuna voisivat olla digitaaliset alustat ja nimenomaan osaamisen kohtauttamiseen keskittyminen. Vielä olemme pitkälti kiinni tutkintokeskeisessä ajattelussa, niin työnantajat kuin työnhakijatkin, ja usein oletuksena saattaa olla, ettemme voi vaikkapa hakea tai täyttää jotain työpaikkaa, jos henkilöllä ei ole tehtävään soveltuvaa koulutusta. Tulevaisuudessa tällaiset osaamiseen pohjautuvat digitaaliset palvelut ja alustat tulevat varmasti omalta osaltaan muokkaamaan työllistymiseen ja työllistämiseen liittyviä ajattelutapoja ja ne tulevat edistämään enemmän osaamisen hyödyntämiseen keskittymistä. (Mäkelä 2018.)

LAMK Duuni-palvelu saatiin syksyllä käyntiin ja siihen nähden palveluun on tullut kiitettävästi opiskelijoita. Tällä hetkellä lähemmäs 300 opiskelijaa on kirjautunut palveluun ja tehnyt osaajaprofiilin ja yrityksiäkin on jo reilusti yli sata. Palvelun avulla oppilaitos pystyy keräämään myös analytiikkaa, esimerkiksi vaikkapa siitä kuinka paljon tutkinnoittain on tullut

työllistymisiä. Oppilaitos voi analytiikan avulla saada reaaliaikaista tietoa vaikkapa siitä mikä olisi kullakin alalla työnantajien näkökulmasta ideaalisin ajankohta ajoittaa opintoihin liittyvät harjoittelujaksot. (Mäkelä 2018.)

Mäkelän mielestä on erittäin hyvä ja vain positiivista, jos opiskelija työllistyy jo opiskeluaikana. Koulutuksenjärjestäjien tulisikin rakentaa koulutukset ja suunnitella opintojen toteutukset lähtökohtaisesti jo niin, että ne tukisivat parhaiten myös työssä käyviä opiskelijoita. Samalla olisi varmistettava, että tarjolla olisi joustavia ratkaisuja ja yksilöllisiä vaihtoehtoja opintojen toteuttamiseksi sekä riittävästi tukea ja ohjausta valintojen tueksi.

Mäkelän mielestä on tärkeää, että ahointi eli aiemmin hankitun osaamisen tunnistaminen ja tunnustaminen toimii korkeakouluissa. AHOT korkeakouluissa -hankkeen mukaankin koulutuksella pyritään saamaan eri alojen asiantuntijoita, pelkkä tutkinto ei voi olla päämääränä. Näin ollen korkeakouluopiskelijan olemassa oleva osaaminen tulisi nähdä arvokkaana resurssina. (Tunnista Osaaminen 2013, 3.)

LAMK Duuni palveluun tutustuminen ja osaajaprofiilin tekeminen on integroitu LAMKin kaikkien alojen uusissa opetussuunnitelmissa olevien Ammatillisen osaamisen kehittymisen –opintojaksojen sisään. Tällä tavalla sisällytettynä osaksi pakollisia opintoja tämä tukee opiskelijan oman osaamisen tunnistamisen kehittymistä sekä opiskelijan digitaalisten työnhakutaitojen kehittymistä. Ajatuksena on, että opiskelija heti opintojensa alussa tekee oman profiilinsa ja päivittää profiiliansa koko opintojen ajan. Opiskelijalla on valta määrittää milloin ja kuinka pitkäksi aikaa hänen profiilinsa on julkinen. LAMK Duuni-palvelu auttaa omalta osaltaan opiskelijoita pääsemään kiinni työelämään ja edistää vuorovaikutusta työnantajien kanssa. Palvelun kautta opiskelija voi hyvin kevyesti lähestyä yrityksiä ja yritykset opiskelijoita. Yhteydenpito opiskelijan ja yrityksen välillä on helppoa, nykyaikaista kommunikaatiota. (Mäkelä 2018.)

LAMK Duunin käyttöönottosuunnitelma sisältää myös viestintä- ja markkinointisuunnitelman. Palvelulla on kolme käyttäjäryhmää: opiskelijat, oppilaitoksen henkilöstö sekä työnantajat ja yritykset. Kullekin käyttäjäryhmälle mietittiin käyttöönoton ja markkinoinnin osalta tavoitteet, millaisia toimenpiteitä ja mitä kanavia käyttäen ja minkälaisella aikataululla edetään. Alkusyksystä LAMK Duunia on ensisijaisesti markkinoitu opiskelijoille ja henkilöstölle. Markkinoinnissa kanavina on käytetty pääasiassa oppilaitoksen sisäisen viestinnän kanavia kuten Respaa ja Yammeria sekä uuden kampuksen infotauluja sekä erilaisia tapahtumia. Henkilöstölle on pidetty koulutus-, opastus- ja ohjausesittelyjä. Lopputyksystä keskitytään markkinoimaan palvelua työnantajille ja yrityksille kanavina muun muassa erilaiset tapahtumat, sähköiset suoramarkkinoinnit sekä sosiaalisen median kanavat. (Mäkelä 2018.)

LAMK Duuni -palvelu ja Ohjaamo eivät kilpaile millään tavalla keskenään. LAMK Duuni on yksi kanava ja yksi mahdollisuus työllistymiseen. Ohjaamossa on laidasta laitaan palveluita ja oikeaa kasvotusten tapahtuvaa ohjausta. Siellä käydään yksilön kanssa vuoropuhelua ja dialogia oman tulevaisuuden rakentamisen näkökulmasta. LAMK Duuni puolestaan on digitaalinen palvelukanava, jossa ei ole ohjausta. Opiskelija ja työnantaja toimivat palvelussa itsenäisesti keskenään. Mäkelä haluaisikin, että ohjaushenkilöstö tekisi vielä enemmän yhteistyötä Ohjaamon kanssa. Hänelle on moni opettaja sanonut, ettei koe itsellään olevan riittäviä uraohjaustaitoja. Tässä suhteessa opettajien ja Ohjaamon yhteistyö olisi suotavaa, jotta myös korkeakoulujen opettajat pääsisivät kehittämään uraohjaustaitojaan ja samalla saataisiin Ohjaamon asiantuntijaosaaminen hyödynnetyksi opiskelijoiden uraohjauksessa. (Mäkelä 2018.)

Ulla Saarela (2018) kirjoittaa, että viime vuosien korkeakoulujen ohjauksen kehittämisessä ovat korostuneet erilaiset uraohjauksen mallit ja opiskelijan työllistymisen tukeminen. Lahden ammattikorkeakoulussa on pyritty panostamaan siihen, miten saadaan kehitettyä opiskelijoiden ohjaamista paremmaksi. Kehittämisprojektissa on syntynyt yhteinen ohjausmalli ja ohjausajattelu, jotka ovat kirjoitettuna Opettajatutorin käsikirjaan. Ohjaukseen liittyviä käytänteitä ja osaamista on kehitetty ja pilotoitu ESR-rahoitteisessa Korkeakoulu ja työelämä -hankkeessa. Hankkeessa yhtenä yhteistyötahona toimi Ohjaamo Lahti. Yhteistyössä Ohjaamo Lahden kanssa pilotoitiin koulutusalaakohtaista uraohjausvalmennusta. Tästä myös Eija Mäkelä puhui, sillä opettajat ovat epävarmoja omasta ohjausosaamisestaan. Tiiviimpi uraohjausvalmennus korkeakoulun opettajien ja Ohjaamo Lahden välillä voisi taata opiskelijoille vielä parempaa tulevaisuusorientoitunutta opetusta ja ohjausta.

