

Opinnäytetyö (AMK)

Liiketalous

Mediatuotanto

2021

Titta Meskanen

ESITTÄVIEN TAITEIDEN KOULUTUSTEN MARKKINOINNIN KEHITTÄMINEN

– case: Turun ammattikorkeakoulun Taideakatemia

OPINNÄYTETYÖ (AMK) | TIIVISTELMÄ

TURUN AMMATTIKORKEAKOULU

Liiketalous | Mediatuotanto

2021 | 69 sivua, 6 liitesivua

Titta Meskanen

ESITTÄVIEN TAITEIDEN KOULUTUSTEN MARKKINOINNIN KEHITTÄMINEN

– Case: Turun ammattikorkeakoulun Taideakatemia

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön aiheena oli Taideakatemia esittävien taiteiden koulutusten markkinoinnin kehittäminen. Opinnäytetyön toimeksiantajana oli Turun ammattikorkeakoulun Taideakatemia.

Toimeksiantajan kehittämistehtävänä opinnäytetyössä oli esittävien taiteiden koulutusten markkinoinnin, eli niin sanotun hakumarkkinoinnin, kehittämiskohteiden kartoitus, jotta markkinointia osattaisi suunnitella paremmin ja se tavoittaisi oikean kohderyhmän jatkossa tehokkaammin. Markkinoinnin vähäisyys on saattanut olla yksi syy, minkä vuoksi hakijamäärät joihinkin esittävien taiteiden koulutuksiin ovat jääneet ajoittain liian alhaisiksi. Toimeksiantajan tavoitteena on markkinoinnin kehittämisellä ja tehostamisella saada lisää hakijoita koulutuksiin. Esittävien taiteiden koulutuksilla on erityiset kohderyhmät heidän päämäärätietoisien harrastustaustansa takia, ja siksi markkinoinnin sisältöä tulisi suunnitella juuri tätä kohderyhmää kiinnostavaksi ja puhuttelevaksi.

Opinnäytetyössä käytettiin tutkimusmenetelminä tutkimushaastatteluja sekä kyselytutkimusta, joiden avulla saatiin kartoitettua Taideakatemia esittävien taiteiden koulutusten erityispiirteitä, vahvuuksia ja kohderyhmien ominaisuuksia. Tutkimuksilla saatiin myös selvitettyä sosiaalisen median kanavia, joista kohderyhmä tavoitetaan, ja joihin esittävien taiteiden koulutusten markkinointia kannattaa kohdentaa. Näiden tutkimusten avulla kartoitettujen Taideakatemia esittävien taiteiden koulutusten erityispiirteiden ja kilpailuetujen kautta luotiin esittävien taiteiden koulutuksille arvolupausehdotus. Tutkimuksista saatujen tulosten avulla tehtiin myös esittävien taiteiden koulutuksille omat asiakasprofiilien kaltaiset hakijaprofiilit.

Taideakatemia on päässyt hyvään alkuun esittävien taiteiden hakumarkkinoinnin kehittämisessä, ja kehittämistyö tulee jatkumaan.

ASIASANAT:

koulutus, esittävä taide, ammattikorkeakoulututkinto, markkinointi, arvolupaus, asiakasprofiili

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Business | Media Management

2021 | 69 pages, 6 pages in appendices

Titta Meskanen

DEVELOPING THE MARKETING OF THE DEGREE PROGRAMMES IN PERFORMING ARTS

– case: Turku University of Applied Sciences, Arts Academy

The subject of this functional thesis was developing the Arts Academy's marketing of the degree programmes in Performing Arts. This thesis has been carried out as a development project for the Arts Academy of Turku University of Applied Sciences.

The development task in this thesis was pinpointing the development targets in the marketing of the degree programmes in Performing Arts so that marketing could be planned properly, and it would reach the desired target audience better in the future. The small amount of marketing measures might have been one of the reasons why the number of applicants to some degree programmes in Performing Arts have been too low from time to time. Now Arts Academy's goal is to increase the applicant numbers to its degree programmes in Performing Arts by developing and boosting the marketing. The degree programmes in Performing Arts have specific target audiences due to their decisive interest backgrounds and that is why the marketing content should be planned specifically appealing to the target audience.

In this thesis research interviews and surveys were used as research methods. These research methods helped to pinpoint the special attributes, strengths, and features of the target audience in the Arts Academy's degree programmes in Performing Arts. These research methods also helped to pinpoint social media channels where the target audience could be reached and where the marketing of the degree programmes in Performing Arts should be allocated to. After that it was possible to create a plan of the value proposition for the degree programmes in Performing Arts. It was also possible to plan applicant profiles like customer profiles for the degree programmes in Performing Arts.

Arts Academy has gotten a great start with the marketing of the degree programmes in Performing Arts and the development work will be continuing.

KEYWORDS:

education, performing arts, bachelor's degree, marketing, value proposition, customer profile

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	7
1.1 Turun ammattikorkeakoulu ja Taideakatemia	8
1.2 Esittävien taiteiden koulutukset Taideakatemiassa	10
1.2.1 Tanssinopettaja (AMK)	10
1.2.2 Teatteri-ilmaisun ohjaaja (AMK), sirkus	11
1.2.3 Teatteri-ilmaisun ohjaaja (AMK), teatteri	12
1.2.4 Musiikkipedagogi (AMK)	12
2 TUTKIMUSASETELMA	14
2.1 Teoreettinen viitekehys	14
2.1.1 Arvolupaus ja asiakasprofilointi	14
2.1.2 Kohderyhmät markkinoinnissa	15
2.1.3 Hakumarkkinointi Taideakatemiassa ja Turun ammattikorkeakoulussa	19
2.1.4 Esittävien taiteiden hakijamäärät	25
2.2 Kehittämistehtävä ja tavoite	27
2.3 Tutkimusmenetelmät	28
2.3.1 Tutkimushaastattelu	28
2.3.2 Kyselytutkimus	29
3 TUTKIMUSTULOKSET	31
3.1 Tutkimushaastattelun tulokset	31
3.1.1 Tanssinopettajakoulutuksen punaisena lankana taiteen perusopetus	31
3.1.2 Sirkuksen opiskelua taiteena	33
3.1.3 Teatterin opetusta laajalla spektrillä	34
3.1.4 Inspiroivaa musiikin opetusta vetovoimaisten opettajien kanssa	36
3.1.5 Esittävien taiteiden hakumarkkinointi tutkimushaastattelujen pohjalta	37
3.2 Kyselytutkimuksen tulokset	38
3.3 Tutkimusten tulosten luotettavuus	42
4 ESITTÄVIEN TAITEIDEN HAKUMARKKINOINNIN KEHITTÄMINEN	44
4.1 Koulutusten erityispiirteistä arvolupauksiksi	45
4.2 Esittävien taiteiden koulutusten hakijaprofiilit	50
4.3 Hakumarkkinointitoimenpiteiden kehittämisehdotukset	54
4.3.1 Verkkosivujen koulutusten esittelysivut	54

4.3.2 Sosiaalisen median kanavat	55
4.3.3 Lehtimainokset	61
4.3.4 Sähköpostimarkkinointi	61
4.3.5 Hakuinfotilaisuudet	62
4.3.6 Hakumarkkinoinnin muut kehittämissuunnitelmat ja -ehdotukset	62

5 POHDINTA	64
-------------------	-----------

LÄHTEET	66
----------------	-----------

LIITTEET

Liite 1. Tutkimushaastattelun kysymykset.

Liite 2. Kysely hakumarkkinoinnista tanssinopettajan koulutuksen opiskelijoille.

KUVAT

Kuva 1. Turun ammattikorkeakoulun organisaatio (Turun ammattikorkeakoulu 2021c).	9
Kuva 2. Kuvakaappaus Taideakatemian Facebook-videojulkaisusta vuoden 2019 yhteishausta (Turun ammattikorkeakoulu 2021p).	20
Kuva 3. Taideakatemian Facebook-julkaisu vuoden 2020 yhteishausta (Turun ammattikorkeakoulu 2021p).	21
Kuva 4. Esittävien taiteiden lehtimainos (Teatteri & Tanssi + Sirkus -lehti 2015).	21
Kuva 5. Esittävien taiteiden lehtimainos (Teatteri & Tanssi + Sirkus -lehti 2017).	22
Kuva 6. Esittävien taiteiden lehtimainos (Teatteri & Tanssi + Sirkus -lehti 2020).	22
Kuva 7. Esittävien taiteiden lehtimainos (Teatteri & Tanssi + Sirkus -lehti 2021).	23
Kuva 8. Kuvakaappaus Turun AMK:n Taitteessa-sarjan keväällä 2021 (Turun ammattikorkeakoulu 2021n).	25
Kuva 9. Esittävien taiteiden hakumarkkinoinnin kehittämissuunnitelman eteneminen keväällä 2021.	44
Kuva 10. Esittävien taiteiden arvolupauksen synty.	46
Kuva 11. Ehdotus esittävien taiteiden arvolupaukseksi.	48
Kuva 12. Esittävien taiteiden arvolupausehdotuksen avaaminen.	48
Kuva 13. Turun AMK:n brändin perusta (Turun AMK:n Brändikäsikirja 2020).	49
Kuva 14. Hakijaprofiiliehtotus: tanssinopettaja (AMK).	52
Kuva 15. Hakijaprofiiliehtotus: teatteri-ilmaisun ohjaaja (AMK), sirkus.	52
Kuva 16. Hakijaprofiiliehtotus: teatteri-ilmaisun ohjaaja (AMK), teatteri.	53
Kuva 17. Hakijaprofiiliehtotus: musiikkipedagogi (AMK).	53
Kuva 18. Tanssinopettajan koulutuksen yhteishakumainos Facebookissa keväällä 2021 (Turun ammattikorkeakoulu 2021p).	57
Kuva 19. Sirkustaiteilija-opettajan eli teatteri-ilmaisun ohjaajan (sirkus) koulutuksen yhteishakumainos Facebookissa keväällä 2021 (Turun ammattikorkeakoulu 2021p).	57

Kuva 20. Teatteri-ilmaisun ohjaajan koulutuksen yhteishakumainos Facebookissa keväällä 2021 (Turun ammattikorkeakoulu 2021p).	58
Kuva 21. Musiikkipedagogin koulutuksen yhteishakumainos Facebookissa keväällä 2021 (Turun ammattikorkeakoulu 2021p).	58

KUVIOT

Kuvio 1. Internetin käyttö useita kertoja päivässä ikäluokittain, %-osuus Suomen väestöstä (Suomen virallinen tilasto SVT 2020a).	17
Kuvio 2. Yhteisöpalvelujen seuraaminen ikäluokittain, %-osuus Suomen väestöstä (Suomen virallinen tilasto SVT 2020b).	18
Kuvio 3. 16–44-vuotiaiden seuratut yhteisöpalvelut, %-osuus omasta ikäryhmästä (Suomen virallinen tilasto SVT 2020b).	18
Kuvio 4. Kaikki esittävien taiteiden päiväopintoihin hakeneet, lkm (Opetushallinnon tilastopalvelu Vipunen 2021).	26
Kuvio 5. Kyselyyn vastanneet esittävien taiteiden opiskelijat, %-osuus kaikista kyseisen koulutusalan opiskelijoista.	39
Kuvio 6. Hakumarkkinoinnissa arvojen näkymisen merkitys kyselyyn vastanneiden opiskelijoiden mielestä, asteikolla 1-5.	41
Kuvio 7. Kyselyyn vastanneiden opiskelijoiden käytössä olevat sosiaalisen median kanavat, %-osuus kaikista vastanneista.	41

TAULUKOT

Taulukko 1. Musiikkipedagogin ja teatteri-ilmaisun ohjaajan monimuotokoulutukseen hakeneet vuosina 2015–2021 (Opetushallinnon tilastopalvelu Vipunen 2021).	27
Taulukko 2. Kyselyyn vastanneet esittävien taiteiden opiskelijat.	39
Taulukko 3. Maksetun mainoskampanjan (Facebook ja Instagram) ajalla 10.–29.3.2021 tulokset.	60

1 JOHDANTO

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön kehittämistehtävänä on kartoittaa Turun ammattikorkeakoulun Taideakatemia esittävien taiteiden koulutusten markkinoinnin kehittämistarpeita. Esittävät taiteet pitävät sisällään tanssinopettajan, teatteri-ilmaisun ohjaajan niin sirkuksen kuin teatterinkin alalla sekä musiikkipedagogin ammattikorkeakoulutasoiset koulutukset.

Taideakatemia on huomannut esittävien taiteiden koulutusten markkinoinnissa, eli hakumarkkinoinnissa, olevan kehittämisen tarvetta. Markkinointi on ollut tehotonta ja liian vähäistä, eikä se ole tavoittanut kohderyhmää halutulla tavalla. Se on saattanut olla syynä joidenkin esittävien taiteiden koulutusten liian vähäisiin hakijamääriin. Taideakatemia esittävien taiteiden koulutuksilla on omia erityispiirteitä ja koulutusten kohderyhmillä usein takanaan päämäärätietoinen harrastustausta. Siksi on perusteltua, että Taideakatemia kannattaa tehdä myös esittävien taiteiden koulutusten omaa hakumarkkinointia koko organisaation yhteisten markkinointitoimenpiteiden lisäksi. Tällöin koulutusten yksilölliset kohderyhmät pystytään paremmin ottamaan huomioon.

Taideakatemia tavoitteena on nyt markkinoinnin kehittämällä ja tavoittamisella pyrkiä kasvattamaan hakijoiden määriä esittävien taiteiden koulutuksiin. Taideakatemia voi paremmin kouluttaa ammatillaisia taiteen kentälle, kun opiskelijoiksi saadaan riittävä määrä koulutusaloihin soveltuvia henkilöitä, joilla on alaan liittyvää aikaisempaa osaamista sekä intohimoa aiheeseen.

Suoritan kevään 2021 ajan mediatuotannon opintoihini liittyvää harjoittelua kouluni Taideakatemia viestinnän oppimisympäristö Meediossa, jossa olen mukana keväällä alkaneen esittävien taiteiden koulutusten hakumarkkinoinnin kehittämistyössä. Harjoitteluni antaa minulle erinomaisen lähtökohdan tähän tutkimukseen. Tämän opinnäytetyön toimeksiantajana toimii Turun ammattikorkeakoulun Taideakatemia.

Tutkimustavoiksi olen valinnut tutkimushaastattelun sekä kyselytutkimuksen. Tutkimusten avulla saan kartoitettua esittävien taiteiden koulutusten erityispiirteitä ja vahvuuksia. Niiden pohjalta voidaan pohtia Taideakatemia esittävien taiteiden koulutuksille arvolausehdotusta, jota markkinoinnissa olisi hyvä nostaa esille. Tutkimuksilla pyrin myös selvittämään, mitä koulutusten markkinoinnissa tulisi kehittää ja korostaa, että uusien hakijoiden mielenkiinto saadaan herätettyä.

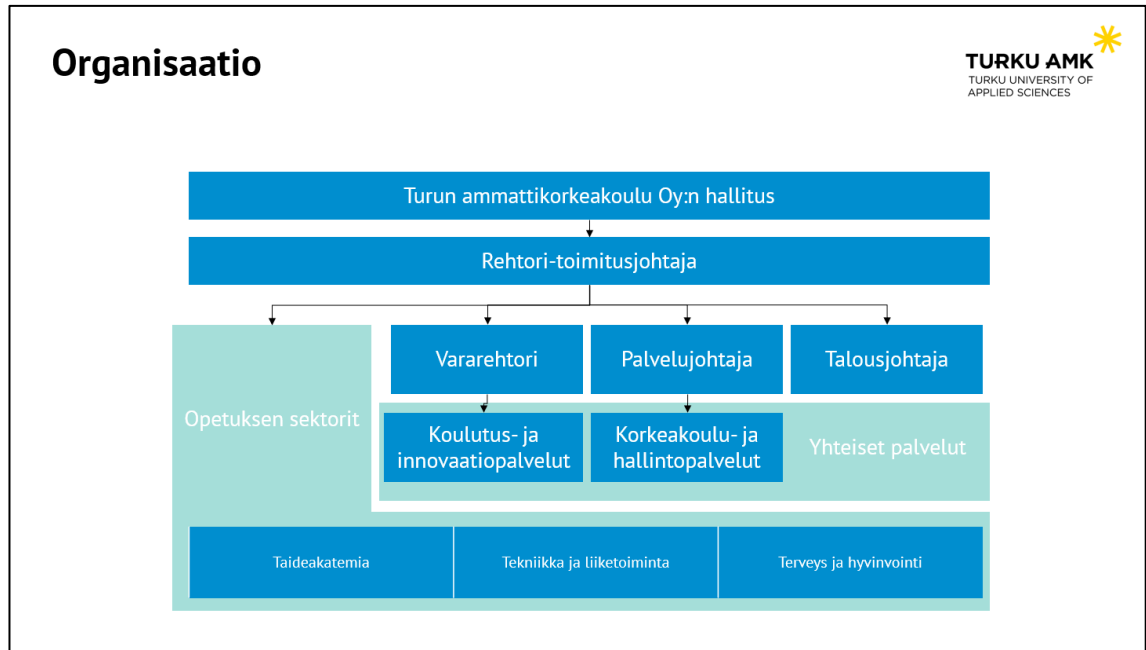
Kyselytutkimuksesta sekä tutkimushaastattelusta saadun tiedon pohjalta on tarkoitus myös kartoittaa koulutusten kohderyhmien ominaisuuksia, että voidaan luoda jokaiseen esittävien taiteiden koulutusalaan asiakasprofiilin kaltainen hakijaprofiili. Profiloinnin avulla osataan markkinointiin nostaa niitä keskeisiä asioita, jotka puhuttelevat kohderyhmää paremmin, ja vedota heihin myös markkinoinnin visuaalisella ilmeellä. Tutkimuksilla on tarkoitus myös löytää ne kanavat, joista nämä sopivimmat hakijat parhaiten tavoitetaan, ja johon markkinointia kannattaa kohdentaa.

Opinnäytetyöni etenee niin, että johdannossa seuraavaksi esittelen lyhyesti Turun ammattikorkeakoulun sekä Taideakatemia, sekä sen esittävien taiteiden koulutukset. Sen jälkeen avaan tutkimusasetelmassa ensin opinnäytetyöhöni liittyviä, keskeisiä käsitteitä, sekä Taideakatemia esittävien taiteiden hakumarkkinointia ja hakumarkkinoinnin toimenpiteitä koko organisaation, eli Turun ammattikorkeakoulun, tasolla. Tutkimusasetelmassa esittelen myös työhön liittyvän kehittämistehtävän sekä käyttämäni tutkimusmenetelmät, jonka jälkeen analysoin tutkimustulokset omassa kappaleessaan. Sitten kartoitan esittävien taiteiden markkinoinnin kehittämissuunnitelmia sekä sen jatkosuunnitelmia. Lopussa muun muassa pohdin tutkimustyön onnistumista.

1.1 Turun ammattikorkeakoulu ja Taideakatemia

Turun ammattikorkeakoulu (lyh. Turun AMK) toimii Varsinais-Suomessa ja on yksi Suomen suurimmista ammattikorkeakouluista. Turun AMK toimii kahdella paikkakunnalla ja tarjoaa opetusta neljällä eri koulutusalueella, joita ovat tekniikan ja liikenteen ala, sosiaali- ja terveysala, liiketalouden ja hallinnon ala sekä kulttuuriala. Turun AMK:ssa on opiskelijoita noin 10 000 ja henkilökuntaa reilut 700. Pääosa Turku AMK:n opiskelijoista tulee Varsinais-Suomesta. Myös suurin osa valmistuneista työllistyy maakuntaan. Turun AMK:sta valmistuu vuosittain noin 2 000 opiskelijaa. (Turun ammattikorkeakoulu 2021a; 2021b.)

Turun AMK:n organisaatio jakautuu kolmeen opetuksen sektoriin, jotka ovat Taideakatemia, Tekniikka ja liiketoiminta sekä Terveys ja hyvinvointi. Näiden lisäksi Turun AMK:n organisaatioon kuuluu Yhteisten palvelujen sektori, johon sijoittuvat Koulutus- ja innovaatiopalvelut sekä Korkeakoulu- ja hallintopalvelut. (Turun ammattikorkeakoulu 2021c.)



Kuva 1. Turun ammattikorkeakoulun organisaatio (Turun ammattikorkeakoulu 2021c).

Taideakatemia on Turun ammattikorkeakouluun kuuluva taideoppilaitos, joka perustettiin vuonna 1996, kun kulttuurialan koulutus tuli osaksi Turun AMK:n koulutustarjontaa. Taideakatemian tuolloin muodostivat Turun piirustuskoulu sekä Turun taiteen ja viestinnän oppilaitos, joiden lisäksi Taideakatemiassa alkoi musiikin koulutus vuonna 2000. (Turun ammattikorkeakoulu 2021t).

Taideakatemiassa on noin 700 opiskelijaa, jotka opiskelevat tutkintoon johtavassa koulutuksessa päivä- tai monimuoto-opetuksessa. Taideakatemia kouluttaa ammatillaisia taiteen ja median alalle. Opiskeluissa yhdistyy taidetietoisuuden kasvattaminen ja tekemällä oppiminen, ja teorian ja käytännön osaamista opitaan yhdistämään innovatiivisella tavalla (Turun ammattikorkeakoulu 2021d; 2021e). Turun AMK:n Taideakatemia kuvaillee verkkosivuillaan (2021d), että ”Monialaisuus tekee meistä innovatiivisen oppimisyhteisön, joka tarjoaa ainutlaatuisen ympäristön opiskella, kehittyä ja myös inspiroida muita” (Turun ammattikorkeakoulu 2021d).

Taideakatemian koulutustarjontaan kuuluu esittävien taiteiden (musiikki, tanssi, teatteri/nukketeatteri, sirkus), media-alan (elokuva, journalismi, mainonnan suunnittelu) ja kuvataiteen (kuvataide, valokuva, animaatio) koulutukset. Taideakatemian koulutustarjonnasta löytyy myös ylempään ammattikorkeakoulututkintoon johtavia YAMK-

koulutuksia: Taiteen uudet kontekstit, Media- ja kulttuuriyrittäjyys, Kulttuurihyvinvointi, Creative Design Management sekä Taide- ja kulttuurialan johtaminen. Tämän lisäksi tarjolla on täydennyskoulutuksia. (Turun ammattikorkeakoulu 2021d; 2021e; Pietilä 2021.)

Taideakatemian opetuksen perustoimintoihin sisältyy osallistuminen kansainvälisiin tapahtumiin ja yhteistyöprojektit ulkomaisten toimijoiden kanssa. Kansainvälisyys onkin Taideakatemian opiskelijoille arkipäivää opiskelijavaihtojen ja osittain englanniksi tapahtuvan opetuksen myötä. Taideakatemian valmistuu kansainväliselle tasolle yltäviä taiteen ammattilaisia. (Turun ammattikorkeakoulu 2021e.)

1.2 Esittävien taiteiden koulutukset Taideakatemiassa

Turun AMK:n Taideakatemian esittävien taiteiden ammattikorkeakoulututkintoon johtavissa koulutuksissa koulutetaan tanssinopettajia, teatteri-ilmaisun ohjaajia sirkuksen ja teatterin alalla sekä musiikkipedagogeja. Taideakatemian on ainutlaatuinen taiteen opiskelun alalla juuri tämän monipuolisen koulutustarjonnan eli monialaisuutensa vuoksi. Kaikkia esittävän taiteen koulutuksia yhdistää esityksen tekeminen, esittäminen ja vastaanottaminen, havainnointi, tulkinta ja arviointi. Vaikka koulutuksissa on paljon yhteistä, jokaisella taiteenalalla opiskellaan silti alan omilla ehdoilla. (Turun ammattikorkeakoulu 2021f.)

Edellä mainittuja esittävien taiteiden koulutuksia voi Taideakatemiassa opiskella päiväopintoina, mutta koulutustarjonnassa on myös teatteri-ilmaisun ohjaajan (sirkus ja teatteri) sekä musiikkipedagogin monimuotokoulutukset. Monimuotokoulutuksissa huomioidaan opiskelijan aiempi osaaminen työkokemuksen, koulutuksen ja taiteellisen toiminnan osalta, jotka kootaan yhteen koulutuksen opintojen kanssa tutkinnon osaamistavoitteet sisältäväksi kokonaisuudeksi. (Turun ammattikorkeakoulu 2021j; 2021l.)

