

Saimaan tiimiyrittäjäakatemiaan markkinoinnin digityökalujen opetusmenetelmien kehittäminen

Olli Suutari, 2021

Tiivistelmä

Tekijä(t) Suutari, Olli	Julkaisun laji Opinnäytetyö, AMK Sivumäärä 35	Valmistumisaika 2021
Työn nimi Saimaan tiimiyrittäjäakatemia markkinoinnin digityökalujen opetusmenetelmien kehittäminen		
Tutkinto Tradenomi (AMK)		
Toimeksiantajan nimi, titteli ja organisaatio LAB-ammattikorkeakoulu, Saimaan tiimiyrittäjäakatemia Ry		
Tiivistelmä <p>Opinnäytetyössä toteutettiin LAB-ammattikorkeakoulun markkinoinnin tiimiyrittäjien kokemuksiin pohjautuen tutkimus tutkinnon sisältämien digitaalisten markkinoinnin työkalujen opetuksesta ja niiden kehitystarpeesta. Opinnäytetyössä kehitettiin pohja opetusmenetelmien jatkokehittämiselle, sekä mahdolliselle laajemmalle tuotteistamiselle.</p> <p>Työssä selvitettiin opetuksen nykytilannetta, sekä kerättiin avoimella kyselyllä tiimiyrittäjien näkemyksiä koulutuksen nykytilanteesta ja analysoitiin kehittämisen tarvetta.</p> <p>Tutkimuksen tuloksena saatiin kattava käsitys markkinoinnin digitaalisten työkalujen opetuksesta markkinoinnin tradenomitutkinnossa, sekä pystyttiin analysoimaan sen kehittämisen tarve.</p>		
Asiasanat Tiimioppiminen, tiimiyrittäminen, markkinointi.		

Abstract

Author(s) Suutari, Olli	Type of Publication Thesis, UAS	Published 2021
	Number of Pages 35	
Title of Publication Developing Saimaa Team Entrepreneurship Academy's Teaching Method on Digital Marketing Tools		
Name of Degree Bachelor of Business Administration (UAS)		
Name, title and organization of the client LAB University of Applied Sciences, Saimaa Team Entrepreneurship Academy		
Abstract <p>Based on the experiences of LAB University of Applied Sciences' marketing team entrepreneurs, a research was carried out on the teaching of the digital marketing tools included in the degree and their development needs. In the thesis, a basis was developed for the further development of teaching methods, as well as for possible further productization.</p> <p>The thesis examined the current situation of teaching, and collected the views of team entrepreneurs on the current situation of education through and open survey and analyzes the need for further development.</p> <p>As a result of the research, a comprehensive understanding of the teaching of digital marketing tools in the bachelor's degree for marketing was obtained, and the need for its further development was analyzed.</p>		
Keywords Team learning, team entrepreneurship, marketing.		

Sisällysluettelo

1	Johdanto	1
2	Markkinoinnin tradenomitutkinto LAB ammattikorkeakoulussa.....	3
2.1	Tiimiyrittäjyys	4
2.2	Opetusmuodon nykytila LAB ammattikorkeakoulussa	5
2.2.1	Opetussuoritukset	7
2.3	Valmentajat	9
2.4	Tiimioppiminen.....	9
2.4.1	Vertaisopetus.....	10
2.5	AV-Klubi	11
2.5.1	Opetuksen rakenne	13
2.5.2	Vertaisopettajan rooli.....	16
3	Tutkimus.....	18
3.1	Tutkimuksen rajaus.....	18
3.2	Tutkimusmenetelmä	19
3.3	Kysely ja kyselytulokset.....	20
4	Tutkimustulokset.....	22
4.1	Kyselyn tulosten analysointi	22
4.1.1	Tutkinnon opetuksen riittävä laajuus	22
4.1.2	Markkinoinnin toimialan muutos.....	25
4.1.3	Videotuotanto markkinoinnin työkaluna.....	26
4.1.4	Markkinoinnin audiovisuaalisten taitojen opetus	29
5	Johtopäätökset ja pohdinta	33
6	Lähteet	36

Liitteet

Liite 1. Kyselylomake

Liite 2. Kyselyvastaukset

1 Johdanto

Opinnäytetyössä tutkitaan Saimaan tiimiyrittäjäakatemia Ry:n (Saitemia), LAB ammattikorkeakoulussa, Lappeenrannan kampuksella markkinointiin suuntautuneiden tradenomiopiskelijoiden kokemuksia digitaalisten työkalujen opetustavoista, sekä tarkastellaan markkinoinnin digitaalisten työkalujen opetuksen kehittämisen tarvetta ja pohjustetaan uuden vertaisopetusmallin kokemuksia, sekä tuotteistamismahdollisuuksia.

Idea opinnäytetyöhön syntyi osaltaan markkinoinnin alan digitaalisen kehityssuunnan mukaisten tarpeiden johdosta. Markkinoinnin opinnot LAB-ammattikorkeakoulussa toteutetaan markkinoinnin opiskelijoiden perustaman osuuskuntatoiminnan ympärillä. Näimme oman osuuskuntamme sisällä aktiivisen tarpeen kehittää audiovisuaalisten toteutusten taitoja ja menetelmiä, sekä parantaa valmiuksiamme yhä laajemmin koko markkinointiosuuskuntamme laajuisesti asiakastöitä varten. Mutta opintotarjonnassa ei ollut Lappeenrannan kampukselle tarjolla vaihtoehtoa, mikä olisi ollut tarpeeksi joustava ja keskittynyt havaitsemiimme ongelmiin oman tilanteemme kohdalla ja tarjonnut mahdollisuutta päästä myös fyysisesti itse kokeilemaan digitaalisia työkaluja.

Opinnäytetyön teoreettisen ja empiirisen osan tueksi tarvitaan lähdemateriaaliksi otteita tiimiakatemiaan opetusmenetelmistä ja tiimioppimisesta. Jälkimmäisestä löytyy paljon kirjallisuutta, sekä tehtyjä tutkimuksia, mutta itse tiimiyrittäjäakatemiasta ja siitä opetusympäristönä löytyy teoriaa suppeammin. Lisäksi tiimiopiskelun ja opetusmenetelmien rinnalle tarvitaan fasilitoinnin menetelmiä, sekä fasilitaattorin ja vertaisopettajan roolia tukevien tapojen ja opetusmenetelmistä teoriaviitteitä.

Lisäksi opinnäytetyön tutkimuksen tulosten perusteella muodostettava tuotteistamis pohja vaatii tuottamiseen liittyviä lähdeviitteitä. Opinnäytetyössä ei tuotteisteta opetustavasta valmista tuotetta, vaan tutkitaan tavan toimivuutta opiskelijanäkökulmasta ja luodaan ainoastaan pohja tuotteistamiselle.

Opetustarjonnasta löytyy opinnäytetyön kirjoittamisen aikana ainoastaan yksi vapaaehtoisin opintoihin soveltuva toteutus kuvankäsittelystä ja Adobe Photoshop -työkalusta. Kurssi järjestetään Lahdessa, Mukkulan kampuksella.

Etäopintomahdollisuus on, mutta vaatii opiskelijalta ohjelmistojen omistamista ja tarpeeksi tehokkaan tietokoneen, mikä mahdollistaa graafisen työvälineen käyttämistä. (LAB 2021.)

Markkinointi on alana erittäin muutosherkkä, sekä kehittyä jatkuvasti yhä enemmän digitalisoituvassa maailmassa. Pelkästään 2010-luvulla markkinoinnin digitalisaatio on jatkunut ja kehittynyt tauotta, esitellen alalle uusia digitaalisia työkaluja, -menettelytapoja, sekä uusia markkinointialustoja. Opinnäytetyötä tehdessäni, monia markkinoinnissa käytettäviä digitaalisia mainosalustoja, sekä sosiaalisen median kanavia yhdistää suurissa määrin julkaistava videomateriaali. Videomateriaalin hyöty on sen katsojia kiinnittävässä ilmiössä. Ihmiset jäävät katsomaan videomuotoisia julkaisuja verrattuna kuvajulkaisuihin. (Warren, 2021.)

2 Markkinoinnin tradenomitutkinto LAB ammattikorkeakoulussa

Saimaan tiimiyrittäjäakatemia on LAB ammattikorkeakoulussa, Lappeenrannan kampuksella toimivien markkinoinnin tradenomiopiskelijoiden muodostamien osuuskuntien kattojärjestö, mikä luo osuuskuntatoiminnalle sen jatkuvuuden ja opintomuodon kehityksen. LAB ammattikorkeakoulun päivätoteutuksen tradenomitutkinnot sisältävät neljä eri suuntautumisvaihtoehtoa:

- Laskentatoimi
- Juridiikka
- Markkinointi
- Digitradenomi

Näistä ainoastaan markkinoinnin suuntautumisvaihtoehdon tutkinto toteutetaan tiimiyrittäjäakatemia -mallin pohjalta. Saimaan tiimiyrittäjäakatemia ry, eli Saitemia, on LAB-ammattikorkeakoulun Lappeenrannan kampuksella markkinointia opiskelevien tradenomien perustettavien osuuskuntien, niin sanottu kattoyhdistys. LAB:ssa markkinointia opiskellaan tiimiyrittäjinä ja jokainen aloittava vuosikurssi perustaa osuuskunnan, joka tarjoaa erilaisia markkinointiin liittyviä palveluita ja kehitysideoita yrityksille.

”Osuuskunta onkin sen takia valittu yhdistysmuoto, että siinä tiimiyrittäjät ovat samalla omistajia, yrittäjiä työnantajia ja johtajia. Ja kun osuuskunnassa on yli seitsemän jäsentä, ei osuuskunnan jäsenille synny työvoimatoimiston kannalta yrittäjästatusta. Tällöin osuuskunta voi toimia yritystoiminnan kokeilualustana, vaikka jäsenet ovatkin opiskelijoita.” (Toivonen 2013.)

Saitemian tarkoituksena on edistää tiimiyrittäjyyden oppimismuotoa, sekä toimia osuuskuntien yhteisenä kattojärjestönä kehittäen osuuskuntien toimintaa ja yhteistyötä eri alojen toimijoiden kanssa (Saimaan tiimiyrittäjäakatemia ry 2021.)

Opintojen alussa kaikki tradenomitutkinnon opiskelijat, ketkä suuntautuvat markkinointiin, perustavat luokkansa kanssa tiimin ja osuuskunnan. Tämän opiskelijoista muodostuvan osuuskunnan kautta kerrytetään ammattitutkintoa varten ammattiosaamista opintojen aikana tehtävien asiakastöiden, ammattikirjallisuuden ja vertaisopetusten kautta. Tiimioppimismuotoinen markkinoinnin tutkinto alkoi LAB-ammattikorkeakoulussa, Lappeenrannan

kampuksella vuonna 2010. Tällöin tutkintomuoto toimi yhdessä tietotekniikan linjan kanssa. (Juvonen 2014.)

Suuntautumisvaihtoehdoista markkinointiin, juridiikkaan ja laskentatoimeen haetaan yhdellä haulla yhteishaussa. Suuntautuminen tehdään ensimmäisen puolen vuoden opiskelun jälkeen. Digitradenomi -tutkintoon haetaan erillisellä haulla yhteishaussa. (LAB 2021.)

Markkinoinnin tiimiyrittäjyyden opetuksesta ja sen kehittämisestä on tehty useampi tutkimus, missä käsitellään markkinoinnin tiimiyrittäjyysmuotoisen opiskelutavan alkua ja kehitystä LAB ammattikorkeakoulussa. Tässä tutkimuksessa sivuutetaan näiden tutkimusten tuloksia alkutilanteen selkeyttämiseksi.

2.1 Tiimiyrittäjyys

Tiimiyrittäjyys on ilmiö, mikä on kehittynyt ympäri suomea 1990 -luvun puolivälistä lähtien merkittäväksi tavaksi opiskella ammattikorkeakouluissa taloudellisia ja yrittäjälähtöisiä taitoja tradenomitutkintoa varten. Ensimmäinen tiimiakatemia on perustettu Jyväskylässä vuonna 1993. (Leinonen ym. 2002.)

Nykypäivän yritysmaailmassa tietojen muuttuminen nopeasti aiheuttaa epätietoisuutta ja suoritettavien asioiden ymmärrystä. Innovaatiotaitojen tärkeys ja niiden soveltamisen osaaminen onkin noussut yhä tärkeämmäksi. Onkin siis tärkeää pyrkiä oppimaan erilaisia oppimistaitoja ja miten oppia pystyy sisäistämään nopeasti (Juvonen, 2014). Korkeamman ammattikoulututkinnon tarkoituksena ja tavoitteena onkin kasvattaa tutkinnon opiskelijoista käytännön tietojen ja taitojen asiantuntijoita palvelemaan työelämää. (Leinonen ym. 2002.)

Tiimiyrittäjyyden tarkoituksena on simuloida yrittäjälähtöisesti työelämän käytännön tekemistä ilman tarkkaa runkoa. Tiimiyrittäjyyden opiskelumuoto vaatii hyviä itsensä johtamisen taitoja, sekä kykyä opiskella itsenäisesti. Yrittäjän ominaisuuksiin kuuluu taito tunnistaa kaupallisia mahdollisuuksia, sekä osaa rakentaa tämän kaltaisen mahdollisuuden ympärille tiimin tai tarvittavan organisaation. (Juvonen 2014.)

Markkinointi on alana nopeasti kehittyvä ja muutokset toimintatavoissa, sekä työkaluissa voi olla nopeaa. Liiketoimintaympäristö muuttuu nopeasti, sekä kehittyä

yhä monipuolisemmaksi ja monimutkaisemmaksi (Juvonen, 2014). Markkinoinnin, myynnin ja yrittäjyyden liiketoimintaympäristön jatkuvan muutoksen takia on yhtä tärkeämpää, että ammatillisen valmiuden rinnalla on kyky ja työkalut oppia uutta, sekä pois oppia vanha tieto. (Leinonen ym. 2002.)

Silti suuri osa ammattikorkeakouluissa käytävästä opetuksesta perustuu perinteisiin luento-opintoihin, missä ongelmille esitetään yksiulotteisia vastauksia. Tämä ei kuitenkaan motivoi opiskelijoita kehittämään ja ottamaan vastuuta omasta oppimisestaan tai oppimisprosessista (Juvonen, 2014). Nyt ja tulevaisuudessa työntekijöiltä edellytetään kykyä hankkia uusia taitoja, kehittää omaa osaamistaan ja ammattitaitoaan, sekä soveltamaan opittuja asioita käytäntöön pystyäkseen paremmin toimimaan liiketoimintaympäristössä ihmisten ja verkostojen kanssa. (Leinonen ym. 2002.)

2.2 Opetusmuodon nykytila LAB ammattikorkeakoulussa

Markkinoinnin tiimiyrittäjyyden opetusmuoto LAB ammattikorkeakoulussa on alkanut vuonna 2010 (Juvonen, 2014) ja on kehittynyt viimeisen, reilun 10-vuoden aikana yhtäläiseksi ja hyvin ohjatuksi kokonaisuudeksi. Opetusmuoto on myös kasvattanut suosiotaan suuntautumismuutoksena, mikä on ennestään kasvattanut aloittavien tiimiyrittäjien ja heidän muodostamansa osuuskuntien jäsenkokoja. Omassa osuuskunnassani oli osuuskunnan perustamishetkellä, vuonna 2018 keväällä 26 opiskelijaa, trendi jäsenmäärissä pysynyt lähes saman kokoisena ja aloittaviin osuuskuntiin on tullut vuosittain vuodesta 2018 asti yli 20 aloittavaa tiimiopiskelijaa.