5.3 Tulevaisuusorientoitunut ohjaus

Tulevaisuusorientoituneessa ajattelussa kyetään visioimaan ja kuvittelemaan erilaisia vaihtoehtoisia tulevaisuuksia ja tätä kautta löytämään uusia polkuja oman tulevaisuuden aktiiviseen luomiseen ja vaikuttamiseen. Tulevaisuusorientoituneessa ohjauksessa opiskelijalle annetaan ajatteluun aineksia ja välineitä, joiden avulla voi ymmärtää omien toimien ja valintojen seurauksia ja enemmän perusteita omille valinnoille. Tulevaisuusorientoitunut ohjaus ei ole vain tulevaisuuden suunnittelua vaan mahdollisuuksien luomista hahmottaa omaa elämää ja valintojen vaikutusta siihen. Tällaisessa ohjauksessa opiskelija oppii, kehittää osaamistaan ja kasvaa ammatillisesti samalla rakentaen omaa identiteettiään oppijana ja ammatillisena osaajana. (Opettajatutorin käsikirja 2018.)

Opettajatutorin käsikirjassa (2018) käsitellään sitä, miksi tulevaisuusorientoitunut ohjaus on tärkeässä roolissa opetuksessa. Nykyään työelämä ja työpaikat ovat jatkuvassa muutoksessa ja tämä edellyttää tulevaisuuden ajattelun ja hallinnan taitoja, kykyä ohjata omaa

elämää ja tulevaisuustaitoja toimintaympäristön muutoksen sietämisessä ja valmistautumisessa muutokseen. Ohjaus toimintana on sitä, että opiskelijat voivat käydä dialogista vuorovaikutuksellista keskustelua, jossa tuetaan opiskelijaa omassa päätöksenteossaan, opiskelija saa erilaisia ohjauspalveluja ja toteutetaan monialaista yhteistyötä. Koko korkeakoulu-uransa aikana opiskelija pohtii erilaisia tulevaisuuskysymyksiä, jotka liittyvät työllistymiseen ja työelämään. Ohjauksen tulee mahdollistaa näiden asioiden käsittelyn ja pohdinnan opintojen ajan. Yksilöllä kuitenkin jatkuu oppimisen ja ammatillisuuden kehittyminen läpi elämän, joten on hyvä saada opastusta heti opintojen alusta lähtien.

6 TOIMINNALLISEN OPINNÄYTETYÖN TOTEUTUS

6.1 Projektin suunnittelu

Toiminnallisen opinnäytetyön toteutuksen suunnittelu aloitettiin laatimalla toteutussuunnitelma sosiaalisen median markkinointikampanjalle (Taulukko 1). Videoiden sisällön suunnitteluun käytettiin paljon aikaa. Videoista haluttiin realistisia ja selkeitä. Kun videoiden sisältö oli suunniteltu, ideat lähetettiin Ohjaamolle hyväksyttäväksi. Videoiden toteuttamisessa ja julkaisemisessa pyrittiin toimimaan hyvän markkinointikampanjan mukaisesti.

Taulukko 1. Alkuperäinen toteutussuunnitelma

Tavoite	<p>Toteutamme somekampanjan videoiden ja kuvien muodossa. Videot ja kuvat kuvataan syyskuun aikana. Videoita ja kuvia julkaistaan lokakuussa kolmen viikon ajan Ohjaamo Lahden sosiaalisen media kanavissa. Kampanjaa varten tehdään viestintäsuunnitelma, jotta kampanjalle saadaan paras mahdollinen näkyvyys ja markkinointihyöty.</p> <p>Suunnittelemme kuvat ja käsikirjoitamme sekä ohjaamme videot yhdessä. Rekrytoimme ensisijaisesti korkeakouluopiskelijoita esiintymään videoilla ja kuvissa. Tiia kuvaa ja editoi videot sekä kuvat. Hyödynnämme LAMK:n kampuksia ja Ohjaamo Lahden toimitiloja videoiden ja kuvien kuvauksissa.</p> <p>Tavoitteena on käsikirjoittaa ja kuvata kolme videota. Sisällöltään videoissa kuvataan mahdollisimman realistisesti korkeakouluikäisten haasteita, kuten CV:n teko ja muutto uudelle paikkakunnalle. Kampanjan aikana julkaistaan myös aiheeseen liittyviä kuvia tukemaan videoiden sisältöä.</p>
Materiaalin julkaisu	<p>Kuvauspäivät: ?*</p> <p>Kampanja alkaa ? (ensimmäinen video julkaistaan)</p> <p>Viikot ? julkaistaan maanantaisin video, torstaisin kuva</p> <p>Viikko ? ei enää julkaista</p> <p>* Päivämäärät varmistuvat, kun olemme käyneet Ohjaamo Lahden henkilökunnan kanssa keskustelemassa.</p>
Video 1.	<p>Pekko istuu kampuksella läppärin ääressä ja törmää mielenkiintoiseen työpaikkailmoitukseen. Hän kiinnostuu paikasta välittömästi, kunnes muistaa että hänen CV:nsä ei ole päivitetty. Opiskelijatoveri tulee paikalle kysymään, mitä Pekko tekee. Pekko kertoo löytämästään työpaikkailmoituksesta ja ongelmastaan CV:n kanssa. Opiskelijatoveri kertoo kohdanneensa saman ongelman</p>

	aiemmin ja saaneensa apua Ohjaamo Lahdesta. He lähtevät yhdessä kohti Ohjaamo Lahtea. Videon lopussa Pekko astuu sisään Ohjaamo Lahteen.
Kuva 1.	Kuvapari kahdesta eri CV:stä. Toinen huonosti tehty ja toinen laadukas sekä visuaalinen. "Kummalla CV:llä sinä hakisit töitä? Tervetuloa Ohjaamo Lahteen päivittämään CV:si!" [Osoite, logo, jne.]
Video 2.	Video kuvataan "Maijan" kotona. Maija on muuttanut äskettäin Lahteen jatko-opiskelemaan YAMKiin, ja paikkakunta on hänelle vieras. Hän haluaisi tutustua tarkemmin kaupungin peruspalveluihin. Maija pohtii asiaa itsekseen hetken ja ottaa kännykän esille, jotta voi hakea tietoa palveluista. Haku tuottaa tuloksena Ohjaamo Lahden sivut. Hetken niitä selattuaan, Maija pohtii voiko yhdessä paikassa tosiaan olla noin monta palvelua yhden katon alla. Hän avaa Ohjaamo Lahden työkirjan kohdan, jossa kuplan sisällä lukee kohdistettu viesti 25-29 vuotiaille. Maija päättää soittaa Ohjaamo Lahteen ja sopii tapaamisen samalle viikolle.
Kuva 2.	Kuva Lahdesta / kaupunkikuvaa, sivulle tai päälle tekstipalkki, jossa: "Muutitko uuteen kaupunkiin? Etsitkö: - töitä - koulutusta - apua arjessa Tule Ohjaamo Lahteen!" [Osoite, logo, jne.]
Video 3.	Kalle on opintojensa loppupuolella ja valmistuminen lähenee. Hän haluaisi osa-aikatyön opintojensa ohelle. Kalle avaa tietokoneen ja huomaa Facebookissa jonkun kaverinsa kiinnostuneen Ohjaamo Lahden työllisyyteen ohjauksesta tapahtumasta. Hän avaa tapahtumasivun ja lukee kuvauksen ääneen. Kalle kiinnostuu tapahtumasta ja päättää Googlettaa Ohjaamo Lahden osoitteen. Hän tarkistaa aukioloajat ja toteaa Ohjaamo Lahden olevan vielä auki. Kalle suuntaa sinne heti.
Kuva 3.	Kättelevät kädet, sivulle tai päälle tekstipalkki, jossa: "Hei korkeakoulutettu! Mietitkö mistä sinulle seuraava työpaikka? Ohjaamo Lahdesta saat vinkkejä työnhakuun ja tietoa avoimista työpaikoista. Varaa aika tai tule käymään!" [Osoite, logo, jne.]

6.2 Projektin eteneminen

Alkuperäistä suunnitelmaa muokattiin ja kuvausaikataulu viivästyi. Ensimmäisen kuvan ideaa vaihdettiin, jotta se ei loukkaisi ketään. CV:t eivät siis olleet vertailtavina vaan esimerkkeinä, miten erilaisia CV:itä ihmisillä voi olla. Videoiden kuvauspäivät sovittiin kahdelle eri päivälle ja videoihin pyrittiin rekrytoimaan korkeakouluopiskelijoita. Käytimme omia kontaktejamme videoilla esiintyvien ihmisten roolituksiin ja se sujui mutkattomasti, vaikka aikataulut olivat muuttuneet. Kuvauspäivät olivat 19. ja 22. päivä lokakuuta. Projektilla oli nopea aikataulu, mutta laadusta ei ole tingitty.