1.2.1 Tanssinopettaja (AMK)

Turun AMK:n Taideakatemian tanssinopettajan pedagogisissa opinnoissa perehdytään taidetanssin eri osa-alueisiin, joita ovat baletti, jazztanssi, nykytanssi ja lastentanssi. Harjoittelu koostuu ohjatuista taidetanssin opetusharjoittelusta, koreografisista harjoitelluista ja tanssinopettajan työn harjoittelusta. Ydinosaamisen opintoihin sisältyy muun muassa työelämä- ja yrittäjyystietouden opintoja, kieliopintoja, analyyttisiä

ammattiopintoja, liikkeentuottamisen opintoja ja pedagogisia opintoja. Analyttiset ammattiopinnot pitävät sisällään tanssin historiaa, tanssikinesiologiaa, liike- ja teosanalyysiä sekä musiikkia. Opintojen improvisatorinen ja koreografinen työskentely auttaa suunnittelemaan ja toteuttamaan esityksellisiä ja kasvatuksellisia esitysproduktioita. Kehollisuus ja sen ulottuvuuksien ymmärtäminen ovat tärkeä osa tanssinopettajakoulutuksen opintoja. (Turun ammattikorkeakoulu 2021f; 2021g.)

Taideakatemia tanssinopettajakoulutuksella on myös aktiivisesti toimivat kansainväliset korkeakoulujen verkostot, joita hyödyntämällä opiskelija voi lähteä esimerkiksi vaihtoon tai suorittaa harjoittelun ulkomailta. Taideakatemia tanssinopettajan opinnoissa koulutetaan taidetanssin ammattilaisia, jotka työllistyvät monipuolisesti tanssialan asiantuntijatehtävissä opettajina, esiintyjinä, koreografeina ja yrittäjinä. Pyrkimyksenä on, että Taideakatemian valmistuneet tanssinopettajat toimisivat myös alan kehittäjinä ja uudistajina. (Turun ammattikorkeakoulu 2021f; 2021g.)

1.2.2 Teatteri-ilmaisun ohjaaja (AMK), sirkus

Turun AMK:n Taideakatemia sirkuksen koulutusala valmistuu sirkustaiteilijoita, joiden tutkinnon virallinen nimi on teatteri-ilmaisun ohjaaja (AMK), sirkus. Sirkuksen koulutuksessa korostuu sirkustaidetta ja muita taiteenaloja yhdistävä monialaisuus. Sirkuksen koulutuksessa keskeistä ovat sirkustekniikan opinnot, taiteellisen työn projektit ja sirkuksen opettamisen opinnot. Lisäksi opiskelija voi kartuttaa taitoja eri hankkeista, projekteista ja esitystoiminnassa ohjaajana ja opetusharjoittelijana. Sirkuskoulutuksen esitysprojektit, pedagogiset ja taiteelliset harjoittelujaksot tutustuttavat opiskelijat työelämään ja kannustavat heitä sirkusalan kehittämiseen ja uudistamiseen. (Turun ammattikorkeakoulu 2021h.)

Taideakatemia sirkuksen koulutuksesta valmistuneilla sirkustaiteilijoilla on monipuoliset sirkustekniikan tiedot ja taidot, taiteellispedagoginen näkemys sekä kyky soveltaa osaamistaan esittävän taiteen alalla ja taidekasvatuksessa. Pedagogiset opinnot antavat pätevyys- ja opetustehtävissä sirkustaiteen perusopetuksessa ja toisella asteella. Valmistuneet sirkustaiteilijat työllistyvät usein opetustyötehtäviin kotimaahan, mutta joskus myös esitys- ja ohjaustehtäviin ulkomaille. Taideakatemia sirkuskoulutuksen tavoitteena on valmistaa luovia, vahvan sirkustekniikan omaavia ja pedagogisesti ajattelevia sirkustaiteilijoita, jotka kykenevät analysoimaan, ymmärtämään ja arvostamaan

sirkuksen erilaisia ilmaisutapoja, ja sitä kautta toimimaan sirkusalan edistäjinä ja kehittäjinä. (Turun ammattikorkeakoulu 2021f; 2021h.)

1.2.3 Teatteri-ilmaisun ohjaaja (AMK), teatteri

Turun AMK:n Taideakatemian teatterin koulutuksen alalta valmistutaan myös tutkintotodistuksella teatteri-ilmaisun ohjaaja (AMK). Opiskelu on käytännönläheistä, mutta myös teoriaan tutustuminen ja analyysitaidot kuuluvat kaikkiin opintoihin. Taideakatemian teatteri-ilmaisun ohjaajan koulutuksen opintoihin kuuluu muassa teatterialan pedagogiikkaa, ohjaamista, näyttämöilmaisua, dramaturgiaa, nukketeatteria, ryhmän ohjaamisen dramaturgiaa, tanssia, musiikkia, scenografiaa sekä valo- ja äänisuunnittelua. Opiskelija voi syventää osaamistaan vapaasti valittavissa opinnoissa, harjoittelussa ja opinnäytetyössä sekä painottaa opintojaan esimerkiksi yrittäjyyteen tai nukketeatteriin. (Turun ammattikorkeakoulu 2021f; 2021i.)

Valmistuneet teatteri-ilmaisun ohjaajat voivat toimia esimerkiksi teatterialan asiantuntija-tehtävissä pedagogeina ja taiteilijoina, tai teatteriryhmien ja harrastajateattereiden ohjaajana ja opettajana. Opetukseen liittyvä työ pitää yleensä sisällään esimerkiksi teatteritaiteen perusopetusta tai draama-, teatteri- ja ilmaisukasvatusta oppilaitoksissa tai teatterin harrastuspiireissä. Koulutuksesta valmistunut voi myös työskennellä esiintyjänä, tuottajana, tapahtumien järjestäjänä ja teatterilähtöisen sisällön tuottajana. Taideakatemian teatteri-ilmaisun ohjaajan koulutuksen tavoitteena on valmistaa teatterialan eri tehtäviin aloite- ja yhteistyökykyisiä, itsenäisiä, laaja-alaisesti taiteita arvostavia ja persoonallisia pedagogeja ja taiteilijoita, jotka pystyvät edistämään teatteritaidetta ja soveltamaan tietämystään ja näkemystään. (Turun ammattikorkeakoulu 2021f; 2021i.)

1.2.4 Musiikkipedagogi (AMK)

Turun AMK:n Taideakatemian musiikkipedagogin opinnot sisältävät musiikillisen ilmaisun opintoja, eli opiskelijan oman pääinstrumentin opintoja sekä erilaisissa kokoonpanoissa suoritettavia yhteissoitto- ja lauluopintoja. Musiikillisen ilmaisun rinnalla kulkevat musiikkipedagogiset opinnot, joiden perusteena ovat oma musiikkisuhde, soitto- ja laulutaito, persoonallisuus sekä laaja-alainen pedagoginen näkemys. Pedagogisiin opintoihin kuuluu koko opintoajan kestävät instrumenttipedagogiikkaopinnot tai musiikin

perusteiden pedagogiikkaopinnot. Merkittävän lisän musiikkipedagogin opintoihin tuovat lukuisat esiintymistilaisuudet. (Turun ammattikorkeakoulu 2021k.)

Taideakatemiaan musiikkipedagogin tutkinto antaa kelpoisuuden toimia musiikkioppilaitosten soiton- ja laulunopettajana tai musiikin perusteiden opettajana. Valmistuneiden osaamisen ytimessä ovat vahvat musiikilliset ja pedagogiset taidot. Koulutus antaa myös valmiuden toimia esimerkiksi orkesterimuusikkona, säestäjänä, kuorolaulajana tai solistina. Taideakatemiaan musiikkipedagogin koulutuksen tavoitteena on kouluttaa ovat aloite- ja yhteistyökykyisiä, laaja-alaisesti taiteita arvostavia, luovia ja osaavia opettajia, jotka ovat samalla persoonallisia muusikoita. (Turun ammattikorkeakoulu 2021f; 2021k.)

2 TUTKIMUSASETELMA

Tässä osiossa avaan tarkemmin opinnäytetyöni teoreettista viitekehystä, joka koostuu muun muassa työhön liittyvistä käsitteistä. Kerron lisäksi hakumarkkinoinnin tämänhetkisestä tilasta Turun AMK:n Taideakatemiassa, ja esittelen myös hakumarkkinoinnin toimenpiteitä koko organisaation, Turun ammattikorkeakoulun, tasolla. Lisäksi avaan toimeksiantajan kehittämistehtävää ja tavoitetta sekä esittelen valitsemani tutkimusmenetelmät.

2.1 Teoreettinen viitekehys

Teoriapohjaa opinnäytetyöhöni ja tutkimukseeni saan kirjallisuudesta ja muista lähteistä, jotka käsittelevät esimerkiksi kohderyhmänäkemyksiä, asiakasprofilointia, viestintää, arvolupauksia ja markkinointia. Tutkin ja havainnoin Taideakatemia hakumarkkinoinnin nykytilaa muun muassa perehtymällä aiheeseen verkkosivujen, intranetin ja työntekijöiltä saamien tietojen pohjalta. Kerron myös Turun AMK:n hakumarkkinoinnin toimenpiteistä.

Turun AMK:n Taideakatemia viestinnän oppimisympäristö Meediossa samanaikaisesti suorittamani mediatuotannon opintoihini liittyvä harjoittelu edesauttaa myös tietopohjan kartuttamista ja havainnointia kohdeorganisaatiosta, esittävien taiteiden hakumarkkinoinnista ja sen kehittämistä vaativista osa-alueista. Samoin myös päivittäinen vuorovaikutus Taideakatemia opettajien, muiden työntekijöiden sekä opiskelijakollegoideni kanssa lisää tietoutta aiheeseen.

2.1.1 Arvolupaus ja asiakasprofilointi

Turun AMK:n Taideakatemia tuotannon opettaja, yrittäjyysvalmentaja Jani Pihlajamaan mukaan Taideakatemia esittävien taiteiden hakumarkkinoinnin kehittämiseen liittyisi muun muassa se, että kartoitetaan asiat, mitkä erottavat Taideakatemia muista vastaavaa koulutusta tarjoavista oppilaitoksista. Tarkoitus on miettiä, mitkä ovat Taideakatemia vahvuudet ja kilpailuedut. Taideakatemia arvolupauksia voidaan pohtia myös siitä näkökulmasta, mitä koulutukseen hakija tarvitsee, ja miten Taideakatemia vastaa siihen tarpeeseen paremmin kuin muut. Taideakatemia vahvuuksista, yhdistettynä hakijoiden

tarpeisiin, voidaan muodostaa Taideakatemia esittävien taiteiden arvolupauksia, joita voidaan nostaa myös markkinointiin. (Pihlajamaa 2021.)

Pihlajamaa toteaa myös, että arvolupaus käsitteenä ei ole monestikaan mielessä, kun Taideakatemiassa tehdään markkinointia. Se on kuitenkin hyvä työkalu koko organisaation strategian toteuttamiselle, ajattelulle ja suunnittelulle (Pihlajamaa 2021). Jukka Tolvanen (2012: 81) kuvailee kirjassaan, että silloin, kun rakennetaan yritysbrändin arvolupauksia, ollaan tekemässä kaikkein tärkeimpiä linjauksia. Kuitenkin ennen arvolupauksen kehittämistä on luotava kohderyhmänäkemys eli ymmärrys siitä, millaisia ovat ne ihmiset, joita haluamme arvolupauksella puhutella. (Tolvanen, 2012: 81-82.)

Profilointi on palvelumuotoilussa keskeinen työkalu kokonaisvaltaisen asiakasymmärryksen saavuttamiseksi. Asiakasymmärryksen ja profiloinnin kautta yritys ymmärtää, miten asiakkaan tarpeita täytetään entistä paremmin omilla palveluilla tai tuotteilla, ja missä kohtaa yrityksen palvelua tai tuotetta on kehittämisen varaa. (Proakatemia essee pankki 2021.)

Taideakatemia esittävien taiteiden hakumarkkinoinnin kehittämisen yhteydessä on tarkoitus myös muodostaa jokaiseen esittävien taiteiden koulutukseen asiakasprofiilin kaltainen hakijaprofiili eli kuviteltu henkilö, jonka ominaisuudet toistuvat useimmiten kohderyhmässä. Hakijaprofiilin tekemisellä on helpompaa konkretisoida ja perustella ratkaisuja, joita markkinoinnissa päädytään tekemään, ja se on myös yksi tapa esitellä tutkimuksen yhteenvedon tuloksia. (Pihlajamaa 2021.)

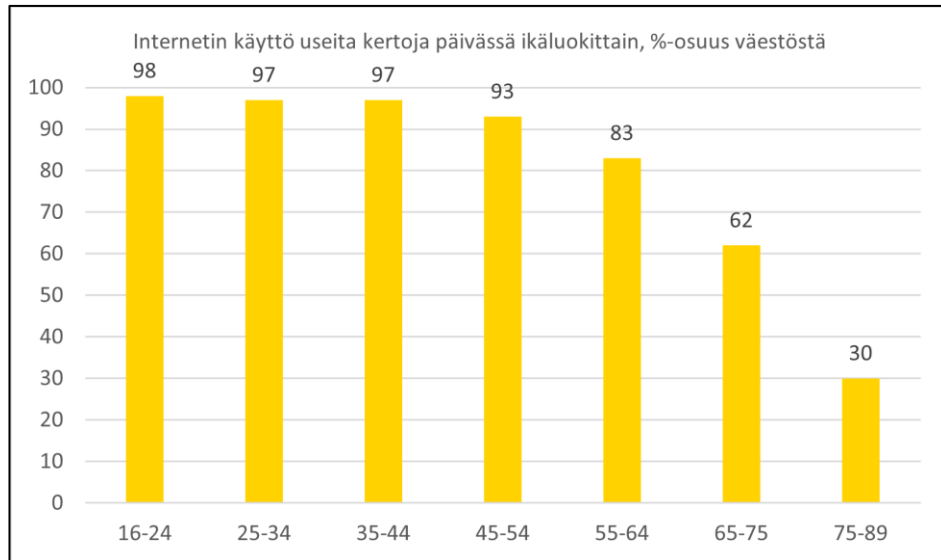
Hakijaprofiilin luomisen kautta saadaan selville, miten esittävien taiteiden koulutukseen hakevaa henkilöä puhutellaan vetoavasti, ja mitä sosiaalisen median kanavia hän seuraa eli mitä kanavia pitkin hänet tavoittaa. Hakijaprofiileihin on tarkoitus myös saada kartoitettua hakijan taustoja sekä hänen tulevaisuuden suunnitelmiaan, päämääriään ja tavoitteitaan.

2.1.2 Kohderyhmät markkinoinnissa

Kuten missä tahansa markkinoinnissa, myös oppilaitosten hakumarkkinoinnissa, on kohderyhmän tunteminen ensiarvoisen tärkeää. Täytyy tuntea koulutusten kohderyhmä, jotta osataan tavoittaa se oikeanlaisella markkinoinnilla ja oikeassa paikassa.

Taloustutkimus on vuodesta 2002 asti vuosittain selvittänyt korkeakoulujen bränditutkimuksella suomalaisten korkeakoulujen brändiä. Tutkimuksessa tutkitaan muun muassa, mitä kautta hakijat ovat saaneet tietoa koulutuksista, mitkä ovat olleet koulutusten tärkeimmät tietolähteet ja millainen tieto on heistä tärkeää. Korkeakoulujen bränditutkimuksen mukaan (2020) tärkeimpänä tietolähteenä pidetään korkeakoulun verkkosivuja. Toiseksi suurimpana koulutuksen tietolähteenä nousi Opetushallituksen ylläpitämä Opintopolku-portaali, jossa suomalaiset oppilaitokset ja korkeakoulut ylläpitävät omien koulutustensa tietoja. Opintopolussa myös täytetään ja palautetaan yhteishaun hakulomake (Opintopolku 2021). Kolmanneksi tärkeimpänä tietolähteenä tutkimuksessa nousi hakijan omat verkostot, kuten kuten esimerkiksi opinto-ohjaajat, opettajat ja kaverit. Tutkimuksen vastaajajoukkona oli alle 30-vuotiaat potentiaaliset koulutuksiin hakijat ympäri Suomen. (Taloustutkimus 2020.)

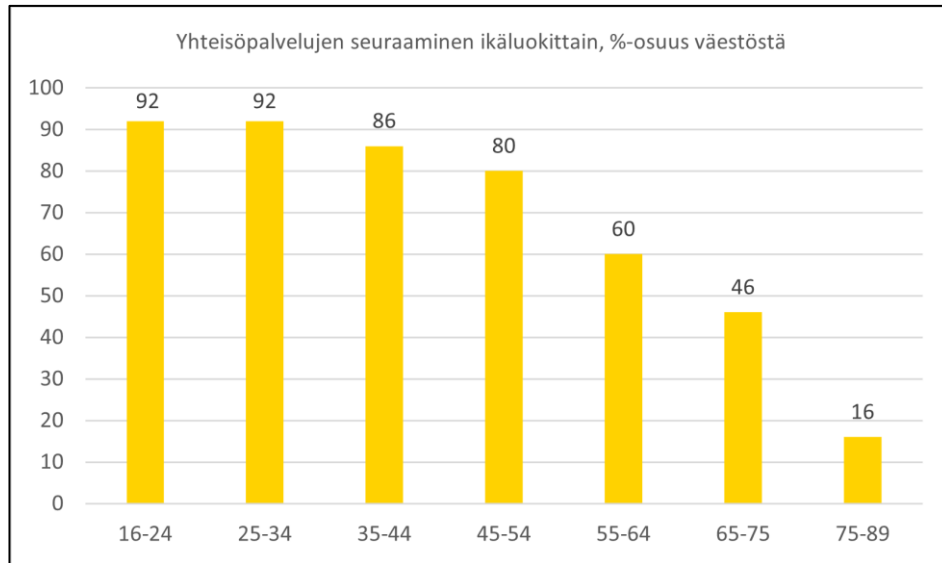
Tilastokeskus tutki vuonna 2020 suomalaisten internetin ja yhteistöpalvelujen käyttötottumuksia. Vuoden 2020 väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö -tutkimus osoitti, että suomalaiset käyttävät internetiä medioiden seuraamiseen ja viestintään useita kertoja päivässä. Tutkimuksessa tutkittiin 16–89-vuotiaiden internetin käyttöä, mutta tässä tutkimuksessa keskityn seuraamaan 16–44-vuotiaiden internetin käyttöä. Tilastokeskuksen vuoden 2020 väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö -tutkimus osoitti, että 16–44-vuotiaista jopa 97–98 prosenttia käyttää internetiä useita kertoja päivässä. (Suomen virallinen tilasto SVT 2020a.)



Kuvio 1. Internetin käyttö useita kertoja päivässä ikäluokittain, %-osuus Suomen väestöstä (Suomen virallinen tilasto SVT 2020a).

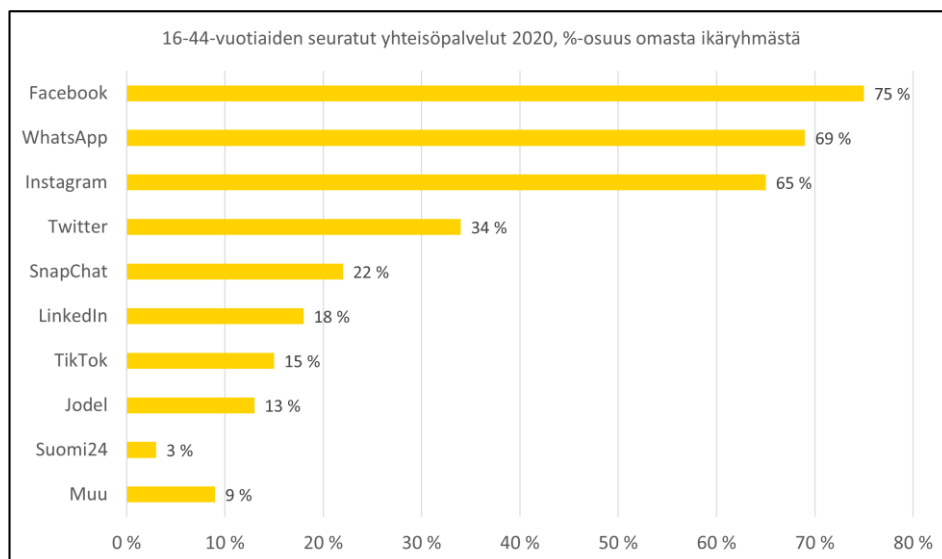
Tilastokeskus tutki vuoden 2020 väestön tieto- ja viestintätekniiikan käyttö -tutkimuksessa ensimmäistä kertaa myös eri yhteisöpalvelujen käyttöä. Tutkimuksesta ilmeni, että yhteisöpalveluita seurasi jopa 90 prosenttia 16–44-vuotiaista tutkimuksessa mitattavien kolmen kuukauden aikana. (Suomen virallinen tilasto SVT 2020b.)

Tutkimuksen mukaan, kaikista ikäryhmistä, eli 16–89-vuotiaistakin, jopa 69 prosenttia seurasi yhteisöpalveluita. Edellisenä vuonna yhteisöpalveluiden seuraajia oli 61 prosenttia, kun taas vuonna 2015 vain 58 prosenttia. Viimeaikainen muutos on poikkeuksellista. Vuoden 2020 suureen kasvuun oli syy luultavasti covid-19-pandemian tuomissa rajoituksissa, jolloin monet ikäihmisetkin motivoituivat opettelemaan uusia sosiaalisen median taitoja ja siirsivät sosiaalista yhteydenpitoaan verkkoon. (Suomen virallinen tilasto SVT 2020b.)



Kuvio 2. Yhteisöpalvelujen seuraaminen ikäluokittain, %-osuus Suomen väestöstä (Suomen virallinen tilasto SVT 2020b).

Vuoden 2020 väestön tieto- ja viestintäteknikan käyttö -tutkimuksessa tutkittiin myös suomalaisten käyttämiä yhteisöpalveluita. Tutkimus osoitti, että yleisimmin käytetty yhteisöpalvelu vuonna 2020 oli Facebook, jota seurasi 75 prosenttia kaikista 16–44-vuotiaista. Seuraavina tulivat WhatsApp 69 prosentilla, ja Instagram 65 prosentilla. (Suomen virallinen tilasto SVT 2020b.)



Kuvio 3. 16–44-vuotiaiden seuratut yhteisöpalvelut, %-osuus omasta ikäryhmästä (Suomen virallinen tilasto SVT 2020b).

Tutkimuksessa tutkittiin myös, mitä yhteisöpalveluista vastaaja käytti eniten. Kaikista 16-89-vuotiaista vastaajista eniten, 36 prosenttia, käytti WhatsAppia, ja seuraavana Facebookia, jota käytti 32 prosenttia vastaajista. Nuoret ikäryhmät käyttivät WhatsAppia ja Instagramia useammin kuin Facebookia. (Suomen virallinen tilasto SVT 2020b). Tutkimus siis osoitti, että ihmiset viettävät aikaansa verkossa ja yhteisöpalveluissa, varsinkin tutkimuksessa mukana olevissa yhteisöpalveluissa: Facebookissa, WhatsAppissa ja Instagramissa. Näiden kanavien mahdollisuudet mainoskanavina kannattaa siis huomioida yritysten markkinoinnissakin.

Sosiaalisen median markkinointi nähdään yrityksissä usein hieman erillisenä tekemisenä markkinoinnin muista toimista. Se ajattelutapa saattaa pohjautua sosiaalisen median kanavien alkuaikoihin, jolloin tilejä avaamalla pyrittiin tavoittamaan suuri joukko ihmisiä ilman kustannuksia. Onnistunut sosiaalisen median markkinointi tarvitsee taustalle strategian, osaamista sekä riittävät resurssit. Sosiaalisen median tulisi olla osa markkinoinnin kokonaisratkaisua, jolloin se tulee sidottua osaksi muuta markkinointia. (Dagmar 2020.)

2.1.3 Hakumarkkinointi Taideakatemiassa ja Turun ammattikorkeakoulussa

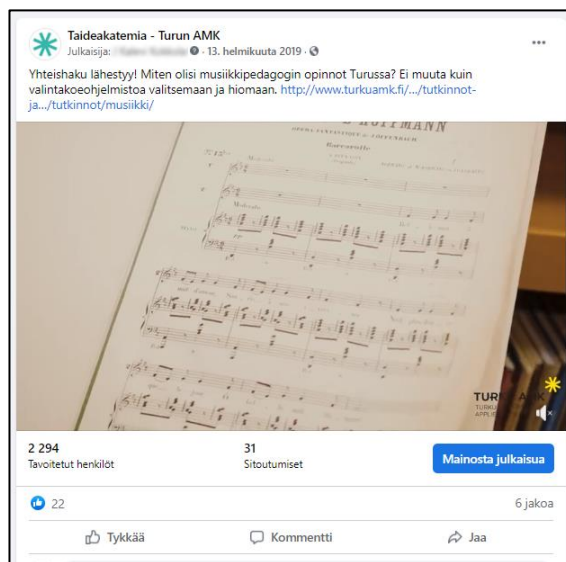
Turun AMK:n Taideakatemia on markkinoinut esittävien taiteiden koulutuksia muun muassa mainoksilla Teatteri & Tanssi + Sirkus -lehdessä, musiikin alan Rondo Classic -lehdessä tai kulttuurialan Voima-lehdessä yhteishakujen yhteydessä. Lehtimainoksilla näytetään Taideakatemian aktiivisuus muille alan toimijoille ja hakijoiden sidosryhmille. (Pihlajamaa 2021.)