Tiimiyrittäjien oppimistavat ja -menetelmät poikkeavat hyvin paljon perinteisestä ammattikorkeakouluopiskelusta, mikä luo tarpeen myös erilaisille opiskelu- ja toimitiloille. Tiimien oppimistarpeita varten tarvitaan heidän opetusmenetelmiänsä ja -tapoja vastaavat tilat. Tilojen tulee mahdollistaa tiimiyrittäjien yhteisölliset oppimismenetelmät, projektien suorittamiseen vaadittavien resurssien hyödyntäminen ja opiskeluympäristön, mikä auttaa simuloimaan työelämän ja työpaikkojen tapaista ympäristöä. Näihin kuuluu pääsy liiketoimintaympäristölle ominaisten työkalujen resursseihin, neuvottelutiloihin, toimistoihin ja erilaisiin opinnoissa ja myöhemmin työelämässä käytössä oleviin työpisteisiin. (Leinonen ym. 2002.)

Tiimiyrittäjillä on käytössään LAB ammattikorkeakoululla omat toimistotilat, missä jokainen aktiivinen osuuskunta toteuttaa päivittäistä opiskeluaan ja asiakastöitään. Toimistotilat ovat hyvät, oman rauhan ja yhteisen kokoontumisien kannalta, mutta ne alkavat nykyisten osuuskuntien jäsenmäärien myötä käydä hieman pieniksi. Suurempia, kaikkia aktiivisia osuuskuntia ja niiden jäseniä koskevat yhteiset tapahtumat on erittäin vaikea järjestää toimiston tiloissa. Toimistotilat sijaitsevat ammattikorkeakoulun päärakennuksen kolmannessa kerroksessa ja samoissa tiloissa on myös tiimiyrittäjien valmentajien toimistotilat. Tiimiyrittäjien tilat on merkitty *osuuskunnat* -opasteilla kampuksen kolmannen kerroksen käytävillä.

Osuuskuntien toimistotilat ovat kaikille aktiivisille tiimiyrityksille yhteiset ja avoimet. Jokaisella tiimiyrityksellä on käytössään myös pienempi toimistotila, mikä on varattu ainoastaan oman osuuskunnan käyttöön. Näissä tiloissa on mahdollista säilyttää oman osuuskunnan asiakirjoja tai muita tärkeitä tavaroita, jotta ne eivät mene sekaisin yhteisten tavaroiden kanssa.

Toimistotiloissa on yhteisessä käytössä kaikille osuuskunnille myös neuvotteluhuoneita, missä voi pitää kokouksia, asiakastapaamisia tai opetustilaisuuksia erillään yhteisistä tiloista. Kaikkien tiimien yhteisessä käytössä on myös neljä tietokonetta, joista kaikki ovat pystyviä tuottamaan audiovisuaalisia tuotoksia. Yhteen tietokoneeseen on myös liitetty Saitemian toimesta hankittu piirtopöytä graafisten tuotosten tekemiseen.

Toimistotiloissa on myös osuuskuntien oma lukittu varasto, missä säilytetään jokaisen osuuskunnan arkistoitavia asiakirjoja, sekä yhteisiä tavaroita ja työvälineitä. Jokainen osuuskunta voi hankkia itselleen omilla tuotoillaan projekteissa tarvittavia työvälineitä, mitä he näkevät tarpeellisiksi projektien suorittamiseksi tai esittää työvälineiden hankintatarpeesta esityksen Saitemialle. Silloin työvälineet ja tarvikkeet hankittaisiin kaikkien osuuskuntien yhteiseen käyttöön.

Opinnäytetyön kirjoittamisen aikaan Saitemia omistaa osuuskuntien yhteiseen käyttöön kaksi kameraa, jalustan, gimball -kameravakauttimen, LED-kuvausvalot, studiosalamat sekä green screen -kankaan videotuotantoja varten. Nämä kaikki ovat osuuskuntien jäsenten avoimessa käytössä avoimella varausperiaatteella opetustilaisuuksiin tai asiakasprojekteihin.

Opiskelijan opintosuorituksia ja tutkinnon etenemistä seurataan erillisellä tiimiyrittäjille kehitetyllä henkilökohtaisella HOPS -taulukolla. HOPS -taulukoon tehdään merkintöjä kaikista opintosuorituksista, sekä pidetään kirjaa kaikkien opintosuoritusten kertymisestä. Koska markkinointiin suuntautuvat tradenomit aloittavat suuntautumisvalinnan jälkeen jo osuuskunnan perustamisprosessin ja tiimiyrittäjyyden, on kaikki tutkinnon perusopinnot sisällytetty ensimmäisen opiskeluvuoden ajalle. Tämän jälkeen tiimiyrittäjät suorittavat lähes kokonaan loput tutkinnon opinnoista oman tiimensä kesken, tiimiyrityksen liiketoiminnan ohella.

2.2.1 Opetussuoritukset

Opintosuorituksia tiimiyrittäjille kertyy perusopinnojen jälkeen:

- **Treeneistä**, mikä tarkoittaa oman tiimiyrityksen kesken käytäviä vertaisopetus tunteja, 8 tuntia viikossa. Treenien aiheet käsittelevät kaikkea tutkinnon sisältämiä aihealueita, sekä tiimiyrityksen yksilöiden tiedonjakoa erilaisista erikoistaidoista tai -osaamisesta. Treenien pitäjäksi voidaan hankkia myös markkinoinnin tai yrittämisen asiantuntijoita, tai muita asiantuntijoita, kuten tiimiyrittäjyyden alumneja. Tutkintoa varten treenejä käydään 27 opintopistettä. Tutkintoon kuuluu myös yhteensä 8-tuntia treenien pitämistä tutkintoon ja markkinoinnin alaan liittyvästä aiheesta. Treenit ovat myös tiimiyrityksille ja tiimiyrittäjille tilaisuus opetella erilaisia liiketoimintaympäristön ja markkinoinnin työkaluja. Markkinoinnin alalla suurin osa käytettävistä työkaluista on nykyään digitaalisia. (LAB 2021.)
- **Ammattikirjallisuudesta**, mitä tiimiyrittäjät lukevat tiimiakatemian kirjallistoihin valituista kirjoista, tai muista markkinoinnin, myynnin, johtajuuden tai tiimityöskentelyn kirjoista, mitkä katsotaan sopiviksi ammatillisten tietojen ja taitojen kerryttämiseksi. Luetuista kirjoista tuotetaan oppimisesseet, mitkä sen jälkeen arvioidaan jokaisen osuuskunnan valmentajan toimesta, sekä pidetään kirjaesittely erikseen järjestettävissä kirjatreeneissä, missä tiimien jäsenet esittelevät lukemansa kirjan lyhyesti, kertoen pääpiirteittäin niistä sisäistetty oppi ja miten sitä pystytään hyödyntämään tiimiyritysten liiketoiminnassa, opiskelussa tai koulun ulkopuolisessa työelämässä. Kirjat pisteytetään 1-3 kirjapisteellä, mistä 3

kirjapistettä vastaa yhtä opintopistettä. Opintopisteitä kirjoista tulee olla yhteensä 34 opintopisteen edestä. (LAB 2021.)

- **Projekteista**, mitkä tarkoittavat jokaisen osuuskunnan yritystoiminnassa suoritettavia asiakasprojekteja tai töitä. Näistä osuuskunnat saavat yritykselle liiketoimintaa ja jokainen tiimin jäsen pääsee oppimaan yritystoimintaa käytännössä. Asiakasprojekteista saadaan tuntimäärällinen korvaus opintosuorituksiin ja projekteista tehdään taltioitavaksi, sekä arviointia varten projektiraportti asiakastyön päätyttyä. Projektien suoritukset merkataan tunteina, ja tuntimäärällisesti 1 opintopiste vastaa 26,7 tehtyä projektituntia. Opintopisteitä projekteista vaaditaan yhteensä 60 opintopistettä, mistä perus- ja ammattiharjoittelu on 30 opintopistettä. (LAB 2021.)
- **Innovoinneista**, mitkä ovat Saitemian brändin alla toteutettavia ja tiimiyrittäjille tutkintoa varten pakollisia projekteja. Innovoinneissa toteutetaan asiakkaalle innovaatiotuotoksia, heidän esittämiin ongelma- tai kehitystilanteisiin. Innovointeja varten opetellaan innovointitapoja ja erilaisia tiimityöskentelyn työkaluja. Innovoinnin on tuoteistettu asiakkaille 12 tai 24 tunnin kestoisina innovointitapahtumina. Tutkintoa varten tiimiyrittäjän tulee suorittaa innovointeja yhteensä 48 tunnin edestä. (LAB 2021.)

Yllä mainituista opintosuorituksista ainoastaan treenit ovat tilaisuus, missä on järjestetty tradenomitutkinnon perusopetuksen jälkeen opetusta, missä on opiskeltu erilaisia markkinoinnin työkaluja, sekä niiden käyttämistä. Treeneissä kuitenkin on käytettävissä rajallinen aika ja monesti työkaluista käydään niiden toimintaa, sekä niillä aikaan saatavia tuloksia pelkästään teoriassa.

Monet markkinoinnin alalla käytettävät ohjelmat vaativat toimiakseen lisenssejä. Moniin markkinoinnin työkaluihin on tarjolla opiskelijakäyttöön ja opetustoimintaan lisenssit koulun puolelta, minkä avulla nykyisen opetuksen puitteissa markkinoinnin työkaluja on opeteltu ja opetettu. Näistä yksi on erilaisiin graafisiin tuotoksiin mahdollistava Adobe ja sen tarjoamat eri tuotteet. Näihin osuuskunnilla löytyy lisenssit ohjelmien opetuskäyttöön asiakastöissä tarvittavien taitojen opettelua varten. Asiakastöiden toteuttamiseksi on jokaisen osuuskunnanhankittava yrityslienssit yritystoiminnan tuotosten toteuttamista varten. (Adobe 2021.)

2.3 Valmentajat

Saimaan tiimiyrittäjäakatemiaan opiskelijoilla, eli tiimiyrittäjillä ei ole perinteisestä luokkaopetuksesta tuttuja opettajia, vaan tiimiyrittäjien opintoja ohjaa ja pitää valmentajat. Valmentajien rooli on toimia mentoreina sekä innostaa tiimiyrittäjiä oppimaan ja kehittymään yrittäjinä. Tiimien valmentajien rooli on hyvin lähellä Fasilitaattoria, ja tiimiyrittäjien kannustamista ja ohjeistamista ongelmanratkaisutilanteissa. Vaikka fasilitointi edellyttää, että ryhmällä on tarvittavat taidot ongelman ratkaisemiseksi, ja jäsenet ovat jonkin osa-alueen asiantuntijoita. (Kantojärvi 2012.) On opiskelijoilla yhdessä tiiminä tarvittavat resurssit löytää tieto ja tuottaa tarvittavat vastaukset, kun tiimeille on opetettu ensin aiheen teoria.

Fasilitoinnilla tarkoitetaan ryhmäprosessien ja niiden kulun helpottamista. Fasilitointi sana tulee latinan sanasta *facil*, mikä tarkoittaa helppoa. Fasilitoinnin päätarkoituksena tiimille tai ryhmälle ongelmanratkaisuun oikea menettely- tai työskentelytapa ja saada ryhmä tehokkaasti aktivoitua päämäärän tavoittamiseksi. (Kantojärvi 2012.)

2.4 Tiimioppiminen

Opiskelu tiimiyrittäjinä tradenomin ammattitutkintoa varten tehdään suuressa osin tiimiopiskeluna. Osuuskunta ja sen opiskelijat ovat keskenään yksi tiimi, mutta erilaisissa opetustilanteissa tiimi voidaan jakaa pienempiin tiimeihin, missä tiimin jäsenet yhdessä pyrkivät kartuttamaan ammattiosaamista ja ratkaisemaan ongelmia (Leinonen, Partanen, Palviainen, 2002). Osa tiimiyrittäjien oppimisesta tapahtuu kuitenkin yksilötasolla, mutta suuri osa oppimisesta ammattitutkinnossa ja myöhemmin työelämässä tapahtuu ryhmissä ja tiimeissä (Juvonen, 2014).

Tiimiakatemia malliin pohjautuvaan tiimiyrittäjyyden opintoihin suuntautuvia opiskelijoita yhdistää kiinnostus ja halu opiskella asioita käytännönläheisesti tekemisen kautta. Nämä opiskelijat ovat todenneet, ettei perinteinen luentomuotoinen opiskelutapa palvele heille tehokkainta tapaa opiskella. Valmentajan rooli tiimiyrittäjyyden opiskelumudossa on erityisen tärkeä, tämän tehtävänä on motivoida, sekä herättää opiskelijoiden halu tiedonhakuun, uusien asioiden kokeilemiseen ja oppimiseen. (Leinonen ym. 2002.)

Valmentajan tehtävä on ohjata tiimiyrittäjiä sisäistämään aktiivinen rooli omasta oppimisestaan ja erilaisista oppimistilanteista. Tiimivalmentaja ei anna tiimiyrittäjille vastauksia, vaan kannustaa näitä hankkimaan tietoa ja kehittämään taitojaan erilaisten ongelmatilanteiden ratkaisemiseksi. Valmentaja kohtaa ongelmat, virheet ja ratkaisut yhdessä opiskelijoiden kanssa. Oppimisen ja tiimimuotoisen opiskelutavan pohjalla on mukana olevien tahojen halu luoda yhdessä tiimin kanssa uutta. (Leinonen ym. 2002.)

2.4.1 Vertaisopetus

Markkinoinnin tradenomitutkintoon LAB ammattikorkeakoulussa kuuluu yhtenä opetusalueena tiimien kesken pidettävät treenit. Treenien tarkoituksena on jakaa tietoa, erikoisosaamista tai muuta treenien pitäjän opettelemaa ja sisäistämää ammattiosaamista muulle tiimille. Treenien pohjana on tarkoitus jakaa tietoa markkinoinnin eri osa-alueilla tarvittavista ammatillisista tiedoista ja taidoista, mitä tiimin on myöhemmin mahdollista hyödyntää myöhemmin asiakkaille toteutettavissa projekteissa. Opetuksen tavoitteena on edistää opetukseen osallistuvien yksilöiden oppimista (Myrkä & Hätönen 2008.)

Laadukkaan oppimisen edellytyksenä on hyvät sosiaaliset taidot, sekä opiskelijoiden motivaatio ja itseohjautuvuus. Lisäksi on tärkeää pystyä oppimaan monella eri tavalla, sekä yksilönä, että tiiminä. (Haapaniemi & Raina 2014.) Treenien toteutusmuoto on yleistynyt dialogimuotoiseksi opetustapahtumaksi, missä tutkinnon alussa kehitetään tiimiyrittäjien dialogi ja tiimityöskentelytaitoja valmentajien ja vierailevien luennoitsijoiden toimesta käymällä läpi aihealueiden teoriaa ja käytännön harjoitteita. Myöhemmin tutkinnon edettyä on treenien pitäjät tiimin jäseniä, ja aiheet valittavissa ammattitutkinnon ja markkinoinnin aihealueista vapaasti.