Käsikirjoitimme, ohjasimme, kuvasimme ja editoimme videot (Liite 1.) sekä kuvat itse. Kaikki tuotokset kuvattiin Canon EOS 600D-järjestelmäkameralla ja standardilinssillä, ja ääni on nauhoitettu kameran oman mikrofonin kautta. Valokuvat on otettu Lahdessa ja CV-kuva on tehty alkuun Microsoft Wordin valmiiden CV-pohjien avulla. CV-kuvan toiseen esimerkkiin on lisätty anonyymi henkilökuva ilmaisen kuvankäsittelyohjelman GIMP:n avulla. Kaikki kuvat on lopuksi editoitu Photoshopin avulla, jolloin niihin lisättiin sininen pohja ja tekstit sekä parannettiin valotuksia ja varjostuksia. Kuvissa emme päätyneet käyttämään Ohjaamo Lahden logoa tai muuta ylimääräistä tietoa selkeyden ja visuaalisuuden vuoksi. Tekstit oli suunniteltu etukäteen ja niihin suunnittelimme aiheita tukevat kuvat. Päädyimme Lahden kaupungilta otettuun kuvaan sekä kuvaan, jossa kaksi ihmistä kättelevät.

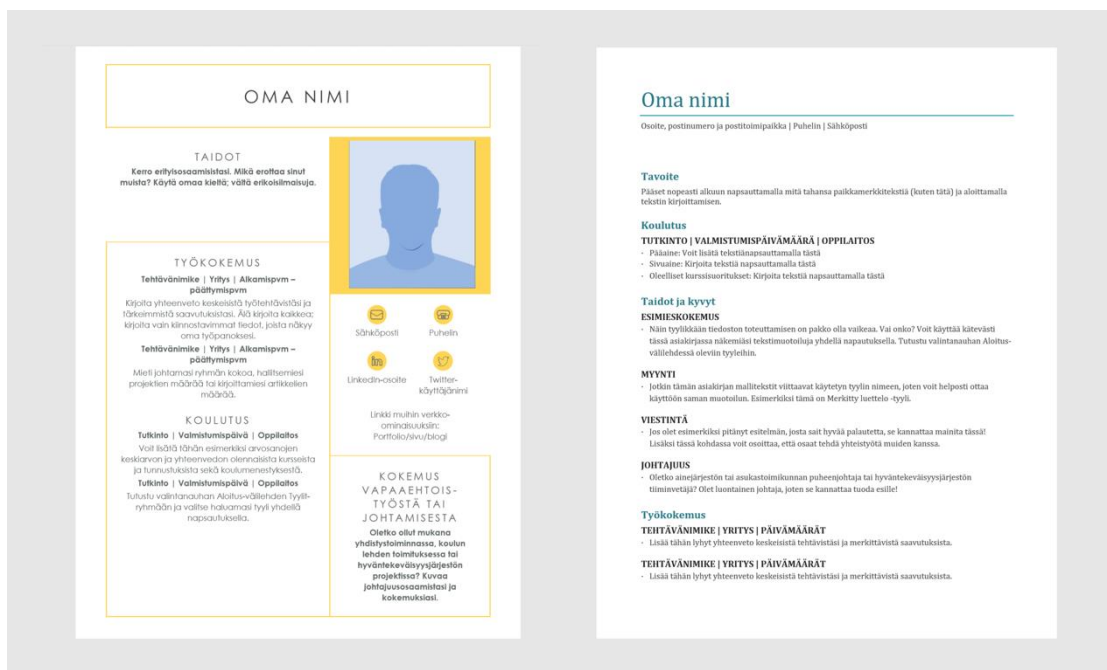
Videot editoitiin Sony Vegas Pro –ohjelman sekä Windows elokuvatyökalun avulla. Videoiden musiikit ovat tekijänoikeusvapaita kappaleita YouTube:n äänikirjastosta ja tekstien fontti on vapaasti ladattavissa 1001fonts –sivustolta. Videoihin tehtiin Photoshopilla kuvien kanssa yhteneväiset siniset alkuruudut, joihin sisällytettiin hahmojen taustakuvaukset, kuten keksitty nimi, ikä, koulutustaso ja muuta, joka mahdollisesti voisi viitata kohderyhmään. (Kuva 1. Video 3. Pekko)



Kuva 1. Video 3. Pekko

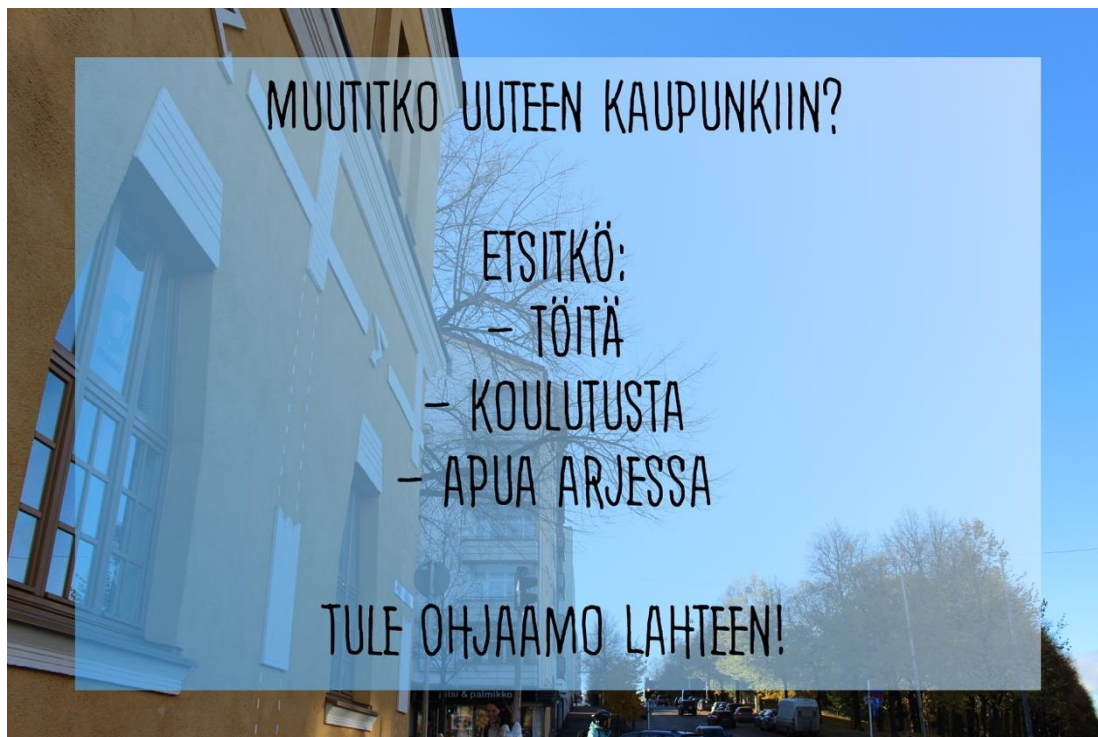
6.3 Videoiden ja kuvien julkaisut

Ensimmäinen kuva (Kuva 2.) ja video julkaistiin 7. marraskuuta. Aiheena oli CV:n tekeminen. Ensimmäisen viikon aikana video oli saavuttanut 1593 näyttökertaa, 19 tykkäystä ja kuusi jakoa Facebookissa. On kuitenkin mahdotonta arvioida, kuinka moni katsojista kuului kohderyhmään. Opinnäytetyössä ei olekaan tavoitteena mitata, kuinka monta kohderyhmän henkilöä videot ja kuvat tavoittivat. Kuva oli saavuttanut 18 tykkäystä ja kaksi jakoa. CV-kuva oli laitettu myös Instagramiin ja siellä tykkäyksiä oli 14 kappaletta. Videota ei laitettu Instagramiin. Ensimmäinen video oli kuitenkin jaettu Twitteriin, jossa se keräsi 14 tykkäystä ja 4 uudelleentwiittausta eli jakoa.