Taideakatemia on omilla sosiaalisen median kanavilla julkaissut tietoa esittävien taiteiden koulutusten hakujen ajankohdista, joita esimerkiksi koulutuksista vastaavat opettajat tai muut ovat jakaneet sosiaalisen median kanavissa eteenpäin muun muassa alaan liittyvissä yhteisöissä ja muissa verkostoissa. (Pihlajamaa 2021.)

Keväällä 2021 covid-19-pandemian aiheuttamien rajoitusten takia ryhdyttiin esittävien taiteiden koulutuksista järjestämään hakuinfotilaisuuksia striimauksina¹ Zoom-

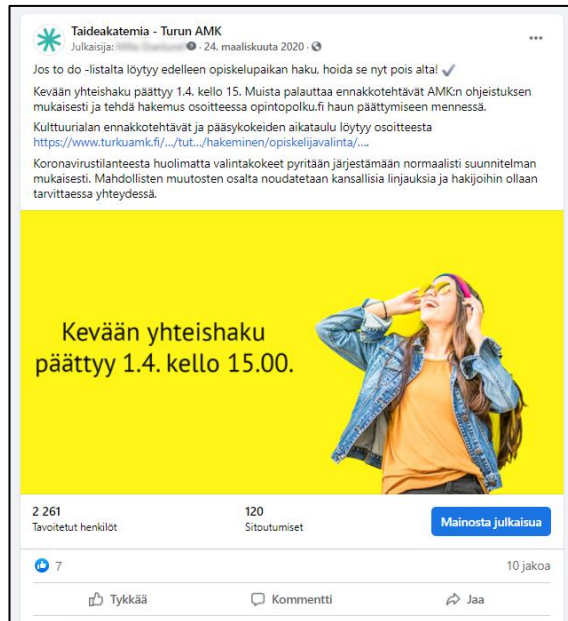
¹ Striimauksella tarkoitetaan suoratoistoa; virtaustoistoa, ja sana on lainattu englannin kielisestä sanasta "streaming; stream = virta, virrata". Striimaus tarkoittaa tiedon siirtoa ja käyttöä yhtäaikaaisesti niin, että käyttö aloitetaan ennen kuin tieto on kokonaisuudessaan siirretty vastaanottajalle. Suoratoistoa voidaan hyödyntää Internetissä, kun siirretään ja käytetään kuvaa ja ääntä.

verkkokokousohjelmiston välityksellä. Ennen pandemiaa esittävien taiteiden hakuinfoilaisuuksia järjestettiin paikan päällä Taideakatemiassa ja joskus eri oppilaitoksissa kiertäen. Striimauksesta jaettiin etukäteen tietoa ja linkkiä tapahtumaan muun muassa Taideakatemian sosiaalisen median sivuilla. Esittävien taiteiden koulutuksista vastaavat myös jakoivat tapahtumasta tietoa alaan liittyviin sosiaalisen median harrastusyhteisöihin ja -ryhmiin, taiteen perusopetuksen ja lukioiden tietoon sekä omille muille verkostoille. Tilaisuuteen oli vapaa pääsy kaikille, ja siellä sai kysyä esittävien taiteiden koulutusten opettajilta koulutukseen liittyviä kysymyksiä. Tilaisuudessa oli mukana myös esittävien taiteiden nykyisiä opiskelijoita, joilta sai myös kysyä opiskelukokemuksia.



Kuva 2. Kuvakaappaus Taideakatemian Facebook-videojulkaisusta vuoden 2019 yhteishausta (Turun ammattikorkeakoulu 2021p).

Suoratoiston aineisto voi olla tehty aiemmin tai se voidaan luoda reaaliaikaisesti. (Sanastokeskus TSK).



Kuva 3. Taideakatemia Facebook-julkaisu vuoden 2020 yhteishausta (Turun ammatti- korkeakoulu 2021p).

ALEKSANTTERI

JO STRØMGREN KOMPANI (Norja)
A Dance Tribute to the Art of Football
 23.–24.10.2015

CARL KNIF COMPANY
Friends of Dymplna | RED
 27.–28.10.2015

PORI DANCE COMPANY
Havaintoja Maasta | ARK
 30.–31.10.2015

ALEKSANTTERIN TEATTERI
 LIPUT TOIMI TUKESLUPAUKSEEN 15.-25%
 LIPUPALVELU ALEKSANTTERIN TEATTERIN LIPUNMYNTI
 WWW.ALEKSANTTERINTEATTERI.FI | BOKKAUS 09 2720200 | MOLO.MO

Haku päällä?
 Oletko utopisin suostunut ja avarakatseinen?
 Huuhtala tulleen tekemiseen ja ryhtymään toimintaan?
 Osaatko jo – haluatko oppia lisää? Astu rajan yli!

Hae AMK-turkutoihin musiikkiin, sirkukseen, tanssiin ja teatterin/huikuteatteriin. Paikkoja avoimina rooleille Turun AMK:n Taideakatemiassa!

TURKU AMK
 Turun ammatti- korkeakoulu
 www.turkuamk.fi

Elite
Töölössä jo vuodesta 1932
 ma-pe 11–24, la 13–24, su 13–23
 Eteläinen Hesperiankatu 22,
 00100 Helsinki
 ☎ 09 6128 5200
 www.elite.fi

Kuva 4. Esittävien taiteiden lehtimainos (Teatteri & Tanssi + Sirkus -lehti 2015).

LAHDEN KANSANOPISTO

HAKU TEATTERIKOULUTUKSIIN
alkaa 4.3.2018
lahdenkansanopisto.fi

OHJELMISTO JA ESITKSET
teatteri.fi/ohjelma

**TULE TUTUSTUMAAN
24.-25.11.2017**

Ole olemassa mm.
Pyyhkiäsi Open Stage:
esitradi avoimia omille esityksille!

**Tanssi & Tampereen
konservatorio**

**TANSSIJAN
PERUSTUTKINTO**
Kevään 2018 yhteishaku
www.opintopolkku.fi
ja lisätietoja
www.tampereenkonservatorio.fi

Lisätietoja:
www.tampereenkonservatorio.fi
www.tampereenkonservatorio.fi
www.tampereenkonservatorion.fi
www.tampereenkonservatorion.fi
www.tampereenkonservatorion.fi

**Hae Turun AMK:n
Taideakatemiaan**

Nautitko taiteen tekemisestä, haluatko tehdä sitä työkseksi?
Osaatko jo - haluatko oppia lisää?
Ole osa taiteen tulevaisuutta!

Hae esittävän taiteen ja musiikin AMK-koulutuksimme

- musiikkipedagogi
- sirkus
- tanssinopettaja
- teatteri-ilmaisun ohjaaja

Saat pedagogisen pätevyyden kaikissa näissä koulutuksissa!
YAMK-koulutuksina Media- ja kulttuuriryittäjäys sekä
Taiteen uudet kontekstit.

www.turkuamk.fi
#excellenceinaction
#luotulevaisuutesi

TURKU AMK
TURKU UNIVERSITY OF
APPLIED SCIENCES

KORKEAKOULUN YHTEISHAKU
14.3.-28.3.2018
HAKUOHJEET JA LISÄTIETOJA
www.opintopolkku.fi
LISÄTIETOJA
eero.linjama@turkuamk.fi

Kuva 5. Esittävien taiteiden lehtimainos (Teatteri & Tanssi + Sirkus -lehti 2017).

taide

**2020
ON SYYTÄ
JUHLIA**

**TAIDE-LEHTI
TÄYTTÄÄ 60V.
JA UUDISTUU!**

TILAA TAIDE: www.taidelehti.fi

ilmaisuverstaas

**FOKUKSESSA
NÄYTELIIJÄ**

KURSEJA
TREENEJÄ
KESKUSTELUJA
KOHTAAMISIA
SPEEDMEETING
KOHTAUS 7h
PITKÄN KUVAN MATKAYÖHÖN

www.naytelijaliitto.fi/ilmaisuverstaas

Hae Turun AMK:n Taideakatemiaan
Ole osa taiteen tulevaisuutta!

#Excellence
In Action

Hae esittävän taiteen ja musiikin AMK-koulutuksimme:

- Musiikkipedagogi
- Sirkus
- Tanssinopettaja
- Teatteri-ilmaisunohjaaja
- Monimuotokoulutus teatteri-ilmaisunohjaaja (sirkus ja teatteri)

Saat pedagogisen pätevyyden kaikissa näissä koulutuksissa.

YAMK-koulutukset:
• Creative Design Management
• Media- ja kulttuuriryittäjäys
• Taiteen uudet kontekstit

korkeakoulujen yhteishaku 18.3.-1.4.2020
hakuohjeet ja lisätietoja: www.opintopolkku.fi
lisätietoja koulutuksista: eero.linjama@turkuamk.fi
www.turkuamk.fi #TurkuAMK #Taideakatemia

TURKU AMK
TURKU UNIVERSITY OF
APPLIED SCIENCES

Kuva 6. Esittävien taiteiden lehtimainos (Teatteri & Tanssi + Sirkus -lehti 2020).

TOKSINEN KABAREE
 JOUKKO: JUKKA HANNUKAINEN, MIRO LAPPINEN, OLLI HIPPINEN, NIINA TOIVILAINEN, ANNA-SOPIA TUOMINEN, RINA LEENA NIEMINEN, WILLIAM LEES, PIRKA KILMÄNEN, JOHANNES SÄMÄ, OYKARIN KANTAJAT
 KANTAESTIVYS: 0 TEATTERISSA 10.2.2021
 LUPA: TAITEEN O-HEILURI | Turku.fi/taiteen-ohjelma-2021-2022

LAHDEN KANSANOPISTON TEATTERIKOULUTUS
 HAKU KOULUTUKSIIN
 1.4.-2.6.2021
 vapaa-akatemia.fi

OHJELMISTO JA ESITYKSET
 teatterikoulu.fi

TULOSSA AMK:
 Eugène Ionesco: Tappoleikit
 Ohjaus: Einiä Kiikka

**Ole osa taiteen tulevaisuutta –
 Hae Turun AMK:n
 Taideakatemiaan**

Hae esittävän taiteen ja musiikin AMK-koulutuksemme:

- Musiikkiopettaja, päivä- ja muusikokoulu
- Tanssiohjaaja, päiväkoulu
- Taiteen turvakuohkeaja, aikuisopisto ja monimuoto-opisto
- Teatterin ohjaaja, teatteri, päivä- ja monimuoto-opisto

Saat pedagogisen päteyyden kaikkina näissä koulutuksissa.

Hae Master Schooliin – Taideakatemia YAMK-koulutukset:

- Creative Design Management
- Media ja digitaalinen oppiminen
- Taiteen uudet kontekstit

Yhteishaku 17. – 31.3.2021
 turkuamk.fi/haku | #TurkuAMK #Taideakatemia
 Lisätiedot: eero.lanjama@turkuamk.fi

TURKU AMK

Kuva 7. Esittävien taiteiden lehtimainos (Teatteri & Tanssi + Sirkus -lehti 2021).

Turun AMK:n hakumarkkinointi eli tutkintoon johtavien koulutusten markkinointi koostuu ympäri vuoden tehtävistä yhteishakukampanjoista sekä muista markkinointitoimenpiteistä. Yhteishakua on vuosittain kolme: syksyn yhteishaku ja kevään kaksi yhteishakua (englanninkielisiin koulutuksiin tammikuussa ja suomenkielisiin maalis-huhtikuussa). Yhteishakukampanjat vuosittain ovat Turun AMK:n suurimpia markkinointitapahtumia. Niillä pyritään tavoittamaan laadukkaat, motivoituneet hakijat ja lisäämään kiinnostusta Turun ammattikorkeakouluun kohtaan sekä vahvistamaan kuvaa dynaamisesta ja korkeatasoisesta opiskelupaikasta. (Turun ammattikorkeakoulu 2021r.)

Koko organisaation hakumarkkinointiin panostetaan säännöllisesti Turun AMK:n viestintäpalveluiden toimesta, jotka vastaavat koko organisaation hakumarkkinoinnin kokonaisuudesta ja koordinoinnista. Turun AMK:ssa on koulutustarjonnassa tällä hetkellä noin 90 tutkintoon johtavaa koulutusta. Koulutuksia on tarjolla kappaleessa 1.1 mainituilla neljällä eri alalla ammattikorkeakoulututkinnoista (AMK) ylempiin ammattikorkeakoulututkintoihin (YAMK) eli Master-tutkintoihin. Edellä mainittujen tutkintojen kohderyhmä on hyvin laaja: lukioissa ja ammattikouluissa opiskelevista nuorista työssäkäyviin aikuisiin.

Turun AMK:n viestintäpalvelujen markkinointisuunnittelija Sara Pietilä (2021) kertoo, että viestintäpalvelut toteuttavat koko organisaation tasolla yhteiset hakukampanjat, järjestävät isot hakijoille suunnatut tapahtumat, suunnittelevat hakumarkkinoinnin konseptit yhdessä mainostoimiston kanssa ja huolehtivat ympäri vuoden tapahtuvista muista toimenpiteistä. Hakumarkkinointi ei siis ole ainoastaan yhteishaun ympärillä toteutuvia mainoskampanjoita, vaan sitä ajatellaan viestintäpalveluissa laajempuna kokonaisuutena erilaisia markkinoinnin toimenpiteitä, joilla ohjataan hakijoita, pidetään yhteyksiä yllä tärkeimpiin sidosryhmiin ja luodaan mielikuvia Turun AMK:sta. (Pietilä 2021.)

Koska Turun AMK:lla on koulutustarjontaa paljon, ja kohderyhmät ovat hyvin monimuotoisia, yhteisillä Turku AMK:n hakumarkkinoinnin toimenpiteillä pyritään nimenomaan kertomaan esimerkiksi ammattikorkeakouluopiskelusta yleisesti ja Turun AMK:sta monialaisena opiskelupaikkana sekä myös Turusta ja Salosta opiskelukaupunkeina. Yhteisissä toimenpiteissä ei nosteta esiin yksittäisiä koulutuksia, koska se olisi käytännössä mahdotonta niin suuren koulutustarjonnan vuoksi. Jos jokaiselle 90 koulutukselle suunniteltaisi ja toteutettaisi omat mainoskampanjat tai niitä jokaista vielä markkinoitaisi erikseen samoille kohderyhmille, loppuisi organisaation resurssit kesken ja viestien vastaanottajakin hukkuisi informaatiotulvaan. Sillä tavalla Turun AMK:sta tuskin muodostuisi kohderyhmälle yhtenäistä mielikuvaa, vaan viestit voisivat todennäköisesti olla hyvin pirstaloituneita ja ehkä jopa erisuuntaisia. (Pietilä 2021.)

Pietilä (2021) kertoo, että Taideakatemia on perusteltua ja tarkoituksenmukaista tehdä lisäksi omia hakumarkkinoinnin toimenpiteitään, esimerkiksi esittävien taiteiden kohdalla, jossa hakijakohderyhmät ovat erityisiä, koska taustalla on yleensä vuosien päämäärätietoinen harrastustausta tietyltä alalta. Esittävien taiteiden koulutusten erityiset kohderyhmät tavoitetaan todennäköisesti paremmin, kun niille markkinoidaan omaa taiteen alaa sitä houkuttelevalla ja puhuttelevalla tyylillä. Taideakatemia omista hakumarkkinoinnin toimenpiteissä tulee luonnollisesti ottaa huomioon Turun AMK:n brändiin liittyvät ohjeistukset ja sen hakumarkkinoinnin konseptit. (Pietilä 2021.)

Turun AMK:n kevään 2021 yhteishakukampanjan pääsisältönä on Taitteessa-sarja, jota voi seurata Turun AMK:n Instagram- sekä YouTube-tililtä. Taitteessa-sarjassa pääsee tutustumaan Turun AMK:n opiskelijoiden arkeen - niin opiskeluun kuin vapaa-aikaankin. Taitteessa-sarja on myös hyvä esimerkki ammattikorkeakouluopinnoista ja innovaatiopedagogiikasta: sarjan ovat ideoineet ja toteuttaneet Taideakatemia media-alan opiskelijat osana opintojaan. Taitteessa-sarjaa on Turun AMK:ssa tuotettu vuodesta 2017 lähtien, ja nyt on menossa jo sen viides tuotantokausi. Taitteessa-sarja laajeni tänä

keväänä myös podcast-lähettyksiksi. Sarjassa on nyt keväällä 2021 parhaillaan mukana myös yksi Taideakatemian esittävien taiteiden opiskelija. Turun AMK:n yhteishakukampanja kietoutuu pitkälti Taitteessa-sarjan ympärille. Ulkomainoksissa on sarjan päähenkilöiden kuvia, kehoitus seurata Taitteessa-sarjaa ja hakea Turun AMK:uun yhteishaussa. Sarjan traileria tai lyhyitä videoleikkeitä on myös hyödynnetty sosiaalisen median mainoksissa ja muun muassa Sanoman verkostossa näkyvissä videomainoksissa. (Pietilä 2021; Turun ammattikorkeakoulu 2021m.)



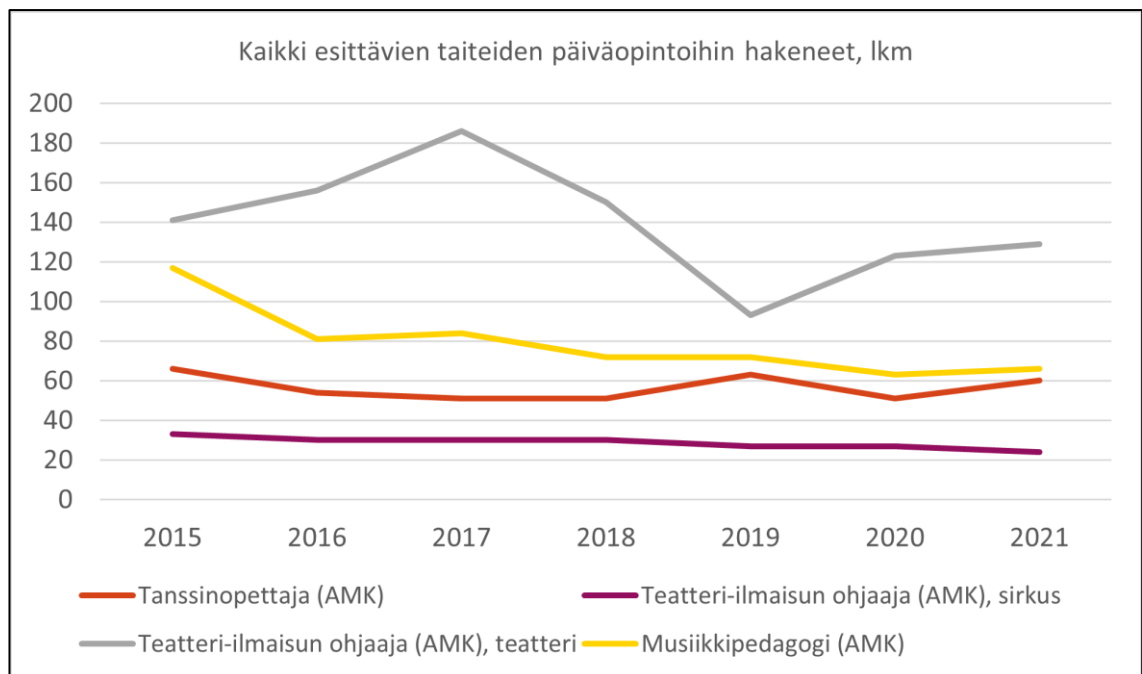
Kuva 8. Kuvakaappaus Turun AMK:n Taitteessa-sarjan keväällä 2021 (Turun ammattikorkeakoulu 2021n).

2.1.4 Esittävien taiteiden hakijamäärät

Hakijoita kaikkiin Turun AMK:n koulutuksiin kevään 2021 yhteishaussa oli alustavien lukujen mukaan hieman yli 17 000. Kokonaishakijamäärä jatkoi kasvua edellisestä vuodesta noin 1 000 hakijalla. Jo viime vuonna hakijoita oli enemmän kuin koskaan

aikaisemmin. Turun AMK:n yhteishaussa oli keväällä 2021 noin 63 eri hakukohdetta, ja aloituspaikkoja koulutuksiin on tarjolla noin 2 000. Myös ensisijaisia hakijoita vertailtaessa hakijamäärät kasvoivat. (Turun ammattikorkeakoulu 2021q; Turun Sanomat 2021.)

Seuraavassa kuviossa näkyvät Taideakatemia esittävien taiteiden, eli tanssinopettajan, teatteri-ilmaisun ohjaajan (sirkus), teatteri-ilmaisun ohjaajan (teatteri) sekä musiikkipedagogin koulutuksiin hakeneiden määrät vuosilta 2015–2021. Taulukossa on siis ainoastaan edellä mainittujen koulutusten päiväopintoihin hakeneet. Luvuissa on mukana yhteishaussa kaikki edellä mainittuihin koulutuksiin hakeneiden määrät, ei ainoastaan ensisijalla yhteishaussa hakeneet.



Kuvio 4. Kaikki esittävien taiteiden päiväopintoihin hakeneet, lkm (Opetushallinnon tilastopalvelu Vipunen 2021).

Taulukossa ei siis ole huomioitu teatteri-ilmaisun ohjaajan eikä musiikkipedagogin monimuotokoulutuksiin hakeneita, koska niissä ei ole samanlaista vuosittaista seurantamahdollisuutta ja monimuotokoulutuksia ei ole ollut joka vuosi koulutustarjonnassa mukana. Seuraavassa taulukossa näkyvät näihin monimuoto-koulutuksiin hakeneiden määrät.

Taulukko 1. Musiikkipedagogin ja teatteri-ilmaisun ohjaajan monimuotokoulutuksiin hakeneet vuosina 2015–2021 (Opetushallinnon tilastopalvelu Vipunen 2021).

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Musiikkipedagogi (AMK), monimuoto	18	0	0	0	0	0	27
Teatteri-ilmaisun ohjaaja (AMK), teatteri ja sirkus, monimuoto	42	0	0	0	63	51	57

On myös huomioitava, että teatteri-ilmaisun ohjaaja (AMK) -monimuotokoulutuksessa hakija voi erikoistua sekä teatteriin että sirkukseen. Toisin kuin päiväkoulutuksissa, erikoistumiset eivät ole omia hakukohteitaan, minkä vuoksi niiden hakijamäärät tilastoidaan yhdessä. Hakija kuitenkin hakuvaiheessa valitsee, kumpaan erikoistumiseen suuntautuu. Vuonna 2020 teatteri-ilmaisun ohjaaja -monimuotokoulutuksen sirkuksen erikoistumisalaan tuli vähän hakijoita, ja siksi sirkuksen monimuotototeutus oli mukana myös kesän lisähaussa, jossa täytetään kevään yhteishaussa vapaaksi jääneitä paikkoja. Lisähaussa hakijoita sirkuksen koulutukseen tuli tuolloin vielä 24 lisää. (Pietilä 2021.)

2.2 Kehittämistehtävä ja tavoite

Turun AMK:n Taideakatemia on huomannut esittävien taiteiden koulutusten markkinoinnissa, eli hakumarkkinoinnissa, olevan kehittämisen tarvetta. Markkinointi on ollut tehontonta ja liian vähäistä, eikä se ole tavoittanut kohderyhmää halutulla tavalla. Markkinoinnin vähäisyys saattaa olla yksi syy siihen, minkä vuoksi hakijamäärät esittävien taiteiden koulutuksiin ovat jääneet ajoittain liian alhaisiksi joidenkin koulutusten osalta. Toimeksiantajan kehittämistehtävänä tässä opinnäytetyössä on esittävien taiteiden koulutusten markkinoinnin kehittämiskohteiden kartoitus, jotta markkinointia osattaisi suunnitella paremmin ja se tavoittaisi oikean kohderyhmän jatkossa tehokkaammin.

Taideakatemian esittävien taiteiden koulutuksilla on omia erityispiirteitä ja koulutusten kohderyhmillä usein takanaan päämäärätietoinen harrastustausta. Siksi on perusteltua, että Taideakatemian kannattaa tehdä myös esittävien taiteiden koulutusten omaa hakumarkkinointia koko organisaation yhteisten markkinointitoimenpiteiden lisäksi. Tällöin koulutusten yksilölliset kohderyhmät pystytään paremmin ottamaan huomioon.

Taideakatemian tavoitteena on nyt markkinoinnin kehittämisellä ja tavoittamisella pyrkiä kasvattamaan alalle soveltuvien hakijoiden määriä esittävien taiteiden koulutuksiin.

Tavoitteen saavuttamiseksi on Taideakatemia viestinnän oppimisympäristö Meediassa ryhdytty suunnittelemaan esittävien taiteiden hakumarkkinoinnin kehittämistä, jolla on tarkoitus suunnitella ja lisätä oikeanlaista koulutusten markkinointia oikea kohderyhmä huomioiden oikeassa paikassa.