Tiiminä opiskeleminen edesauttaa opetukseen osallistuvien opiskelijoiden osallistumista pohtimiseen ja opeteltavan asian käsittelyyn. (Myrkä & Hätönen 2008.) Dialogimuotoisessa opetuksessa tiimit pääsevät avoimesti pohtimaan opetetun teorian soveltamista käytäntöön.

2.5 AV-Klubi

AV-Klubi on LAB ammattikorkeakoulussa muodostunut nimitys vertaisopetustapahtumalle, mitä on järjestetty tiimiyrittäjien toiveesta ja tarpeiden mukaisesti. Pääpaino AV-klubilla on ollut opettaa tiimiyrittäjille videotuotantoa ja siihen liittyviä työkaluja käytännönläheisesti, vertaisopetustapahtuman pitäjän jakamalla omaa ammattitaitoaan muille tiimiyrittäjille. Aiheet ovat tulleet suoraan eri tiimiyritysten itse esittämien asiakastöiden tarpeiden perusteella, ja selvästi suurin opetusta tarvitseva osaamisalue on ollut markkinointikäyttöön toteutettu videotuotanto.

Aihealueet voisivat tulevaisuudessa kuitenkin kehittyä myös muiden digitaalisten markkinointityökalujen pariin, esimerkiksi CRM (Customer, Relationship & Management) -työkalut, Digitaalisten mainosten hallinnan työkalut, erilaiset analytiikkatyökalut tai muut markkinoinnin ja myynnin tukena käytettävät digitaaliset työkalut.

Graafisten tuotosten ja erityisesti videotuotannon tarve markkinoinnissa on lisääntynyt huomattavasti. Etenkin videosisältöä tuotetaan markkinointitarkoituksiin sosiaalisen median käytön lisääntyessä paljon. Ja sen ymmärtäminen ja soveltaminen digitaalisessa markkinoinnissa on markkinoinnin asiantuntijalle tärkeää. (Warren 2021.) Nykyinen markkinoinnin tutkinto ei kuitenkaan aktiivisesti sisällytä AV-tuotannon opettamista opetussuunnitelmaan, vaan sen opetus on tiimiyrittäjien vapaasti valittavien opintojen tai treeneissä järjestettävän vertaisopetuksen varassa.

Vapaasti valittavat video- ja valokuvaustuotantoon ja niiden työkaluihin perehtyvät kurssit eivät mahdollista nopeaa reagointia tiimiyritysten tarpeisiin, eivätkä mahdollisesti sisällä tarvittavaa sisältöä tarvittavista työkaluista ja työskentelytavoista.

AV-Klubi alkoi alun perin Markkinointiosuuskunta Siriuksen sisäisenä opiskelutapahtumana, kun oman osuuskunnan sisällä tahdottiin laajentaa videotuotannon tietoa ja taitoja. Oppiminen tapahtui jakamalla osuuskuntien tiimijäsenten omaa ammattitaitoa aiheesta muiden osuuskunnan jäsenten välillä, sekä harjoitella samalla erilaisia videotuotantomenetelmiä tulevien asiakastöiden varalle. Ilman opetustapahtumaa uusien taitojen opettelu olisi jäänyt tiimiyrittäjien

kunkin osuuskunnan jäsenen omalla vapaa-ajalla tapahtuvan opetteluun varaan, mikä ei olisi edistänyt yhteisesti tiimin taitoja ja valmiuksia parempien ja monipuolisempien tuotantojen toteuttamiseen.

Tämä tarve monipuolisemmille ja varmemmille videotuotantotaidoille on huomattu myös muissa, markkinointiosuuskunta Siriuksen jälkeen aloittaneissa osuuskunnissa, minkä takia opetustapahtuma muutettiin kaikille LAB-ammattikorkeakoulun aktiivisille osuuskunnille avoimeksi syksyllä 2020. Tämän opinnäytetyön yhtenä tutkittavana oletuksena on, että suuren tiimiyrittäjiltä tulleen kysynnän takana on AV-klubista koettu merkittävä hyöty asiakasprojekteissa tarvittavien työkalujen opetuksesta. Opinnäytetyössä toteutettavan tutkimuksen yhtenä tavoitteena on tutkia ja määrittää oletukselle konkreettinen tieteellinen perusta ja varmentaa oletettu hypoteesi.

AV-klubi muutettiin syksyllä 2020 avoimeksi, halukkaiden osallistujien toiveiden mukaan muodostettiin vertaisopetustapahtumalle lista aiheista ja työkaluista, mitä osallistuvat tiimiyrittäjät halusivat oppia (Taulukko 1).

Aihe	Päivämäärä	Osallistujamäärä*
Intro, Adobe Premiere Pro	11.9.2020	12
Adobe Photoshop	18.9.2020	12
Green Screen	25.9.2020	15
Gimball - kuvanvakauttimen käytön koulutus	2.10.2020	15
Graafinen suunnittelu	9.10.2020	15
Valokuvaus	16.10.2020	15
Tuotokuvaus / Studiokuvaus	30.10.2020	14

Videokuvauksen teoria ja käytännöt	6.11.2020	16
Käsikirjoittaminen ja käsikirjoitukset luonti	13.11.2020	14
*Koronavirustaudin seurauksena voimaan tulleet kokoontumisrajoitukset rajoittivat osallistujamäärät 16-henkilöön.		

Taulukko 1. Kaikille aktiivisille osuuskunnille avoimeksi muutetun AV-klubin ohjelma AV-klubi opetustapahtuman vetäjänä on toiminut aina joku LAB-ammattikorkeakoulun tiimiyrittäjä, kenellä on ollut opetettavasta aiheesta riittävä kokemus, erikoisosaaminen tai aikaisemmin hankittu ammattitaito. Opetustapana on pidetty tutkintoon kuuluvien treniopintojen kautta tiimiyrittäjille tutuksi muodostunutta dialogipohjaista vertaisopetusta. Missä aiheen asiantuntija omaksuu valmentajan ja kouluttavan fasilitaattorin roolin.

Läsnäolon keskeinen elementti on dialogilla eli yhdessä ajattelulla. Dialogi sana tulee kreikan kielestä dia tarkoittaa kautta ja logos on ihmisten vuoropuhelua. Aidossa dialogissa ei ole puolta, ei oikeaa, ei väärää. (Toivonen 2013.)

Tiiminä oppimisessa ja toisten opiskelijoiden tukeminen, sekä toisten osaamisen hyödyntäminen on lähellä yhteistoiminnallisen oppimisen käsitettä. (Leinonen ym. 2002.)

2.5.1 Opetuksen rakenne

AV-klubi opetustapahtumat ovat toimineet sen alusta alkaen samalla rungolla ja 2h+2h+4h (Taulukko 2.) periaatteella, missä päivä alkaa ensin teorialla ja päivän aikana opetettava aihe puretaan ja käydään ensin teoreettisesti läpi dialogipohjaisella vuoropuhelulla vertaisopettajan ja aihetta opiskelevien tiimiyrittäjien välillä kysymyksiä esittäen ja aiheen teoriaa tarvittaessa selventäen. Päivä päättyy toteutettujen valmiiden töiden purkuun.

Kellonaika (noin)	Opetettava aihe	Vertaisopettajan rooli
--------------------------	------------------------	-------------------------------

08.00-10.00	Aiheen teorian läpikäynti dialogipohjaisesti.	Ammattitaidon ja erikoisosaamisen jakaminen muille tiimiyrittäjille.
10.00-12.00	Opitun teorian perusteella ja sen mukaisesti materiaalin tuottaminen.	Opetetun teorian hyödyntämisen ohjeistus ja fasilitointi käytännössä.
12.00-16.00	Tuotetun materiaalin käsittely, työn viimeistely valmiiksi tuotokseksi ja työn esittely muille tiimeille.	Tiimiopiskelijoiden valmentaminen ja fasilitointi. Luovaan ongelmanratkaisuun rohkaiseminen sekä ongelmatilanteissa auttaminen ja valmiiden töiden purku ja opitun kertaaminen.

Taulukko 2. AV-klubin päivänkulun suuntaa antava rakenne.

Teorian jälkeen aihetta opiskeleva tiimiyrittäjryhmä jaetaan pienempiin tiimeihin, minkä sisällä opeteltua aihetta lähdetään soveltamaan käytännössä, sekä tuottamaan tarvittavaa materiaalia opetettavan aiheen käytännön opettelemiseen käytettävissä olevien resurssien mukaan. Tämä voi tarkoittaa esimerkiksi, opetettavan videotuotantotavan mukaisen videomateriaalin kuvaamista opitun teorian mukaisesti, valokuvaamista ja kuvien tuottamista uuden opitun teorian mukaisesti tai jonkin video- tai valokuvaukseen tarvittavan työkalun kokeilemistä, sekä soveltamisen opitun teorian pohjalle jokaisen pienemmän tiimin sisällä.

Tärkeintä tiimeille on päästä heti opitun teorian jälkeen kokeilemaan ja käyttämään opittua aihetta tai työkalua käytännössä opitun asian ja työskentelytapojen sisäistämiseksi. Vertaisopettajan tarvittaessa opastamana. Oppiminen ja motivaatio hankkia uutta tietoa lähtevät liikkeelle tekemisestä ja kokeilemisestä (Leinonen ym.

2002.) AV-klubille varatun ajankäytön rakenne ei ole sitova ja muuttuu opetettavan aihealueen mukaan sopivimmaksi.

Materiaalin tuottamisen jälkeen tiimit siirtyvät tuottamaan kerätyistä tai tuotetuista materiaaleista valmista tuotosta annettujen ohjeiden mukaisesti ja opittua menetelmää hyödyntäen. Valmiin tuotoksen saamiseksi tiimit joutuvat tekemään luovaa ongelmanratkaisua ja nopeaan tahtiin uuden oppimista monilla erilaisilla oppimistavoilla. Opetustapahtuman ideana on ollut oppia uusi asia ja saada tuotettua valmis tuotos saman päivän aikana, jolloin tiimeille ja tiimiyrittäjille tulee kokemus opetetun työkalun ja sen ympärillä olevan prosessin tuotantokaaresta, sekä alustava käsitys siitä, minkälaisia resursseja erilaiset markkinoinnin tuotokset vaativat tiimiltä.

AV-klubissa tuotettujen töiden valmistuttua ne puretaan tiimien esittelemänä kaikkien osallistujien kesken. Valmiiden töiden kautta esitetään, miten opittua teoriaa ja käytännön ratkaisuja sovellettiin opetettavan aiheen tuotantoprosessin eri vaiheissa. Valmiista tuotoksista tehdään tiimien välillä huomioita ja avoimia ehdotuksia, mitä olisi voinut tehdä toisin tai paremmin. Opetustapahtuman lopun purku on alun teoriaopetuksen tapaan dialogipohjainen ja osallistujat tekevät tarvittaessa palautteesta muistiinpanoja.

AV-klubin tarkoitus on olla helposti lähestyttävä paikka, missä kaikki halukkaat tiimin jäsenet pääsevät tutustumaan simuloituun tuotantoympäristöön ja tuotantotapoihin yksilöiden taitotasosta riippumatta. Tiimien, tiimiyritysten ja erilaisten projektiryhmien toiminnalle on eduksi, että mahdollisimman monella tiimin jäsenellä on jo ennestään käsitys projektissa toteutettavasta työtehtävästä ja sen suorittamiseen vaadittavista resursseista ja niiden laajuudesta.

Tiimioppimiseen kuuluu tietenkin tiedon hankkiminen, sen jakaminen ja uuden tiedon muodostaminen. Vain tiimeissä opiskelemalla ja projekteissa työskentelemällä voidaan hyödyntää tiimin jäsenten yksilöllistä osaamista ja taitoja, sekä oppia prosessista. (Leinonen ym. 2002.)

Ilman AV-klubin tapaista vertaisopetustapaa, ei tiimiyrittäjillä tällä hetkellä ole ollut mahdollisuutta kerryttää laajaa käytännön osaamista tai tietoa erilaisista tuotantoprosesseista. Ainoa paikaksi niiden opiskeluun jää asiakastöiden parissa

tuotannon yhteydessä tehty tuotantotyö, mikä ei ole aina tarpeeksi joustava käytäntö tai ei esitä mahdollisuuksia uusien työskentelytapojen testaamiselle.

2.5.2 Vertaisopettajan rooli

AV-klubissa vertaisopettajana toimii treniopintojen tapaan joku tiimiyrittäjä, joka jakaa omaa erikoisosaamistaan muille tiimiyrittäjille. Vertaisopettajan roolia ei kuitenkaan ole rajattu tiimiyrittäjiin, vaan AV-klubiin on mahdollista tiimiyrittäjien tarpeiden ja käytettävissä olevien resurssien mukaan hankkia asiantuntija myös osuuskuntien jäsenten tai LAB-ammattikorkeakoulun sisäisten asiantuntijoiden ulkopuolelta.

Kaikkiin luovan ongelmanratkaisun prosessien vaiheisiin kuuluu avaaminen (divergenssi) ja sulkemisen (konvergenssi). Avaamisella tarkoitetaan ongelman ratkaisun ideointia ennakkoluulottomasti ja sulkemisella kriittistä valintaa. Vertaisopettajan tärkein rooli on varmistaa että ongelmaa ratkaisevat tiimit suorittavat molemmat vaiheet, sekä keskittyvät vain toiseen kerrallaan päästäkseen tuloksekkaaseen lopputulokseen. (Kantojärvi 2012.)

AV-klubissa vertaisopetustapahtuman vetäjän, eli kunkin aiheen asiantuntijan ja opettajan rooli on tärkeä. Tämän on ymmärrettävä hyvin tiimioppimisen ja luovan ongelmanratkaisun fasilitointi prosessin eri vaiheita ollakseen kykenevä luomaan opetustapahtumassa tarpeeksi kattava ja opettavainen asiakassimulaatiotilanne. AV-klubin vertaisopettajalla on suuri vastuu myös auttaa ja kannustaa tiimiyrittäjiä ongelmanratkaisutilanteissa löytämään tuloksekkaita ja opettavaisia ratkaisuja. Ja pitämään huolen, että ongelmanratkaisuprosessi etenee oikealla tavalla, opettavassa aiheessa pysyen (taulukko 3).

Millainen on hyvä fasilitaattori?
<ul style="list-style-type: none"> • Läpinäkyvä: kertoo mitä havaitsee ja mitä aikoo tehdä (näin kannattaa tehdä jo suunnittelupalavereissa, ei ainoastaan työpajaa vedettäessä).
<ul style="list-style-type: none"> • Puolueeton: ei manipuloi, hyväksyy ryhmän tekemät päätökset, ei arvostele.
<ul style="list-style-type: none"> • Neutraali sisällön suhteen: keskittyy prosessiin ja antaa vastuun sisällöstä osallistujille, ei kerro omia ideoitaan.
<ul style="list-style-type: none"> • Aktiivinen kuuntelija, käyttää avoimia kysymyksiä.
<ul style="list-style-type: none"> • Auttaa päätöksenteossa, selkeyttää, tekee yhteenvetoja ja kiteyttää.
<ul style="list-style-type: none"> • Joustava: prosessit harvoin toteutuvat täsmälleen suunnitellulla tavalla. Muuttaessaan prosessia tai työskentelytapaa kommunikoi, miten se vaikuttaa lopputuloksiin.
<ul style="list-style-type: none"> • Käyttää tehokkaita ryhmätyömenetelmiä kaikkien osallistujien aktivointiin.
<ul style="list-style-type: none"> • Saa kaikki ryhmän jäsenet keskittymään samaan asiaan samaan aikaan.
<ul style="list-style-type: none"> • Pitää ryhmän energiatason sopivana.
<ul style="list-style-type: none"> • Käyttää ryhmämuistia ja huolehtii dokumentoinnista.
<ul style="list-style-type: none"> • Antaa selkeitä ohjeistuksia, kommunikoi välitavoitteet ja tarvittaessa perustelee, miksi mitäkin asiaa käsitellään tietyllä tavalla.
<ul style="list-style-type: none"> • Suunnittelee prosessin, jolla päästään tavoitteisiin käytettävissä olevan ajan puitteissa.

