

Mirkka Linna, Jenna Luokkanen & Saara Paakki

**OULUN AMMATTIKORKEAKOULUN KÄTILÖKOULUTUKSEN MARKKINOINNIN  
KEHITTÄMINEN**

Opinnäytetyö

# **OULUN AMMATTIKORKEAKOULUN KÄTILÖKOULUTUKSEN MARKKINOINNIN KEHITTÄMINEN**

Opinnäytetyö

Jenna Luokkanen, Mirikka Linna &  
Saara Paakki  
Opinnäytetyö  
Syksy 2024  
Hoitotyön tutkinto-ohjelma, kätilötyön  
suuntautumisvaihtoehto  
Oulun ammattikorkeakoulu

## TIIVISTELMÄ

Oulun ammattikorkeakoulu  
Hoitotyön tutkinto-ohjelma, kättilötyön suuntautumisvaihtoehto

---

Tekijät: Jenna Luokkanen, Mirkka Linna ja Saara Paakki  
Opinnäytetyön nimi: Oulun ammattikorkeakoulun kättilökoulutuksen markkinoinnin kehittäminen  
Työn ohjaajat: Marja Kinisjärvi, Minna Manninen ja Satu Rainto  
Työn valmistumislukukausi ja -vuosi: Syksy 2024 Sivumäärä: 33 + 4 liitettä

---

Suomessa väestö ikääntyy ja hoitoalan veto- ja pitovoimaa olisi kasvatettava (Lehto-Niskala & Junno 2024). Lisäksi kättilökoulutuksen hakijamäärät ovat laskeneet viime vuosina (Opetushallitus 2025). Oulun ammattikorkeakoululla on ollut tarve parantaa kättilökoulutuksen näkyvyyttä ja houkuttelevuutta vastauksena hoitajapulaan. Tämä projekti keskittyi Oulun ammattikorkeakoulun kättilökoulutuksen verkkosivujen ja virallisen Instagram-tilin sisällön ja markkinoinnin kehittämiseen. Projekti tehtiin yhteistyössä Oulun ammattikorkeakoulun kanssa.

Projektin tarkoituksena oli lisätä Oulun ammattikorkeakoulun kättilökoulutuksen verkkosivujen sisältöä sekä luoda virallisen Instagram-tilin markkinointisuunnitelma. Projektin tavoitteena oli markkinoinnin kehittämisen myötä saada verkkosivuista ja Instagram-tilistä sisällöllisesti monipuolisemmat sekä houkuttelevammat ja mielenkiintoisemmat.

Apuna käytettiin asiantuntijaryhmää, joka koostui kahdesta toisen asteen opiskelijasta, kahdesta kättilöopiskelijasta ja markkinoinnin asiantuntijasta. Asiantuntijaryhmä toimi projektin laadunvalvojana ja antoi palautetta, toiveita ja kehittämisideoita. Asiantuntijaryhmältä kerättiin palautetta haastattelulomakkeella, joka koottiin yhteenvedoksi ja analysoitiin.

Projektissa haastateltiin kahta kättilöopiskelijaa sekä kansainvälisessä vaihdossa olevia opiskelijoita. Nämä haastattelut tullaan lisäämään Oulun ammattikorkeakoulun verkkosivuille ja niiden tarkoituksena on tarjota näkökulmia opiskelijoiden kokemuksesta ja koulutuksen monipuolisuudesta. Haastatteluista muodostettiin tarinoita, jotka tuovat esiin erilaisia opiskelupolkuja.