2.3 Tutkimusmenetelmät

Tutkimusmenetelmiksi olen valinnut tutkimushaastattelun sekä kyselytutkimuksen. Tutkimushaastattelun avulla saan kartoitettua muun muassa hakumarkkinoinnin nykytilaa ja kehittämistä vaativia toimenpiteitä. Kyselytutkimuksen avulla on tarkoitus saada parempaa ymmärrystä kohderyhmästä. Kyselytutkimuksella pyritään myös kartoittamaan nykyisiltä esittävien taiteiden opiskelijoilta, mitä asioita heidän mielestään hakumarkkinoinnissa tulisi nostaa esille, että hakijoiden mielenkiinto saadaan herätettyä. Kyselytutkimuksella on tarkoitus myös löytää ne sosiaalisen median kanavat, joista nämä sopivimmat hakijat parhaiten tavoitetaan, ja johon markkinointia kannattaa eniten kohdistaa.

Harjoitteluni Taideakatemiassa edesauttaa myös päivittäiseen ja säännölliseen havainnointiin. Olen helmikuusta 2021 ollut päivittäin yhteydessä Taideakatemia henkilöstön edustajiin esittävien taiteiden hakumarkkinointiin liittyvissä asioissa, koska harjoittelusani olen tehnyt siihen liittyviä töitä. Olen siis koko ajan voinut havainnoida hakumarkkinoinnin nykytilaa ja huomannut kehittämistä kaipaavia asioita.

2.3.1 Tutkimushaastattelu

Haastattelututkimukseni on kvalitatiivista eli laadullista tiedonkeruuta. Teen haastattelut yhdessä opiskelijakollegani Essi Karlssonin kanssa, joka on kanssani mukana esittävien taiteiden hakumarkkinoinnin kehittämistyössä viestinnän oppimisympäristö Meediassa. Haastattelemme Taideakatemia tanssinopettajan, teatteri-ilmaisun ohjaajan (sirkus ja teatteri) sekä musiikkipedagogin koulutuksista vastaavia opettajia. Heitä haastattelella pyrimme selvittämään Taideakatemia hakumarkkinoinnin nykytilaa sekä sen kehittämiskohteita ja -tarpeita. Samalla selvitämme Taideakatemia ja sen esittävien taiteiden koulutusten erityispiirteitä, jotta jatkossa osataan paremmin kartoittaa asioita, mitkä erottavat Taideakatemia ja sen esittävien taiteiden koulutukset muista vastaavaa koulutusta tarjoavista oppilaitoksista.

Haastattelut ovat niin sanottuja puolistrukturoituja haastatteluja, jossa haastattelut etenevät niin, että esitämme kaikille haastateltaville samat kysymykset samassa järjestyksessä. Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirjan (KvaliMOTV 2021) mukaan, puolistrukturoitu haastattelu sopii tilanteeseen, jossa on päätetty, että tietoa halutaan juuri tietyistä asioista, eikä haastateltavalle anneta kovin suuria vapauksia haastattelutilanteessa. (KvaliMOTV 2021). Olemme siis etukäteen valmisteelleet haastatteluihin tarkat kontekstiin sopivat kysymykset, jotka esitämme haastateltaville.

Tanssinopettajan koulutuksen osalta haastattelemme kahta tanssinopettajaa; tutkintovastaavaa, lehtori Heidi Alppirinnettä sekä lehtori Katja Korpea. Teatteri-ilmaisun ohjaajan (sirkus) koulutuksen osalta haastattelemme koulutusvastaavaa, lehtori Minna Karesluotoa. Teatteri-ilmaisun ohjaajan (teatteri) koulutuksen osalta haastattelemme koulutusvastaavaa, lehtori Minna Haapasalaa. Musiikkipedagogin koulutuksen osalta haastattelemme koulutuksesta vastaavaa, koulutus- ja tutkimuspäällikkö, laatuasiantuntija Eero Linjamaa. Kaikki haastattelut on sovittu pidettävän verkkotapaamisella Zoom-verkkokousohjelmiston välityksellä.

Edellä mainitut haastateltavat valikoituivat siksi, että he koulutuksesta vastaavina ovat koulutusalaansa asiantuntijoita, joten he osaavat kertoa muun muassa esittävien taiteiden koulutusten hakumarkkinoinnin nykytilasta ja sen kehittämistarpeista, koulutusten erityispiirteistä sekä koulutukseen soveltuvien opiskelijoiden ominaisuuksista.

2.3.2 Kyselytutkimus

Kyselytutkimuksen avulla aiotaan kartoittaa nykyisiltä esittävien taiteiden opiskelijoilta, mitä asioita heidän mielestään hakumarkkinoinnissa tulisi nostaa esille, että hakijoiden mielenkiinto saadaan herätettyä. Kyselyllä aiotaan myös selvittää esittävien taiteiden opilaiden käyttämiä sosiaalisen median kanavia ja ryhmiä, joissa jatkossa voisi tavoittaa uudetkin hakijat paremmin.

Kyselyllä pyritään myös selvittämään, mitä taitoja opiskelijat kokevat saaneensa Taideakatemian esittävien taiteiden koulutuksesta, ja miten tärkeää opiskelijoille on, että jo hakumarkkinoinnissa näkyisi moniarvoisuus, tasa-arvo, koulutuksen laadukkuus tai kestävä kehitys. Kestävä kehitys varsinkin on nyt asia, joka on pinnalla, koska Turun AMK on sitoutunut Turun kaupungin ilmastosuunnitelma 2029:n kautta saavuttamaan alueen ilmastotavoitteet. Turun AMK on siis osaltaan edistämässä kestävästä kehitystä niin

ekologisen, sosiaalisen kuin taloudellisen kestävyiden osalta. (Turun ammattikorkeakoulu 2021o.)

Kyselytutkimuksella saadaan kerättyä niin määrällistä (kvantitatiivista) kuin laadullistakin (kvalitatiivista) tutkimustulosta. Kysely toteutetaan sähköisesti Webropol-kyselysovelluksella.

3 TUTKIMUSTULOKSET

3.1 Tutkimushaastattelun tulokset

Tutkimushaastattelut esittävien taiteiden koulutuksesta vastaaville opettajille suoritettiin ajalla 18.–23.2.2021. Tutkimushaastatteluissa esitettiin kaikille haastateltaville samat kysymykset. Ainoana erona oli, että teatterin koulutuksesta vastaavalle opettajalle esitettiin yksi lisäkysymys (Liite 1. Tutkimushaastattelun kysymykset). Kaikki haastattelut pidettiin Zoom-verkkokokousohjelmiston välityksellä, paitsi teatterin haastattelu, joka esteen takia hoidettiin sähköpostitse.

3.1.1 Tanssinopettajakoulutuksen punaisena lankana taiteen perusopetus

Tanssinopettajakoulutuksen haastattelussa tutkintovastaava, lehtori Heidi Alppirinne ja lehtori Katja Korpi kertoivat, että tanssinopettajiksi tulevilla opiskelijoilla on takanaan pitkä, usein noin 10 vuoden, päämäärätietoinen tanssin harrastus. Monesti opiskelijoiksi tulevilla on pohjalla opintoja tanssin taiteen perusopetuksesta ja lisäksi mahdollisesti opinnot tanssipainotteisessa lukiossa tai tanssin toisen asteen koulutus. Myös yksityisistä tanssin koulutuksista tulee opiskelijoita Taideakatemiaan tanssinopettajan koulutukseen. (Alppirinne & Korpi 2021.)

Tanssinopettajan koulutukseen hakevilla tulisi olla tanssitaidon lisäksi myös muun muassa vuorovaikutustaitoja, sosiaalisia taitoja, hyvä fyysinen kunto, stressinsietokykyä, rytmitajua ja musikaalisuutta. Niitä taitoja opiskelija tarvitsee tulevaisuudessa työelämässäänkin. Taideakatemiaan tanssinopettajan koulutuksessa opiskellaan kolmea tanssilajia, jotka ovat baletti, jazztanssi ja nykytanssi, sekä opintoja on myös esimerkiksi lastentanssin opetuksesta. Koulutus sisältää myös improvisaation ja koreografoiden tekemisen opintoja. Tanssinopettajan koulutukseen hakevalla ei tarvitse kuitenkaan olla kokemusta kaikista edellä mainituista kolmesta tanssilajista, joita koulutuksessa opiskellaan. (Alppirinne & Korpi 2021.)

Suomessa Turun AMK:n Taideakatemiaan lisäksi tanssinopettajan alemman korkeakoulututkinnon voi opiskella vain Oulun ammattikorkeakoulussa ja Savonia-ammattikorkeakoulussa Kuopiossa. Alppirinne ja Korpi kertoivat, että Taideakatemiaan tanssinopettajakoulutuksen vahvuus on siinä, että ei erikoistuta vain yhteen tanssilajiin, vaan

Taideakatemiassa on kolmen mainitun tanssilajin opetusta tasapuolisesti. Alppirinne kertoi myös, että Taideakatemian opetuksen vahva, punainen lanka on myös taiteen perusopetus, eli opiskelija saa kattavan tietotaidon, jos haluaa tulevaisuudessa työllistyä taiteen perusopetuksessa. (Alppirinne & Korpi 2021.)

Alppirinne ja Korpi kertovat, että Taideakatemian tanssinopettajakoulutuksessa opintopäivät sisältävät paljon käytännönläheistä opiskelua eli tanssimista, harjoittelua, erilaisten tuntien koostamista vuorovaikutuksessa toisten opiskelijoiden kanssa. Opinnot sisältävät myös analyyttisiä ammattiopintoja, kuten tanssihistoriaa, liike- ja teosanalyysiä, tanssikinesiologiaa, sekä itsereflektiota, kirjoittamista, palautteen antamista ja vastaanottamista. Opinnoissa pyritään passiivinen, auditiivinen opiskelu pitämään mahdollisimman minimissä, ja kytkeä oppimista enemmän yhteen toiminnan kanssa. Tanssinopettajakoulutuksen tanssitunneilla on aina myös paikalla livemuusikot, eli tunneilta saa erinomaista kokemusta yhteistyöstä muusikoiden kanssa, ja se myös harjoittaa musikaalisuutta, joka on keskeinen osaamisalue tanssinopettajan työssä. (Alppirinne & Korpi 2021.)

Taideakatemian tanssinopettajakoulutuksessa kehitty tanssitekniikkataidon ja fyysisen kunnan lisäksi muun muassa kohderyhmän ymmärrys, vuorovaikutustaidot, sosiaaliset taidot, stressinsietokyky sekä ryhmän ohjaamisen taidot. Myös kokonaisvaltaisen oppimisen ja opettamisen ymmärrys, musiikin ja tanssin kytköksen ymmärtäminen, koreografiset taidot, didaktiikan ja metodiikan ymmärrys sekä anatominen tietämys kuuluvat koulutuksessa kehittyviin taitoihin. (Alppirinne & Korpi 2021.)

Alppirinne ja Korpi kertoivat, että Taideakatemian tanssin opetuksella on hyvin laaja kansainvälinen verkosto, eli heillä on paljon yhteistyökouluja, joihin opiskelijat ja opettajatkin menevät mielellään vaihtoon. Kansainvälisyys näkyy vahvasti myös Taideakatemian opetuksessa, sillä siellä on paljon myös kansainvälisiä projekteja, joissa on mukana opiskelijoita ja opettajia eri puolilta Eurooppaa. Se on myös iso lisäarvo työelämään, kun opiskelija oppii työskentelemään myös englannin kielellä, ja oppii olemaan vuorovaikutuksessa erilaisten ihmisten ja kulttuurien kanssa. (Alppirinne & Korpi 2021.)

Taideakatemiasta valmistuneet tanssinopettajat työllistyvät usein laajalle tanssin taiteen perusopetuksen kentälle, eli esimerkiksi tanssinopettajiksi tanssikouluihin. Useat päätyvät työskentelemään myös koreografeiksi, tanssijoiksi ja freelancereiksi. Monet ovat läheneet työskentelemään myös ulkomaille. Useat lähtevät myös jatko-opiskelemaan maisteritason koulutusta joko kotimaahan tai ulkomaille. Suomessa esimerkiksi

Taideyliopiston Teatterikorkeakoulu tarjoaa tanssinopettajan, tanssijan ja koreografian maisteritason koulutusta. (Alppirinne & Korpi 2021.)

3.1.2 Sirkuksen opiskelua taiteena

Sirkuksen koulutuksen haastattelussa lehtori Minna Karesluoto kertoi, että Taideakatemian sirkuksen koulutukseen hakeutuvilla on usein vahva ja pitkä harrastuspohja sirkuksen alalta, esimerkiksi Suomen Nuorisosirkusliiton sirkuskouluista. Koulutukseen tulee myös hakijoita, joilla on pohjalla sirkustaiteen perusopetuksen laaja oppisisältö. Osalla hakijoista ei ole varsinaista sirkusharrastuspohjaa ollenkaan, vaan vahva liikunnallinen tai taiteen harrastamisen pohja, esimerkiksi kamppailulajeista, voimistelusta, tanssista tai teatterista. Myös itseoppineita alan harrastajia on otettu Taideakatemian sirkuksen koulutukseen. (Karesluoto 2021.)

Sirkuskoulutukseen hakevalta edellytetään pohjakoulutuksena toisen asteen tutkintoa ja sen tasoista osaamista, monipuolisia perusliikuntataitoja, hyvää peruskuntoa, vahvaa motivaatiota ja avointa asennetta oppimiseen. Myös keskittymiskykyä, pitkäjänteisyyttä, luovuutta ja hyviä vuorovaikutustaitoja tulisi olla. Sirkuksen ala on niin sanottua tiimipeelaamista. Lisäksi terve, realistinen itsetuntemus ja oman kehon kuva on tärkeä. (Karesluoto 2021.)

Taideakatemian sirkuksen koulutus on ainoa korkeakoulutasoinen sirkuskoulu Suomessa. Koulutus on myös ainutlaatuinen eurooppalaisella kentällä, koska Taideakatemiassa sirkusta opiskellaan taiteena. Opinnot sisältävät monipuolista sirkustekniikkaa, ja opinnot tapahtuvat pienissä ryhmissä (8-10 opiskelijaa / vuosikurssi). Kaikki opiskelijat saavat myös samanlaista opetusta lahjakkuudestaan ja lähtötasostaan riippumatta. Taideakatemian sirkuskoulutus on myös erityistä, koska siitä saa opettajan pedagogisen pätevyyden, joka mahdollistaa monipuolisemmat työllistymismahdollisuudet. Koulutus sisältää myös poikkeuksellisesti valo- ja äänitekniikan sekä yrittäjyyden opetusta. (Karesluoto 2021.)

Karesluoto kertoo, että Taideakatemia on innostava yhteisö, jossa sekä opiskelijat että opettajat ovat erittäin sitoutuneita tekemiseensä. Oppilaiden motivaatio sekä oppimisen ja tekemisen aktiivinen luonne näkyy ulospäinkin. Taideakatemian vahvuutena hän pitää monitaitoisuutta ja monitaiteisuutta. Nämä kaikki edellä mainitut asiat ovatkin hänen mielestään tärkeä syy Taideakatemian hyvään maineeseen. (Karesluoto 2021.)

Taideakatemiaan sirkuksen koulutuksessa kehittyä Karesluodon mukaan taiteellinen-, luova-, tekninen- ja sosiaalinen kyvykkyys. Koulu antaa myös valmiuksia eettisten periaatteiden hallintaan sekä projektiosaamiseen sekä kirjoittamiseen. Suurin osa opiskelusta on sirkuksen koulutuksessa käytännönläheistä ja aktiivista tekemistä. Teoria- puolellakin, esimerkiksi kieliopinnoissa ja kasvatustieteissä, on käytännöllisyys vahvasti läsnä. (Karesluoto 2021.)

Sirkuskoulutuksesta valmistuneet työllistyvät usein pää- ja sivutoimisiin sirkuksen opettajan töihin, perustavat sirkuskouluja, -yhteisöjä tai -yrityksiä. Osa valmistuneista työskentelee päätoimisina esiintyvinä sirkustaiteilijoina ja osa freelancereina. Jotkin valmistuneista hakeutuu jatkokoulutuksiin esimerkiksi Taideyliopiston Teatterikorkeakouluun tai Aalto-yliopistoon, tai vaihtoehtoisesti ulkomaille esimerkiksi Stockholm konstnärliga högskola (Ruotsi), CNAC (Centre national des arts du cirque, Ranska), ESAC (Ecole supérieure des arts du cirque, Belgia) tai Academie Fratellini (Ranska). (Karesluoto 2021.)

3.1.3 Teatterin opetusta laajalla spektrillä

Haastattelussa teatteri-ilmaisun ohjaajan koulutuksesta vastaava, lehtori Minna Haapasalo kertoi, että Taideakatemiaan teatterin koulutukseen hakeutuvat ovat usein 18–30-vuotiaita erilaisista taustoista, mutta yhdistävänä tekijänä on usein pohjalla vahva teatteriharrastus. Osalla on myös jo jonkinlainen koulutus teatterialalta, esimerkiksi perusopetuksen, kansanopiston tai erilaisten kurssien muodossa. Teatterin koulutukseen hakevilla olisi hyvä olla ryhmätyö- ja vuorovaikutustaitoja. Osaamista teatteriesityksen tekemisestä olisi suotavaa. Taidot muiltakin taiteenaloilta, esimerkiksi musiikki, tanssi, kirjoittaminen, kuvataide, kädentaidot, kirjallisuus ja media, ovat eduksi. (Haapasalo 2021.)

Taideakatemia on teatterikoulutuksen alalla ainutlaatuinen, koska se on ainoa oppilaitos Suomessa, jossa voi opiskella teatteri-ilmaisun ohjaajaksi suomen kielellä. Taideakatemiaan teatterin koulutuksessa oppii teatterista laajalla spektrillä ja esitysten tekemistä lähestytään monilla erilaisilla tavoilla (tekstilähtöinen ohjaaminen, ryhmälähtöinen tai prosessilähtöinen eli devising, dokumenttiteatteri, forum-teatteri, fyysinen teatteri tai nukke-teatteri). Opiskelija voi koulutuksen loppupuolella itse valita, millaisia esityksiä haluaa tehdä. Myös esiintymiseen on monia eri lähestymistapoja, muun muassa klovneria² tai

² Klovner tarkoittaa klovnina esiintymisen taitoa.

naamioteatteria. Koulutuksessa on mahdollista osallistua eri työrooleissa esityksen tekoprojekteihin. On mahdollista toimia muun muassa esiintyjänä, valoajajana, ohjaajana, dramaturgina, valo- tai äänisuunnittelijana, tuottajana, puvustajana tai visuaalisena suunnittelijana. Taideakatemiaan teatteri-ilmaisun ohjaajan koulutuksessa painotetaan kollegiaalisten suhteiden rakentamista eri vuosikurssien kesken, ja muutenkin yhteisöllisyyden kasvattamiseen sekä ryhmäyttämiseen panostetaan. (Haapasalo 2021.)

Taideakatemia on Haapasalon mielestä monialainen ja inspiroiva. Opiskelu- ja esitystilat sekä välineet tukevat myös esitysten tekemistä. Opetustiloista löytyvät äänistudio, valokalustoa, puvustoa ja muuta tarpeistoa. Opiskelija voi myös omalla ajallaan käyttää koulun tiloja ja välineitä, esimerkiksi vapaasti valittaviin opintoihin liittyviin projekteihinsa. Haapasalo uskoo myös, että syy Taideakatemiaan hyvään maineeseen opiskelijoiden keskuudessa, on varmaan juuri se monialaisuus, että saman katon alta löytyy monia eri koulutuksia eri taiteenaloilta. Myös Taideakatemiaan kampusta varmasti myös pidetään hyvänä. Niin päätoimisten kuin sivutoimistenkin opettajien sitoutuneisuus työhön ja kunnianhimo saavat varmasti myös oppilaiden keskuudessa kiitosta. (Haapasalo 2021.)

Haapasalo kertoo, että Taideakatemiaan teatterikoulutuksessa karttuu esityksen tekemisen taidot, ryhmän ohjaamisen taidot, reflektiotaidot sekä myös taidon puhua omasta työstään. Koulutuksesta saa kattavan tiedon siitä, mikä teatterin suhde ja merkitys on opiskelijalle. Opinnoissa sekä työharjoittelussa saa tukea omille kiinnostuksen kohteilleen. Koulutuksessa on enemmän käytäntöä kuin teoriaa, ja opintojen eri vaiheissa painotetaan eri asioita kontaktiopetuksesta projekteihin ja itsenäisiin ohjauksiin, kunnes opintojen viimeisenä vuonna opiskelija valmistetaan kohti työelämää opinnäytetyön ja työharjoittelun myötä. (Haapasalo 2021.)

Teatterin ilmaisun ohjaajaksi valmistunut päätyy usein olemassa olevan vapaan kentän ohjaajiksi, esiintyjiksi ja tuottajaksi. Koulutuksessa saatu pedagoginen pätevyys mahdollistuu työskentelyn opettajana teatteritaiteen perusopetuksessa, lukioissa, opistoissa tai kerhotoiminnassa. Osa päätyy VOS-teattereihin³ yleisötyöntekijöiksi, näyttelijöiksi, valo- tai äänisuunnittelijoiksi, osa käsikirjoittajiksi tai dramaturgeiksi. Jatkokoulutusmahdollisuuksia tarjoaa esimerkiksi Taideyliopiston Teatterikorkeakoulu joko teatteriopettajan tai näyttelijäntyön maisteriopinnoilla, tai osa lähtee jatkokoulutukseen ulkomaille. (Haapasalo 2021.)

³ VOS-teatterilla tarkoitetaan valtionosuusteatteria eli lakisääteisen valtion rahoitusosuuden piiriin kuuluvaa teatteria.

3.1.4 Inspiroivaa musiikin opetusta vetovoimaisten opettajien kanssa

Musiikkipedagogin koulutukseen liittyvässä haastattelussa koulutusvastaava, koulutus- ja tutkimuspäällikkö, laatuasiantuntija Eero Linjama kertoi, että koulutukseen tulevilla henkilöillä on takanaan pitkä ja päämäärätietoinen harrastus musiikin parista, joko jonkin soittimen tai laulun saralla. Suurella osalla opiskelijoista on opintoja musiikkiopistosta tai musiikin toisen asteen konservatoriosta. Monesti opiskelijat ovat sellaisia, jotka ovat teini-iässä valinneet panostavansa musiikin harrastukseen enemmänkin. (Linjama 2021.)

Musiikkipedagogiksi opiskelemaan tulevalla tulee olla korkeaa osaamisen tasoa ja musiikillista ilmaisua jonkin instrumentin, soittimen tai laulun, kohdalla. Ei haittaa, jos musiikin teoriaosaaminen on vähäistä, koska sen puolen nopeasti oppii opintojen alettuakin. Hakuvaiheessa monella ei ole vielä mielessä ollenkaan musiikin opettaminen, vaan tärkeintä on päästä opiskelemaan musiikkia. Moni kuitenkin ajattelee joskus tulevaisuudessa opettavansakin musiikkia sitä kysyttäessä. Jotkut opiskelijat hakevat Taideakatemiaan musiikkipedagogin koulutukseen opettajan takia. Taideakatemiaan musiikin opettajista osasta on sana kiirinyt jopa ulkomaille, ja siksi tietyn opettajan musiikin opetukseen Taideakatemiaan haetaan kauempaakin. (Linjama 2021.)

Taideakatemiaan musiikin koulutus on ainutlaatuista, koska Taideakatemia ympäristönä on monialainen, monitaiteinen ja inspiroiva. Sellaista ei ole muualla Suomessa, eikä juuri sitä kombinaatiota edes muualla maailmassa. Taideakatemiaan tilat ovat arkkitehtuurisesti hienot ja sieltä löytyy inspiroivat, toimivat ja akustiset tilat musiikin tekemiselle. Taideakatemiaan musiikin opetuksessa on vauhdikas ja innostava ilmapiiri, jossa opettajat ovat lähellä oppilaita tekemisessä mukana. Taideakatemiassa saa ilmaista itseään, ja erilaisuus on Taideakatemiassa normaalia. (Linjama 2021.)

Taideakatemiaan musiikin koulutuksella on hyvä ja tiivis yhteistyö Turun filharmoniseen orkesteriin, johon erityisesti jousisoittimia opiskelevat pääsevät jo opintovaiheessa työharjoitteluun. Musiikin työelämäyhteistyö on siis vahva. Taideakatemiaan musiikin koulutuksella on myös vahva yhteistyö Kulttuurikampus Turku -yhteenliittymäverkoston kanssa. Turussa on myös kaksi yliopistoa, Åbo Akademi ja Turun yliopisto, joissa molemmissa on myös musiikkitieteen laitos. Turussa on myös merkittävä musiikin alan Sibelius-museo. Turussa on siis rikas niin sanottu musiikin ekosysteemi. Ei pelkästään klassisen musiikin saralla, vaan myös aktiivinen jazz-musiikkitoiminta. (Linjama 2021).