Taulukko 3. Millainen on hyvä fasilitaattori? (Kantojärvi 2012.)

3 Tutkimus

Tutkimuksen tavoitteena on selvittää Saimaan tiimiyrittäjäakatemiaan opiskelijoiden yleinen mielipide markkinoinnin digitaalisten työkalujen opetuksen tilasta markkinoinnin tutkinnossa ja mahdollisuudesta niiden harjoitteluun, sekä luoda kehitysehdotuksia tutkinnon kehittämiseen ja pohja uuden vertaisopetustavan tuotteistamiselle tiimiyrittäjyysympäristöön.

Opinnäytetyön tulosten perusteella luodaan pohja tuotteistukselle, minkä pohjalta voi tiimiyrittäjät tai tiimivalmentajat tarvittaessa suorittaa jatkotutkimusta ja tuotteistaa valmiiksi ratkaisun markkinoinnin digitaalisten työkalujen opettamiseen, sekä opiskeluun tiimiyrittäjyyden opiskeluympäristössä.

3.1 Tutkimuksen rajaus

Tutkimuksen tavoitteena on ymmärtää opiskelijoiden näkemys markkinoinnin tiimiyrittäjyyden tutkinnossa käytettävistä opetusmenetelmistä ja -tavoista, sekä kokemuksia ja mielipide vaihtoehdoisen vertaisopetustavan kokeilusta ja sen toimivuudesta digitaalisten työkalujen opetusmenetelmänä. Tällä hetkellä Saitemian tiimiyrittäjien keskuudessa kysyntää videotuottamisen opetukselle ja sen harjoittamiselle on enemmän kuin sitä on tarjolla.

Opinnäytetyön tutkimuskysymykset ovat seuraavat:

- Miten opiskelijat kokevat lisääntyneen videomateriaalin tuottamisen ja sen tarpeen markkinoinnin alalla ja opiskelussa?
- Mikä opiskelijoiden näkemys on digitaalisten työkalujen opetuksen riittävydestä ja opiskelumahdollisuuksista nykyisessä tiimiyrittäjyysympäristössä?
- Näkevätkö opiskelijat tarvetta lisätä markkinoinnin digitaalisten työkalujen opetusta tiimiyrittäjyysympäristössä?
- Kokevatko tiimiyrittäjät saavansa tarpeeksi hyvät valmiudet markkinoinnin alalla tärkeiden työkalujen käyttöön?

Tässä opinnäytetyössä tehtävä tutkimus on laadullinen, eli kvalitatiivinen. Tutkimuksen aineisto kerätään avoimilla kyselyillä, mihin valittu tutkimuksen kohderyhmä tiimiyrittäjiä vastaa nimettömänä. Tutkimukseen valitaan tiimiyrittäjiä, jotka ovat osallistuneet järjestettyyn vaihtoehtoiseen AV-klubiin. Näin varmistetaan

tutkimuksen näkökulmasta se, että vastaavilla tiimiyrittäjillä on näkemystä tutkinnon sisältämistä treenimuotoisista vertaisopetustunneista, sekä edellä mainitusta AV-klubista ja ovat siten kykeneviä vertailemaan ja analysoimaan kahta opetustapaa keskenään.

Avoimen kyselyn kysymykset laaditaan mahdollisimman selkeiksi ja vastaamaan tutkimuskysymyksiä. Tutkimusmenetelmä valittiin sen yksilöluonteisuuden takia. Vastaajat joutuvat pohtimaan tiimiympäristön tapahtumia yksilölliseltä pohjalta. Näin ollen vastauksissa ei ole tiimiympäristön luomia yhteisvaikutteita, vaan tutkimuksessa saadaan mahdollisimman yksilöön ja yksilön kokemuksiin kohdistuvat vastaukset.

Kyselyssä yritetään välttää johdattelevia kysymyksiä, että pystytään varmistamaan vastauksissa yksilöiden oman kokemus analysointi ilman ulkoisia vaikuttajia vastauksiin. Kyselyn vastausten perusteella muodostetaan hypoteesi opetusmenetelmien koetun hyödyn tueksi ja minkä avulla pystytään testaamaan opetustavan toimivuutta tuotteistamisen yhteydessä (Liite 1).

Markkinoinnin opiskelijoiden keskuudessa on tahtoa ja alan trendien kehityksen mukaan tarvetta opiskella tuottamaan ja tekemään erilaisia visuaalisia video- ja kuvatuotoksia. Mitä markkinoinnin digitaalisessa ympäristössä käytetään lisääntyvästi. Näiden taitojen hallitseminen, tai edes jollain tasolla ymmärtäminen on iso valtti valmistuvien markkinoinnin opiskelijoiden työllistymisen kannalta markkinoinnin alalle. (Warren 2021.)

Tutkimuksessa halutaan saada selville ja ymmärtää, minkälaista tarvetta digitaalisille työkaluille opiskelijat itse näkevät tarvitsevansa tulevaisuudessa ensin osuuskunnan asiakastöissä, sekä myöhemmin valmistumisen jälkeen työelämässä ja miten nämä tarpeet otetaan huomioon markkinoinnin tiimiyrittäjyyssympäristössä. Miten tarvittavia taitoja opetetaan tiimiyrittäjille ja onko niiden opetteluun ja opiskeluun käytettävissä tarpeeksi resursseja ja työkaluja koulun puolesta.

3.2 Tutkimusmenetelmä

Opinnäytetyössä tehtävä tutkimus on Laadullinen, eli Kvalitatiivinen. Tutkimuksessa halutaan saada selville kohderyhmän ajatuksia opetuksen nykytilanteesta ja

selvittää tiimiyrittäjien mielteitä opetuksen laadusta heidän näkemyksiään toiminnan kehitystarpeista yksilöinä.

Tutkimus toteutetaan valitulle kohdeyleisölle avoimena kyselynä. Tutkimuksen kohderyhmäksi on valittu Saimaan tiimiyrittäjäakatemiasta ne opiskelijat, jotka ovat opintojen aikana osallistuneet vapaaehtoisesti AV-klubi vertaisopetustapahtumaan.

Tutkimukset vastaukset kerätään vastaajilta anonyymisti avoimuuden ja rehellisyyden edistämiseksi. Tutkimukseen vastasivat opiskelijoita ensimmäisen, toisen ja kolmannen vuosikurssin osuuskuntien tiimiyrittäjät, sekä jo valmistuneita, entisiä tiimiyrittäjä opiskelijoita. Kaikki tutkimukseen käytettävät vastaukset ovat tiimiyrittäjiltä jotka ovat osallistuneet AV-klubiin opintojen aikana, vastaajia oli yhteensä 19 (taulukko 4).

3.3 Kysely ja kyselytulokset

Kyselyn ensimmäinen kysymys oli asetettu kynnyskysymykseksi, missä kieltävän vastauksen antanut vastaaja ohitti tutkimuskysymykset ja siirtyi suoraan kyselyn loppuun (taulukko 4). Kyselyyn vastanneet tiimiyrittäjät rajattiin sillä perusteella, että he ovat opintojen aikana osallistuneet treenit ja AV-klubi vertaisopetustapahtumiin. Tällöin vastaajat olivat kykeneviä tekemään kyselyssä toivottua vertailua kahden opetustavan välillä.

Opinnäytetyössä toteutettavan kyselyn kohderyhmälle lähetettiin linkki Webropol -kyselyyn aktiivisten osuuskuntien yhteisille tiedotuskanaville. Näiden kautta he pääsivät jättämään kyselyyn vastauksensa. Jos vastaaja oli osallistunut opintojen aikana AV-klubiin ja vastasi ensimmäiseen kysymykseen myöntävästi, eteni kysely seuraaviin kysymyksiin.

Kysely on osoitettu Saimaan tiimiyrittäjäakatemiassa opiskelijoille, jotka ovat osallistuneet AV-klubi vertaisopetustilaisuuksiin. Osallistumiskertojen lukumäärällä ei ollut väliä.

	n	Prosentti
Kyllä, olen osallistunut	19	90,5%
En ole osallistunut	2	9,5%

Taulukko 4. Kyselyyn vastanneiden lukumäärä

Kysymyksessä 2. tiimiyrittäjiltä kysyttiin heidän yleistä näkemystään ja kokemuksia markkinoinnin tutkinnon kokonaisuudesta ja siitä, näkevätkö he saavansa tarpeeksi kattavasti opetusta ja valmiuksia erilaisiin markkinoinnissa käytettäviin digitaalisiin työvälineisiin. LAB ammattikorkeakoulun markkinoinnin tradenomitutkinnossa näiden työkalujen opetus muodostuu vierailevien asiantuntijoiden tai muiden tiimiyrittäjien pitämien treenien kautta (Liite 1, kysymys 2).

Kysymyksen vastauksina oli tarkoitus kartoittaa laajempia kokemuksia kaikista yleisimmistä markkinoinnissa käytettävistä työkaluista, ilman rajattua teemaa.

Kyselyn kolmas kysymys; Markkinoinnin muuttuva ympäristö viittaa Markkinoinnin alan liiketoimintaympäristön kehitykseen ja uusien markkinointialustojen syntymiseen, sekä niihin asetettujen materiaalien tuottamiseen vaadittavien taitojen hallitsemiseen. Näihin kuuluvat esimerkiksi kehittyvät, muuttuvat ja kokonaan uudet sosiaalisen median alustat, digitaalisten markkinointialustojen tarjoajat, sekä erilaiset digitaalisen markkinoinnin ja myynnin tukena käytettävät työkalut (Liite 1, kysymys 3).

Neljäntenä kysymyksenä kysyttiin videotuotannon lisääntymisestä digitaalisessa markkinoinnissa ja sen markkinointikäytön lisääntyminen ja sen opetus LAB-ammattikorkeakoulun markkinoinnin tradenomitutkinnossa on yksi opinnäytetyössä tutkittavista asioista. Neljännessä kysymyksessä tiimiyrittäjiltä kysytään heidän näkemystään Videotuotannon lisääntymisen ilmiöstä markkinoinnin liiketoimintaympäristössä ja LAB-ammattikorkeakoulun, sekä Saimaan tiimiyrittäjäakatemiaan reagoinnista sen opettamiseen tutkinnossa (Liite 1, kysymys 4).

Opinnäytetyön avoimessa kyselyssä vastaajat rajattiin ainoastaan niihin tiimiyrittäjiin, jotka ovat opintojen aikana osallistuneet vapaaehtoiseen AV-klubi vertaisopetustapahtumaan. Viidennessä kysymyksessä tiimiyrittäjät vertaavat omia henkilökohtaisia kokemuksia AV-klubin ja markkinoinnin tradenomitutkintoon kuuluvia treenimuotoisia opintoja keskenään, verraten molempien opetustapojen hyötyjä, sekä edelleen parannettavia seikkoja (Liite 1, kysymys 5).

4 Tutkimustulokset

4.1 Kyselyn tulosten analysointi

Tutkimuksen hypoteesina oli saada selville, onko lisääntyneen videotuotantotarpeen ja testatun AV-klubi tyyppisen vertaisopetustapahtuman suosio tiimiopiskelijoiden näkökulmasta hyvä tapa opiskella digitaalisia markkinoinnin liiketoimintaympäristössä tarvittavia työkaluja tiimiyrittäjäopinnoissa. Kaikilla kyselyn kaikkiin kysymyksiin vastanneista 19-vastaaajasta on ennen kyselyyn vastaamista kokemusta LAB-ammattikorkeakoulussa järjestettävistä markkinoinnin tiimiyrittäjämuotoisen tutkinnon opetuskäytännöistä ja -menetelmistä. Täten heillä oli yksilötasolla tarvittavat valmiudet analysoida ja vertailla tutkimukselle oleellisella laajuudella kyselyssä kysytyjä kysymyksiä. Tällöin voidaan olettaa, että kyselyyn vastanneiden tiimiyrittäjien vastaukset ovat kyselyn tuloksien kannalta riittävän laadukkaita.

Tutkimuksen tuloksina kerätyissä kyselyvastauksissa tiimiyrittäjien vastaukset sisältävät jonkin verran näkemyseroja tutkinnossa tarjolla olevista opetusmenetelmistä. Tämän taustalla voi olla yksilötasolla vastaajien omat kokemukset tutkinnosta ja osallistuminen opetukseen erilaisilla asenteilla ja aiemmilla valmiuksilla opetettaviin aiheisiin.

4.1.1 Tutkinnon opetuksen riittävä laajuus

Markkinoinnin tutkintoon sisältää perusopetuksen jälkeen ammattiopintoja, mitkä ovat pitkälti tiimiyrittäjien omien osuuskunnan tarpeiden mukaisesti erilaisia ammattiopintojen kokonaisuuksia. Näiden opiskelun vastuu on pitkälti tiimien päätettävissä ja edelleen yksilöiden halussa räätälöidä ammattiopintoja omien halujen ja koettujen tulevaisuuden tarpeiden mukaisesti.

Markkinoinnin liiketoimintaympäristön muutosherkkyydestä johtuen, tiimiyrittäjien näkemys tutkinnossa tarjottavien työkalujen opetuksesta ja niiden käyttämisen valmiudessa on ennen AV-klubi vertaisopetustapahtumassa kokeiltua opetusmenetelmää puutteellisia. (Liite 2, kysymys 2.)

”Koulutus ei mielestäni tarjoa tarpeeksi laajaa perehdytystä käyttämään markkinoinnin työkaluja.”

”Työkalut muuttuvat ja kehittyvät koko ajan, joten mielestäni on tärkeämpi ymmärtää termistöä, konsepteja ja toimintaperiaatteita kuin esimerkiksi yksittäisiä ohjelmistoja. Koulutus antaa hyvän perusymmärryksen erilaisista työkaluista, mistä on helppo lähteä rakentamaan.”

”Itsessään markkinoinnin opinnot eivät mielestäni syvennä osaamista erilaisten markkinoinnin työvälineiden käytössä, ellei itse hakeudu opettelemaan niiden käyttöä. AV-klubi on ollut erittäin hyvä apu erilaisten käytössä olevien välineistöjen käytön opettelussa.”

”Markkinoinnin opinnoissa erilaisten välineiden käytön opetteluun vaikuttaa myös, millaisia treenejä osuuskunnille pidetään. Eritasoiset treenien vetäjät tietävät joitain asioita paremmin ja joitain vähän huonommin opettamastaan aiheesta. Usein he keskittyvät asioihin, jotka ovat heille tuttuja, jotta opettaminen on helpompaa. Tällöin tietyt osa-alueet saattavat jäädä oppimatta kyseisestä aiheesta.”