Lisäksi projektissa luotiin markkinointisuunnitelma Oulun ammattikorkeakoulun kättilöopiskelijoiden viralliselle Instagram-tilille. Markkinointisuunnitelma auttaa varmistamaan laadukkaan ja systemaattisen sisällöntuotannon. Suunnitelma perustuu Oulun ammattikorkeakoulun viestintäpalveluiden luomaan sosiaalisen median toimintamalliin ja tukee kättilökoulutuksen näkyvyyttä digitaalisessa ympäristössä. Verkkosivuille lisättyjen haastattelujen lisäksi projekti tuotti konkreettisia työkaluja, jotka mahdollistavat kättilökoulutuksen markkinoinnin jatkekehittämisen erityisesti digimarkkinoinnin osalta. Tulevaisuudessa markkinointia voisi tehostaa esimerkiksi videoiden ja podcastien kaltaisilla sisältömuodoilla.

---

Asiasanat: Markkinointi, kättilökoulutus, Instagram, verkkosivut

## ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences  
Degree Programme in Nursing, Option of midwifery

---

Authors: Jenna Luokkanen, Mirrka Linna ja Saara Paakki  
Title of thesis: Developing marketing of midwifery studies for Oulu University of Applied Sciences  
Supervisors: Marja Kinisjärvi, Minna Manninen ja Satu Rainto  
Term and year when the thesis was submitted: Autumn 2024  
Number of pages: e.g. 33 + 4 appendices

---

This project focused on developing the content and marketing of the Midwifery Education program's website and Instagram account at Oulu University of Applied Sciences. The goal was to improve the program's visibility and attractiveness. The project aimed to create more diverse and engaging content to reach a broader audience.

This project was carried out in collaboration with Oulu University of Applied Sciences and an expert group which provided feedback and development suggestions. Interviews with midwifery students and international exchange students were conducted. The interviews will be added to the website, offering insights into the students' experiences and the diversity of the program.

Additionally, a marketing plan was created to support content production for the Instagram account, based on the social media model developed by the university's communication services. In addition to the interviews, tangible tools were produced to enable the continued development of midwifery education marketing, particularly in digital marketing and the use of new digital platforms. In the future, marketing could be enhanced with different content formats such as videos and podcasts.

---

Keywords: Marketing, midwifery education, Instagram, website



# SISÄLLYS

	SISÄLLYS.....	6
1	JOHDANTO.....	7
2	KÄTILÖKOULUTUS NYT JA TULEVAISUUDESSA .....	8
	2.1 Kätilökoulutus tulevaisuudessa .....	9
3	KÄTILÖKOULUTUKSEN MARKKINOINTI .....	11
	3.1 Oulun ammattikorkeakoulun sosiaalisen median toimintamalli.....	11
	3.2 Digimarkkinointi markkinoinnin keinona.....	12
4	PROJEKTIN TARKOITUS JA TAVOITTEET .....	14
5	PROJEKTIN TOTEUTUS .....	15
	5.1 Projektiorganisaatio .....	15
	5.2 Asiantuntijaryhmän haastattelu .....	17
	5.3 Verkkosivut.....	18
	5.4 Instagram .....	21
	5.5 Hyödynsaajat.....	23
	5.6 Kustannukset.....	24
	5.7 Riskien ja muutosten hallinta.....	24
	5.8 Viestintä.....	25
6	TUOTOKSET .....	26
7	LUOTETTAVUUS JA EETTISYYS .....	27
8	POHDINTA.....	29
	8.1 Oman oppimisen pohdinta.....	29
	LÄHTEET.....	31
	LIITTEET .....	34