Linjaman mukaan Taideakatemiaan musiikin koulutukseen kuuluu suuri laulu- ja soitto-tuntien määrä. Omaa musiikillista taitoa pääsee hiomaan myös itsenäisellä työskente-lyllä. Käytännönläheisissä opinnoissa kehittyvät ja syventyvät musiikilliset taidot ja peda-gogista osaamista lähdetään opiskeluvaiheessa rakentamaan. Oma oppimista lähde-täänkin opiskeluissa katsomaan pedagogisesta näkökulmasta. Opinnoissa on päämää-rätietoisena harjoittelun lisäksi projektinhallinnallisia asioita, oman ja muiden ajan hallin-taa. Opinnoissa lisäksi karttavat verkostoitumisen ja yhteistyön taidot, vuorovaikutustai-dot sekä työyhteisötaidot. Musiikkipedagogin koulutus sisältää paljon musiikillista ilmai-sua ja pedagogiikkaa eli soittamista, laulamista ja niiden opettamista. Teoriaosuutta on vähemmän kuin käytäntöä ja sen suhde riippuu paljolti myös opiskelijan omista opinto-valinnoista. Opinnoissa on myös esiintymistä esimerkiksi opiskelijoiden omissa konser-teissa. (Linjama 2021.)

Useat Taideakatemiasta valmistuneet musiikkipedagogit menevät esimerkiksi soiton, laulun tai musiikin opettajiksi musiikin opetuksen kentälle. Muutamat työllistyvät muusi-koiksi tai freelancereiksi. Osa ryhtyy musiikin alan yrittäjiksi esimerkiksi perustetun mu-siikin harrastuskoulun tai -kerhon myötä, ja muutamat ovat suoraan työllistyneet Turun filharmoniseen orkesteriin. Suomessa on pieni, mutta olemassa oleva työelämä lau-lun alalla. Kansallisoopperassa on kuoro, johon voi päästä, tai kesäisin Savonlinnan oop-perajuhlakuoroon. Kun taas kansainvälisillä markkinoilla, esimerkiksi Saksassa, on oop-peratalojen määrä suurempi, joihin jotkut Taideakatemiasta valmistuneet musiikkipe-da-gogitkin ovat päässeet. Monet kuitenkin päättävät opiskella valmistumisen jälkeen lisää. Maisteriopintoja voi musiikin saralla opiskella esimerkiksi Sibelius-Akatemiassa. Musiikin jatko-opintomahdollisuuksia on paljon myös ulkomailla. (Linjama 2021.)

3.1.5 Esittävien taiteiden hakumarkkinointi tutkimushaastattelujen pohjalta

Tutkimushaastatteluissa yleisesti selvisi, että esittävien taiteiden koulutusaloilla resurssit eivät ole riittäneet kattavaan ja säännölliseen markkinointiin ja sitä kautta Taideakate-mian näkyvyyden kasvattamiseen. Markkinoinnin vähäisyys saattaa olla yksi syy, minkä vuoksi hakijamäärät esittävien taiteiden koulutuksiin ovat jääneet ajoittain liian alhaisiksi joidenkin koulutusten osalta.

Esittävien taiteiden hakumarkkinoinnissa on panostettu lähinnä infotilaisuuksiin, joita on pidetty ennen hakuajoja joko Taideakatemiassa tai joissain muissa oppilaitoksissa, opistoissa tai kyseisen alan harrastuspaikoissa. Erityisesti nyt covid-19-pandemian

aikana on Zoom-verkkokokousohjelmiston välityksellä järjestetty hakuinfotilaisuuksia koulutuksista, joiden linkkiä ja muuta tietoa on jaettu koulutusvastaavien kautta alaan liittyviin sosiaalisen median harrastusyhteisöihin ja -ryhmiin sekä taiteen perusopetuksen ja lukioiden tietoon.

Esittävien taiteiden koulutuksiin hakuja on nostettu esiin myös esimerkiksi koulutusten omilla, uudehkoilla videoilla Taideakatemian sosiaalisen median kanavilla, josta muun muassa koulutuksista vastaavat opettajat ovat jakaneet julkaisuja omille verkostoilleen ja alan harrastuspiireihin tai oppilaitoksiin. Videot ovat nähtävissä myös Turun AMK:n verkkosivustolla, esittävien taiteiden koulutusten esittelysivuilla. Esittävien taiteiden videoista näkee hyvin konkreettisesti, millaista alojen opiskelu Taideakatemiassa on.

Taideakatemian esittävien taiteiden koulutusten hakua on lisäksi vuosittain pyritty mainostamaan Teatteri & Tanssi + Sirkus -lehdessä, musiikin alan Rondo Classic -lehdessä tai kulttuurialan Voima-lehdessä. Sanan kiertäminen henkilöltä toiselle eri piireissä on myös suuri tiedon levittäjä esittävien taiteiden koulutuksissa.

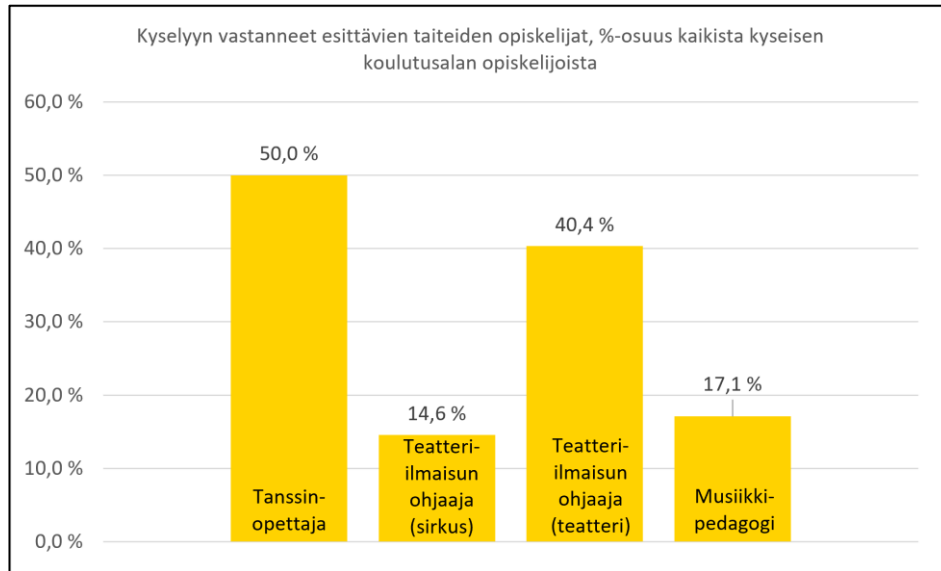
Kestävän kehityksen ollessa nyt ajankohtaisena asiana, myös koulutusvastaavat ovat sitä mieltä, että se voisi hyvin näkyä jo hakumarkkinoinnissakin. Ekologisuus, eettisyys, luonnon tärkeys ja sen huomioiminen ovat tärkeitä asioita, ja ne merkitsevät niin sanottua kestäväää tulevaisuutta. Myös online-pedagogiikan eli etäopetuksen tuomia mahdollisuuksia voisi korostaa ekologisena vaihtoehtona, joiden merkitys on kasvanut nyt covid-19-pandemian aikana. Ei tarvitse aina matkustaa ollakseen kansainvälinen, koska opiskella voi kauempaakin suosituiksi tulleiden verkkokokoustyökalujen välityksellä.

3.2 Kyselytutkimuksen tulokset

Taideakatemian nykyisille tanssinopettajaksi, teatteri-ilmaisun ohjaajaksi niin sirkuksen kuin teatterin koulutusten osalta sekä musiikkipedagogiksi opiskeleville opiskelijoille luotiin kysely Webropol-kyselysovelluksella. Jokaisen koulutusalan kyselyssä kysymykset olivat samat, mutta vastausvaihtoihin tuli koulutusten mukaisia eroja (Liite 2: Kysely hakumarkkinoinnista tanssinopettajan koulutuksen opiskelijoille). Kyselytutkimuksen nykyisille esittävien taiteiden opiskelijoille toteutin nettilinkin kautta ajalla 5.–14.3.2021.

Kyselyyn vastasi Taideakatemian 215 nykyisistä esittävien taiteiden opiskelijasta yhteensä 60, mikä on 27,9 prosenttia opiskelijoista. Kyselyn kokonaisvastausprosentti oli hyvä, vaikka joidenkin koulutusalojen kohdalla vastaajien määrä jäikin hieman

alhaiseksi. Musiikin opiskelijoiden vastausten määrässä tulee huomioida vielä se, että 76 musiikin opiskelijasta ulkomaalaisia opiskelijoita on noin 10 henkilöä ja kysely järjestettiin ainoastaan suomen kielellä.



Kuvio 5. Kyselyyn vastanneet esittävien taiteiden opiskelijat, %-osuus kaikista kyseisen koulutusalan opiskelijoista.

Taulukko 2. Kyselyyn vastanneet esittävien taiteiden opiskelijat.

	Opiskelijat	Vastanneet	Vastaus %
Tanssinopettaja	34	17	50,0 %
Teatteri-ilmaisun ohjaaja, sirkus	48	7	14,6 %
Teatteri-ilmaisun ohjaaja, teatteri	57	23	40,4 %
Musiikkipedagogi	76	13	17,1 %
Yhteensä	215	60	27,9 %

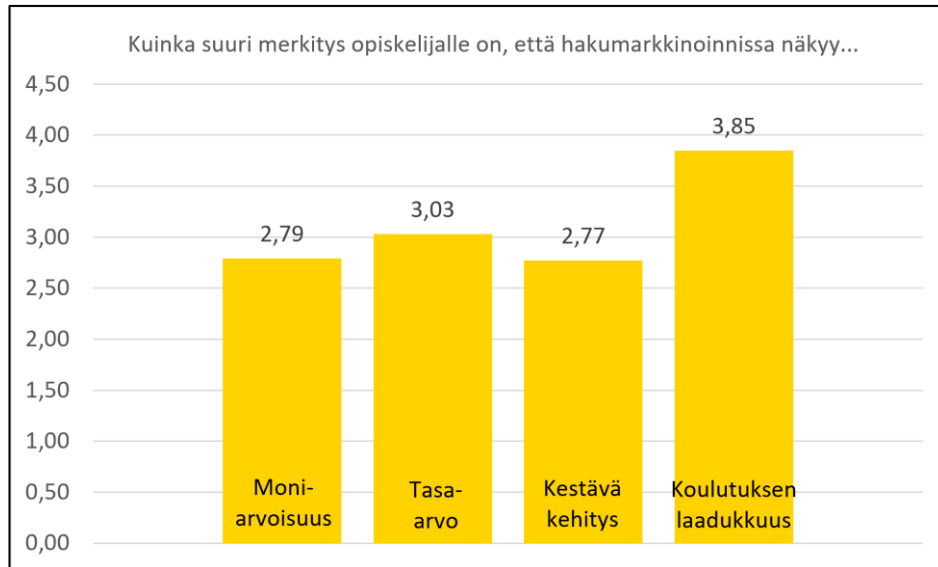
Kyselyssä kartoitettiin muun muassa syitä, miksi opiskelija haki opiskelemaan omaa koulutusalansa juuri Taideakatemiaan. Tanssinopettajiksi kyselyyn vastanneilla opiskelijoilla suurimmat syyt vaikuttivat olevan koulun sopiva sijainti tai sitten opiskelijat olivat kuulleet tai lukeneet koulutuksesta jotain hyvää. Sirkuksen koulutuksen kyselyyn vastanneille opiskelijoille määräävänä syynä Taideakatemiaan valintaan oli

korkeakoulututkinnon saaminen sirkuksen alalta, jota ei muualta Suomesta saa. Teatterialan koulutuksen opiskelijoilla syyt hakea Taideakatemiaan olivat myös ainutlaatuinen tutkinto, suositukset tutuilta, tai opiskelija oli kuullut tai lukenut koulutuksesta hyvää. Musiikkipedagogin koulutuksen kyselyyn vastanneet opiskelijat puolestaan hakivat Taideakatemiaan soiton- tai laulun opettajiltaan saatujen suositusten takia. Myös opettajien maineen takia haettiin Taideakatemiaan opiskelemaan musiikkipedagogiksi.

Kyselyssä myös kysyttiin, mistä opiskelija sai tietää, että Taideakatemiassa voi opiskella haluamaansa koulutusala. Kaikista esittävien taiteiden kyselyyn vastanneista opiskelijoista suuri osa olivat kuulleet koulutuksesta kaverilta, tutulta tai oman alan opettajalta tai harrastuspiireistä. Niin sanottu puskaradio eli sanan kiertäminen tuo siis paljon myös hakijoita esittävien taiteiden koulutuksiin. Huomioitavaa on, että sosiaalisen median tai lehti-ilmoituksen kautta oli koulutuksesta saanut tiedon vain kolme prosenttia kaikista kyselyyn vastanneista opiskelijoista. Syynä siihen oletettavasti on vähäinen esittävien taiteiden markkinointi sosiaalisen median kanavissa. Hakumarkkinointiin kuitenkin toivottiin enemmän tietoutta koulutuksen laadukkuudesta ja monipuolisesta sisällöstä niin kuvien, tekstien ja varsinkin videoiden muodossa.

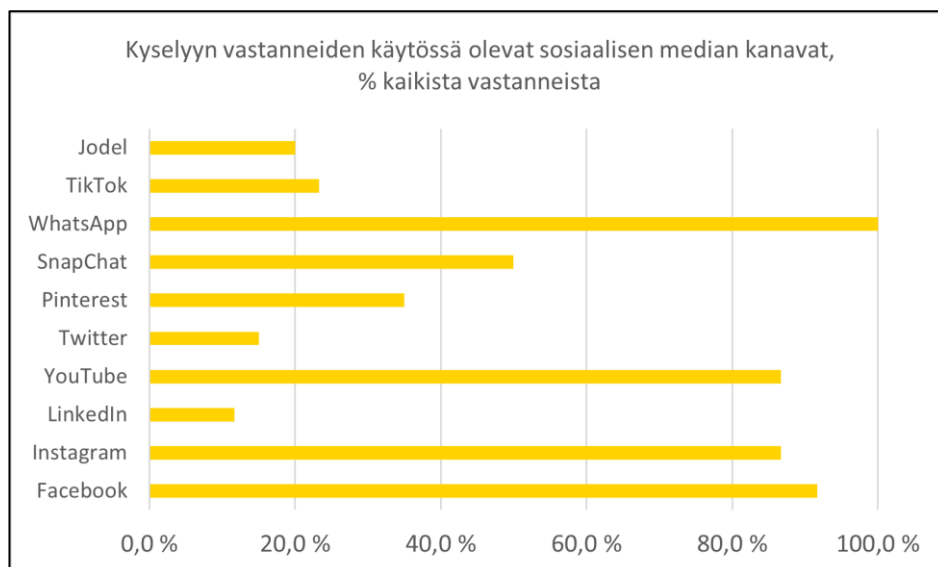
Kyselyssä kysyttäessä kuinka suuri merkitys opiskelijalle on, että hakumarkkinoinnissa näkyisi moniarvoisuus, tasa-arvo, kestävä kehitys ja koulutuksen laadukkuus, niin tärkeimmäksi nousi jälkimmäinen eli koulutuksen laadukkuus. Suuria eroja kaikkien arvojen välillä ei kuitenkaan ollut. Myös avoimissa kysymyksissä tuli opiskelijoilta paljon mielipiteitä siitä, että edellä mainitut arvot ovat nyky-yhteiskunnassa päivänselviä arvoja, ja samoja arvoja, varsinkin koulutuksen laadukkuutta ja tasa-arvoa, odotetaan näkyvän myös opetuksessa.

Kyselyn avoimissa vastauksissa opiskelijoilta tuli myös paljon mielipiteitä, mitä osaamista tai taitoja he ovat saaneet omasta koulutuksesta, joista voisi tulevaisuuden ammatissa olla hyötyä. Kyselystä tuli opiskelijoilta myös ideoita, mitä heidän mielestä hakumarkkinoinnissa kannattaisi heidän koulutuksesta kertoa, tai missä sosiaalisen median kanavissa tai ryhmissä koulutusten hakumarkkinointia kannattaisi tehdä.



Kuvio 6. Hakumarkkinoinnissa arvojen näkymisen merkitys kyselyyn vastanneiden opiskelijoiden mielestä, asteikolla 1-5.

Kyselyssä kartoitettiin myös esittävien taiteiden opiskelijoiden käyttämiä sosiaalisen median kanavia. WhatsApp, Facebook, Instagram ja YouTube nousivat selvästi eniten käytetyiksi kanaviksi kyselyyn vastanneiden opiskelijoiden keskuudessa.



Kuvio 7. Kyselyyn vastanneiden opiskelijoiden käytössä olevat sosiaalisen median kanavat, %-osuus kaikista vastanneista.

3.3 Tutkimusten tulosten luotettavuus

Tehtyjen tutkimusten luotettavuutta ja kannattavuutta voidaan tarkastella validiteetin ja reliabiliteetin kautta. Kvantitatiivisen tutkimuksen verkkokäsikirjan (KvantiMOTV 2021) mukaan validiteetilla tarkoitetaan tutkimuksessa käytetyn mittarin pätevyyttä ja sopivuutta mitata kattavasti ja tehokkaasti juuri sitä, mitä sen on tarkoitus mitata. Reliabiliteetilla taas tarkoitetaan mittarin johdonmukaisuutta, eli sitä, että se mittaa aina samaa asiaa. Tutkimuksessa käytettävä mittari on täysin reliabeeli, kun siihen eivät vaikuta mitkään olosuhteet eikä satunnaisvirheet. (KvantiMOTV 2021.)

Tutkimustulosten luotettavuuden arvioimiseksi on myös tärkeää, että tutkimuksissa esitetyt kysymykset mittaavat juuri oikeita asioita ja että ne kattavat koko tutkittavana olevan asian. Kyselytutkimusta suunniteltaessa oli tarkoitus kerätä esittävien taiteiden opiskelijoilta eli kohderyhmältä ideoita ja havaintoja koskien Taideakatemia esittävien taiteiden hakumarkkinoinnin nykytilaan ja kehittämistarpeisiin. Kuitenkin kehittämistyön jatkuessa, ja esittävien taiteiden hakijaprofiileja suunniteltaessa huomattiin, että niiden tueksi olisi tarve saada vielä toinen kyselytutkimus. Jotta voidaan saada kartoitettua koulutusten kohderyhmistä tarkempia ominaisuuksia ja havaintoja, niin olisi syytä tehdä vielä vähintään yksi kyselytutkimus, jonka sisältö tukee enemmän hakijaprofiilien luomista.

Siksi voidaan sanoa, että tehdyn kyselytutkimuksen reliabiliteetti oli hyvä, koska se johdonmukaisesti mittasi kaikkien esittävien taiteiden opiskelijoilta samoja asioita samoilla kysymyksillä ja samassa kyselyjärjestyksessä. Voidaan myös sanoa, että kyselytutkimuksen validiteetti oli myös hyvä, jos miettii hakumarkkinoinnin kehittämistarpeiden kartoittamista, mitä kyselyn mittareilla eli kysymyksillä olikin tarkoitus mitata. Hakijaprofiileja ajatellen kyselytutkimuksen kysymykset eivät täyttäneet validiteetin kriteereitä, koska kyselyn mittarit eivät olleet sopivia ja päteviä sen asian kartoittamiseen.

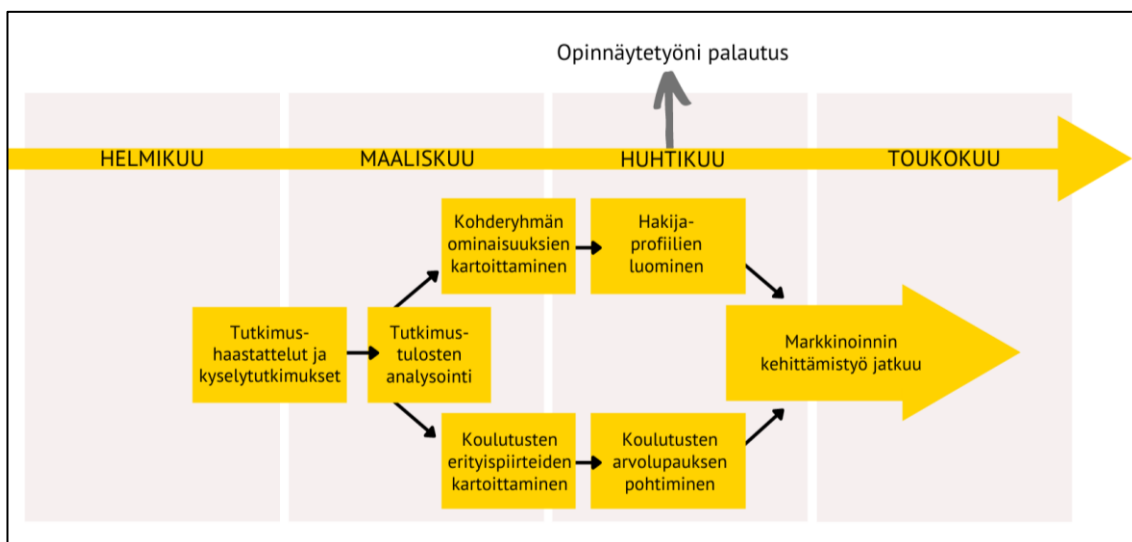
Mielestäni tekemäni kyselytutkimuksen otanta oli myös hyvä. Vaikka kaiken kaikkiaan kyselytutkimukseen kutsuttuja oli vain 215 henkilöä, niin heistä kuitenkin jopa 60 vastasi kyselyyn. Vastausprosentti oli siis 27,9 prosenttia, mikä on mielestäni hyvä.

Tutkimuksen luotettavuuden arvioimisen kannalta tulee myös huomioida se, että koska kysely suoritettiin nettilinkillä, ei voi olla täyttä varmuutta, että vastasiko yksi henkilö kyselyyn useammin kuin kerran. Vastausten määrät ja sisällöt eivät ainakaan anna aihetta epäilyyn.

Jos taas miettii tehtyjen tutkimushaastattelujen validiteettia ja reliabiliteettia, niin niissä tutkimuksissa käytetyt mittarit samoin täyttivät pätevyyden ja sopivuuden ominaisuuksiltaan ne, mitä niiden kuuluikin mitata, eli tutkimuksilla ja käytetyillä mittareilla oli tarkoitus mitata ja kartoittaa Taideakatemiaa ja esittävien taiteiden koulutusten erityispiirteitä ja kohderyhmän ominaisuuksia. Tutkimushaastattelut täyttivät validiteetin määrittämisen sekä ajatellen hakumarkkinoinnin kehittämistarpeita että hakijaprofiileja. Tutkimushaastattelujen reliabiliteetti oli myös hyvä, koska tutkimuksissa käytetyt mittarit mittasivat johdonmukaisesti kaikilta haastateltavilta samat asiat samojen kysymysten avulla ja samassa järjestyksessä.

4 ESITTÄVIEN TAITEIDEN HAKUMARKKINOINNIN KEHITTÄMINEN

Taideakatemia esittävien taiteiden koulutusten erityispiirteet ja edellä mainittujen koulutusten kohderyhmien sitoutunut ja päämäärätietoinen harrastustausta puoltavat sitä, että esittävien taiteiden kannattaa tehdä myös omaa markkinointia koko organisaation yhteisten hakumarkkinoinnin toimenpiteiden rinnalla. Tällöin koulutusten yksilölliset kohderyhmät pystytään ottamaan paremmin huomioon. Taideakatemia aloitti keväällä 2021 esittävien taiteiden koulutusten hakumarkkinoinnin kehittämisen.



Kuva 9. Esittävien taiteiden hakumarkkinoinnin kehittämissuunnitelman eteneminen keväällä 2021.