”Markkinoinnin opinnoissa isoin kynnys aloitusvaiheessa on se, että ei ole itsevarmuutta osaako käyttää käytössä olevaa välineistöä. Ensimmäisten treenien tulisi mielestäni painottua käytännön harjoitteluun.”

”Sama homma niin digitaalisten ohjelmistojen, kuin käytössä olevan välineistön kanssa.”

”Koen että työkaluihin liittyviä asioita tulisi opettaa enemmän.”

Kyselyn tuloksissa nousee myös esille tiimiyrittäjien näkemys tiimiyrittäjien opinnoissa käytettävissä olevien resursseissa koetut puutteet. Markkinoinnin tiimiyrittäjillä on käytössä kattojärjestö Saimaan tiimiyrittäjäakatemia Ry:n yhteiseksi hankkimat välineet ja markkinoinnin muut työkalut, sekä koulun tarjoamat tietokoneet Markkinoinnin osuuskuntien toimistotiloissa. (Liite 2, kysymys 2)

”Tiimiyrittäjäkoulutus ei mielestäni tarjoa tarpeeksi laajoja työkaluja opiskelijoille, joita hyödyntää projekteissa. Lisenssit ovat rajallisia ja niiden käyttäminen tapahtuu lähinnä yhdeltä koneelta koululla. Tiimiyrittäjien päättäessä mitä haluavat opiskella, unohtuvat nämä olennaiset työkalut ja sovellukset kokonaan. Tarjolla pitäisi olla aina, vaikka vapaaehtoisessa tai pakollisessa muodossa järjestettävässä kurssissa.”

”Nykyhetkellä en näe. Valmiudet on, mutta ohjelmistoja ei olla käytetty tarpeeksi.”

”Tiimiyrittäjä koulutuksessa voi oppia markkinoinnin työkalujen käyttöä hyvinkin mutta riippuen projekteista ja asiakkaista voi olla osuuksia työkaluista joita ei kunnolla päästä kokeilemaan.”

Kyselyyn vastanneet tiimiyrittäjät näkevät kuitenkin tarjolla olevan AV-klubi vertaisopetustapahtuman tarjoaman hyödyn opintojen rinnalla lisäävän markkinoinnin työkalujen opetusta ja markkinoinnin erikoisosaamisen valmiuksia. Ja kokevat tämän opetustavan kautta opetuksen monipuolisuuden kehittyvän Audiovisuaalisten taitojen osalta oikeaan suuntaan. (Liite 2, kysymys 2)

”Koen, että video- ja kuvatuotantoon on panostettu, mutta CRM-, Ads- ja analytiikkatyökalut ovat jääneet liian vähälle huomiolle.”

”Kyllä, sillä edellytyksellä että niihin paneutuu esim. menemällä projektiin joissa näitä pitää opetella. Itsessään koulutus ei avklubin lisäksi tarjoa suoraa opetusta näihin, ellei treenejä ole aiheesta erikseen.”

”Kyllä varmaankin. Paljon opettelusta jää toki omalle ajalle ja vastuulle. Hienoa, että valmiudet ja mahdollisuus kokeilla ovat olemassa.”

”Työkalu osaaminen on paljon omasta aktiivisuudesta kiinni. Koulutus ei itsessään tarjoa tarpeeksi hyviä valmiuksia työkaluosaamiseen, mutta tarjoaa puitteet siihen. Esimerkiksi ilman av-klubia työvälineosaaminen olisi matalempi”

”Alkeet ehkä ennemminkin. Loput on sitten itsestä kiinni, riippuen mitä projekteja ottaa ja opetteelko niitä itse. Av-klubi ollut isona etuna tässä.”

”Lähtökohtaisesti kyllä, mutta AV-klubin kaltaisia konsepteja voisi olla enemmän. Koska tiimit opettavat toinen toisiaan on kaikkien osaaminen suht ohutta.”

Tiimiopiskelijoiden vastausten perusteella voidaan muodostaa oletamus, että markkinoinnin digitaalisten opetusmenetelmien opetusta markkinoinnin tradenomitutkintoon toivottaisiin lisää. Myös tiimiopiskelijoiden käytössä olevien resurssien parantaminen olisi oleellista parempien ammatillisten valmiuksien oppimiselle.

Resurssien puutteellisuus ei kuitenkaan tarkoita, etteikö tiimiopiskelijat omalla aktiivisuudellaan ja mielenkiinnolla pystyisi kartuttamaan hyvällä pohjalla olevaa markkinoinnin erikoisosaamista, mutta tiimin laajemman osaamisen kehitystä useammalle tiimin jäsenelle pystyttäisiin parantamaan, jos tiimiyrittäjillä olisi käytettävänä laajemmat resurssit.

4.1.2 Markkinoinnin toimialan muutos

LAB-ammattikorkeakoulussa markkinoinnin tiimiyrittäjillä on kyky reagoida nopeasti toimialalla tapahtuviin muutoksiin ja uudistuksiin, koska koulutuksen sisältö ei ole sidottu ennalta suunnitellun perinteisen luento -muotoiseen opetussuunnitelmaan. Tutkimuskyselyssä keskityttiin kartoittamaan tiimiyrittäjien näkemystä ja kokemuksia toimialalla lisääntyneiden erilaisista toimialan muutoksista, ja niihin reagoinnista koulutuksessa (Liite 2, kysymys 3).

”Koen, että muutoksiin toimintaympäristössä voidaan reagoida hyvin pikaisesti, sillä suoranaista opetusohjelmaa ei ole ja vanhat pölyiset kirjat on suositeltavaakin kyseenalaistaa aika ajoin.”

”Koen, että koulutuksessa melko hyvin pystytään reagoimaan muutoksiin markkinoinnin alalla. Toisaalta reagointi voi olla hiukan hidasta joissain tapauksissa.”

”Koska suurin osa tiimiyrittäjyydessä on itse markkinointiprojektien tekeminen, muuttuu oppimismuoto hyvinkin ketterästi markkinointiympäristön muutosten mukaan.”

”Tiimiyrittäjyys on paljon joustavampi oppimismuoto ja pysyy paremmin ajan hermolla, kuin normaali luentomalli.”

”Koulutussuunnitelma on jäljessä verrattuna markkinointiympäristöön. Tiimiyrittäjäympäristö on suhteellisen hyvin mukana muutoksissa.”

Tiimiyrittäjien kokemukset markkinoinnin eri trendeistä ja niihin tarvittavista opetustarpeista vaihtelevat todennäköisesti paljon vastaajien opintojen etenemisen mukaan. Ja myös sen mukaan, miten pitkällä tiimiyrittäjien opinnot ovat yksilötasolla. Koska kysely kerättiin nimettömänä, eikä opintojen etenemisen vaiheita tarkennettu, on vaikeaa todentaa mielipiteiden ja opintojen etenemisen välillä olevaa mahdollista korrelaatiota.

Vaikka tiimiyrittäjien mielestä reagointi muutoksiin on yleisesti hyvällä tasolla. On vastaajien joukossa kuitenkin tiimiyrittäjiä, jotka näkevät, että markkinoinnin uusiin ja muuttuviin trendeihin ja liiketoimistoympäristöön toivottaisiin enemmän erityisesti valmentajien ja koulun reagointia. (Liite 2, kysymys 3)

”Tiimiyrittäjäympäristön pitäisi jatkuvasti reagoida ja kehittyä uusien sosiaalisten media-alustojen myötä. Vanhanaikaiset opettajat ovat tiellä, kun lähdetään kehittämään koulutussuunnitelmaa ja haluavat toimia siinä mikä on ”toiminut” viimeiset kymmennen vuotta. Lähtökohtana

tämä on väärä ja valmentajien pitäisi ottaa vakavasti huomioon oppilaiden tarpeet kehittyä markkinoinnissa. Kehitystä alan suhteen ei tule jos vanhat rattaat estävät uudistumisen.”

”En näe markkinoinnin kehityksen muuttavan tiimiyrittäjätöitä tai koulutussuunnitelmaa riittävästi. Tiimiyrittäjyys laahaa perässä markkinoinnin treendeissä lähes kaikilla osa-alueilla.”

”Kyllähän uusista treendeistä on puhuttu ja tullaan puhumaan tiimiyrittäjätöissä. Ehkä uusimmat jutut tulevat hieman hitaammin yhteisön tietoisuuteen eli aivan aallonharjalla ei kuitenkaan olla.”

”Koen että trendien huomioiminen on hyvällä tasolla ja niitä käydään läpi varsinkin opiskelijoiden toimesta, valmentajille trendit ovat vielä vieraita.”

”Valmentajat reagoivat hitaammin kuin tiimit. Tämän takia tiimit ovat tietyissä asioissa valmentajia edellä.

Muuttuvia treendejä ei mielestäni huomioida koulutuksessa.

Kirjalista ainakaan ei ole ajantasalla ja treeneissä ei paljoa uusista tavoista mielestäni puhuta.”

”Näen, että valmiudet reagoida muutoksiin on hyvät. Vastuuta pitäisi siirtää myös valmentajille. Opiskelijoiden on hankala tietää työelämässä vaadittavia taitoja. Esimerkiksi kirjalistan pitäminen ajantasalla olisi erittäin tärkeää, mm. jatkuvasti muuttuvan digimarkkinoinnin takia. Tätä ei ole kuitenkaan tehty.”

”Tiimiyrittäjät joutuvat väkisin sopeutumaan markkinointiympäristön muutoksiin sillä teemme asiakasprojekteja oikeille yrityksille joiden markkinointiympäristö muuttuu samalla. Trendit mielestäni kuuluvat samaan kategoriaan ympäristön kanssa.”

Kyselyn tulosten perusteella voidaan tehdä päätelmä, että tiimiyrittäjät ovat hyvin perillä markkinoinnin toimialan vallitsevista treendeistä, sekä niiden muutoksista. Reagointi näiden sisällyttämiselle ammattiopintoihin ja muuhun opetussuunnitelmaan tyydyttävällä tavalla kuitenkin puuttuu. Tiimiyrittäjillä on kyselyn tulosten perusteella halu kehittää omaa ammattitaitoaan ajankohtaisien trendien mukaan markkinoinnin perusosaamisen lisäksi.

4.1.3 Videotuotanto markkinoinnin työkaluna

Lisääntynyt videoiden ja muiden visuaalisten toteutusten tuottaminen ja niiden lisääntyminen asiakastöissä on huomattu Saimaan tiimiyrittäjäseuran

tiimiyrityksien keskuudessa. Videoiden tuottaminen on markkinoinnin toimialan erikoisosaamista mikä vaatii paljon käytännön opettelua. Kyselyssä haluttiin tuoda esille tiimiyrityksien näkemys tämänhetkisestä markkinoinnin tradenomitutkinnon tilanteesta ja siitä, miten erikoisosaamista opetellaan tiimiyrityksiympäristössä ja kokevatko he opetuksen olevan riittävää. (Liite 2, kysymys 4)

”En koe. Ilman AV-klubia en välttämättä olisi uskaltanut ottaa videotuotantoa sisältävää projektia. Nykyisten ohjeistusten mukaan pitää olla jokin tarkoitus miksi tekee/ harjoittelee jotain aiheita.

Esim. Minulla tulisi olla projekti, joka on videotuotantoa, jotta saan ottaa aiheen harjoittelemisesta tunteja.

Jos minulla ei ole projektia tai työstössä olevaa työtä, kuten TiKo-video, kaikki opettelu on omalla ajalla tehtävää eikä edistä opintoja.”

”Markkinoinnin tutkinnosta voit päästä läpi ilman, että hetkeäkään kosket videokameraan tai saati sen sovelluksiin. Videomateriaalien tuotanto on tärkeässä roolissa markkinoinnissa ja jokaisen pitäisi tehdä jotain aiheeseen liittyvää pakollisessa muodossa tai antaa mahdollisuus edes perusteisiin.”

”Opetusta aiheesta on huomattavasti liian vähän.”

”Mielestäni tutkinto ei sisällä tarpeeksi aiheen opetusta.”

”Toivoisin että asiasta olisi lisää treenejä.”

”Tutkinto ei sisällä tarpeeksi aiheen opetusta. Koska itse koulutuksessa sitä ei oikeastaan ole.”

Vastausten keskuudessa nousee esille vahvasti tiimiyrityksien kokemus AV-klubiin osallistumisesta. Nuoremmille osuuskunnille AV-klubin järjestäminen sattui tutkinnon alkuvaiheelle, milloin näillä tiimiyrityksillä valmiudet vanhempiin osuuskuntiin nähden on paremmat audiovisuaalisten asiakastöiden toteuttamiseen. Kyselyyn vastanneet kuitenkin tiedostavat, että ilman AV-klubia audiovisuaalisten työkalujen ja taitojen opetus jäisi vähemmälle. (Liite 2, kysymys 4)

”Av-klubi oli todella jees. Muuten ei ollut tarpeeksi opetustusta aiheista.”

”Koulun puolesta emme koulutusta aiheesta saa vaan toiset opiskelijat opettavat toisiaan. Pientä lisätukea koulun puolesta olisi mukava saada kyseiseen koulutukseen.”

”Samoin, kuten aijemmin, riippuu paljon itsestä, niistä projekteista mitä ottaa jaa saa, ja omasta itseneäisestä opettelusta. Myös av-klubi isona hyötynä tässäkin.”

”Kyllä videotuotantoja pääsee harjoittelemaan etenkin, jos osallistuu aktiivisesti AV-klubiin. Myös ihan opetusta on pidetty, mutta ehkä sitä voisi olla hieman enemmänkin.”

”Videotuotannosta saa opetusta kysymällä muutoin aiheesta ei ole juurikaan tarpeeksi opetusta.”

Tiimiyrittäjien keskuudessa on myös huomattu videotuotannon opetuksessa käytettävissä olevien resurssien puute. Tiimiyrittäjillä on projekti- ja opetuskäytössään Saimaan tiimiyrittäjäakatemiaan yhteiseksi hankitut kamerat, valot ja muut videotuotannon välineet, mitä on rajallisesti, eivätkä välttämättä riitä kaikkien tiimiyrittäjien opetus ja projektitarpeisiin.

Myös erikoisosaamisen resurssien kohdistamista on pohdittu käytössä olevien resurssien kannalta monipuolisemmaksi ja esille nousee videotuotannon eri osa-alueisiin keskittyminen. (Liite 2, kysymys 4)

”Opetusta aiheesta on huomattavasti liian vähän.

Av clubi yrittää parantaa asemaa ja koska lisää laitteistoa on saatu markkinoinnin tiloille, on opetuksen laatu parantunut. Silti olisi paljon kehitettävää videotuotannon koulutuksessa markkinoinnin opiskelijoille.”

”Projekti kysyntää aiheesta kyllä löytyy mutta suurimmassa osassa projekteissa ei päästä kokeilemaan videoeditoinnin edistyneempiä ominaisuuksia. Opintomuoto kyllä kaipaisi myös erillistä perehdytystä näihin.”

”Koen, että opetusta on, muttei riittävästi. Myöskään muutama kamera ja editointitietokone eivät takaa sitä, että kaikki pääsevät näihin työkaluihin tutustumaan.”