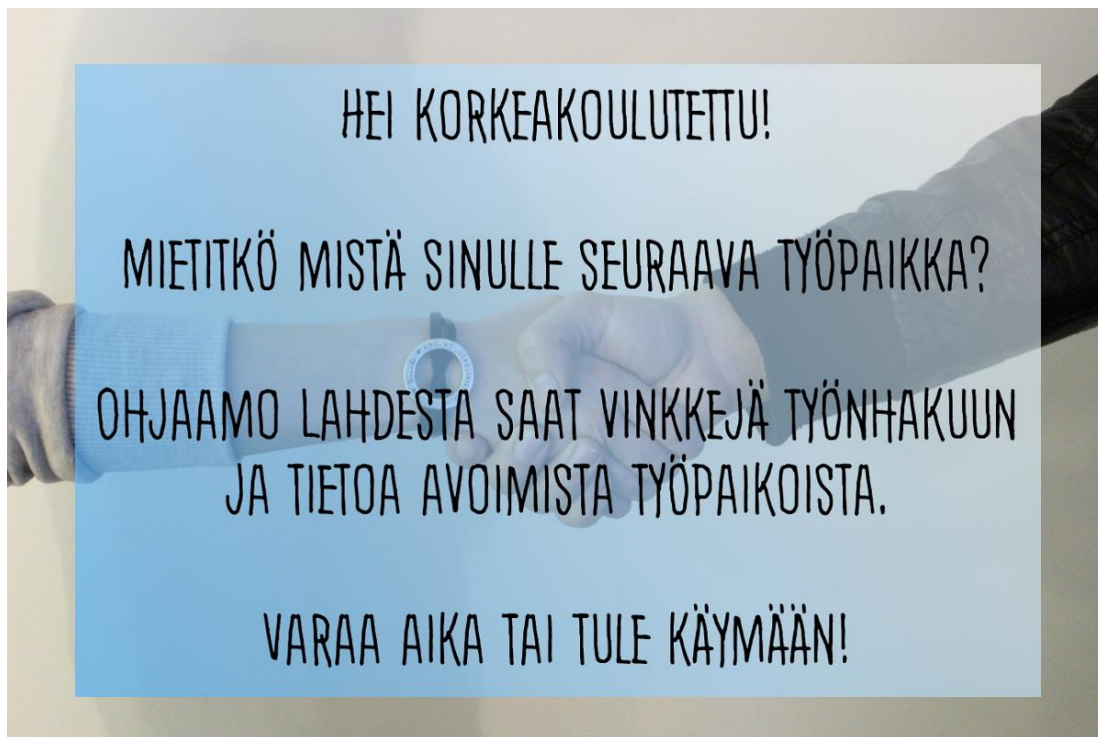
Kuva 2. Somekampanjan ensimmäinen kuva: Kummalla CV:llä sinä hakisit töitä?

Toinen kuva (Kuva 3.) ja video julkaistiin Facebookissa 9. marraskuuta. Aiheena oli uudelle paikkakunnalle muuttaminen ja Ohjaamosta saatavat monet palvelut. Ensimmäisessä viikossa video oli saavuttanut 278 näyttökertaa, 20 tykkäystä ja kaksi jakoa Facebookissa. Kuva oli saavuttanut 20 tykkäystä ja yhden jaon. Videota eikä kuvaa laitettu Instagramiin.



Kuva 3. Somekampanjassa toisena julkaistu kuva: Muutitko uuteen kaupunkiin?

Kolmas kuva (Kuva 4.) ja video julkaistiin 12. marraskuuta. Aiheena oli osa-aikaisen työpaikan löytäminen. Ensimmäisen viikon aikana video saavutti 290 näyttökertaa, 17 tykkäystä ja 2 jakoa. Kuva keräsi 12 tykkäystä ja kaksi jakoa. Näitä ei myöskään jaettu Instagramiin.



Kuva 4. Somekampanjassa kolmantena julkaistu kuva: Hei korkeakoulutettu! Mietitkö mistä sinulle seuraava työpaikka?

6.4 Projektin päättymisen

Uuden julkaisuaikataulun myötä julkaisukanavat kokivat muutoksen. Ohjeistuksen olisi pitänyt olla selkeämpää yhteistyökumppanimme suuntaan, että Facebook ja Instagram ovat silti ne kanavat, joihin kampanjamme tulisi julkaista. Loppupeleissä kampanja sijoittui vain yhteen someen, ja palasia kampanjasta oli muualla Ohjaamo Lahden someissa. Kampanja oli täysin kokonainen vain Facebookissa ja muualla rikkonaisesti, joten emme voi kuvailla Instagramissa tai muualla julkaistuja osia kampanjaksi. Olimme käyneet keskusteluja julkaisusta sekä kasvotusten että sähköpostitse Ohjaamo Lahden kanssa, mutta kanavien selkeys katosi jossain kohtaa sisäistä viestintää. Yhteistyökumppanimme oli lue-
nut opinnäytetyön suunnitelmamme, jossa oli mielestämme selkeästi kanavat lueteltuna, mutta tämä pääsi varmaan unohtumaan projektin viivästyessä. Meidän olisi pitänyt julkaisun alkaessa tai sen alettua selkeyttää, mihin kanaviin haluamme kuvat ja videot julkaista-
van.

Lisäksi videoiden ja kuvien julkaisun yhteydessä Ohjaamo Lahden työntekijät muotoilivat itse julkaisutekstit, jotka eivät olleet niin kohdennettuja, kuin olimme alun perin ajatelleet. Koska tekstit eivät olleet niin kohdennettuja, kampanjamme ideoitu kohderyhmä pääsi hie-
man katoamaan taka-alalle. Tähänkään emme antaneet valmiita tekstejä tai pyytänyt nähdä näitä kirjoituksia etukäteen, joten jatkoa varten tästä saa varmasti oppia siihen, kuinka tärkeää on luoda yksityiskohtainen markkinointi- ja viestintäsuunnitelma.

Allekirjoitimme Ohjaamo Lahden kanssa tekijänoikeussopimuksen, joka antoi heille luvan käyttää opinnäytetyön tuotoksiamme jatkossakin tiettyjä ehtoja vastaan. Tähän tulokseen tulimme, sillä haluamme Ohjaamo Lahden hyödyntävän videoitamme halutessaan tulevaisuudessaakin. Haluamme kuitenkin varmistaa oikeuden ja maininnan, että LAMKin opiskelijat ovat tehneet ne eivätkä ne ole Ohjaamo Lahden omia tuotoksia.

7 YHTEENVETO

7.1 Pohdinta

Korkeakoulutetut kokevat haasteita oman osaamisensa esiin tuomisessa, mutta tukea tähän tarjotaan esimerkiksi LAMK Duunissa ja Ohjaamossa. Korkeasti koulutetut eivät siis jää tyhjän päälle ja ilman apua tässä asiassa, jos he vain osaavat hakeutua oikeanlaisen palvelun piiriin. Tämmöisistä palveluista tiedon lisääminen on tärkeää, jotta kaikilla olisi mahdollisuus hakeutua avun luokse. LAMK Duunin sisällyttäminen opintoihin on erittäin hyvä, sillä silloin opiskelija pohtii omaa osaamistaan jo koulunsa aikana ja oman osaamisen tunnistaminen kehittyy. Jos kuitenkin kokee epävarmuutta, on olemassa Ohjaamon kaltainen paikka, jossa saa tärkeää kasvotusten tapahtuvaa ohjausta, tukea ja neuvontaa. Tällaisessa dialogisessa vuorovaikutuksessa voi oppia itsestään ja osaamisestaan huomattavasti enemmän kuin yksin pohtiessa. Helpottaa varmasti myös kuulla, kun ammattilainen sanoo asioita ääneen.