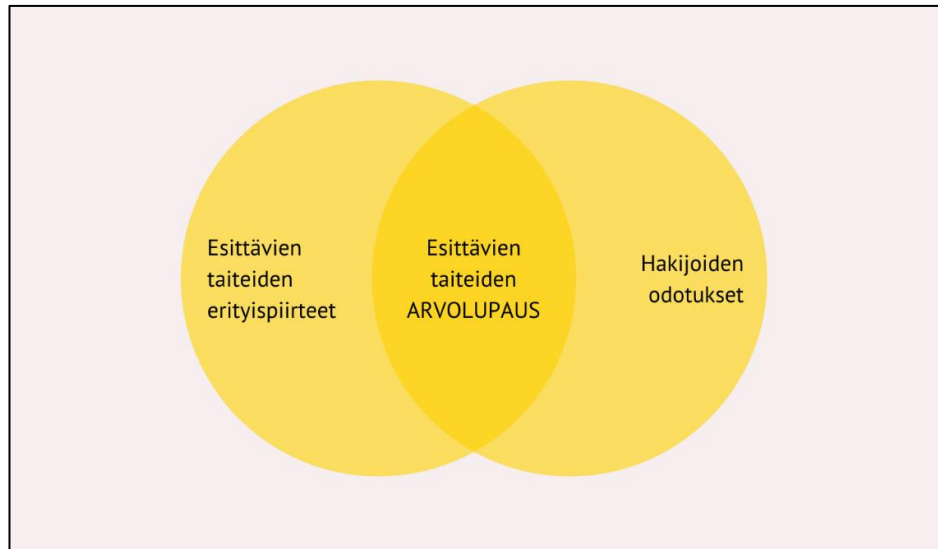
Kehittämistyön tarkoituksena on tehdä esittävien taiteiden koulutusten markkinoinnin sisällöstä kohderyhmää houkuttelevaa. Siksi on ensin tärkeää saada kartoitettua esittävien taiteiden koulutusaloilta ne asiat, mitkä kiinnostavat juuri näihin koulutuksiin hakevia, sekä myös ne vahvuudet, mitkä erottavat Taideakatemia muista vastaavaa koulutusta tarjoavista oppilaitoksista. Näiden erityispiirteiden kartoittamisen pohjalta on tarkoitus pohtia esittäville taiteille arvolupausehdotusta, jota voisi jatkossa käyttää näiden koulutusten markkinoinnissa ja muussa viestinnässä.

Markkinoinnin kehittämisessä on tarkoitus myös luoda esittävien taiteiden koulutuksiin omat asiakasprofiilin kaltaiset hakijaprofiilit, joihin on saatu kartoitettua muun muassa tehdyistä tutkimushaastatteluista ja kyselytutkimuksesta koulutusten kohderyhmän ominaisuuksia. Lisäksi kehittämistyössä pyritään kartoittamaan ne markkinointikanavat, joista kohderyhmä tavoitetaan.

4.1 Koulutusten erityispiirteistä arvolupauksiksi

Esittävien taiteiden hakumarkkinoinnin kehittämisessä on tarkoitus selvittää, millä asioilla Taideakatemia ja sen esittävien taiteiden koulutukset eroavat muista vastaavaa koulutusta tarjoavista oppilaitoksista. Pihlajamaan mukaan arvolupaukset ovat tietoisesti valikoituja kilpailuetuja, jotka on sanoitettu markkinoinnin tarpeisiin ja niitä voidaan käyttää viestinnän kärkinä. Parhaimmassa tapauksessa arvolupaukset luovat asiakkaille halun saada Taideakatemia esittävien taiteiden koulutusten tuottamia palveluita, ja samalla ne luovat organisaation sisällä ylpeyttä omasta tekemisestä. (Pihlajamaa 2021.) Markkinoinnin kehittämistyössä on syytä myös pohtia ja tutkia, miten arvolupaus saadaan näyttäytymään markkinoinnissa selkeänä ja johdonmukaisena. Jatkossa olisi myös syytä tutkia, että toteutuuko Taideakatemia arvolupaus myös käytännössä.

Lähdimme opiskelijakollegani Essi Karlssonin kanssa pohtimaan esittävien taiteiden koulutusten arvolupausehdotusta ensin tutkimushaastattelusta ja kyselytutkimuksesta nousseiden koulutusten erityispiirteiden kartoittamisella. Mitkä ovat ne asiat, jotka erottavat Taideakatemia esittävien taiteiden koulutukset muista vastaavaa koulutusta tarjoavista oppilaitoksista? Entä mitkä ovat Taideakatemia vahvuudet ja kilpailuedut? Esittävien taiteiden koulutusten arvolupausehdotusta pohdittiin myös sitä kautta, mitkä hakijoiden odotukset ovat heidän hakiessaan Taideakatemia esittävien taiteiden koulutuksiin, ja miten Taideakatemia vastaa niihin odotuksiin.



Kuva 10. Esittävien taiteiden arvolupauksen synty.

Arvolupaus eli value proposition on lyhyesti määriteltynä yrityksen lupaus arvosta, jonka tuote ja/tai palvelu tuottaa asiakkaalle. Hyvä arvolupaus on ytimekäs, selkokielineen ja helppo ymmärtää, ja se kertoo asiakkaalle, miksi hänen kannattaisi ostaa tuote ja/tai palvelu juuri kyseiseltä yritykseltä. Arvolupaus parhaimmillaan kertoo myös, kenelle yrityksen tuote ja/tai palvelu on tarkoitettu. (Advance B2B 2018.)

Ei ole vain yhtä oikeaa tapaa rakentaa hyvää arvolupaus, mutta kasvumarkkinointitoimisto Advance B2B:n mukaan hyvä tapa on rakentaa arvolupaus yhdestä ytimekkäästä päälauseesta (headline) sekä selittävästä 1-3 lauseen mittaisesta kuvauksesta (sub-headline). Päälause kannattaa kirjoittaa sellaiseksi, että se toimii tarvittaessa myös ilman selitettä. (Advance B2B 2018.)

Samalla idealla lähdimme Taideakatemia esittävien taiteiden arvolupausehdotuksessa liikkeelle, ja siinä haluttiin heti päälauseessa vastata kysymykseen, että mitä on tarjota ja kenelle. Ensimmäisenä halusimme tuoda esiin Taideakatemia kaikkia esittävien taiteiden koulutuksia yhteistä ja sitovaa erityispiirrettä, monialaisuutta. Näin montaa eri taiteenaloa samassa oppilaitoksessa ei muualla Suomessa voi opiskella (Pihlajamaa 2021). Taideakatemia eri esittävien taiteenalojen välillä on myös synergiaa eli yhteistyöstä saatavaa lisäarvoa.

Seuraavaksi arvolupausehdotuksessa haluttiin kertoa, että kenelle monialainen taiteen opiskelu on tarkoitettu. Tutkimushaastatteluista tuli ilmi, että esittävien taiteiden opiskelijoilla on yleensä takanaan päämäärätietoinen ja sitoutunut harrastustausta omalta taiteentalalta. Taideakatemian esittävien taiteiden koulutukset auttavat hakijaa määrittelemään omaa tulevaisuuttaan. Taideakatemiassa on ollut lisäksi käytössään sosiaalisessa mediassa hashtag-avainsana: #LuoTulevaisuutesi.

Taideakatemian esittävien taiteiden arvolupausehdotuksen päälauseessa tuli siis jo luvattua, että mitä ja kenelle, ja lause sopii jo yksinään sellaisenaan käytettäväksi markkinoinnissa. Toivottavasti ytimekkyydestään huolimatta kertoo Taideakatemian esittävien taiteiden koulutuksesta tärkeimmän, ja houkuttelee uusia hakijoita koulutuksiin.

Arvolupausehdotuksen tarkentavaan lauseeseen haluttiin tuoda lupaus pedagogisesta pätevydestä, koska esittävien taiteiden koulutuksista valmistuu pedagogeja ja opettajia. Lupaus tulla oman taiteenalan ammattilaiseksi Taideakatemian opettajien laadukkaalla opetuksella pohjautui erityisesti tutkimushaastatteluissa nousseisiin huomioihin.

Haastatteluissa tuli myös esiin, että Taideakatemian esittävillä taiteilla on laajat, kansainväliset verkostot ja yhteistyökoulut ulkomailla, jotka antavat opiskelijalle, ja myös jopa joidenkin koulutusalojen opettajillekin, erinomaiset mahdollisuudet mennä vaihtoon ulkomaille. Turun AMK:n intranet-sivuillakin (2021e) todetaan, että kansainvälisyys on Taideakatemian opettajille ja oppilaille arkipäivää opiskelijavaihtojen ja osittain englanniksi tapahtuvan opetuksen myötä. (Turun ammattikorkeakoulu 2021e.)

Arvolupausehdotuksen tarkentava lause toimii hyvin päälausetta täydentävänä, ja kertoo lisää Taideakatemian esittävien taiteiden koulutuksista tiiviillä ja houkuttelevalla tavalla. Uskon, että tuollainen arvolupaus markkinoinnissa voisi herättää kiinnostusta hakijoiden keskuudessa Taideakatemian esittävien taiteiden koulutustarjonnasta. Lisäksi se varmasti loisi opettajien ja muidenkin työntekijöiden keskuudessa ylpeydetunnetta tekemisestään.


Näistä kartoitetuista erityispiirteistä, vahvuuksista, kilpailueduista yhdistettynä hakijoiden odotuksiin, voitiin nyt muodostaa seuraava arvolupausehdotus: ”Esittävien taiteiden koulutus – Monialaista taiteen opetusta päämäärätietoiselle tulevaisuuden tekijälle. Taideakatemian saa pedagogisen pätevyyden ja kehityt taiteenalasi ammattilaiseksi laadukkaasti opetuksen ja kansainvälisten mahdollisuuksien myötä.”

Huomioitavaa on, että tämä suunniteltu arvolupaus on vasta ehdotus ja sitä ei ole vielä otettu käyttöön Taideakatemia esittävien taiteiden koulutuksissa. Arvolupauksenkin kehitystyö Taideakatemiassa jatkuu osana esittävien taiteiden hakumarkkinoinnin kehittämistä.

Taideakatemia esittävien taiteiden koulutusten
ARVOLUPAUS:

Esittävien taiteiden koulutus – Monialaista taiteen opetusta päämäärätietoiselle tulevaisuuden tekijälle.

Taideakatemiasta saat pedagogisen pätevyyden ja kehityt taiteenalan ammattilaiseksi laadukkaana opetuksen ja kansainvälisten mahdollisuuksien myötä.

TURKU AMK 

Kuva 11. Ehdotus esittävien taiteiden arvolupaukseksi.

Arvolupauksen avaaminen:

Monialaista = Esittävien taiteiden koulutustarjonnasta löytyy monia, eri taiteenaloja, joiden välillä on synergiaa.


Päämäärätietoiselle = Esittävien taiteiden koulutuksiin hakevilla on usein sitoutunut harrastustausta koulutusosalta.

Tulevaisuuden tekijälle = Esittävien taiteiden koulutuksessa voi määritellä oman tulevaisuutensa (Taideakatemia käyttämä hashtag: #luotulevaisuutesi).

Pedagogisen pätevyyden = Esittävien taiteiden koulutuksista valmistuu pedagogeja.

Laadukkaan opetuksen = Taideakatemia opettajat ovat arvostettuja ja sitoutuneita työhönsä.

Kansainvälisten = Taideakatemiassa on laajat kansainväliset yhteistyöverkostot.

TURKU AMK 

Kuva 12. Esittävien taiteiden arvolupausehdotuksen avaaminen.

Turun AMK:n Brändikäsikirjassa (2020) kuvaillaan, että koko Turun AMK:n brändin ytimenä on yhteisesti jaettu ja pysyvä arvo osaamisen jakaminen, joka määrittää kaikkea toimintaa ja tekee Turun AMK:sta Turun AMK:n. Turun AMK:n strategian kärjet ovat brändin joustava ydin. Kärjet ovat yhtä merkittävässä roolissa kuin osaamisen jakaminen, eli myös niiden tulee aina olla mukana toiminnassa enemmän tai vähemmän, riippuen toiminnasta. Strategian kärjet voivat muuttua ajan myötä, esimerkiksi strategiakauden vaihtuessa. (Turun AMK:n Brändikäsikirja 2020.)



Kuva 13. Turun AMK:n brändin perusta (Turun AMK:n Brändikäsikirja 2020).

Turun AMK:n Brändikäsikirjassa (2020) myös kuvataan, että Turun AMK:n brändin arvon kehällä on laajennettu ydin, joka sisältää kolme erilaista roolia tai näkökulmaa, jotka ovat ratkaisija, innostaja ja kumppani. Niiden avulla ilmennetään muun muassa Turun AMK:n brändin persoonallisuutta ja suhdetta vastaanottajiin viestinnässä ja markkinoinnissa. Kuten joustava ydin, nämäkin voivat muuttua ajan myötä. Tämän edellä kuvatun Turun AMK:n brändi-identiteetin ohella yksittäisillä tuotteilla, palveluilla tai laajemmilla kokonaisuuksilla, esimerkiksi juuri esittävien taiteiden koulutuksilla, voi olla erityispiirteitä ja ominaisuuksia, joita on tärkeä nostaa esiin viestinnässä ja markkinoinnissa. Brändikäsikirjan

mukaan niitä voidaan käyttää kilpailukeinoina taktisessa markkinoinnissa⁴. (Turun AMK:n Brändikäsikirja 2020.)

Turun AMK:n Brändikäsikirjassa kuvaillaan myös, että kaikki ohjeistuksen mukainen viestintä, markkinointi ja muu toiminta Turun AMK:ssa säteilee Excellence in Action-markkinointiviestiä, eli kun toiminnasta löytyvät kaikki brändin elementit, se on myös strategian mukaista ja siten synnyttää Excellence in Action -markkinointiviestin mukaista toimintaa. Tuota edellä mainittua markkinointiviestiä ei kuitenkaan tarvitse jokaisessa Turun AMK:n viestissä sanallistaa. (Turun AMK:n Brändikäsikirja 2020.)

Jos vielä pohtii tämän Taideakatemia esittävien taiteiden koulutuksille luodun arvolutausehdotuksen suhdetta Turun AMK:n brändiin ja arvoon, niin on tärkeää, että koko organisaation brändi-identiteetin ja siihen liitetyt ominaisuudet tulee ilmetä kaikissa brändin alaisissa tuotteissa, eli myös näissä Taideakatemia esittävien taiteiden koulutustenkin omassa taktisessa markkinoinnissa. Esittävien taiteiden koulutuksiin luodussa arvolutausehdotuksessa juuri monialaisuuden voisi katsoa viittaavan mainittuun Turun AMK:n brändin ytimeen eli osaamisen jakamiseen. Arvolutausehdotuksessa mainitulla päämäärätietoinen tulevaisuuden tekijä -viestin voidaan taas katsoa tukevan Turun AMK:n brändin Excellence in Action -viestiä.

4.2 Esittävien taiteiden koulutusten hakijaprofiilit

Mainostoimisto Kanava.to (2021) kuvailee verkkosivuillaan asiakasprofiilin (marketing person) tarkoittavan kuvitteellista henkilöä, joka edustaa yrityksen asiakasta. Asiakasprofiilissa kuvataan henkilöä, joka pyrkii edustamaan koko kohderyhmää. Asiakasprofiili on samalla yritykselle työkalu, jonka avulla markkinointia pystytään tehostamaan. Asiakasprofiili sisältää yleensä esimerkiksi seuraavat tiedot: kuvitteellinen nimi, valokuva tai piirros kyseisestä henkilöstä, demografiatiedot, koulutus, kiinnostuksen kohteet ja elämäntyyli. (Kanava.to 2021.)

Ryhdyimme opiskelijakollegani Essi Karlssonin kanssa pohtimaan Taideakatemia esittävien taiteiden koulutuksiin omia asiakasprofiilin tapaisia hakijaprofiiliehdotuksia tehtyjen tutkimushaastattelujen ja kyselytutkimusten tulosten pohjalta. Kyselytutkimukseen



⁴ Taktisella markkinoinnilla määritellään ne keinot, joilla markkinoinnin strategian tavoitteisiin päästään (Aboad Oy 2020).

osallistuneiden määrän ja kyselyn sisällön ollessa näin suppea, ei kuitenkaan kovin yksityiskohtaisia ominaisuuksia hakijaprofiileille voitu vielä määrittellä. Hain lisäksi hakijaprofiileihin faktaan perustuvaa tietoa Opetushallinnon tilastopalvelu Vipusesta. Siitä tiedosta arvioin keskiarvon hakijoiden iästä, sekä maakunnan, jossa suurin osa hakijoista asuu, ja lisäksi sukupuolen, jota suurin osa hakijoista edustaa. Näiden esittävien taiteiden koulutusten hakijaprofiilien edustamat kuvitteelliset henkilöt sattuivat kaikki olemaan sukupuoleltaan naisia, koska niitä koulutusten hakijat suurelta osin Vipusen mukaan edusti.



Hakijaprofiilien luominen esittävien taiteiden koulutuksille saatiin hyvään alkuun, ja niiden työstämistä eteenpäin on Taideakatemiassa tarkoitus jatkaa. Jatkossa kannattaisikin hakumarkkinoinnin kehittämisen tueksi ja hakijaprofiilien täydentämiseksi tehdä esimerkiksi uusi kyselytutkimus, jossa saataisi suurempi otanta ja kyselyn sisältö olisi suunniteltu enemmän profilointia tukevaksi.

Kattavilla hakijaprofiileilla osataan markkinointiin nostaa hakijaa kiinnostavia asioita häntä kiinnostavalla tavalla. Profilointien avulla pystytään markkinointiin lisäksi pohtia sopivaa ja kohderyhmään vetoavaa visuaalisuutta. Hakijaprofiileissa on tarkoitus myös kertoa ne kanavat, joista oikea kohderyhmä löytyy, ja johon koulutusten hakumarkkinointia kannattaa kohdentaa. Ihanteellista olisi, jos hakijaprofiilit pystyttäisi täydentämään mahdollisimman kattavasti, muun muassa koulutus- tai harrastustaustan paikan osalta. Tällöin niihin kouluihin ja harrastusyhteisöihin voisi keskittää markkinointia jatkossakin ja sidosryhmäyhteistyö näiden toimijoiden välillä pysyisi vahvana.



Jatkossa esittävien taiteiden koulutuksille voisi lisäksi tehdä eri kohderyhmää edustavat hakijaprofiilit, eli kuvaukset uusista kuvitteellisista hahmoista, joiden edustamaa kohderyhmää halutaan jatkossa hakumarkkinoinnilla tavoittaa ja houkuttelemaan koulutuksiin.

"Tiia Tanssinopettaja"		Tanssinopettaja (AMK)		Turun AMK:n Taideakatemia
				
Demografiset tiedot		Taustaa (esim. koulutus, harrastukset, tms.)	Päämääriä/ tavoitteita/ kiinnostuksenkohteita	Käyttämät some-kanavat
<ul style="list-style-type: none"> nainen 20-vuotias asuu Uudeltamaalla sosiaalinen musikaalinen omaa hyvät vuoro-vaikutustaidot 		<ul style="list-style-type: none"> harrastanut tanssia päämäärätietoisesti yli 10 vuotta koulutustaustana ylioppilastutkinto tanssipainotteisesta lukiosta käynyt myös tanssitaiteen perusopetuksen 	<ul style="list-style-type: none"> haluaa työskennellä tanssinopettajana tanssin perusopetuksen kentällä aikoo mahdollisesti jatkaa opintoja Taideyliopiston Teatterikorkeakoulun maisterilinjalla on kiinnostunut alan kansainvälisistä mahdollisuuksista 	<ul style="list-style-type: none"> WhatsApp Facebook Instagram YouTube TikTok
TURKU AMK 				



Kuva 14. Hakijaprofiiliehdotus: tanssinopettaja (AMK).

"Sanna Sirkustaiteilija"		Teatterin ilmaisun ohjaaja (AMK), sirkus		Turun AMK:n Taideakatemia
				
Demografiset tiedot		Taustaa (esim. koulutus, harrastukset, tms.)	Päämääriä/ tavoitteita/ kiinnostuksenkohteita	Käyttämät some-kanavat
<ul style="list-style-type: none"> nainen 25-vuotias asuu Uudellamaalla omaa hyvät vuoro-vaikutustaidot korkeasti motivoitunut liikunnallinen 		<ul style="list-style-type: none"> harrastanut sirkusta lapsuudesta lähtien Suomen nuorisosirkuksessa harrastanut myös voimistelua koulutustaustana ylioppilastutkinto 	<ul style="list-style-type: none"> haluaa saada sirkuksen alalta korkeakoulututkinnon haluaa työskennellä sirkuksen alalla taiteilijana tai pedagogina 	<ul style="list-style-type: none"> WhatsApp Instagram YouTube Facebook
TURKU AMK 				

Kuva 15. Hakijaprofiiliehdotus: teatteri-ilmaisun ohjaaja (AMK), sirkus.

<p>"Tuija Teatteriohjaaja"</p> 	<p>Teatterin ilmaisun ohjaaja (AMK), teatteri Turun AMK:n Taideakatemia</p>		
<p>Demografiset tiedot</p> <ul style="list-style-type: none"> nainen 24-vuotias asuu Varsinais-Suomessa omaa hyvät vuoro-vaikutustaidot kiinnostunut muistakin taiteenaloista 	<p>Taustaa (esim. koulutus, harrastukset, tms.)</p> <ul style="list-style-type: none"> harrastanut teatteria koulutustaustana ylioppilastutkinto opiskellut teatteria kansanopistossa on ollut mukana myös partiotoiminnassa 	<p>Päämääriä/ tavoitteita/ kiinnostuksenkohteita</p> <ul style="list-style-type: none"> haluaa työskennellä teatterialalla taiteilijana tai pedagogina on kiinnostunut alan jatkokoulutusmahdollisuuksista 	<p>Käyttämät some-kanavat</p> <ul style="list-style-type: none"> WhatsApp Facebook YouTube Instagram
			<p>TURKU AMK </p>

Kuva 16. Hakijaprofiiliehdotus: teatteri-ilmaisun ohjaaja (AMK), teatteri.

<p>"Mari Musiikkipedagogi"</p> 	<p>Musiikkipedagogi (AMK) Turun AMK:n Taideakatemia</p>		
<p>Demografiset tiedot</p> <ul style="list-style-type: none"> nainen 22-vuotias asuu Varsinais-Suomessa musikaalinen 	<p>Taustaa (esim. koulutus, harrastukset, tms.)</p> <ul style="list-style-type: none"> harrastanut viulunsoittoa yli 10 vuotta teini-ikäisenä ryhtyi panostamaan viulunsoittoon enemmän koulutustaustana ylioppilastutkinto 	<p>Päämääriä/ tavoitteita/ kiinnostuksenkohteita</p> <ul style="list-style-type: none"> haluaa työskennellä musiikin opettajana on kiinnostunut jatkokouluttautumaan maisteriksi musiikin alalla 	<p>Käyttämät some-kanavat</p> <ul style="list-style-type: none"> WhatsApp Facebook Instagram YouTube
			<p>TURKU AMK </p>

Kuva 17. Hakijaprofiiliehdotus: musiikkipedagogi (AMK).

4.3 Hakumarkkinointitoimenpiteiden kehittämisehdotukset

4.3.1 Verkkosivujen koulutusten esittelysivut

Taideakatemian esittävien taiteiden hakumarkkinoinnin kehittämistyössä on tarkoitus panostaa verkkosivujen koulutusten esittelysivuihin. Koulutusten esittelysivuilla on kuitenkin otettava huomioon Opetushallituksen ylläpitämän Opintopolku-portaalin asettamat ohjeistukset. Opintopolku-portaalissa suomalaiset oppilaitokset ja korkeakoulut ylläpitävät omien koulutustensa tietoja. Opintopolku-portaalissa voi muun muassa selailla eri aloja ja tutkintoja, saada tietoa opinnoista, etsiä ajankohtaisia koulutuksia, tutustua valintaperusteisiin sekä hakea koulutuksiin. (Opintopolku 2021.)

Kaikki koulutukset tuottavat tekstisisällöt aina ensisijaisesti Opintopolku-portaaliin, jossa on aina niin sanottu viimeisin ja tietorikkain sisältö. Opintopolkuun menevien koulutusten kuvauksien keräämiseen on Turun AMK:lla oma sisäinen prosessi ja Opintopolku-portaali itsessään asettaa myös rajoitteita sisällölle. Opintopolku-portaalin koulutuksen kuvauksesta lähtien, kaikissa koulutuksen esittelymateriaaleissa pitäisi näkyä esimerkiksi arvolupauksen sisältö sekä niissä pitäisi olla huomioitu kohderyhmät. Opintopolkuun toimitettavista teksteistä tiivistetään tekstit Turun AMK:n koulutusten esittelysivuille. Opintopolku-portaaliin ei ole mahdollista liittää videoita, mutta koulutusten omille esittelysivuille voi liittää koulutusten sisältöjä kuvaavia videoita. Turun AMK:n koulutusten esittelysivujen tulisi olla lähinnä johdantoja eli sisäänheittäjiä Opintopolku-portaalin koulutusten sivulle. Turun AMK:n verkkosivujen ja Opintopolku-portaalin tulisi olla vahvasti linjassa keskenään. (Pietilä 2021; Opintopolku 2021.)

Turun AMK:n Taideakatemian verkkosivujen esittävien taiteiden koulutusten esittelysivuista on kuitenkin tarkoitus tehdä mahdollisimman selkeät ja hakijoita puhuttelevammat Opintopolku-portaali huomioiden. Tärkeää on, että hakija löytää esittävien taiteiden koulutusten sivuilta mahdollisimman helposti tarvitsemansa tiedon. Tekstillisen sisällön lisäksi tarkoitus on panostaa myös kohderyhmää puhuttelevaan visuaalisuuteen, esimerkiksi koulutusala kuvaavaa videomateriaalia.

