

Please note! This is a self-archived version of the original article.

Huom! Tämä on rinnakkaistalenne.

To cite this Article / Käytä viittauksessa alkuperäistä lähdettä:

Kivelä, M. (2022) Tamperelaisen keksinnön markkinointia some-opintojaksolla. TAMK-blogi. 13.4.2022.

URL: <https://blogs.tuni.fi/tamkblogi/opiskelu/tamperelaisen-keksinnon-markkinointia-some-opintojaksolla/>

Tamperelaisen keksinnön markkinointia some-opintojaksolla

13.4.2022



Kooste somemarkkinointi-opintojakson opiskelijoiden kurssityönä tekemistä päivityksistä. Päivitykset on julkaistu Facebookissa ja Instagramissa 2/2022–4/2022.

Yritysyhteistyö opintojaksoilla on tärkeää opiskelijoille ja yritykselle, koska se sitoo yhteen teoriaa ja käytännön toteutusta. Olen opetuksessani halunnut panostaa erityisesti oikeanlaisten toimeksiantajien etsimiseen. Hyvä toimeksiantoyhteistyö avaa opiskelijoille usein piilossa pidettävää tietoa esimerkiksi kampanjoiden onnistumisesta tai yrityksen myynneistä.

Tämä oli mielessäni, kun etsin toimeksiantajaa alkavalle somemarkkinointi-opintojaksolle. Mikä tahansa yritys ei ole automaattisesti hyvä match opintojakson toimeksiantajaksi. Pyrin löytämään yhteistyöhön yrityksiä, joilla on halua jakaa tietoa projektin onnistumisesta ja ymmärrystä osaamistavoitteiden sekä opintojakson laajuuden sovittamisesta suhteessa toimeksiantoon. On myös tärkeää, että opiskelijoiden tekemä työ voi aidosti auttaa pienyrittäjiä heidän markkinoinnissaan.

TAMKin liiketalouden kolmannen vuoden markkinoinnin ja myynnin opiskelijat suunnittelivat ja toteuttivat tamperelaiselle liukuestettä myyvälle yritykselle somepäivityksiä somemarkkinointi-opintojaksolla keväällä 2022. [Proclaw-liukuestettä](#) oli aiemmin myyty hyvin perinteisesti esimerkiksi markkinoilla ja messuilla. Opintojakson osaamistavoitteista muotoiltiin toimeksiannoksi. Opintojakson tavoitteena oli, että opiskelija osaa käyttää erilaisia somekanavia markkinointi- ja

myyntitarkoituksissa sekä osaa suunnitella ja toteuttaa tavoitteellista sisällöntuotantoa sosiaalisen median kanaviin. Opiskelijoiden tehtävänä oli suunnitella ja toteuttaa yksi kuvia ja tekstiä sisältävä päivitys, yksi maksimissaan 15 sekunnin somevideo sekä yksi mainos. Sisällöt julkaistiin yrityksen somekanavissa opiskelijoiden suostumuksella.

Yrittäjälle apua markkinointiin

Yrittäjä **Ismo Koskinen** oli opintojakson alussa mukana yhdellä webinaarikerralla esittelemässä liukuestettä ja kertomassa sen toiminnoista sekä ajatuksistaan markkinoinnista. Opiskelijat saivat hakea kokeiluun ja kuvauslajaan liukuesteet. Käytössä oli lisäksi ProClawn oma mediapankki kuvia ja logoja varten. Valmiit sisällöt esiteltiin verkkotapaamisessa ja toimeksiantaja antoi niistä omat kommenttinsa oman opettajan palautteen ja numeroarvioinnin lisäksi. Opintojakson lopussa ja kaikkien päivityksien julkaisemisen jälkeen yrittäjä palkitsee yrityksensä kannalta onnistuneimman päivityksen tehneen tiimin.

Opiskelijoiden tekemiä päivityksiä voi ihailia Proclaw-liukuesteen somekanavissa [Facebookissa](#) ja [Instagramissa](#) helmikuun ja huhtikuun välillä tehdyissä julkaisuissa. Sain osana yhteistyötä oikeudet tarkastella ja näyttää opiskelijoille päivityksien kävijätietoja somekanavista opintojakson aikana. Aidot esimerkit pääsivät käyttöön luentodioilla havainnollistamisen elementteinä ja loivat sillan tekemisen ja tuloksien välille.

Millaisia ajatuksia ja kokemuksia sinulla on opintojaksojen toimeksiannoista? Jatketaan keskustelua yhdessä [LinkedInissä](#).

Teksti: Miina Kivelä, digimarkkinoinnin lehtori, Liiketalous ja media, TAMK