Korkeakoulutettujen tuentarpeissa nousi esiin muun muassa se, että korkeakoulutetut haluavat ammattilaisten olevan paremmin perillä työmarkkinoista ja mahdollisista työpaikoista. Tähän ainakin osittain auttaisi tulevaisuusorientoituneen ohjauksen toteuttaminen korkeakouluissa. Kun korkeasti koulutettu saa jo opiskeluaikana tietoa työmarkkinoista ja työpaikoista, osaa hän suunnitella tulevaisuuttaan ja mahdollisuuksiaan hyvissä ajoin ennen kuin uusi nivelvaihe korkeakoulun ja työpaikan välissä tulee. Tätä kautta opiskeluaikana on helpompi perustella itselleen omia valintojaan ja omaa opintopolkua miettiä sekä rakentaa tulevaisuuden suunnitelmia tukevaksi. Vaikka ei tietäisikään tarkasti, missä työpaikassa haluaa valmistuttuaan olla, voi silti hahmotella omia tulevaisuuden polkujaan, kun tietää nykyhetken työllistymistilastoista ja siitä, miten nykyään työurat rakentuvat. Ennen saatettiin pysyvästi jäädä yhteen työpaikkaan, mutta työelämä kokee muutoksia ja niitä on helpompi ymmärtää, kun omaa riittävästi tietoutta.

Lahden ammattikorkeakoulussa pyritään ainakin Korkeakoulu ja työelämä -projektin myötä kehittämään tulevaisuusorientoitunutta ohjausta. Kun tarkastelee korkeasti koulutettujen listaamia tuen tarpeita ja ammattikorkeakoulussa toteutuvaa ohjausta, huomaa, että ohjauksessa on pyritty juurikin näihin tuen tarpeisiin vastaamaan. Tällaista kehitystointaa täytyy jatkossakin korkeakouluissa olla. Tulee vastata opiskelijoiden toiveisiin ja tarpeisiin. Korkeasti koulutettujen kuitenkin täytyy vastavuoroisesti pyrkiä miettimään ja myös kehittämään palveluita. Yhdessä käytyjen neuvottelujen ja dialogien pohjalta saadaan varmasti rakennettua parempi ja tiiviimpi korkeakouluyhteisö.

Edellä mainitussa Korkeakoulu ja työelämä -projektissa myös edistettiin opiskelijoiden tietoutta yhteistyöverkoston tarjoamista työllisyyttä edistävästä palveluista. Aiemmin nousi esille, että yhtenä yhteistyötahona toimi Ohjaamo. Korkeakoulujen ja Ohjaamojen on hyvä tehdä jatkossakin yhteistyötä. Ohjaamo on kuitenkin laajemmin apua tarjoava paikka eikä keskity vain työllistymiseen. Työllistyminen ja oman uran luominen ovat merkittävässä roolissa yksilön elämässä, mutta kokonaisvaltaiseen hyvinvointiin kuuluu muitakin asioita. Ohjaamossa saa tukea ja neuvontaa ja varmasti osataan ohjata eteenpäin vielä sopivampien palveluiden piiriin, jos tarve vaatii. Kun ihminen voi kokonaisvaltaisesti hyvin, pystyy hän selviämään kaikilla elämänsä osa-alueilla parhaalla mahdollisella tavalla.

LAMK Duunin ja opinnäytetyössä käytetystä markkinoinnista löytyi yhtäläisyyksiä. Molemmissa on mietitty kohderyhmä, millä tavalla, millaisella aikataululla ja mitä kanavia pitkin kohderyhmät tavoitetaan. Markkinoinnissa onkin käytettävä tehokkaita keinoja, jotta se tuottaa tuloksia. On myös tärkeää luoda selkeät suunnitelmat, jotta kaikki markkinointiin osallistuvat tahot ovat perillä yhteisestä suunnitelmasta. Näin saadaan paras näkyvyys ja tehokkuus käyttöön. Sosiaalisen median kanavien hyödyntäminen on yleistynyt niin paljon, että se on todella tehokas kanava tavoittaa moniakin kohderyhmiä. Lisäksi sinne toteutettava markkinointi voi toteutua nopeallakin aikataululla, kuten meidän kampanjamme toteutui.

Digitaalisuus näkyy vahvasti nykypäivänä, sillä yhä useampi yritys ja korkeakoulutettu kohtaa juurikin digitaalisia palveluja hyödyntämällä. On siitä huolimatta tärkeää, ettei kasvotusten tapahtuva vuorovaikutus katoa, sillä sosiaaliala ei toimi vain digitaalisia palveluja hyödyntäen. Digitalisaatio tuleekin ottaa mahdollisuutena vastaan, joka hyödyntää ja tehostaa olemassa olevia toimintamalleja. Esimerkkinä LAMK duuni -palvelu. Se ei korvaa kasvotusten tapahtuvaa ohjausta ja neuvontaa työpaikkojen suhteen, mutta sitä voi käyttää kasvotusten tapahtuvan toiminnan tehokkaana tukena. Paras hyöty saadaan, kun osataan ottaa vanhan toiminnan rinnalle nykyaikaisia keinoja. Nykyaikaiset keinot vaativat kuitenkin uskallusta ja osaamista. Siksi olisi tärkeää niin työpaikoilla kuin kouluissakin huomioida se, että kaikki omaavat riittävät taidot digitaalisten palveluiden käyttöön. Työpaikoilla täytyisi pitää koulutuksia, joissa opetetaan tuoreinta tietoa ja taitoa vanhoillekin työntekijöille. Kun kaikki työyhteisössä ovat samalla tasolla, toimii yhteisökin paremmin.

Markkinointikampanja tarkoittaa yrityksen tai kolmannen osapuolen markkinointiyrityksen pyrkimykset lisätä tietämystä tietylle tuotteelle tai palvelulle tai lisätä kuluttajien tietoisuutta yrityksestä tai organisaatiosta. Markkinointikampanjalla on rajoitettu kesto (BusinessDictionary 2018). Markkinointikampanjan tulee olla ajankohtainen, omaperäinen ja erottuva.

Kampanjassa ei riitä pelkät huomiovärit ja iso teksti. Markkinoinnissa tulee keskittyä asiakkaan tarpeeseen ja tuottaa sisältöä, jonka luo hakeudutaan ilman että edes tajutaan sen olevan markkinointia. Kampanjan tulee herättää mielenkiintoa ja innostaa katsojaa luonnostaan. Perinteiset päällekkäyvät mainokset ja suora markkinointi eivät ole kovin toimivia enää nykypäivänä. Hyvän kampanjan pohjalle tulee tehdä hyvä suunnitelma. Kun markkinoinnilla on selkeä suunta ja linjaus, sitä on mieluisampaa seurata. Kampanjassa tulee miettiä, mitä sisältöä tai tietoa se tarjoaa katsojalle, jotta kohderyhmää saadaan sitoutettua. markkinoinnin onnistumista voi mitata sillä, onko kampanja tavoittanut halutun kohderyhmän. Ideaalitulanteessa markkinoijan jakama sisältö lähtee leviämään kuluttajien toimesta ympäri somea, jonka kautta tavoitettavuus lisääntyy.

Kohdistetussa markkinoinnissa yleisön tavoittaminen toimii parhaiten siellä, missä kohderyhmä viettää aikaa. Digitalisaation myötä televisiota ja lehtiä seurataan yhä vähemmän ja perinteiset keinot, kuten mainosposti ja lehtimainokset ovat vanhanaikaisia. Sosiaalisen median Sosiaalisen median markkinoinnin onnistumista voi mitata sillä, onko kampanja tavoittanut halutun kohderyhmän. Ideaalitulanteessa markkinoijan jakama sisältö lähtee leviämään kuluttajien toimesta ympäri somea, jonka kautta tavoitettavuus lisääntyy.