Tehdyn kyselytutkimuksen tulokset osoittivat, että koulutuksiin hakevat kaipaavat koulutusten esittelysivuille ja muuhun markkinointiin enemmän videoita. Videoilla toivotaan esimerkiksi näkevän, mitä itseään kiinnostavan alan opinnot käytännössä ovat. Minna

Komulainenkin (2018: 327) toteaa, että koukuttava teksti ja katseenvangitsevat kuvat eivät enää riitä, vaan kuluttajat kaipaavat markkinointiin myös videoita.

Videomarkkinointi onkin sisältömarkkinoinnin uusin trendi. Se muuttaa yritysten sisällöntuotantotapaa, ja hyvin tuotetun videon avulla potentiaalisen asiakkaan luottamusta voidaan rakentaa monin tavoin. Laadukkaat videot näyttävät asiakkaalle, miksi yritys ja sen tarjoamat tuotteet ovat hänen aikansa ja rahansa arvoisia. Tutkimusten mukaan potentiaaliset asiakkaat luottavat videoihin ja kokevat ne hyödyllisiksi. He myös suosittelevat herkemmin videoilla markkinoituja tuotteita ja jakavat 39 prosenttia todennäköisemmin video- kuin muuta materiaalia käyttämillään sosiaalisen median kanavilla. (Komulainen 2018: 327–328.)

Turun AMK:ssa on käytössä ThingLink-palvelu, jolla saa toteutettua erilaisia, visuaalisia AR-sisältöjä verkkosivuille (Pietilä 2021). Sitä Taideakatemia esittävien taiteidenkin kannattaisi hyödyntää koulutussivujensa visuaalisen sisällön lisäämisessä. ThingLink -palvelulla voi esimerkiksi upottaa videoita tai 360-asteista kuvaa verkkosivuille (ThingLink 2021). Mielestäni se olisi hyvä ja uudenlainen tapa tuottaa visuaalista, koulutusten erityispiirteitä kuvaavaa sisältöä koulutuksien sivuille, joka varmasti herättäisi hakijoiden kiinnostuksen.

4.3.2 Sosiaalisen median kanavat

Koska esittävien taiteiden koulutusten hakumarkkinoinnissa ei ole aiemmin hyödynnetty sosiaalisen median maksettua mainontaa, olisi perusteltua laajentaa koulutusten markkinointia siihen. Kuten Tilastokeskuksen (2020) väestön tieto- ja viestintätekniikan tutkimus osoitti, että ihmiset seuraavat aktiivisesti yhteisöpalveluita. Mainonta sosiaalisen median kanavilla on myös kustannuksiltaan suhteellisen alhaista, ja niissä on mahdollista kohdentaa markkinointia kapeammille kohderyhmäsektoreille.

Korkeakoulujen bränditutkimuksessa (2020) tuli ilmi, että suurin osa alle 30-vuotiaista suomalaisista hakee tietoa koulutuksista koulujen verkkosivujen koulutussivuilta ja Opinopolusta. Nämä henkilöt todennäköisesti ovat niitä, jotka ovat jo suunnitelleet hakevansa koulutukseen, ja osaavat etsiä tarvitsemaansa tietoa oikeasta paikasta. Sosiaalisen median markkinoinnilla olisi nyt tarkoitus tavoittaa ne muut potentiaaliset hakijat, jotka eivät ole vielä suunnitelleet esittävien taiteiden koulutuksiin hakemista, mutta täytävät kuitenkin niihin suositellut hakijoiden ominaisuuskriteerit. Sosiaalisessa mediassa

voisi siis tavoittaa hakijoita, jotka eivät vielä tiedä mahdollisesti soveltuvansa esittävien taiteiden koulutukseen hakevaksi, ja nyt huomaavat mainoksen perusteella kiinnostuvansa ajatuksesta.

Nykyään Journalisti-lehden päätoimittajana työskentelevä Maria Pettersson sanoi jo vuonna 2012 Yle Uutisten haastattelussa, ollessaan silloin City-lehden päätoimittaja, että koulujenkin on panostettava markkinoinnissaan nettiin. Pettersson painotti haastattelussa myös, että oppilaitosten kannattaa panostaa verkkosivuihinsa, että tarjolla on helposti löydettävää ja oikeaa tietoa. (Yle Uutiset 2012). Myös korkeakoulujen bränditutkimuksen (2020) tulokset tukevat tätä väitettä.

Kuten esittävien taiteiden nykyisille opiskelijoillekin suunnatussa kyselytutkimuksessakin selvisi, niin kyselyyn vastanneilla opiskelijoillakin on käytössään yhteisöpalveluja. Taideakatemia kannattaa siis olla näkyvä ja mainostaa esittävien taiteiden koulutuksiaan sosiaalisen median kanavilla, joista koulutustenkin kohderyhmä tavoitetaan.

Nyt kevään 2021 korkeakoulujen yhteishaun yhteydessä tein Taideakatemia esittävien taiteiden koulutuksista julkaisut sosiaaliseen mediaan (Facebook, Instagram ja Twitter). Mainoksiin valittiin tunnelmalliset kuvat, joissa on aktiivista taiteen tekemistä. Loin mainoksille keskenään yhtenäisen ilmeen, että ne ovat tunnistettavissa Turun AMK:n Taideakatemia esittävien taiteiden koulutuksiksi. Tämän sosiaalisen median markkinointikampanjan suunnittelussa huomioin myös Turun AMK:n Brändikäsikirjan (2020) graafiset ohjeistukset.

Taideakatemia - Turun AMK
 Julkaisija: Titta Katriona Meskanen · 10. maaliskuuta kello 13.18 · ...

Hei sinä tanssin opiskelusta kiinnostunut!
 Tule opiskelemaan Turun ammattikorkeakoulun Taideakatemiaan tanssinopettajaksi (AMK). Yhteishaku korkeakouluihin on 17.3.–31.3. Ennakkotehtävät on julkaistu 10.3. Lisätietoja löydät: <https://turkuamk.fi/tanssi>

**Tule opiskelemaan
 Tanssinopettajaksi**

Yhteishaku 17.3.–31.3.
 Ennakkotehtävät julkaistu 10.3.



TURKU AMK

TURKUAMK.FI
Tutkinnot – Turun ammattikorkeakoulu Lue lisää
 Opiskele tanssinopettajaksi (AMK) Turussa. Turun A...

3 439 Tavoitetut henkilöt 156 Sitoutumiset [Mainosta uudelleen](#)

Kuva 18. Tanssinopettajan koulutuksen yhteishakumainos Facebookissa keväällä 2021 (Turun ammattikorkeakoulu 2021p).

Taideakatemia - Turun AMK
 Julkaisija: Titta Katriona Meskanen · 10. maaliskuuta kello 10.06 · ...

Hei sinä sirkuksen opiskelusta kiinnostunut!
 Tule opiskelemaan Turun ammattikorkeakoulun Taideakatemiaan. Koulutuksesta valmistuu sirkustaiteilija-opettajaksi. Yhteishaku korkeakouluihin on 17.3.–31.3. Ennakkotehtävät on julkaistu 10.3. Lisätietoja löydät: <https://turkuamk.fi/sirkus>

**Tule opiskelemaan
 Sirkustaiteilija-opettajaksi**



Yhteishaku 17.3.–31.3.
 Ennakkotehtävät julkaistu 10.3.

TURKU AMK

TURKUAMK.FI
Tutkinnot – Turun ammattikorkeakoulu Lue lisää
 Opiskele teatteri-ilmaisun ohjaajaksi (AMK) Turussa...

4 165 Tavoitetut henkilöt 80 Sitoutumiset [Mainosta uudelleen](#)

Kuva 19. Sirkustaiteilija-opettajan eli teatteri-ilmaisun ohjaajan (sirkus) koulutuksen yhteishakumainos Facebookissa keväällä 2021 (Turun ammattikorkeakoulu 2021p).

Taideakatemia - Turun AMK
 Julkaisija: Titta Katriina Meskanen · 10. maaliskuuta kello 9:57 · ...

Hei sinä teatterin opiskelusta kiinnostunut!
 Tule opiskelemaan Turun ammattikorkeakoulun Taideakatemiaan teatteri-ilmaisun ohjaajaksi (AMK). Yhteishaku korkeakouluihin on 17.3.–31.3. Ennakkotehtävät on julkaistu 10.3.
 Lisätietoja löydät: <https://turkuamk.fi/teatteri>

**Tule opiskelemaan
 Teatteri-ilmaisun ohjaajaksi**

Yhteishaku 17.3.–31.3.
 Ennakkotehtävät julkaistu 10.3.

TURKU AMK

TURKUAMK.FI
Tutkinnot – Turun ammattikorkeakoulu Lue lisää
 Opiskele teatteri-ilmaisun ohjaajaksi (AMK) Turussa...

3 642 Tavoitetut henkilöt 206 Sitoutumiset **Mainosta uudelleen**

Kuva 20. Teatteri-ilmaisun ohjaajan koulutuksen yhteishakumainos Facebookissa keväällä 2021 (Turun ammattikorkeakoulu 2021p).

Taideakatemia - Turun AMK
 Julkaisija: Titta Katriina Meskanen · 10. maaliskuuta kello 11:43 · ...

Hei sinä musiikin opiskelusta kiinnostunut!
 Tule opiskelemaan Turun ammattikorkeakoulun Taideakatemiaan musiikkipedagogiksi (AMK). Yhteishaku korkeakouluihin on 17.3.–31.3.
 Lisätietoja löydät: <https://turkuamk.fi/musiikki>

**Tule opiskelemaan
 Musiikkipedagogiksi**

Yhteishaku 17.3.–31.3.

TURKU AMK

TURKUAMK.FI
Tutkinnot – Turun ammattikorkeakoulu Lue lisää
 Opiskele musiikkipedagogiksi (AMK) Turussa, Turun ...

4 754 Tavoitetut henkilöt 206 Sitoutumiset **Mainosta uudelleen**

Kuva 21. Musiikkipedagogin koulutuksen yhteishakumainos Facebookissa keväällä 2021 (Turun ammattikorkeakoulu 2021p).

Edellä olevia, kevään 2021 yhteishakua varten, tekemiäni julkaisuja mainostin lisäksi maksullisella, kohdennetulla mainonnalla Facebookissa ja Instagramissa ajalla 10.–29.3.2021 koulutusalojen ennakkotehtävien avauduttua sekä yhteishaun ollessa käynnissä. Taideakatemia ei siis ollut ennen kevättä 2021 tehnyt maksullista yhteishakumainontaa sosiaalisessa mediassa.

CTR (Click-through rate) tarkoittaa klikkausprosenttia (Wikipedia 2021). Se tarkoittaa siis prosenttiosuutta kerroista, kuinka monta linkin klikkausta mainos sai verrattuna sen saamiin näyttökertoihin. Se on yleinen muuttuja, jota käytetään selvittämään, kuinka mainokset lisäävät liikennettä verkkosivuille. CTR saadaan siis laskemalla linkin klikkaukset jaettuna näyttökerroilla. (Facebook for Business 2021.)

Suomen digimarkkinointi Oy (2021) kuvailee sivuillaan, että mainoksen klikkausprosentti riippuu hyvin paljon muun muassa toimialasta, toimialan kilpailutilanteesta, mainostettavaa tuotteesta tai kampanjasta. Siksi ei voida tarkasti määrittellä, mikä on hyvä CTR eli klikkausprosentti. (Suomen digimarkkinointi Oy 2021.)

Myös digimarkkinointitoimisto Kuulu (2021) mainitsee blogissaan, että CTR-klikkausprosenttiin vaikuttaa myös mainoksen sijoittelu. Esimerkiksi aikajanalla mainostettu julkaisu saa useammin klikkauksia osakseen kuin oikean reunan viralliset mainospaikat. Yleisesti voidaan kuitenkin pitää hyvänä, jos CTR ylittää 0,8 prosenttia. (Kuulu 2021).

Nämä yhteishakuun suunnitellut mainokset saivat hyvin näkyvyyttä ja klikkien määriä Facebookissa ja Instagramissa ajalla 10.–29.3.2021. Esittävien taiteiden koulutusten mainokset saivat maksetulla mainonnalla kattavuutta⁵ yhteensä 64 672 ja linkin klikkausten⁶ määriä 1 026 (Turun ammattikorkeakoulu 2021s). Mainosten CTR eli klikkausprosentti saadaan laskettua laskukaavalla, jossa klikkauksen määrä jaetaan kattavuuden määrällä ja kerrotaan 100:lla (Wikipedia 2021). Näiden esittävien taiteiden yhteishakumainosten CTR oli yhteensä 1,59 prosenttia eli klikkausprosentin voidaan todeta olleen mainoksissa erittäin hyvä.

Kun tarkastelee jokaisen mainoksen omaa klikkausprosenttia, niin tanssinopettajan koulutuksen yhteishakumainoksen CTR oli 2,22 prosenttia, sirkuksen koulutuksen 1,06 prosenttia, teatterin koulutuksen mainoksen 2,3 prosenttia ja musiikkipedagogin koulutuksen yhteishakumainoksen CTR oli myös 2,3 prosenttia. Voidaan siis sanoa, että kaikki

⁵ Kattavuudella tarkoitetaan lukua, kuinka monta eri henkilöä on nähnyt mainoksen.

⁶ Linkin klikkauksilla tarkoitetaan mainoksen linkkien klikkauksen määrää, jotka johtavat Facebookissa tai sen ulkopuolella oleviin kohteisiin.

mainokset olivat tehokkaita ja onnistuneita, kun tavoitteena oli saada lisättyä Taideakatemian esittävien taiteiden koulutusten tunnettuutta.

Taulukko 3. Maksetun mainoskampanjan (Facebook ja Instagram) ajalla 10.–29.3.2021 tulokset.

	Kattavuus	Tuloskohtainen hinta (€)	Linkin klikkaukset	CTR
Tanssinopettaja	13 509	0,20	300	2,22 %
Sirkustaiteilija-opettaja	19 463	0,29	207	1,06 %
Teatteri-ilmaisun ohjaaja	14 697	0,18	338	2,30 %
Musiikkipedagogi	17 003	0,33	181	1,06 %
Yhteensä	64 672	0,23	1 026	1,59 %

Mielestäni Taideakatemian esittävien taiteiden koulutusten kannattaisikin ottaa säännölliseen käyttöön Facebookin ja Instagramin maksullinen mainonta, esimerkiksi yhteishakujen yhteydessä. Sillä saa hyvin kasvatettua Taideakatemian ja sen esittävien taiteiden näkyvyyttä ja tietoisuutta, ja se yhdistettynä koko organisaation markkinointitoimenpiteisiin lisää myös Turun AMK:n näkyvyyttä.

Sosiaalisen median näkyvydessä on hyvä huomioida myös se, että Taideakatemian esittävien taiteiden koulutusten kannattaa olla säännöllisesti aktiivinen omilla sosiaalisen median kanavillaan. Turun AMK:n markkinoinnista tulee säännöllisesti hyvää materiaalia, jota Taideakatemian voi omilla sosiaalisen median kanavilla jakaa. Sen tueksi ja lisäksi voisi suunnitella valmiiksi muutakin markkinointisisältöä esittävien taiteiden osalta. Tähän avuksi voisi pohtia sosiaalisen median vuosisuunnitelmaa, niin sanottua vuosikelloa, jotta muistetaan nostaa esittävien taiteiden koulutuksiakin sosiaalisessa mediassa näkyville muulloinkin kuin yhteishakujen aikaan. Etukäteen tuohon vuosisuunnitelmaan voisi kehittää julkaisuideoita esimerkiksi esittävien taiteiden koulutuksiin liittyvistä sisällöistä, jotka ovat aikaan sitoutumattomia, ja joita voisi nostaa silloin esille, kun ei ole muuta ajankohtaista uutisoitavaa.

4.3.3 Lehtimainokset

Taideakatemia esittävien taiteiden markkinoinnin kehittämiseksi on tarkoitus myös suunnitella lehti-ilmoituksissa käytettävät layout-suunnitelmat Turun AMK:n lehti-ilmoituspohjiin. Lehtimainoksillakin edelleen kannattaa markkinoida esittävien taiteiden koulutuksia yhteishakujen yhteydessä taiteen alojen harrastuslehdissä eli Teatteri & Tanssi + Sirkus -lehdessä, musiikin alan Rondo Classic -lehdessä ja kulttuurialan Voima-lehdessä. Vaikka mainokset eivät laajalti koulutusten kohderyhmää suoraan tavoittaisikaan, niin mainokset näyttäisivät yhteistyökumppaneille ja sidosryhmille Taideakatemia esittävien taiteiden aktiivisuuden. Lehtimainosten kautta voi myös sana Taideakatemia koulutustarjonnasta lähteä kiertämään, ja sitä kautta lopulta tavoittaa potentiaaliset hakijat.

Teatteri-ilmaisun ohjaaja (sirkus ja teatteri)- sekä Tanssinopettaja -koulutuksien hakumainospohjien tekstisisällöt tulisivat suunnitelmien mukaan olemaan samat, mutta kuva vaihtuisi. Kaikista edellä mainituista koulutuksista olisi tarkoitus tehdä puolen sivun (1/2) kokoiset mainospohjat käytettäväksi Teatteri & Tanssi + Sirkus -lehdessä että neljännes sivun (1/4) kokoiset mainospohjat käytettäväksi kulttuurialan Voima-lehdessä. Musiikin koulutukselle on tarkoitus suunnitella oma mainospohja omalla tekstisisällöllä ja kuvalla käytettäväksi musiikin alan Rondo Classic -lehdessä.

4.3.4 Sähköpostimarkkinointi

Tutkimushaastatteluista myös selvisi, että useilla esittävien taiteiden koulutuksista vastaavilla on ollut tapana lähettää tietoa tarjolla olevista koulutuksista tai niiden hakuinfotilaisuuksista suoraan sähköpostitse alan harrastuspiireihin ja -yhteisöihin sekä esimerkiksi alan koulujen opettajille. Kyselytutkimuksessakin selvisi, että niin sanottu puskaradio eli sanan kiertäminen on ollut myös tehokas tietolähde hakijoille. Sana on nimenomaan saattanut tavoittaa hakijat näiden koulutuksista vastaavien opettajien sähköpostien kautta.

Mielestäni sähköpostimarkkinointia esittävien taiteiden koulutusten yhtenä markkinointitoimenpiteenä tulisikin jatkaa, ja sitäkin voisi sisällöllisesti kehittää. Suora sähköposti yhteistyökumppaneille ja alan toimijoille voisi olla visuaalista, personoitua mainontaa, jossa nostetaan esittävien taiteiden erityispiirteitä esiin esimerkiksi arvolupauksenkin muodossa. Siinä voisi olla kuvaksi ja markkinoinnin viesteiksi nostettu houkuttelevat, alaan

sopivat sisällöt, joilla viestin lukijan mielenkiinto herätetään. Viestistä myös löytyisi kaikki tarvittavat tiedot ja linkit esimerkiksi Turun AMK:n verkkosivujen Taideakatemia esittävien taiteiden koulutusten sivuille tai mahdolliseen hakuinfotilaisuuden striimaukseen.

Näiden suunnittelussa voisi hyödyntää Turun AMK:n käytössä olevaa uutiskirjetyökäluä sekä mahdollisesti jo olemassa olevia, säännöllisesti organisaatiosta lähetettäviä uutiskirjeitä. Tämänkin markkinointitoimenpiteen suunnittelussa, niin viestinnässä kuin visuaalisissa elementeissäkin, tulisi ottaa Turun AMK:n Brändikäsikirjan (2020) ohjeistukset huomioon.

Sähköpostimarkkinointi kannattaisi kuitenkin pyrkiä pitämään mahdollisimman vähän mainoksen omaisena. Olisi hyvä, että viestissä puhuteltaisiin vastaanottajaa henkilökohtaisemmalla, kollegiaalisella tavalla. Näissä alan yhteistyökumppaneille ja sidosryhmille kohdennetuilla sähköpostiviesteillä olisi hyvä osoittaa yhteistyön ja kumppanuuden arvostus, eikä latistaa viestiä etäiseksi jäävällä, mainoksen omaisella tavalla.

4.3.5 Hakuinfotilaisuudet

Keväällä 2021 Taideakatemiassa aloitettujen esittävien taiteiden hakuinfotilaisuuksia esimerkiksi Zoom-verkkokokousohjelmiston välityksellä olisi hyvä jatkaa niiden vuorovaihteisen ja henkilökohtaisen luonteen takia. Näissä infotilaisuuksissa jo koulutuksista kiinnostuneet saavat tarvitsemaansa tietoa ja mahdollisesti kiinnostuvat entistä enemmän Taideakatemialta ja sen koulutustarjonnasta.

Esittävien taiteiden koulutusten hakuinfotilaisuuksia ennen covid-19-pandemiaa järjestettiin paikan päällä eri oppilaitoksissa, ja voihan olla, että niitäkin vielä tulevaisuudessa pystytään järjestämään. Verkon välityksellä tapahtuvat hakuinfotilaisuuksien striimaukset muodostavat kuitenkin tapahtumalle huomattavasti suuremman kuulijakunnan laajemmalla alueella, koska se ei ole fyysisesti paikkaan sidottu. Siksi uskon, että striimauksien hyödyntäminen jatkossakin on hyvä lisä tukemaan koulutusten hakumarkkinointia.

4.3.6 Hakumarkkinoinnin muut kehittämissuunnitelmat ja -ehdotukset

Esittävien taiteiden hakumarkkinoinnin kehittämiseksi olisi tarkoitus myös suunnitella valmiita, houkuttelevia mainostekstejä käytettäviksi eri markkinointikanavissa. Nämä

mainostekstit, visuaaliset mainospohjat, sähköpostimarkkinoinnin suunnitelmat, sosiaalisen median vuosikello sekä kaikki muut esittävien taiteiden koulutusten markkinoinnin toimenpide-ehdotukset voisi koota yhteen markkinoinnin tueksi. Selvää on, että tässä esitettyjen markkinointitoimenpide-ehdotusten on oltava henkilöstön ja koko organisaation hyväksymiä ennen kuin niitä voidaan ottaa käyttöön. Joka tapauksessa olisi hyvä, että esittävien taiteiden koulutuksilla olisi markkinoinnissa hyvin pohdittuja ja hyväksytyjä suunnitelmia, jolloin markkinointi tehostuisi ja tulisi osaksi säännöllistä toimintaa.

Markkinoinnin suunnitelmissa tulisi ilmetä myös missä kanavissa markkinoidaan, kenelle ja milloin. Mukaan voisi liittää myös esittävien taiteiden koulutusten valittu arvolupaus ja täydennetyt hakijaprofiilit. Esittävien taiteiden kaikissa markkinointimateriaaleissa sekä säännöllisessäkin viestinnässä (esimerkiksi tiedotteiden julkaisussa) olisikin hyvä näkyä ja kuulua arvolupauksen elementit. Markkinoitaessa tiettyä esittävien taiteiden koulutusta itsenäisesti, tulisi markkinointiviesteissä huomioida myös koulutuksen omat erityispiirteet.

On huomioitava, että kaikki esittävien taiteiden koulutuksiin suunniteltavat markkinointitoimenpiteet ovat yhdenmukaisia verrattuna Turun AMK:n viestintään. Esittävien taiteiden omien markkinointitoimenpiteiden tulisi siis olla hyvä lisä koko organisaation viestintään, eikä erillisiä toimenpiteitä. Siksi onkin tärkeää kaikissa esittävien taiteiden koulutusten markkinointitoimenpiteiden suunnittelussa ottaa huomioon Turun AMK:n Brändikäsikirjassa (2020) olevat ohjeistukset. (Pietilä 2021.)

5 POHDINTA

Opinnäytetyön kehittämistehtävänä oli kartoittaa toimeksiantajan, Turun AMK:n Taideakatemia, esittävien taiteiden koulutusten hakumarkkinoinnin kehittämistarpeita. Toimeksiantajan tavoitteena oli ja on yhä saada kasvatettua hakijamääriä edellä mainittuihin koulutuksiin, jotta saadaan tarpeeksi alalle soveltuvia opiskelijoita.

Mielestäni onnistuin opinnäytetyössä olleessa kehittämistehtävässä, ja sain hyvin kartoitettua esittävien taiteiden koulutusten hakumarkkinoinnin kehittämiskohteita. Kehittämistyö Taideakatemiassa jatkuu, mutta nyt ollaan jo päästy hyvään alkuun esittävien taiteiden hakumarkkinoinnin kehittämisessä.

Opinnäytetyön kuviossa 4 sivulla 26 kuvataan esittävien taiteiden hakijamäärien kehitys vuosina 2015–2021. Siitä huomataan, että nyt keväällä 2021 hakijamäärien kehitys alkoi nousta kasvuun edellisvuosien laskusuunnan sijaan kaikkien muiden esittävien taiteiden koulutusten osalta paitsi sirkuksen koulutuksen.