”Videotuotannosta voisi olla hyödyllisintä perehtyä siihen, minkälainen on hyvä mainosvideo (Esim. ihan shottitasolla: lähikuva alussa voi olla toimivampi kuin perus droneavaus yms. Näistä löytyy varmaan jotain dataa). Ihmiset kuitenkin joutuvat suunnittelemaan kampanjoita, vaikka he eivät itse kamera kädessä heilukaan. Jotain tarinankerronnan perusteita? Ne, joita videotuotannon tekninen puoli kiinnostaa opettelevat sen kyllä jotain kautta.”

”Koen, jokainen yksilö voi hankkia itsenäisesti osaamista ja siirtää sen myös tiimilleen. Tiimit voivat myös hankkia opetusta videotuotannosta ulkopuolelta.”

Kyselyn vastausten perusteella tulee ilmi, että tiimiyrittäjät näkevät video- ja muiden visuaalisten tuotantojen opetuksessa lisätarvetta. AV-klubin tapainen vertaisopetustilaisuus tuo tiimiopiskelijoille huomattavaa lisäarvoa koulutukseen ja markkinoinnin toimialan ammattiosaamisen kartuttamiseen.

4.1.4 Markkinoinnin audiovisuaalisten taitojen opetus

Kyselyssä ja opinnäytetyön tutkimuksessa pyrittiin saamaan tiimiyrittäjiltä yksilötasolla kokemuksia ja mietteitä opintojen aikana järjestetystä vapaaehtoisesta AV-klubi -vertaisopetustapahtumasta. Opetustapahtuma syntyi lisääntyneen kysynnän ja tiimiyrittäjien asiakastöissä ilmenneiden tarpeiden johdosta, mutta se ei vielä ole vakiintunut osaksi markkinoinnin tiimiyrittäjyysopintojen opetuskokonaisuutta ammattiopintojen osalta.

AV-klubin vertailukohtana tiimiopiskelijoilla on tällä hetkellä olevat treeniopinnot, missä erilaisia markkinoinnin työkaluja ja taitoja opiskellaan vertaisopetus menetelmillä markkinoinnin tutkinnossa. AV-klubi eroaa treeneistä, sen keston ja käytännönläheisen oppimisen painotuksella, sekä opetuksessa rohkaistaan tiimiyrittäjiä luovaan ongelmanratkaisuun opittavan asian ympärillä. (Liite 2, kysymys 5)

”Treeneissä usein syvennyttään teoriaan ja sen lisäksi saattaa olla pieni tehtävä. AV-klubissa tämä on toisin päin eli vähän teoriaa ja paljon itse harjoittelua. Minulle luontevinta on opetella itse tekemällä ja siihen AV-klubi on ollut täydellinen.

Treenit on mahdollista pidentää (ns. kahdet treenit peräkkäin =8h), mutta tätä en ole koskaan kuullut käytettävän. Silloin treenit voisivat olla AV-klubin tapaisia. Treenien pituuden takia luulen, että kovin moni ei lähde opettamaan esimerkiksi video-kuvaamista. Teoriaosan jälkeen parasta olisi päästä kokeilemaan välineistöä käytännössä, mutta välineistöä, kuten aikaakin on rajallinen määrä.

AV-klubin aihe saattaa välillä mennä sivuraiteille, jos ryhmät keskittyvät väärin asioihin, koska usein tuotos on video ja siihen liittyy muitakin asioita kuin aihe.

Esim. Aiheena on ääni ja se tulee liittää videoon. Video pitää suunnitella, kuvata ja editoida. Vasta tämän jälkeen voidaan keskittyä äänen liittämiseen. Mielestäni tämä ei haittaa ollenkaan vaan opettaa jokaisella osa-alueella. Päivän tarkoitusta kuitenkin pitää pystyä painottamaan, jotta aiheen opetteluun käytetään eniten aikaa.”

”Treeneissä käydään pikaisemmin läpi asioita ja käytännön harjoitteet ovat usein turhan pintaraapaisua, jos niitä on. AV-klubissa ainoana miinuksena näen sen, että se vie pitkälti koko päivän, mutta oppiminen on huomattavasti syvempää, kuin treeneissä”

”AV-klubeissa pääsee itse tekemään enemmän konkreettisia asioita ja ympäristö on myös rennompi. Täydellinen yhdistelmä oppimista ja hauskanpitoa.”

”Treeneissä ollaan jumahdettu samaan kaavaan. AV-klubissa kaavat rikotaan lähes taukoamatta, mutta niistä voisi tehdä tietyllä tapaa järjestelmällisiä, jotta jokainen osallistuja saisi mahdollisimman paljon irti.”

”Treenit ajatuspohjalta hyvä idea, mutta siellä voidaan käydä oikeastaan laidasta laitaan asioita ilman, että varsinaisesti keskitytään johonkin aiheeseen todella syvällisesti tai mahdollisesti liian pitkien aikavälien puitteissa, jossa jo opittu on voinut unohtua. AV-klubi ideana keskittyy juuri tähän haluttuun aihe-alueeseen ja voi toimia jatkumona oppimisen kannalta viikottain. AV-klubi hyödyllisyys on siinä, että se voi ottaa pois näitä käytäviä asioita treeneistä ja keskittää oppimisen sinne.

Jättäen tilaa muille asioille käytäväksi treeneissä. Valmentajilla ei välttämättä ole taitoa tai resursseja opettaa kaikkia treeneihin osallistuvia toivotulla tasolla ja AV-klubi voi suunnitella pohjan, mikä edes auttaa kaikkia opetukseen osallistuvia.”

”Treeneissä oppii lähinnä teoriaa yleisesti, mutta tietoja ei osaa käyttää oikeissa tehtävissä. AV-klubissa opiskeltiin käytännönläheisesti ja oppia sai tekemällä.”

”AV-klubissa on hyvänä puolena se, että se on koko päivän mittainen, jolloin aikaa on reilummin ja jotenkin itse tilaisuus tuntuu myös rennommalta. Neljä tuntia kestävätkin treenit ovat myöskin hyvä opetusmuoto, mutta siellä mennään yleensä tiukemmalla tahdilla ja enemmän ohjatusti. AV-klubissa pääsee toteuttamaan itseään ja kokeilemaan asioita paremmin.”

Tiimiyrittäjät myös kokevat kyselyn vastausten perusteella saaneensa AV-klubista merkittävää suoraa hyötyä henkilökohtaista osaamista kohtaan, sekä osuuskuntatoiminassa toteutettavien asiakastöiden toteuttamiseen. Kyselyn vastauksissa tiimiyrittäjät ovat myös hyvin verranneet treniopintojen suhdetta käytännönläheisempää opetusmenetelmää kohtaan.

Treniopinnot ovat olleet pääsääntöisesti markkinoinnin liiketoimintaympäristön eri osaamisalueiden ja työmenetelmien teoria opetusta, eivätkä ole sisältäneet paljoa käytännön läheisiä oppimismahdollisuuksia. AV-klubi paikkaa tätä puutetta tällä hetkellä audiovisuaalisten työkalujen opetuksen suhteen, minkä tiimiyrittäjät

näkevät markkinoinnin tutkinnon ja ammattiosaamisen kartuttamisen kannalta kyselyn vastausten perusteella tärkeänä. (Liite 2, kysymys 5)

”Av-klubissa on noussut enemmän hyötyjä esim videotuotannossa, koska niitä oppeja on voinut suoraa viedä käytäntöön projekteissa. Treeneistä ei ole samalla tavalla saanut irti projekteihin.”

”Av-klubissa tartutaan heti toimintaan ja käytäntöön. Ympäristö on rennompia mutta kuitenkin tosissaan tekemistä. Koen oppineeni av-klubista enemmän kuin treeneistä.”

”Olen kokenut kaikki Av-klubi käyntini erittäin opettavaisiksi. Koska Av-klubi kestää pidempään kuin normi treenit, niissä pystyy pureutumaan asiaan paljon paremmin. Treenit sopivat paremmin teoripohjaiselle opille ja Av-klubi enemmän käytännön työkalu opille.”

”AV-klubissa pääsee enemmän tekemään sekä harjoittelemaan verrattuna treeneihin. AV-klubi myös mahdollistaa jatkuvan opettelu AV-tuotannon saralla, jonka koen tärkeäksi opetuksen kannalta.”

”Treenit jäivät helposti pintapuoleiseksi teoriaksi, av-klubissa päästään suoraan itse asiaan!”

”AV-klubi on usein toiminnallisempi kuin perus treenit. Tämä voi olla joidenkin mielestä hyvä asia.”

”Treeneissä yleensä teoria on pääosassa, kun taas av klubissa on enemmän käytäntöä.”

”AV-klubi on paljon rennompia, käytännönläheisempi ja opettavaisempi. Treenit toimivat paremmin markkinointiajattelun ja perusasioiden opettelemiseen.”

Myös AV-klubissa käytettävissä oleva aika koetaan hyödylliseksi opeteltavien asioiden sisällyttämisen kannalta. AV-klubin kesto on yleensä ollut kokonaisen koulupäivän mittainen. Opetustapahtuman vapaaehtoisuus on aiheuttanut vaikutuksen, että siihen osallistuvilla on ollut aito motivaatio tulla kehittämään itseään ja opiskelemaan opetettavaa aihetta.

AV-klubissa opiskeltavien aiheiden valintaan on kuunneltu tiimiyrittäjien ja opetustapahtumaan osallistuvien toiveita opetettavista aiheista, kiinnostuksen ja ajankohtaisten tarpeiden mukaisesti. Kyselyyn vastanneiden mielestä näiden aiheiden valinta, sekä pidettävän opetuksen laatu, on ollut kiitettävää. (Liite 2, kysymys 5)

”Av-klubin vetäjillä oli huomattavasti enemmän kokemusta kuin treeneissä vetäjillämme, opetus ja tekeminen av klubissa on ollut paljon hyödyllisempää oppimisen näkökulmasta. Sinne osallistuneet ovat muutenkin lähtökohtaisesti oppimassa eikä keräämässä tunteja, huom lähtökohtaisesti. Av-klubia järjestäessä useamman kerran tottakai oppii enemmän kuin 4h treenien aikana.”

”AV-klubissa toiminta oli innostavaa ja siihen pääsi vaikuttamaan. Jokainen lähtökohtaisesti tuli mukaan, koska halusi oppia nimenomaan kyseisellä kerralla läpikäytäviä asioita. AV-klubissa oli myös kiva tehdä hommia sekalaisilla tiimeillä.”

”Av clubi on usein paljon tuottavampi kuin perinteinen treeni. Varsinkin kun laitteistoa saadaan lisää, paranee av clubin laatu ja hyöty huomattavasti.

Perus treeneistä ei saa tarpeeksi oppia liittyen videotuotantoon ja tämän takia videotuotantoprojekteissa on ollut huomattavia ongelmia.”

”Av-klubissa oli asiantuntevaa opetusta ja päästiin itse tekemään. Treeneissä usein kumpikaan ei toteudu. Ehkä av-klubissa tulisi olla pienempiä ryhmiä (ja paremmat resurssit esim. muokkaamista varten), jotta kaikki pääsee omin käsin hommiin.”

Tutkimuksen kyselytulosten perusteella saadaan selville, että tiimiopiskelijoiden asenne AV-klubia kohtaan on positiivista, sekä siihen osallistuneet näkevät sen tehokkaana, tärkeänä ja hyödyllisenä tapana opiskella markkinoinnin digitaalisten työkaluja.

Tulokset myös varmistavat hypoteesin tutkimuskysymyksistä, minkä mukaan markkinoinnin tiimiyrittäjät näkevät tarpeelliseksi digitaalisten markkinoinnin- ja audiovisuaalisten työkalujen käytännön opetuksen.

5 Johtopäätökset ja pohdinta

Opinnäytetyön tutkimuksen tarkoituksena oli saada selville LAB-ammattikorkeakoulun markkinoinnin tiimiyrittäjien käsityksestä opintojen sisältämien digitaalisten markkinointityökalujen opetuksen tasosta ja sen kattavuudesta. Tutkimuksessa haluttiin saada selville, onko markkinoinnin tiimiyritysopinnoissa opiskelijoiden mukaan kehittämisen tarvetta laajemmalle digitaalisten markkinoinnin työkalujen käytännönläheiselle opetukselle.

Tutkimus perustui omiin tiimiyrittäjäopinnoissa tehtyihin havaintoihin ja kokemuksiin digitaalisten- ja audiovisuaalisten työkalujen opetuksen tarpeista markkinoinnin tutkimuksessa. Markkinoinnin liiketoiminta-alan kehityssuunnan asettamien tarpeiden perusteella näin tarpeelliseksi kehittää omia, sekä tiimin valmiuksia toteuttaa videotuotantoprojekteja varten. Myöhemmin päädyin opettamaan ja jakamaan omaa ammattitaitoani videotuotannosta myös muille osuuskunnille ja tiimiyrittäjille.

Opinnäytetyön aiheeseen sopiva teoreettinen kirjallisuus oli odotetusti vähäistä ja tiimiyrittäjyyttä ja sen opiskelua olisi hyvä tutkia enemmän sen kehittämiseksi. Ajankohtaisia tutkimuksia markkinoinnin toimialan muutoksista vaadittaisiin parempien tuloksien saamiseksi myös paljon enemmän.

Tutkimuksessa käytetty tutkimustapa tuotti tuloksia suunnitelman mukaisesti. Valittu tutkimustapa oli luotettava mittaamaan haluttuja kokemuspohjaisia tuloksia. Näen tutkimustavan olevan toistettavissa uudelle kohderyhmälle, jos kohderyhmä täyttää samat kriteerit mitä tutkimukseen osallistuneella kohderyhmällä oli.

Tutkimuksessa käytetyn avoimen kyselyn tulokset tuottivat erinomaisesti vastauksia tutkimuksessa asetettuihin kysymyksiin ja ne olivat laadukkaita tutkimuksen suunnitelman mukaisesti vastaamaan tutkimuskysymyksiin.

Opinnäytetyössä tehdyn kyselyn vastauksien laajuus ylitti odotukseni. Ainoa muutos, minkä näin jälkikäteen olisin parempien aikaresurssien puitteissa nähnyt parannettavaksi, olisi ollut järjestää erillinen kysely nuorimmalle osuuskunnalle ennen heidän kokemustaan AV-klubista. Tällaisen kyselyn tulosten avulla olisi tutkimukseen saanut kattavamman vertailun työkalujen opetuksesta tiimiyrittäjäympäristössä ennen ja jälkeen AV-klubia. Tai jokaiselle aktiiviselle

osuuskunnalle omat kyselynsä, milloin tuloksia olisi saanut eri vaiheissa tutkintoa olevilta markkinoinnin tiimiyrittäjiltä ja näiden tuloksia olisi voinut verrata keskenään.

Tavoite opinnäytetyössä oli tuottaa tutkimus, mitä pystyttäisiin hyödyntämään pohjana uuden vertaisopetusmenetelmän tuotteistamiseen ja vakiinnuttamiseen LAB-ammattikorkeakoulussa opiskeltavaan markkinoinnin tradenomitutkintoon. Opinnäytetyön pohjalta, näkisin tärkeänä toteuttaa vertaisopetusmuodolle jatkoselvitystä Saimaan tiimiyrittäjäakatemia Ry:n ja LAB-ammattikorkeakoulun tahojen välillä, miten opetusmuoto saataisiin vakiinnutettua ja sen resursseja tulevaisuudessa pystyttäisiin parantamaan. Myös mahdollinen selvitys ja testaaminen tiimioppimisympäristöissä AV-klubi vertaisopetusmuodon laajentamista markkinoinnin audiovisuaalisten työkalujen opetuksen ulkopuolelle, muihin markkinoinnin toimialalla tarvittavien digitaalisten työkalujen opettamiseen.