Koemme opinnäytetyömme, projektimme ja somekampanjamme onnistuneeksi, vaikka emme voi tietää opinnäytetyön suuremman tarkoituksen täyttymisestä ja siitä, lisääkö se tulevaisuudessa sitä, että korkeakoulutetut osaisivat hakeutua rohkeammin työllisyyttä tukevien palveluiden piiriin. Teknologian kehityksen lisäksi tarvitsemme perinteistä hyvinvointipolitiikkaa, jotta erilaisten tukipalveluiden tarjonta pystyy vastaamaan jokaisen ihmisen tarpeita heidän sosioekonomisesta taustasta tai muusta väestön monipuolisuudesta riippumatta. Toiveenamme on työnhaun helpottuminen ja se, että työllisyys lisääntyisi etenkin korkeakoulutetuilla oli se sitten digitaalisuuden myötä tai ei.

7.2 Opinnäytetyön luotettavuus ja eettisyys

Aihetta valitessa pohdimme, mikä olisi nykyaikainen ja meitä sekä yhteistyökumppania hyödyttävä työ. Työ oli mielestämme toteuttamisen arvoinen, koska saimme itsellemme varmasti tulevaisuudessa hyödynnettävää tietoa esimerkiksi digitalisaatiosta ja digitaalisuuden kasvavasta käytöstä sosiaalialalla. Yhteistyökumppanimme puolestaan sai näkyvyyttä videoilla ja on vielä parempi, jos tekemällämme työllä edistetään korkeakoulutettujen tietoutta tukipalveluista. Emme kuitenkaan pysty näin lyhyellä ajalla tutkimaan sitä, kuinka monta kohderyhmän ihmistä sosiaalisen median kampanjamme saavutti tai kuinka moni oikeasti meni Ohjaamolle. Tämä vaatisi pidemmältä ajalta tutkimusta ja selvitystä. Teemme opinnäytetyössämme selväksi, että emme tiedä kampanjamme todellista vaikutusta tukipalveluihin hakeutumisessa emmekä vääristele tai keksi tuloksia.

Laadimme opinnäytetyönsuunnitelman, jota muokattiin muutamaan otteeseen, jotta yhteistyökumppanimme hyväksyi sen. Emme tarvinneet tutkimuslupaa työllemme, koska teimme sosiaalisen median kampanjan, jossa emme keskittyneet tutkimaan tiettyjä ihmisiä. Teimme Ohjaamo Lahden kanssa toimeksiantosopimuksen sekä tekijänoikeussopimuksen, jossa annoimme luvan käyttää tekeleitämme tiettyjä ehtoja vastaan. Videoissa on käytetty tekijänoikeusvapaita ääniraitoja ja äänitehosteita, jotta omistamme videoiden oikeuden itse ja voimme jatkossa määrittää vapaasti, kenelle annamme luvat käyttöön. Tekijänoikeuksien huomioiminen julkisissa tuotoksissa on tärkeää jokaisen osapuolen oikeusturvan kannalta. Videoissa esiintyville henkilöille kerroimme suullisesti opinnäytetyöstä ja sen ideasta. Henkilöt olivat siis tietoisia kaikista olennaisista asioista opinnäytetööhön liittyen. Näiden henkilöiden kanssa emme tehneet kirjallisia sopimuksia, sillä videoissa esiintyville henkilöille ei ollut mitään riskiä tai haittaa videoissa mukana olemisesta. Henkilöt osallistuivat vapaaehtoisesti ja omasta tahdostaan. Näyttelijöiden nimet ja iät ovat keksittyjä ja tämä suojaa heidän yksityisyyttään. Eija Mäkelä on lukenut haastattelun kirjatun version läpi ja hyväksynyt sen ennen julkaisua.

Olemme noudattaneet raportoinnissa sääntöjä ja perustelleet tekemäämme opinnäytetyössä. Olemme kriittisesti pohtineet omaa tekemistämme ja huomioineet asioita, joita olisimme voineet tehdä paremmin. Esimerkiksi olisimme voineet laatia Ohjaamo Lahdelle vielä selkeämmän suunnitelman videoiden ja kuvien julkaisua varten.

Olemme arvioineet lähteidemme luotettavuutta kriittisesti ja käyttäneet mielestämme luotettavia lähteitä. Olemme myös osoittaneet, mitkä kohdat ovat meidän omaa pohdintaamme ja mitkä on referoitu toiselta kirjoittajalta. Noudatamme hyviä tieteellisiä käytäntöjä työssämme.

7.3 Toiminnan jatkokehittämisehdotuksia Ohjaamo Lahdelle

Opinnäytetyössä päädyimme somekampanjaan, sillä digitaalisuus sosiaalialalla kasvaa ja kehittyä jatkuvasti. Sosiaalinen media on nykypäivänä osa jokaisen yksilön ja yrityksen arkea. Vaikka monissa muissa paikoissa sosiaalityön kenttä muuttuu digitaalisempaan suuntaan, Ohjaamo Lahti palvelee yhä kasvotusten ja on ikään kuin vastakohtana digitalisoituvalle maailmalle. Digitaaliset palvelut eivät koskaan voi kokonaan korvata kasvotusten tapahtuvaa vuorovaikutusta, mutta niitä voidaan käyttää tehostamaan sosiaalialalla tapahtuvaa työtä. Kuten Ohjaamo Lahti toteuttaa kasvotusten tapahtuvaa työtä, mutta hyödyntää silti digitaalisia palveluita viestintäväylänä. Koska Ohjaamo Lahden toiminnassa korostuu kasvokkainen ohjaus, esitämme myös konkreettisia toiminnan kehittämisehdotuksia opinnäytetyön yhteistyökumppanille.

7.3.1 Uraryhmä

Ohjaajat voisivat rohkaistua vetämään uraryhmää. Ryhmä vaikuttaa positiivisesti yksilön itsetuntoon ja itsetuntemukseen. Ryhmässä yksilö huomaa, että toisetkin pohtivat samantapaisia tulevaisuuteen liittyviä asioita ja tästä syntyy voimaannuttava normaaliuden tunne. Lisäksi toisten kertomukset voivat laajentaa yksilön uranäkymiä. Ryhmään osallistuva korkeasti koulutettu voisi vertaistuen ja ryhmässä tapahtuvan vuorovaikutuksen avulla löytää oman tulevaisuuden visionsa. (Perttunen & Karhu 2014, 74.) Korkeasti koulutetuille järjestetään esimerkiksi kerran viikossa uraryhmä, jossa jaettaisiin omia kokemuksia ja näkemyksiä tulevaisuudesta ja itseään kiinnostavista ammateista. Kuten Perttunen ja Karhu (2014) kirjoittavat, voisi uraryhmän kautta tapahtua voimaantumista, kun korkeasti koulutettu huomaa, ettei yksin paini asioidensa kanssa vaan toiset ovat tai ovat olleet samanlaisessa tilanteessa elämässään. Olisiko Ohjaamon yksi mahdollinen keino tukea korkeakoulutettuja juurikin siinä, että järjestettäisiin vertaistuellinen ryhmä?

Uraryhmän yksi tärkeä tehtävä on luoda tulevaisuuskuva. Tärkeys ei ole siinä, että löytäisi jonkun tietyn tehtävän tai työpaikan vaan siinä, että syntyisi mielikuvia, missä itsensä näkee työelämässä. Koska työelämä on nopeasti muuttuvaa, on lähes mahdotonta ennustaa, minkälaisia ammatteja ja työtehtäviä tulevaisuudessa on. Uraryhmässä keskitytäänkin asiantuntijuuden kehittämiseen, osaamiseen ja asioihin, jotka kiinnostavat ja joiden parissa haluaa työskennellä. Ihminen ei voi kiinnostua mistään, mistä hän ei tiedä. (Perttunen & Karhu 2014 74 – 75.) Vaikka korkeasti koulutetulla olisi jo ammatti sekä paperit hankittuna, ei välttämättä silti tiedä, mihin haluaa tarkemmin suuntautua. Ryhmässä jaettu tieto ja mielikuvat tulevaisuuden työstä helpottavat työpaikan etsimistä ja hakemista.