Kevään 2021 yhteishaun jälkeen uutisoitiin, että Turun ammattikorkeakouluun haki enätysmäärä hakijoita kevään toisessa yhteishaussa (Turun ammattikorkeakoulu 2021q; Turun Sanomat 2021). Siihen yhtenä syynä voi olla vallitseva covid-19-pandemian mahdollisesti aiheuttamat muutokset suomalaistenkin arjessa ja työelämässä. Hakijamäärien kasvuun saattoi osasyynä myös olla Taideakatemia esittävien taiteiden koulutusten yhteishakuun suunnittelemani sosiaalisen median markkinointikampanja.

Mainostin esittävien taiteiden yhteishakumainoksia myös maksullisena mainontana Facebookissa ja Instagramissa ajalla 10.–29.3.2021, ja aika pienillä kustannuksilla saatiin esittävien taiteiden koulutuksille paljon näkyvyyttä sosiaalisessa mediassa. Yhteensä jopa 64 672 eri henkilöä näki jonkin esittävien taiteiden koulutusten mainoksen sosiaalisessa mediassa ja mainoksen linkkiäkin klikattiin 1 026 kertaa. Mainosten klikkausprosenttikin ylsi hyvälle tasolle (Kuulu 2021). Taideakatemia kannattaisi jatkossakin mainostaa esittävien taiteiden koulutuksiaan maksullisella, kustannustehokkaalla mainonnalla yhteishakujen yhteydessä, jotta näkyvyyttä saadaan kasvatettua sosiaalisessa mediassa, missä suuri osa kohderyhmästäkin on.

Opinnäytetyössä käyttämäni teoriapohja antoi hyvin taustatietoa kohderyhmänäkemykseen ja asiakasprofilointiin. Myös hakumarkkinointiin liittyvät taustoitukset edesauttoivat tilanteen ja tutkimustyössä olevan kehittämistarpeen hahmottamisessa.

Opinnäytetyössä tehdyillä tutkimuksilla sain kerättyä hyvää tutkimusmateriaalia esittävien taiteiden koulutusten hakumarkkinoinnin kehittämisen tueksi. Tutkimustuloksista kerätyt Taideakatemia ja esittävien taiteiden koulutusten erityispiirteet ja vahvuudet nousivat hyvin esiin, ja sain myös kartoitettua kohderyhmän ominaisuuksia. Tutkimuksilla sain kartoitettua hyvin myös esittävien taiteiden hakumarkkinoinnin kehittämiskohteita.

Tutkimuksesta saatujen tulosten avulla pystyin opiskelijakollegani kanssa luomaan esittävien taiteiden koulutuksiin ehdotukset arvolupaukseksi ja hakijaprofiileiksi. Näitä edellä mainittuja ei kuitenkaan vielä ole Taideakatemia esittävien taiteiden koulutuksissa otettu käyttöön. Varsinkin kattavampien hakijaprofiilien luominen edellyttää jatkossa vielä lisää tutkimuksia, esimerkiksi uuden kyselytutkimuksen, jolla voidaan kartoittaa kohderyhmistä tarkempia ominaisuuksia.

Tämä tehty kehittämistyö on hyvää pohjaa jatkotyölle, jota tulevaisuudessa vielä Taideakatemiassa täytyy tehdä, jotta esittävien taiteiden koulutusten hakumarkkinointi saadaan tehokkaammaksi ja toimivammaksi. Tehdyt tutkimukset antoivat jo paljon hyvää ja hyödyllistä materiaalia kehittämistyön tueksi. Vielä tarvitaan uusia tutkimuksia, että hakumarkkinointia osataan spesifioida näille esittävien taiteiden kohderyhmille, ja että viestit myös tavoittavat kohderyhmän oikeassa kanavassa.

Tavoitteena on yhä saada suunniteltua sisällöltään oikeanlaista esittävien taiteiden koulutusten hakumarkkinointia niille Tulevaisuuden Tekijöille, joita Taideakatemia haluaa tavoitella inspiroivaan opetukseensa. Kehittämistyön pysyessä aktiivisena ja jatkuvana, pystytään pysymään ajan mukaisena ja kiinnostavana oppilaitoksena, ja täten tavoittamaan juuri ne sopivimmat opiskelijat esittävien taiteiden koulutuksiin.

LÄHTEET

Kirjallisuus ja muut lähteet

Aboad Oy, mainostoimisto. 2020. Mikä on markkinoinnin taktinen suunnitelma, ja miksi se on niin tärkeä? Viitattu 11.4.2021. <https://www.aboad.fi/blog/mika-on-markkinoinnin-taktinen-suunnitelma-ja-miksi-se-on-niin-tarkea/>

Advance BtoB. 2018. Brändimarkkinointi. Arvolupaus - mikä, millainen, miksi ja miten? Viitattu 27.3.2021. <https://www.advanceb2b.com/fi/blog/arvolupaus>

Dagmar. 2020. Sosiaalisen median trendikatsaus 2020. Viitattu 29.3.2021. <https://www.dagmar.fi/trendit/sosiaalisen-median-trendikatsaus-2020/>

Facebook for Business. n.d. Ohje- ja tukikeskus yrityksille. Viitattu 10.4.2021. https://www.facebook.com/business/help/877711998984611?helpref=faq_content

Kanava.to Oy, mainostoimisto. n.d. Asiakasprofiili tehostaa viestintää ja markkinointia. Viitattu 9.4.2021. <https://kanava.to/asiakasprofiili/>

Komulainen, M. 2018. Menesty digimarkkinoinnilla. 1. painos. Helsinki: Kauppakamari.

Kuulu, digimarkkinointitoimisto. n.d. Facebook mainonta – mainostyyppin valinta. Viitattu 11.4.2021. <https://www.kuulu.fi/blogi/facebook-mainonta-mainostyyppin-valinta/>

Taloustutkimus Oy. 2020. Korkeakoulujen bränditutkimus. Turun ammattikorkeakoulun tilaama tutkimusraportti. Helsinki: Taloustutkimus Oy.

KvaliMOTV. Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja. n.d. Strukturoitu ja puolistrukturoitu haastattelu. Viitattu 6.3.2021. https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_3_3.html

KvantiMOTV. Kvantitatiivisen tutkimuksen verkkokäsikirja. 2008. Mittaaminen: Mittarin luotettavuus. Viitattu 10.4.2021. <https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/mittaaminen/luotettavuus.html>

Opetushallinnon tilastopalvelu Vipunen. Haku ja valinta. Viitattu 6.4.2021. <https://vipunen.fi/fi-fi/amk/Sivut/Hakeneet-ja-hyv%C3%A4ksytyt.aspx>

Opintopolku. Opetushallituksen ylläpitämä Opintopolku-portaali. n.d. Viitattu 11.4.2021. <https://opintopolku.fi/wp/fi/>

Proakatemia essee pankki. 2019. Mitä jokaisen yrityksen pitäisi tietää asiakasprofiloinnista. Viitattu 21.3.2021. <https://essee pankki.proakatemia.fi/mita-jokaisen-yrityksen-pitaisi-tietaa-asiakasprofiloinnista-2/>

Sanastokeskus TSK. n.d. Tietotekniikan termitalkoot. Suoratoisto; virtaustoisto. Viitattu 11.4.2021. http://www.tsk.fi/tsk/termitalkoot/fi/haku-266.html?page=get_id&id=ID0005&vocabulary_code=TSKTT

Suomen digimarkkinointi Oy. n.d. Google Adwords ja Klikkausprosentti. Viitattu 10.4.2021. <https://www.digimarkkinointi.fi/blogi/google-adwords-ja-klikkausprosentti>

Suomen virallinen tilasto SVT 2020a: Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö (verkojulkaisu). ISSN=2341-8699. 2020. Helsinki: Tilastokeskus. Viitattu 29.3.2021. http://www.stat.fi/til/sutivi/2020/sutivi_2020_2020-11-10_tie_001_fi.html

Suomen virallinen tilasto SVT 2020b: Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö (verkkajulkaisu). ISSN=2341-8699. 2020. Liitetaulukko 25. Seuratut yhteisöpalvelut 2020, %-osuus väestöstä . Helsinki: Tilastokeskus. Viitattu: 6.4.2021.

http://www.stat.fi/til/sutivi/2020/sutivi_2020_2020-11-10_tau_025_fi.html

Teatteri & Tanssi + Sirkus -lehti 2015, nro 6.

Teatteri & Tanssi + Sirkus -lehti 2017, nro 7.

Teatteri & Tanssi + Sirkus -lehti 2020, nro 6-7.

Teatteri & Tanssi + Sirkus -lehti 2021, nro 1.

ThingLink. n.d. ThingLinkin upottaminen websivulle. Viitattu 11.4.2021.

<https://support.thinglink.com/hc/fi/articles/360035150353-ThingLinkin-upottaminen-websivulle>

Tilastokeskus. 2020. Internetin käyttö medioiden seuraamiseen ja viestintään lisääntynyt. Viitattu 29.3.2021. http://www.stat.fi/til/sutivi/2020/sutivi_2020_2020-11-10_tie_001_fi.html

Tolvanen, J. 2012. Kohtaaminen - Ymmärrä kohderyhmääsi. Helsinki: Talentum Media Oyj.

Turun ammattikorkeakoulu 2021a. Esittely. Turun ammattikorkeakoulu. Turun ammattikorkeakoulun verkkosivut. Viitattu 26.3.2021. <https://www.turkuamk.fi/fi/turun-amk/tutu/esittely/>

Turun ammattikorkeakoulu 2021b. Turun ammattikorkeakoulu. Wikipedia. Viitattu 26.3.2021. https://fi.wikipedia.org/wiki/Turun_ammattikorkeakoulu

Turun ammattikorkeakoulu 2021c. Organisaatio 1.1.2019. Turun ammattikorkeakoulun intranet. Viitattu 26.3.2021.

Turun ammattikorkeakoulu 2021d. Turun AMK:n Taideakatemia. Turun ammattikorkeakoulun verkkosivut. Viitattu 26.3.2021. <https://www.turkuamk.fi/fi/turun-amk/tutu/taideakatemia/>

Turun ammattikorkeakoulu 2021e. Tutustu sektoriin. Turun ammattikorkeakoulun intranet. Viitattu 26.3.2021.

Turun ammattikorkeakoulu 2021f. Esittävien taiteiden koulutus. Turun ammattikorkeakoulun intranet. Viitattu 26.3.2021.

Turun ammattikorkeakoulu 2021g. Tanssinopettaja (AMK). Turun ammattikorkeakoulun verkkosivut. Viitattu 4.4.2021

<https://www.turkuamk.fi/fi/tutkinnot-ja-opiskelu/tutkinnot/tanssinopettaja-amk/>

Turun ammattikorkeakoulu 2021h. Teatteri-ilmaisun ohjaaja (AMK), sirkus. Turun ammattikorkeakoulun verkkosivut. Viitattu 4.4.2021.

<https://www.turkuamk.fi/fi/tutkinnot-ja-opiskelu/tutkinnot/sirkus/>

Turun ammattikorkeakoulu 2021i. Teatteri-ilmaisun ohjaaja (AMK), teatteri. Turun ammattikorkeakoulun verkkosivut. Viitattu 4.4.2021.

<https://www.turkuamk.fi/fi/tutkinnot-ja-opiskelu/tutkinnot/teatteri-ilmaisun-ohjaaja-amk-teatteri/>

Turun ammattikorkeakoulu 2021j. Teatteri-ilmaisun ohjaaja (AMK), monimuotokoulutus, sirkus tai teatteri. Turun ammattikorkeakoulun verkkosivut. Viitattu 4.4.2021.

https://www.turkuamk.fi/fi/tutkinnot-ja-opiskelu/tutkinnot/teatteri_monimuoto/

Turun ammattikorkeakoulu 2021k. Musiikkipedagogi (AMK). Turun ammattikorkeakoulun verkkosivut. Viitattu 4.4.2021. <https://www.turkuamk.fi/fi/tutkinnot-ja-opiskelu/tutkinnot/musiikki/>

Turun ammattikorkeakoulu 2021l. Musiikkipedagogi (AMK), monimuotokoulutus. Turun ammattikorkeakoulun verkkosivut. Viitattu 4.4.2021.

https://www.turkuamk.fi/fi/tutkinnot-ja-opiskelu/tutkinnot/musiikki_monimuoto/

Turun ammattikorkeakoulu 2021m. Opiskelu ammattikorkeakoulussa. Turun ammattikorkeakoulun verkkosivut. Viitattu 3.4.2021. <https://www.turkuamk.fi/fi/tutkinnot-ja-opiskelu/opiskelu-turun-amkssa/opiskelu-ammattikorkeakoulussa/>

Turun ammattikorkeakoulu 2021n. Taitteessa-sarja. Kevään yhteishakukampanjan mainos. Esitetty Sanoma Media Finlandin digitaalisen mainonnan verkostossa maaliskuussa 2021, alueellinen mainoskampanja. Viitattu 3.4.2021.

Turun ammattikorkeakoulu 2021o. Kestävä kehitys Turun AMK:ssa. Turun ammattikorkeakoulun verkkosivut. Viitattu 3.4.2021. <https://www.turkuamk.fi/fi/turun-amk/tutu/kestava-kehitys/>

Turun ammattikorkeakoulu 2021p. Turun AMK:n Taideakatemia Facebook-sivu (ylläpito). Viitattu 5.4.2021. <https://www.facebook.com/Taideakatemia>

Turun ammattikorkeakoulu 2021q. Turun ammattikorkeakouluun ennätysmäärä hakijoita. Turun ammattikorkeakoulun verkkosivut. Viitattu 3.4.2021.

<https://www.turkuamk.fi/fi/artikkelit/2755/turun-ammattikorkeakouluun-ennatysmaara-hakijoita/>

Turun ammattikorkeakoulu 2021r. Hakumarkkinointi. Turun ammattikorkeakoulun intranet. Viitattu 26.3.2021.

Turun ammattikorkeakoulu 2021s. Turun AMK:n Taideakatemia Facebook-ylläpitosivun Business Suiten mainoskeskus. Viitattu 10.4.2021.

Turun ammattikorkeakoulu 2021t. Turun taideakatemia. Wikipedia. Viitattu 10.4.2021.

https://fi.wikipedia.org/wiki/Turun_taideakatemia

Turun AMK:n Brändikäsikirja 2020. Turun ammattikorkeakoulun intranet. Viitattu 26.3.2021.

Turun Sanomat. 2021. Turun korkeakouluihin ennätysmäärä hakijoita kevään yhteishaussa. Viitattu 12.4.2021. <https://www.ts.fi/uutiset/paikalliset/5271829/Turun+korkeakouluihin+ennatysmaara+hakijoita+kevaan+yhteishaussa>

Yle Uutiset. Nolo markkinointi ei kannata koululle. Viitattu 26.3.2021.

<https://yle.fi/uutiset/3-6311610>

Wikipedia. n.d. Click-through rate. Viitattu 10.4.2021.

https://en.wikipedia.org/wiki/Click-through_rate

Haastattelut

Alppirinne, H., tutkintovastaava, lehtori & Korpi, K., lehtori. Turun ammattikorkeakoulu, Taideakatemia, Turku. Haastattelu 18.2.2021, haastattelijoina Titta Meskanen ja Essi Karlsson.

Haapasalo, M., koulutusvastaava, lehtori. Turun ammattikorkeakoulu, Taideakatemia, Turku. Haastattelu sähköpostitse 19.2.2021, haastattelijoina Titta Meskanen ja Essi Karlsson.

Karesluoto, M., koulutusvastaava, lehtori. Turun ammattikorkeakoulu, Taideakatemia, Turku. Haastattelu 23.2.2021, haastattelijoina Titta Meskanen ja Essi Karlsson.

Linjama E., koulutus- ja tutkimuspäällikkö, laatuasiantuntija. Turun ammattikorkeakoulu, Taideakatemia, Turku. Haastattelu 19.2.2021, haastattelijoina Titta Meskanen ja Essi Karlsson.

Pietilä, S., markkinointisuunnittelija. Turun ammattikorkeakoulu, Turku. Haastattelu sähköpostitse 12.3.2021, haastattelijana Titta Meskanen.

Pihlajamaa, J., tuotannon opettaja, yrittäjyysvalmentaja. Turun ammattikorkeakoulu, Taideakatemia, Turku. Haastattelut sähköpostitse ajalla 25.1.–5.4.2021, haastattelijana Titta Meskanen.

Liite 1

TUTKIMUSHAASTATELUN KYSYMYKSET

(Kysymykset olivat kaikille haastateltaville samat, paitsi kysymysnumero 9 oli vain teatteri-ilmaisun ohjaajan koulutuksen haastatteluun)

1. Millaisista taustoista opiskelijat yleensä tulevat?
2. Millaista osaamista opiskelijalla olisi suotavaa olla jo ennestään?
3. Mitkä asiat ovat ainutlaatuisia tässä kyseessä olevassa koulutuksessa (muukin kuin mahdollisesti se, että koulutus juuri tällä tutkintonimikkeellä on ainoa Suomessa)?
4. Millainen ympäristö Taideakatemia on opiskella?
5. Mieltääkö opiskelija identiteetiksensä enemmän taidealan vai pedagogiikan opiskelun?
6. Puhutaan, että Taideakatemiassa opiskelua arvostetaan ja pidetään niin sanotusti "siistinä/hienona". Tiedätkö, mihin se mielipide pohjautuu?
7. Mitä Taideakatemialla ja juuri tällä kyseessä olevalla koulutuksella on antaa sellaista, mitä muilla kouluilla Suomessa ei ole?
8. Mitkä ovat ammatissa tarvittavia tärkeimpiä asioita (esimerkiksi tiedollisia, taidollisia tai henkisiä), jotka erityisesti kehittyvät näissä opinnoissa?
9. Miten Taideakatemian teatterin koulutus eroaa Teatterikorkeakoulun koulutuksesta?
10. Pitäisikö kestävä kehityksen näkyä hakumarkkinoinnissa, ja jos, niin tuleeko mieleen jotain konkreettista tapaa, miten?
11. Miten tällä hetkellä markkinoitte hakua?
12. Mistä elementeistä alan opiskelu koostuu? Miten paljon teoriaa, entä käytäntöä?
13. Millaisiin töihin opiskelijat useimmin valmistuttuaan päätyvät?
14. Onko alalla jatkokoulutusmahdollisuuksia? Missä?

Liite 2

Kysely hakumarkkinoinnista tanssinopettajan koulutuksen opiskelijoille

3 / 12

TURKU AMK

Kysely hakumarkkinoinnista Taideakatemia tanssin opiskelijoille

Pakolliset kentät merkittään asteriskilla (*) ja ne tulee täyttää lomakkeen viimeistelemiseksi.

1. Mihin ikäjakumaan kuulut? *

alle 20 vuotta

20–25 vuotta

26–30 vuotta

31–39 vuotta

yli 40 vuotta

Seuraava

2 / 12

TURKU AMK

Kysely hakumarkkinoinnista Taideakatemia tanssin opiskelijoille

Pakolliset kentät merkittään asteriskilla (*) ja ne tulee täyttää lomakkeen viimeistelemiseksi.

2. Mikä on sukupuolesi? *

nainen


mies

muu

Edellinen

Seuraava

3 / 12

TURKU AMK 

Kysely hakumarkkinoinnista Taideakatemia tanssin opiskelijoille

Pakolliset kentät merkittään asteriskilla (*) ja ne tulee täyttää lomakkeen viimeistelemiseksi.

3. Mikä oli syy, miksi halit opiskelmaan tanssinopettajaksi juuri Turun ammattikorkeakoulun Taideakatemiaan? *

Sijainti oli minulle sopiva.

Olin kuullut tai lkenut siitä jotain hyvää tai kiinnostavaa.

Entinen opiskelija suosittelee sitä.


Kaveri tai tuttu suosittelee sitä.

Tanssinopettajani suosittelee sitä.

Jokin muu syy, mikä?

Voit valita 1 ja 2 vaihtoehdon väliltä
Valitut vaihtoehdot: 1

4 / 12

TURKU AMK 

Kysely hakumarkkinoinnista Taideakatemia tanssin opiskelijoille

Pakolliset kentät merkittään asteriskilla (*) ja ne tulee täyttää lomakkeen viimeistelemiseksi.

4. Mistä sait tietää, että Turun ammattikorkeakoulun Taideakatemiassa voi kouluttautua tanssinopettajaksi? *

Sosiaalisen median kautta, tarkemmin missä (esim. Facebook, Twitter, jne)?

Opinto-ohjaajaltani / entiseltä opettajaltani

Tanssinopettajaltani

Opintopolku.fi -sivustosta

Lehtimainoksesta


Kaverilta tai tutulta

En muista / olen vain aina biennyyt

Jostain muusta, mistä?

Voit valita 1 ja 2 vaihtoehdon väliltä
Valitut vaihtoehdot: 1

5 / 12

TURKU AMK 

Kysely hakumarkkinoinnista Taideakatemia tanssin opiskelijoille

Pakolliset kentät merkittään asteriskilla (*) ja ne tulee täyttää lomakkeen viimeistelemiseksi.

5. Kuinka suuri merkitys sinulle on, että Taideakatemia hakumarkkinoinnissa näkyy... *

	Erittäin paljon	Aika paljon	En osaa sanoa	Ei kovinkaan paljon	Ei yhtään
moniarvoisuus? *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
tasa-arvo? *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
kestävä kehitys? *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
koulutuksesi laadukkuus? *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. Tähän voit halutessasi jättää lisähuomioita edellisen kysymyksen aiheista.

300 merkkiä jäljellä

6 / 12

TURKU AMK

Kysely hakumarkkinoinnista Taideakatemia tanssin opiskelijoille

ⓘ Pakolliset kentät merkitään asteriskilla (*) ja ne tulee täyttää lomakkeen viimeistelemiseksi.

7. Missä järjestyksessä näitä asioita pitäisi hakumarkkinoinnissa mielestäsi painottaa? Merkitse 1, 2, 3, 4 (1 = eniten, 4 = vähiten). *

Moniarvoisuus	1
Tasa-arvo	2
Kestävä kehitys	3
Koulutuksesi laadukkuus	4

Edellinen Seuraava

7 / 12

TURKU AMK

Kysely hakumarkkinoinnista Taideakatemia tanssin opiskelijoille

8. Mitä taitoja tai osaamista olet tästä tanssinopettajan koulutuksesta saanut, joiden koet olevan erityisen hyödyllisiä tulevassa ammatissasi?

900 merkkiä jäljellä

Edellinen Seuraava

8 / 12

TURKU AMK

Kysely hakumarkkinoinnista Taideakatemia tanssin opiskelijoille


ⓘ Pakolliset kentät merkitään asteriskilla (*) ja ne tulee täyttää lomakkeen viimeistelemiseksi.

9. Mitä sosiaalisen median kanavia sinulle on käytössäsi? *

- Facebook
- Instagram
- LinkedIn
- YouTube
- Twitter
- Pinterest
- SnapChat
- WhatsApp
- TikTok
- Jodel
- Muuta mitä?
- Ei mitään.

Edellinen Seuraava

9 / 12

TURKU AMK 


Kysely hakumarkkinoinnista Taideakatemia tanssin opiskelijoille

10. Mitä sosiaalisen median ryhmiä tai muita kanavia tiedät, joissa kannattaisi kertoa Taideakatemia tanssinopettajan koulutuksesta? Laita tähän niin monta kuin tulee mieleen, kiitos.

300 merkkiä jäljellä

Edellinen Seuraava

10 / 12

TURKU AMK 


Kysely hakumarkkinoinnista Taideakatemia tanssin opiskelijoille

11. Mitä mieltä sinä olet, millä asioilla voisi uusia opiskelijoita saada hakemaan Taideakatemia tanssinopettajan koulutukseen? Mitä hyviä puolia tästä koulutuksesta tai Taideakatemiasta yleisesti kannattaisi kertoa?

300 merkkiä jäljellä

Edellinen Seuraava

11 / 12

TURKU AMK 


Kysely hakumarkkinoinnista Taideakatemia tanssin opiskelijoille

12. Tähän voit halutessasi kirjoittaa muuta palautetta hakumarkkinoinnista.

300 merkkiä jäljellä

Edellinen Seuraava

12 / 12

TURKU AMK 

Kysely hakumarkkinoinnista Taideakatemia tanssin opiskelijoille

Hei!

Iso KIITOS avustasi!

Jos sinulla vielä sattuu olemaan mielessäsi jokin positiivinen asia tai kokemus kerrottavana Taideakatemia tanssinopettajan koulutuksesta tai Taideakatemista yleisesti, niin olisi mahtavaa, jos lähettäisit lyhyehkön kommenttisi sähköpostitse osoitteeseen:

Kommenttiasi saatetaan käyttää Taideakatemia hakumarkkinoinnissa Turun ammattikorkeakoulun verkkosivuilla tai muussa mainonnassa.

Huom! Laittaisitko kommenttisi perään myös etunimesi ja arvioitu valmistumisvuotesi. Ne tiedot julkaistaan kommenttisi perässä, jos kommenttiasi käytetään markkinoinnissa.

Kiitos paljon! 😊