Opinnäytetyössä saatiin selville, että tiimiyrittäjät ovat tutkimuskysymyksiksi asetettujen kysymysten mukaisesti huomanneet omissa asiakastöissään lisääntyneen audiovisuaalisten tuotosten tuottamisen tarpeen, sekä tahtoisivat sen opiskeluun lisää mahdollisuuksia ja resursseja. Tämän hetkiseen opetuksen tilanteeseen LAB-ammattikorkeakoulun markkinoinnin tiimiyrittäjät näkevät hyödylliseksi järjestää AV-klubin tapaisia vertaisopetustapahtumia, sekä kokevat niistä olevan merkittävää hyötyä. Ilman tarjottua vaihtoehtoa tiimiyrittäjät näkevän tutkintoon sisällytetyn opetuksen olevan puutteellista ja ilman sitä kyselyyn osallistuneet tiimiyrittäjät kokevat tutkinnon tarjoamien valmiuksien audiovisuaalisiin tuotoksiin jäävän vajaaksi.

Tutkimuksen tulokset muodostuivat sellaisten tiimiyrittäjien vastausten perusteella, jotka näkevät tarpeelliseksi omaa tutkintoa ja ammattiosaamistaan kohtaan osata erilaisia audiovisuaalisia taitoja ja työkalujen käyttöä. Tutkimuksen yleistettävyyden kaikkia LAB-ammattikorkeakoulussa opiskelevia markkinoinnin tiimiyrittäjiä kohtaan voidaan kyseenalaistaa, mutta myös tutkimuksessa tutkittu vertaisopetustapahtuma olisi mahdollisesti sovellettavissa laajemmin, myös muiden markkinoinnin työkalujen opetukseen.

Tutkinnon kehittäminen ja markkinoiminen opintoihin hakeville houkuttelisi varmasti yhä motivoituneempia opiskelijoita hakemaan markkinoinnin tiimiyrittäjämuotoiseen tutkintoon.

Jatkotutkimuksen tarve laajemmalle vertaisopetusmuodon tuotteistamiselle olisi tutkia muiden tiimiyrittäjäakatemioiden tarvetta saman kaltaiselle ratkaisulle, sekä mahdollista testijaksoa myös muissa tiimiakatemoissa.

6 Lähteet

Adobe Creative Cloud. 2021. Creative Cloud -sovellusten jäsenyydet ja hinnoittelu sekä muita tietoja. Viitattu 25.11.2021. Saatavissa <https://www.adobe.com/fi/creativecloud/plans.html?promoid=NV3KR7S1&mv=other>

LAB-ammattikorkeakoulu. 2021. LAB ammattikorkeakoulun tiimiyrittäjät, HOPS.

Kantojärvi, P. 2012. Fasilitointi luo uutta. Helsinki: Talentum.

Warren, J. 2021. Why Video is Hottest Growth Hack Right Now. Viitattu 12.11.2021. Saatavissa <https://later.com/blog/video-on-social-media>

Toivanen, H. 2013. Kaverijohtamisen visuaalinen innostuskirja. Jyväskylän ammattikorkeakoulu, Pellervo (2013).

Myrkä, T., Hätönen, H. 2008. Opas opetusmenetelmistä. Helsinki: Edita Prima Oy

LAB-ammattikorkeakoulu. Opinto-opas. 2021-2022. Viitattu 10.11.2021. Saatavissa <https://opinto-opas.lab.fi/fi/70192/fi/70193>

Juvonen, P. 2014. Learning Information Technology Business In A Changing Industry Landscape - The Case of Introducing Team Entrepreneurship in Renewing Bachelor Education in Information Technology in a University of Applied Sciences. Lappeenranta. Lappeenranta University of Technology

Haapaniemi, R., Raina, L. 2014. Pedagogisen viihtymisen käsikirja: Rakenna oppiva ryhmä. Jyväskylä: PS-Kustannus, Opetus 2000

Saimaan tiimiyrittäjäakatemia Ry, 2021. Viitattu 10.11.2021. saatavissa <https://www.saitemia.fi/>

Leinonen, N., Partanen, T., Palviainen, P. 2002. Tiimiakatemia: tositarina tekemällä oppivasta yhteisöstä. Jyväskylä: PS-kustannus

Liitteet

Liite 1. Kyselylomake

Saimaan tiimiyrittäjäakatemia digityökalujen opetusmenetelmien kehittäminen, opinnäytetyö

1. Oletko osallistunut perjantaisin järjestettävään AV-klubiin?

Kysely on osoitettu Saimaan tiimiyrittäjäakatemia opiskelijoille, jotka ovat osallistuneet *AV-klubi* vertaisopetustilaisuuksiin. Osallistumiskertojen lukumäärällä ei ole väliä.

Kyllä, olen osallistunut En ole osallistunut

Kysymyksen säännöt

Oletko osallistunut perjantaisin järjestettävään AV-klubiin?

Kyllä, olen osallistunut

Ei vaihtoehdon sääntöjä

En ole osallistunut

Sääntö: Lopeta kysely

Jos vaihtoehto on valittu Lopeta kysely ja ohjaa vastaaja kiitossivulle.

2. Näetkö tiimiyrittäjäkoulutuksen tarjoavan tarpeeksi laajat valmiudet markkinoinnin erilaisiin työkaluihin?

Kyselyssä *markkinoinnin työkaluilla* tarkoitetaan markkinoinnin työn ohessa ja sen toteuttamiseen käytettäviä erilaisia digitaalisia ohjelmistoja. Esimerkiksi; Video- ja kuvatuotannon eri ohjelmat, CRM-työkalut, ad-manager työkalut, analytiikkatyökalut, jne.

3. Markkinoinnin muuttuva ympäristö.

Miten koet markkinointiympäristön muutoksiin reagoinnin tiimiyrittäjäympäristössä ja koulutussuunnitelmassa? Miten näet markkinoinnin muuttuvien trendien huomioimisen koulutuksessa?

--

4. Videotuotanto markkinoinnissa ja sen opetus.

Videotuotannon kysyntä ja hyödyntäminen markkinoinnissa on lisääntynyt. Koetko markkinoinnin tutkinnon tällä hetkellä sisältävän tarpeeksi aiheen opetusta?

5. Kerro kokemuksistasi AV-klubista

Vertaa kokemuksiasi *Treenien* ja *AV-klubin* välillä, mitä hyvää tai huonoa vaihtoehtoissa näet?

Liite 2. Kyselyvastaukset

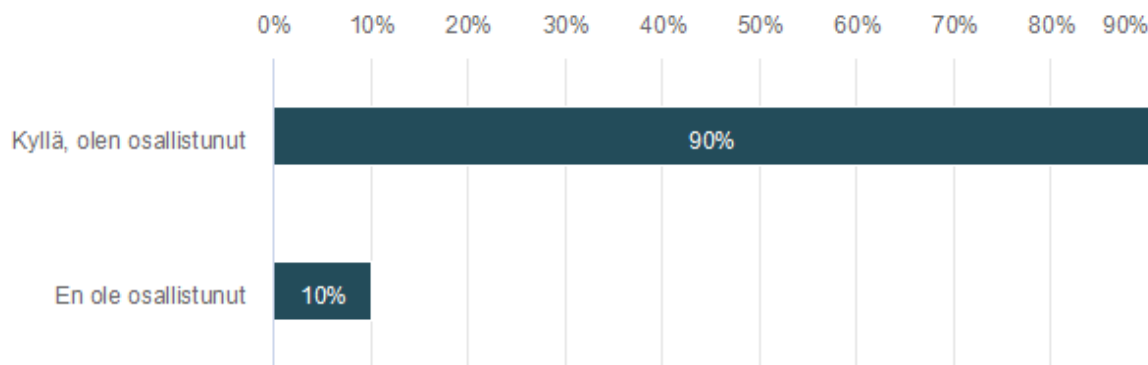
Saimaan tiimiyrittäjäakatemia digityökalujen opetusmenetelmien kehittäminen, opinnäytetyö

Vastaajien kokonaismäärä: 21

1. Oletko osallistunut perjantaisin järjestettävään AV-klubiin?

Kysely on osoitettu Saimaan tiimiyrittäjäakatemia opiskelijoille, jotka ovat osallistuneet AV-klubi vertaisopetustilaisuuksiin. Osallistumiskertojen lukumäärällä ei ole väliä.

Vastaajien määrä: 21



	n	Prosentti
Kyllä, olen osallistunut	19	90,5%
En ole osallistunut	2	9,5%

2. Näetkö tiimiyrittäjäkoulutuksen tarjoavan tarpeeksi laajat valmiudet markkinoinnin erilaisiin työkaluihin?

Kyselyssä markkinoinnin työkaluilla tarkoitetaan markkinoinnin työn ohessa ja sen toteuttamiseen käytettäviä erilaisia digitaalisia ohjelmistoja. Esimerkiksi; Video- ja kuvatuottannon eri ohjelmat, CRM-työkalut, ad-manager työkalut, analytiikkatyökalut, jne.

Vastaajien määrä: 19

Vastaukset
<p>Itsessään markkinoinnin opinnot eivät mielestäni syvennä osaamista erilaisten markkinoinnin työvälineiden käytössä, ellei itse hakeudu opettelemaan niiden käyttöä. AV-klubi on ollut erittäin hyvä apu erilaisten käytössä olevien välineistöjen käytön opettelussa.</p>
<p>Markkinoinnin opinnoissa erilaisten välineiden käytön opetteluun vaikuttaa myös, millaisia treenejä osuuskunnille pidetään. Eritasoiset treenien vetäjät tietävät joitain asioita paremmin ja joitain vähän huonommin opettamastaan aiheesta. Usein he keskittyvät asioihin, jotka ovat heille tuttuja, jotta opettaminen on helpompaa. Tällöin tietyt osa-alueet saattavat jäädä oppimatta kyseisestä aiheesta.</p>
<p>Markkinoinnin opinnoissa isoin kynnys aloitusvaiheessa on se, että ei ole itsevarmuutta osaako käyttää käytössä olevaa välineistöä. Ensimmäisten treenien tulisi mielestäni painottua käytännön harjoitteluun.</p>
<p>Sama homma niin digitaalisten ohjelmistojen, kuin käytössä olevan välineistön kanssa.</p>
<p>Kyllä, sillä edellytyksellä että niihin paneutuu esim. menemällä projektiin joissa näitä pitää opetella. Itsessään koulutus ei avklubin lisäksi tarjoa suoraa opetusta näihin, ellei treenejä ole aiheesta erikseen.</p>

Tiimiyrittäjä koulutuksessa voi oppia markkinoinnin työkalujen käyttöä hyvinkin mutta riippuen projekteista ja asiakkaista voi olla osuuksia työkaluista joita ei kunnolla päästä kokeilemaan.
Kyllä ainakin mahdollisuuden kaikkiin työkaluihin. Kuitenkin tiimiyrittäjyydessä on paljon itsestä kiinni, mitä haluaa oppia, joten opiskelijanvastuu on iso.
Koen, että video- ja kuvatuotantoon on panostettu, mutta CRM-, Ads- ja analytiikkatyökalut ovat jääneet liian vähälle huomiolle.
Tiimiyrittäjäkoulutus ei mielestäni tarjoa tarpeeksi laajoja työkaluja opiskelijoille, joita hyödyntää projekteissa. Lisenssit ovat rajallisia ja niiden käyttäminen tapahtuu lähinnä yhdeltä koneelta koululla. Tiimiyrittäjien päättäessä mitä haluavat opiskella, unohtuvat nämä olennaiset työkalut ja sovellukset kokonaan. Tarjolla pitäisi olla aina, vaikka vapaaehtoisessa tai pakollisessa muodossa järjestettävissä kurssissa.
Koulutus ei mielestäni tarjoa tarpeeksi laajaa perehdytystä käyttämään markkinoinnin työkaluja.
Kyllä varmaankin. Paljon opettelusta jää toki omalle ajalle ja vastuulle. Hienoa, että valmiudet ja mahdollisuus kokeilla ovat olemassa.
Kyllä varmaan joo
Kyllä. Saa monipuolisesti koulutuksia eri ohjelmista esim Adope sekä eri laitteista saa myös hyvät pohjat.
Koulun tarjoamat työkalut eivät ole tarpeelliset mutta tiimiyrittäjäkoulutuksen sidosryhmien mahdollistamat mahdollisuudet auttavat työkalujen valmiuksissa.
Lähtökohtaisesti kyllä, mutta AV-klubin kaltaisia konsepteja voisi olla enemmän. Koska tiimit opettavat toinen toisiaan on kaikkien osaaminen suht ohutta.
Työkalu osaaminen on paljon omasta aktiivisuudesta kiinni. Koulutus ei itsessään tarjoa tarpeeksi hyviä valmiuksia työkaluosaamiseen, mutta tarjoaa puitteet siihen. Esimerkiksi ilman av-klubia työvälinaosaaminen olisi matalempi
Koen että työkaluihin liittyviä asioita tulisi opettaa enemmän.
Alkeet ehkä ennemminkin. Loput on sitten itsestä kiinni, riippuen mitä projekteja ottaa ja opetteelko niitä itse. Av-klubi ollut isona etuna tässä.
En. Paljon pitää opetella itse, koska kunnollisia opetuskursseja ei ole. Av clubi oli ainoa josta sai hyödyllistä oppia. Tämän jälkeen kaikki piti opetella itse tai seuraamalla kavereiden tekemistä. Tarvitaan myös jatkumoa kyseisten ohjelmien opetteluun, koska muuten opit unohtuvat nopeasti ja tällaista meille ei ole kunnolla tarjottu.
Työkalut muuttuvat ja kehittyvät koko ajan, joten mielestäni on tärkeämpi ymmärtää termistöä, konsepteja ja toimintaperiaatteita kuin esimerkiksi yksittäisiä ohjelmistoja. Koulutus antaa hyvän perusymmärryksen erilaisista työkaluista, mistä on helppo lähteä rakentamaan.
Nykyhetkellä en näe. Valmiudet on, mutta ohjelmistoja ei olla käytetty tarpeeksi.
Näen, että jokaisella on erittäin hyvät työkalut kehittyä työvälina osaamisessa tiimiyrittäjäkoulutuksessa.

3. Markkinoinnin muuttuva ympäristö.

Miten koet markkinointiympäristön muutoksiin reagoinnin tiimiyrittäjäympäristössä ja koulutussuunnitelmassa? Miten näet markkinoinnin muuttuvien trendien huomioimisen koulutuksessa?