Ihmisen osaaminen muodostuu hänen persoonastaan, tiedoistaan ja taidoistaan. Näistä ominaisuuksista yhdessä syntyy se potentiaali, joka on työnantajan hyödyksi. Työnantaja kiinnostuuikin työntekijää valitessaan siitä, mitä uudella työntekijällä on annettavaa yksilönä ja työyhteisön jäsenenä. Jos henkilö ei itse tiedosta omaa osaamistaan, vahvuuksiaan ja kehittämiskohteita, on mahdotonta vakuuttaa työnantajaakaan. Uraryhmässä herätellään korkeasti koulutettua miettimään, mitkä asiat kiinnostavat ja mikä työ olisi itselle mieluisa. (Perttunen & Karhu 2014 75 – 76.) Jos Ohjaamossa pidettäisiin uraryhmää korkeasti koulutetuille, siellä olisi hyvä herätellä miettimään juurikin omia vahvuuksiaan ja asioita, joissa olisi hyvä kehittyä. Korkeasti koulutetut listasivatkin tuen tarpeisiin kannustuksen omasta osaamisestaan ja keinoja luottaa itseensä paremmin. Kun omaa osaamistaan tiedostaa, on helpompi markkinoida itseään ja luottaa siihen, että itsestään löytyy tarvittavaa osaamista.

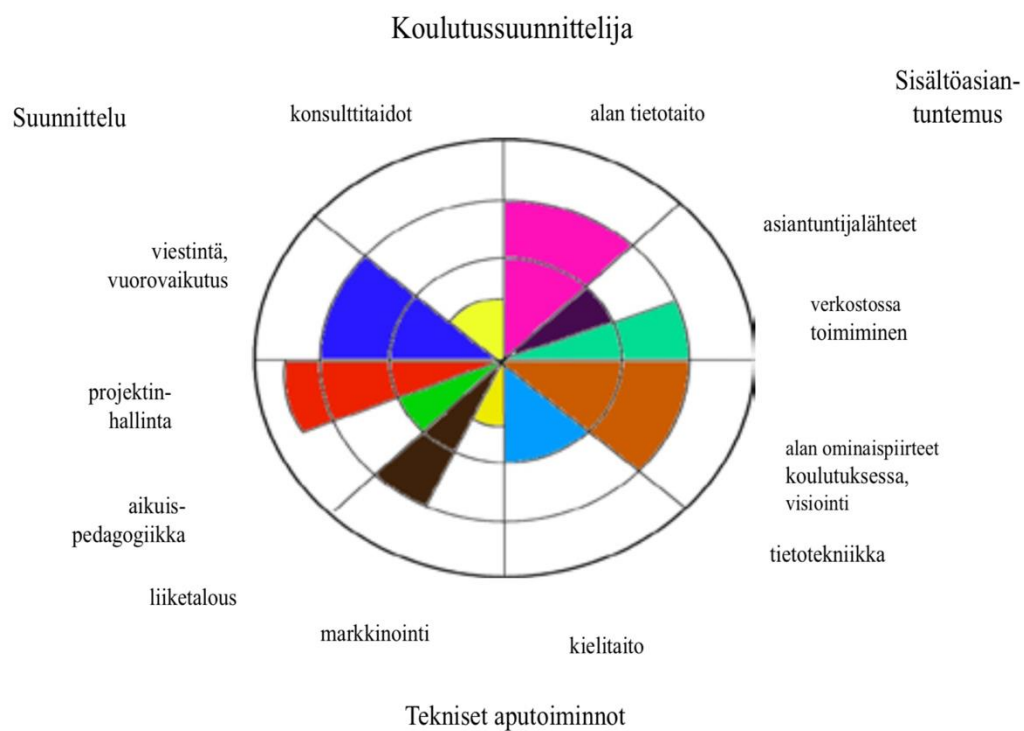
Korkeakoulutetulla saattaa olla haasteena, miten kääntää kursseilta haalittu oppi osaamisen kielelle. Korkeasti koulutetun pitäisi pystyä kirjoittamaan työhakemuksia niin, että hän kertoo, mitä oikeasti osaa eikä vain kertoa, millaisia kursseja on suorittanut. Uraryhmässä harjoitellaan työhakemuksien laatimista ja yhdessä pohditaan, herättävätkö hakemuksissa olevat kuvaukset kielteisiä vai myönteisiä kuvia työnhakijasta ja kuvaileeko hän todella omaa osaamistaan vai luetteleeko vain käytyjä kursseja. (Perttunen & Karhu 2014 76 – 77.) Tässä voitaisiin käydä läpi vinkkejä erottuvan ja kiinnostavan ansioluettelon ja hakemuksen tekemiseen, kuten korkeasti koulutetut olivat toivoneetkin neuvoja asiaan liittyen. Onnistunut työhakemus on kuitenkin varmempi keino saada itselleen työpaikka. Työnantaja pystyy luomaan hakemuksen avulla käsityksen siitä, millaisen työntekijän hän tiimiinsä saisi.

7.3.2 Osaamisympyrä

Ohjaamalla voitaisiin yksilötapaamisilla tehdä korkeasti koulutetun kanssa osaamisympyrä. Ympyrän tarkoituksena on havainnollistaa korkeakoulutetun osaamista eri tieto- ja taitoalueilla sekä miettiä elämää ja uraa valmistumisen jälkeen. Ympyrä herättelee korkeasti koulutettua ajattelemaan, millaista osaamista mahdollinen tuleva työ vaatii ja minkälaisia tietoja ja taitoja kannattaisi opetella. Lisäksi ympyrä havainnollistaa eri tieto- ja taitoalueilla vaaditun osaamisen tason. (Osaamisympyrä 2018.) Ympyrä toteutetaan yksilötyönä. Korkeasti koulutettu voi miettiä, mihin haluaisi päästä töihin ja laatia tämän työpaikan pohjalta ympyränsä. Ympyrään piirretään tulevan työn vaatimaa jokaista tieto- ja taito-osaamista varten sektori. Korkeasti koulutettu siis miettii, mitä kaikkia osaamisalueita työ vaatii ja piirtää yhtä monta sektoria kuvaamaan näitä osaamisalueita. Sektorit voidaan jakaa useampaan tasoon ja niillä kuvataan osaamisen eri tasoja. Tämän jälkeen korkeasti koulutettu värittää jokaisesta sektorista niin monta solua kuin kuvittelee työn vaativan. Ulommat solut kuvaavat vaativampaa osaamista ja sisemmät pienempää osaamisen tasoa. Valmiit ympyrät voidaan käydä ryhmässä läpi. (Haihu 2011, 36.) Mikäli Ohjaamo toteuttaisi uraryhmää, voitaisiin siellä käydä yhdessä kaikkien osaamisympyrät läpi. Aiemmin mainitun vertaistuen avulla korkeasti koulutettu voisi tunnistaa paremmin omaa osaamistaan ja mitä haluaisi mahdollisesti kehittää. Kun korkeakoulutettu tunnistaa omat vahvuutensa, osaa hän paremmin tuoda niitä esiin myös työhakemuksissaan. Uraryhmän ja osaamisympyrän avulla voisi myös kirkastua oma näkemys siitä, millaista työtä oikeasti haluaa tehdä. Tällöin kyseisistä työpaikoista on helpompi saada tietoa ja Ohjaamalla osataan neuvoa, mistä työtä kannattaisi hakea.

Esimerkki osaamisympyrästä

Lähde: Jalava, Lehtinen, Palonen, Opsista Hops 1997



Kuva 5. Osaamisympyrä (Haihu 2011, 36)

LÄHTEET

- Akava: Vastavalmistuneiden korkeasti koulutettujen työttömyyden kasvu pysäytettävä. 2018. Yhteiskunta-alan korkeakoulutetut ry. [viitattu 4.10.2018] Saatavissa: <https://www.yhteiskunta-ala.fi/uutiset/akava-vastavalmistuneiden-korkeasti-koulutettujen-tyottomyyden-kasvu-pysaytettava/>
- Asplund, A., & Vanhala, P. 2016. Korkeasti koulutettujen työmarkkinapolut. Työllisyys, työttömyys ja syrjäytymisriski. Työ- ja elinkeinoministerin julkaisuja. [viitattu 17.10.2018] Saatavissa: http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/75049/TEM-jul_22_2016_netti.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- BusinessDictionary. 2018. Marketing campaign. [viitattu 4.10.2018] Saatavissa: <http://www.businessdictionary.com/definition/marketing-campaign.html>
- Granhholm, C. 2016. Digitaalinen murros koskettaa myös sosiaalityötä. Uutistamo. [viitattu 29.8.2018] Saatavissa: <http://www.uutistamo.fi/digitaalinen-murros-koskettaa-myos-sosi-aalityota/>
- Haihu, K. 2011. Valmistumisen tukeminen korkeakouluopinnoissa. Ohjauksen ja työelämätaitojen kehittäminen korkea-asteella – ESR-hanke 2008-2011. [viitattu 21.10.2018] Saatavissa: <https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/47638/978-951-39-4301-1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Inkeroinen, A. 2010. Sosiaalinen media suomalaisissa yrityksissä. [viitattu 4.10.2018] Saatavissa: <https://aaltdoc.aalto.fi/bitstream/handle/123456789/3314/urn100305.pdf?sequence=1>
- Jokelainen, P. 2016. Uusi viritys TE-palveluihin – kuinka tukea korkeasti koulutettua työntöntä? Uralehti. [viitattu 29.8.2018] Saatavissa: <https://uralehti.fi/blogit/uusi-viritys-te-palveluihin-kuinka-tukea-korkeasti-koulutettua-tyotonta/>
- Juhanko, J., Jurvansuu, M., Ahlqvist, T., Ailisto, H., Alahuhta, P., Collin, J., Halen, M., Heikkilä, T., Kortelainen, H., Mäntylä, M., Seppälä, T., Sallinen M., Simons, M., Tuominen, A. 5.1.2015. Suomalainen teollinen internet – haasteesta mahdollisuudeksi: taustoittava kooste. Elinkeinoelämän tutkimuslaitos. ETLA Raportit No 42. [viitattu 2.9.2018] Saatavissa: <https://www.etla.fi/wpcontent/uploads/ETLA-Raportit-Reports-42.pdf> 9.10.2016
- Karevaara, K. 2018. Ohjaamo ketteränä linkkinä opintojen välillä. Monen näköiset opiskelijan polut. Erilaiset, mutta sujuvat siirtymät opintojen nivelvaiheissa. Lahden ammattikorkeakoulun julkaisusarja, osa 37. [viitattu 20.11.2018] Saatavissa: <https://www.lamk.fi/sites/default/files/2018-10/Monen-nakoiset-opiskelijan-polut.pdf>
- Karevaara, K., Tuominen, P. & hankehenkilöstö. Ohjaamo Lahti. Seitsemän Myyttiä työstä. [viitattu 29.8.2018] Saatavissa: <http://www.ohjaamolahti.fi/tyokirja.pdf>
- Kohonen, K. & Arajärvi, M. 2017. Sosiaaliala digitaalisessa murroksessa. UAS JOURNAL. [viitattu 6.9.2018] Saatavissa: <https://uasjournal.fi/tyoelama/sosiaaliala-digitaalisessa-murroksessa/>

KUVA 5. Osaamispyyrä. Haihu. 2011. Saatavissa: <https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/47638/978-951-39-4301-1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

KUVIO 1. Ohjaamo Lahti on moniammatillinen yhteisö. Karevaara, Tuominen & hankehenkilöstö. 2018. Saatavissa: <http://www.ohjaamolahti.fi/tyokirja.pdf>

Laukkanen, J. 2016. Korkeasti koulutettujen palvelut - työryhmä. Neuvotteleva virkamies Johanna Laukkanen. [viitattu 9.9.2018]. Saatavissa: <https://docplayer.fi/2556016-Korkeasti-koulutettujen-palvelut-tyoryhma-neuvotteleva-virkamies-johanna-laukkanen.html>

Lehto, M. & Neittaanmäki, P. 2016 Digitalisaatio muuttaa yhteiskunnan ja yksilöiden tapaa toimia. [viitattu 4.10.2018] Saatavissa: <http://elektra.helsinki.fi/se/t/0782-0674/41/1/digitali.pdf>

Mäkelä, E. 2018. Kehittämispäällikkö. Lahden ammattikorkeakoulu. Haastattelu 15.11.2018.

Opettajatutorin käsikirja. 2018. Lahden ammattikorkeakoulu ja työelämä ESR-hanke 2016-2018. [viitattu 20.11.2018] Saatavissa: <https://www.lamk.fi/sites/default/files/2018-06/Opettajatutorin%20käsikirja.pdf>

Osaamispyyrä. 2018. Korkeakoulusta.fi. [viitattu 21.10.2018]. Saatavissa: <https://korkeakoulusta.fi/tyokalut/valmistuminen-projektina/osaamispyyra/>

Osaava Suomi luo hyvinvointia. 2014. Akava. [viitattu 20.9.2018] Saatavissa: https://www.akava.fi/files/12535/Osaava_Suomi_luo_hyvinvointia_2014.pdf

Perttunen, A. & Karhu, K. 2014. Vertaistuella parempaan osaamisen tunnistamiseen ja sanoittamiseen. Tulevaisuuden urapolut. Korkeakoulutettujen ohjaus muuttuvassa työelämässä. Turun ammattikorkeakoulu. [viitattu 21.10.2018] Saatavissa: <http://julkaisut.turkuamk.fi/isbn9789522164483.pdf>

Pitkänen, S. & Kesä, M. 2017. Nuorten työllistymistä tukevat keinot Ohjaamoissa. Uutta auringon alla? Ohjaamo. [viitattu 13.10.2018] Saatavissa: https://www.doria.fi/bitstream/handle/10024/162149/Uutta_auringon_alla%20f.pdf?sequence=1&isAllowed=y#page=7

Saarela, U. 2018 Tulevaisuusorientoitunut ohjaus näkyy jo opiskelun aikana. Monen näköiset opiskelijan polut. Erilaiset, mutta sujuvat siirtymät opintojen nivelvaiheissa. Lahden ammattikorkeakoulun julkaisusarja, osa 37. [viitattu 20.11.2018] Saatavissa: <https://www.lamk.fi/sites/default/files/2018-10/Monen-nakoiset-opiskelijan-polut.pdf>

Toimivat työmarkkinat ja tehokkaat työvoimapalvelut. 2018. Akava. [viitattu 9.9.2018] Saatavissa: https://www.akava.fi/akava/tavoiteohjelmat/tavoiteohjelma-arkisto/hallitusohjelma-tavoitteet_-_tyosta_kasvua_suomeen/toimivat_tyomarkkinat_ja_tehokkaat_tyovoimapalvelut

Tunnista Osaaminen. 2013. AHOT korkeakouluissa -hanke. Turun yliopiston koulutus- ja kehittämiskeskus Brahea. [viitattu 17.11.2018] Saatavissa: https://issuu.com/tiitammi/docs/tunnista_osaaminen?pageNumber=1

Työllistymisen tukeminen. 2017. Terveiden ja hyvinvoinnin laitos. [viitattu 6.9.2018] Saatavissa: <https://thl.fi/fi/web/sote-uudistus/talous-ja-politiikka/sosiaalipolitiikka/sosiaalityo/tyollistymisen-tukeminen>

Vesanen, M. 2014. Opiskelijoiden ja vastavalmistuneiden kokema tuen tarve työnhaussa. Tulevaisuuden urapolut. Korkeakoulutettujen ohjaus muuttuvassa työelämässä. Turun Ammattikorkeakoulu. [viitattu 12.9.2018] Saatavissa: <http://julkaisut.turkuamk.fi/isbn9789522164483.pdf>

LIITTEET

Liite 1. Somekampanjassa julkaistut videot

CV kuntoon – Ohjaamo Lahti: <https://www.youtube.com/watch?v=oBPnnInomQE>

Palvelut Ohjaamolla: <https://www.youtube.com/watch?v=pdJ3kefJGlo>

Rekrytapahtumat – Ohjaamo Lahti <https://www.youtube.com/watch?v=OQroArkE320>