Vastaaajien määrä: 19

Vastaukset
Itse tiimiyrittäjäympäristössä ja koulutussuunnitelmassa muutokset tulevat reilusti jäljessä. Tässä kohtaa iso vastuu on tiimeillä, jotka saavat itse suunnitella treenejä ja ottaa ajankohtaisia aiheita käsittelyyn.
Koen, että muutoksiin toimintaympäristössä voidaan reagoida hyvin pikaisesti, sillä suoranaista opetusohjelmaa ei ole ja vanhat pölyiset kirjat on suositeltavaakin kyseenalaistaa aika ajoin.
Koen, että koulutuksessa melko hyvin pystytään reagoimaan muutoksiin markkinoinnin alalla. Toisaalta reagointi voi olla hiukan hidasta joissain tapauksissa.
Koska suurin osa tiimiyrittäjyydessä on itse markkinointiprojektien tekeminen, muuttuu oppimismuoto hyvinkin ketterästi markkinointiympäristön muutosten mukaan.
En näe markkinoinnin kehityksen muuttavan tiimiyrittäjäympäristöä tai koulutussuunnitelmaa riittävästi. Tiimiyrittäjyys laahaa perässä markkinoinnin treendeissä lähes kaikilla osa-alueilla.
Tiimiyrittäjäympäristön pitäisi jatkuvasti reagoida ja kehittyä uusien sosiaalisten media-alustojen myötä. Vanhanaikaiset opettajat ovat tiellä, kun lähdetään kehittämään koulutussuunnitelmaa ja haluavat toimia siinä mikä on "toiminut" viimeiset kymmenen vuotta. Lähtökohtana tämä on väärä ja valmentajien pitäisi ottaa vakavasti huomioon oppilaiden tarpeet kehittyä markkinoinnissa. Kehitystä alan suhteen ei tule jos vanhat rattaat estävät uudistumisen.
Trendeihin reagoidaan hitaasti.
Kyllähän uusista trendeistä on puhuttu ja tullaan puhumaan tiimiyrittäjäympäristössä. Ehkä uusimmat jutut tulevat hieman hitaammin yhteisön tietoisuuteen eli aivan aallonharjalla ei kuitenkaan olla.
En koe, kai ne on ajantasalla
Tiimiyrittäjyys on paljon joustavampi oppimismuota ja pysyy paremmin ajan hermolla, kuin normaali luentomalli.
Koulutussuunnitelma on jäljessä verrattuna markkinointiympäristöön. Tiimiyrittäjäympäristö on suhteellisen hyvin mukana muutoksissa.
Trendeistä ei juuri puhuta ja lähinnä omaa tietämystä on tullut vapaa-ajalla tai joistain harvoista kirjoista. Markkinointia ei mielestäni opita nykypäivänä enää kirjoista, vaan videomuotoiset materiaalit ja erilaiset artikkelit tarjoavat ajankohtaisempaa tietoa.
Isossa nousussa on digitaalinen digitaalinen ympäristö. Verkkosivut, hakukoneoptimointi. Koulutuksessa huomioidaan liikaa vanhoja trenejä. Ja koulutus ei sisällä oikeastaan yhtään digitaalista markkinointia.
Koen että trendien huomioiminen on hyvällä tasolla ja niitä käydään läpi varsinkin opiskelijoiden toimesta, valmentajille trendit ovat vielä vieraita.
Mielestäni muutokset on otettu ihan hyvin huomioon ja opetuksessa ollaan ajantasalla. Toki kirjalistat eivät hetkeen ole ollut, mutta se on ilmeisesti työn alla.
Valmentajat reagoivat hitaammin kuin tiimit. Tämän takia tiimit ovat tietyissä asioissa valmentajia edellä. Muuttuvia trenejä ei mielestäni huomioida koulutuksessa. Kirjalista ainakaan ei ole ajantasalla ja treeneissä ei paljoa uusista tavoista mielestäni puhuta.

Jokainen voi mielestäni tutustua markkinointiin ja sen trendeihin parhaakseen näkemällä tavalla, koska teoriapuolen koostavat kirjat voi valita itse.
Näen, että valmiudet reagoida muutoksiin on hyvät. Vastuuta pitäisi siirtää myös valmentajille. Opiskelijoiden on hankala tietää työelämässä vaadittavia taitoja. Esimerkiksi kirjallistan pitäminen ajantasalla olisi erittäin tärkeää, mm. jatkuvasti muuttuvan digimarkkinoinnin takia. Tätä ei ole kuitenkaan tehty.
Tiimiyrittäjät joutuvat väkisin sopeutumaan markkinointiympäristön muutoksiin sillä teemme asiakasprojekteja oikeille yrityksille joiden markkinointiympäristö muuttuu samalla. Trendit mielestäni kuuluvat samaan kategoriaan ympäristön kanssa.

4. Videotuotanto markkinoinnissa ja sen opetus.

Videotuotannon kysyntä ja hyödyntäminen markkinoinnissa on lisääntynyt. Koetko markkinoinnin tutkimon tällä hetkellä sisältävän tarpeeksi aiheen opetusta?

Vastaajien määrä: 19

Vastaukset
En koe. Ilman AV-klubia en välttämättä olisi uskaltanut ottaa videotuotantoa sisältävää projektia. Nykyisten ohjeistusten mukaan pitää olla jokin tarkoitus miksi tekee/ harjoittelee jotain aihetta.
Esim. Minulla tulisi olla projekti, joka on videotuotantoa, jotta saan ottaa aiheen harjoittelemisesta tunteja.
Jos minulla ei ole projektia tai työstössä olevaa työtä, kuten TiKo-video, kaikki opettelu on omalla ajalla tehtävää eikä edistä opintoja.
En
Projekti kysyntää aiheesta kyllä löytyy mutta suurimmassa osassa projekteissa ei päästä kokeilemaan videoeditoinnin edistyneempiä ominaisuuksia. Opintomuoto kyllä kaipaisi myös erillistä perehdytystä näihin.
Kyllä.
Koen, että opetusta on, muttei riittävästi. Myöskään muutama kamera ja editointitietokone eivät takaa sitä, että kaikki pääsevät näihin työkaluihin tutustumaan.
Markkinoinnin tutkimuksesta voit päästä läpi ilman, että hetkeäkään kosket videokameraan tai saati sen sovelluksiin. Videomateriaalien tuotanto on tärkeässä roolissa markkinoinnissa ja jokaisen pitäisi tehdä jotain aiheeseen liittyvää pakollisessa muodossa tai antaa mahdollisuus edes perusteisiin.
Videotuotannosta saa opetusta kysymällä muutoin aiheesta ei ole juurikaan tarpeeksi opetusta.
Kyllä videotuotantoja pääsee harjoittelemaan etenkin, jos osallistuu aktiivisesti AV-klubiin. Myös ihan opetusta on pidetty, mutta ehkä sitä voisi olla hieman enemmänkin.
En koe
Aihetta voisi olla enemmän, mutta projektien kautta tulee paljon oppia
En koe.
Mielestäni tutkinto ei sisällä tarpeeksi aiheen opastusta.

Tutkinto ei sisällä tarpeeksi aiheen opetusta. Koska itse koulutuksessa sitä ei oikeastaan ole.
Toivoisin että asiasta olisi lisää treenejä.
Samoin, kuten aiemmin, riippuu paljon itsestä, niistä projekteista mitä ottaa jaa saa, ja omasta itseneäisestä opettelusta. Myös av-klubi isona hyötynä tässäkin.
En. Opetusta aiheesta on huomattavasti liian vähän. Av clubi yrittää parantaa asemaa ja koska lisää laitteistoa on saatu markkinoinnin tiloille, on opetuksen laatu parantunut. Silti olisi paljon kehitettävää videotuotannon koulutuksessa markkinoinnin opiskelijoille. Koulun puolesta emme koulutusta aiheesta saa vaan toiset opiskelijat opettavat toisiaan. Pientä lisätukea koulun puolesta olisi mukava saada kyseiseen koulutukseen.
Videotuotannosta voisi olla hyödyllisintä perehtyä siihen, minkälainen on hyvä mainosvideo (Esim. ihan shottitasolla: lähikuva alussa voi olla toimivampi kuin perus droneaus yms. Näistä löytyy varmaan jotain dataa). Ihmiset kuitenkin joutuvat suunnittelemaan kampanjoita, vaikka he eivät itse kamera kädessä heilukaan. Jotain tarinankerronnan perusteita? Ne, joita videotuotannon tekninen puoli kiinnostaa opettelevat sen kyllä jotain kautta.
Av-klubi oli todella jees. Muuten ei ollut tarpeeksi opetustusta aiheista.
Koen, jokainen yksilö voi hankkia itsenäisesti osaamista ja siirtää sen myös tiimilleen. Tiimit voivat myös hankkia opetusta videotuotannosta ulkopuolelta.

5. Kerro kokemuksistasi AV-klubista

Vertaa kokemuksiasi Treenien ja AV-klubin välillä, mitä hyvää tai huonoa vaihtoehtoissa näet?

Vastaajien määrä: 19

Vastaukset
<p>Treeneissä usein syvennytään teoriaan ja sen lisäksi saattaa olla pieni tehtävä. AV-klubissa tämä on toisin päin eli vähän teoriaa ja paljon itse harjoittelua.</p> <p>Minulle luontevinta on opetella itse tekemällä ja siihen AV-klubi on ollut täydellinen.</p> <p>Treenit on mahdollista pidentää (ns. kahdet treenit peräkkäin =8h), mutta tätä en ole koskaan kuullut käytettävän. Silloin treenit voisivat olla AV-klubin tapaisia. Treenien pituuden takia luulen, että kovin moni ei lähde opettamaan esimerkiksi video-kuvaamista. Teoriaosan jälkeen parasta olisi päästä kokeilemaan välineistöä käytännössä, mutta välineistöä, kuten aikaakin on rajallinen määrä.</p> <p>AV-klubin aihe saattaa välillä mennä sivuraiteille, jos ryhmät keskittyvät väärin asioihin, koska usein tuotos on video ja siihen liittyy muitakin asioita kuin aihe.</p> <p>Esim. Aiheena on ääni ja se tulee liittää videoon. Video pitää suunnitella, kuvata ja editoida. Vasta tämän jälkeen voidaan keskittyä äänen liittämiseen. Mielestäni tämä ei haittaa ollenkaan vaan opettaa jokaisella osa-alueella. Päivän tarkoitusta kuitenkin pitää pystyä painottamaan, jotta aiheen opetteluun käytetään eniten aikaa.</p>

<p>Treeneissä käydään pikaisemmin läpi asioita ja käytännön harjoitteet ovat usein turhan pintaraapaisua, jos niitä on. Av-klubissa ainoana miinuksena näen sen, että se vie pitkälti koko päivän, mutta oppiminen on huomattavasti syvempää, kuin treeneissä</p>
<p>Olen kokenut kaikki Av-klubi käyntini erittäin opettavaisiksi. Koska Av-klubi kestää pidempään kuin normi treenit, niissä Pystyy pureutumaan asiaan paljon paremmin. Treenit sopivat paremmin teoripohjaiselle opille ja Av-klubi enemmän käytännön työkalu opille.</p>
<p>AV-klubeissa pääsee itse tekemään enemmän konkreettisia asioita ja ympäristö on myös rennomp. Täydellinen yhdistelmä oppimista ja hauskanpitoa.</p>
<p>Treeneissä ollaan jumahdettu samaan kaavaan. AV-klubissa kaavat rikotaan lähes taukoamatta, mutta niistä voisi tehdä tietyllä tapaa järjestelmällisiä, jotta jokainen osallistuja saisi mahdollisimman paljon irti.</p>
<p>Treenit ajatuspohjalta hyvä idea, mutta siellä voidaan käydä oikeastaan laidasta laitaan asioita ilman, että varsinaisesti keskitytään johonkin aiheeseen todella syvällisesti tai mahdollisesti liian pitkien aikavälien puitteissa, jossa jo opittu on voinut unohtua. AV-klubi ideana keskittyy juuri tähän haluttuun aihe-alueeseen ja voi toimia jatkumona oppimisen kannalta viikottain. AV-klubi hyödyllisyys on siinä, että se voi ottaa pois näitä käytäviä asioita treeneistä ja keskittää oppimisen sinne. Jättäen tilaa muille asioille käytäväksi treeneissä. Valmentajilla ei välttämättä ole taitoa tai resursseja opettaa kaikkia treeneihin osallistuvia toivotulla tasolla ja AV-klubi voi suunnitella pohjan, mikä edes auttaa kaikkia opetukseen osallistuvia.</p>
<p>Treeneissä oppii lähinnä teoriaa yleisesti, mutta tietoja ei osaa käyttää oikeissa tehtävissä. AV-klubissa opiskeltiin käytännönläheisesti ja oppia sai tekemällä.</p>
<p>AV-klubissa on hyvänä puolena se, että se on koko päivän mittainen, jolloin aikaa on reilummin ja jotenkin itse tilaisuus tuntuu myös rennommalta. Neljä tuntia kestävät treenit ovat myöskin hyvä opetusmuoto, mutta siellä mennään yleensä tiukemmalla tahdilla ja enemmän ohjatusti. AV-klubissa pääsee toteuttamaan itseään ja kokeilemaan asioita paremmin.</p>
<p>Av-klubin vetäjillä oli huomattavasti enemmän kokemusta kuin treeneissä vetäjillämme, opetus ja tekeminen av klubissa on ollut paljon hyödyllisempää oppimisen näkökulmasta. Sinne osallistuneet ovat muutenkin lähtökohtaisesti oppimassa eikä keräämässä tunteja, huom lähtökohtaisesti. Av-klubia järjestäessä useamman kerran tottakai oppii enemmän kuin 4h treenien aikana.</p>
<p>Av-klubissa on noussut enemmän hyötyjä esim videotuotannossa, koska niitä oppeja on voinut suoraa viedä käytäntöön projekteissa. Treeneistä ei ole samalla tavalla saanut irti projekteihin.</p>
<p>AV-klubissa pääsee enemmän tekemään sekä harjoittelemaan verrattuna treeneihin. AV-klubi myös mahdollistaa jatkuvan opettelun AV-tuotannon saralla, jonka koen tärkeäksi opetuksen kannalta</p>
<p>AV-klubissa toiminta oli innostavaa ja siihen pääsi vaikuttamaan. Jokainen lähtökohtaisesti tuli mukaan, koska halusi oppia nimenomaan kyseisellä kerralla läpikäytäviä asioita. AV-klubissa oli myös kiva tehdä hommia sekalaisilla tiimeillä.</p>
<p>Av-klubissa tartutaan heti toimintaan ja käytäntöön. Ympäristö on rennomp mutta kuitenkin tosissaan tekemistä. Koen oppineeni av-klubista enemmän kuin treeneistä</p>
<p>Treenit jäävät helposti pintapuoleiseksi teoriaksi, av-klubissa päästään suoraan itse asiaan!</p>

Av clubi on usein paljon tuottavampi kuin perinteinen treeni. Varsinkin kun laitteistoa saadaan lisää, paranee av clubin laatu ja hyöty huomattavasti. Perus treeneistä ei saa tarpeeksi oppia liittyen videotuotantoon ja tämän takia videotuotantoprojekteissa on ollut huomattavia ongelmia.

AV-klubi on usein toiminnallisempi kuin perus treenit. Tämä voi olla joidenkin mielestä hyvä asia.

Av-klubissa oli asiantuntevaa opetusta ja päästiin itse tekemään. Treeneissä usein kumpikaan ei toteudu. Ehkä av-klubissa tulisi olla pienempiä ryhmiä (ja paremmat resurssit esim. muokkaamista varten), jotta kaikki pääsee omin käsin hommiin.

Treeneissä yleensä teoria on pääosassa, kun taas av klubissa on enemmän käytäntöä.

AV-klubi on paljon rennompi, käytännönläheisempi ja opettavaisempi. Treenit toimivat paremmin markkinointiajattelun ja perusasioiden opettelemiseen.