# 1 JOHDANTO

Tämä opinnäytetyö toteutettiin projektimuotoisena. Projekti tehtiin yhteistyössä Oulun ammattikorkeakoulun kanssa. Projektin avulla pyrittiin vastaamaan Oulun ammattikorkeakoulun tarpeeseen markkinoida kättilökoulutusta. Tarve koulutuksen markkinoinnille on iso, sillä yhteiskunnassamme on valtava pula hoitajista. Ammattikorkeakoulujen hakijamäärät ovat viime vuosina kasvaneet, johtuen erityisesti ulkomaalaisten hakijoiden määrästä. Sen sijaan suomalaisten hakijoiden kiinnostus sote-alan koulutuksiin on edelleen laskussa. (Arene 2022.) Samaan aikaan Suomessa väestö ikääntyy ja hoitoalan veto- ja pitovoimaa olisi kasvatettava. (Lehto-Niskala & Junno 2024.) Lisäksi Suomessa syntyvyys on tällä hetkellä historiallisen alhaisella tasolla (Tilastokeskus 2024). Suurimpina vaikutustekijöinä syntyvyyden laskuun on lisääntynyt tahaton- ja vapaaehtoinen lapsettomuus. Jos syntyvyys edelleen vain jatkaa laskuaan, miten kättilöiden käy? Kättilö on yhdessä tärkeimmässä roolissa edistämässä syntyvyyden kasvua, antamalla parasta mahdollista hoitoa. Lisäksi on hyvä muistaa, että kättilön ammatti on hyvin monipuolinen, ja näin ollen kättilöiden tarve ei koskaan katoa. Kättilönä voi työskennellä raskaana olevan, synnyttävän tai synnyttäneen naisen, sekä vastasyntyneen ja heidän perheidensä kanssa. Kättilönä voi tehdä työtä myös esimerkiksi seksuaalikasvattajana tai vaikkapa erilaisten naistentautien parissa. (Suomen Kättilöliitto 2024.)

**Projektin tarkoituksena** oli lisätä Oulun ammattikorkeakoulun kättilökoulutuksen verkkosivujen sisältöä sekä luoda virallisen Instagram-tilin markkinointisuunnitelma. **Projektin tavoitteena** oli markkinoinnin kehittämisen myötä saada verkkosivuista ja Instagram-tilistä sisällöllisesti monipuolisemmat sekä houkuttelevammat ja mielenkiintoisemmat.

Oulun ammattikorkean kättilökoulutusta oli tähän asti markkinoitu lähinnä koulutuksen omilla verkkosivuilla ja erilaisissa tapahtumissa, kuten Hakijan päivillä. (Hakijan päivä 2023.) Markkinointi on yleistynyt vuosi vuodelta sosiaalisessa mediassa. Viime vuosina eri korkeakoulut ovat alkaneet lisätä markkinointia erilaisilla sosiaalisen median alustoilla. (Varjola 2020.) Myös Oulun ammattikorkeakoulun kättilökoulutus on käyttänyt Instagram-tiliä, johon on vaihtelevasti julkaistu sisältöä kättilöopinnoista. Tiliä ylläpitävät eri vuosikurskien kättilöopiskelijat. Markkinoinnin kehittäminen Instagramissa on nähty tarpeelliseksi, joten tämän projektin tavoitteena oli laatia markkinointisuunnitelma tälle alustalle. Suunnitelman avulla pyritään saavuttamaan parhain mahdollinen kaupallinen hyöty Oulun ammattikorkeakoulun kättilökoulutukselle.

## 2 KÄTILÖKOULUTUS NYT JA TULEVAISUUDESSA

Kätilön ammatti sisältää paljon vastuuta, ja työskentely tapahtuu yhteistyössä perheen kanssa. Kätilö huolehtii perheiden tarvitsemasta hoidosta, ohjauksesta ja tuesta raskaudesta synnytykseen ja vielä lapsivuodeaikanakin. Kätilöllä on myös tärkeä osa naisten terveysneuvonnassa ja kasvatuksessa. Kätilönä voi työskennellä myös muilla naistentautien osa-alueilla. Suomessa valmistuttuaan kätilö saa myös sairaanhoitajan pätevyyden, joten kätilönä voi työllistyä myös moniin erilaisiin sairaanhoitajan työtehtäviin. (Kansainvälinen kätilöliitto 2023.)

Kätilöksi voi Suomessa opiskella kahdeksassa ammattikorkeakoulussa, joista yksi on Oulun ammattikorkeakoulu. Kätilön opinnot ovat laajuudeltaan 270 opintopistettä ja opinnot kestävät 4,5 vuotta. Kätilökoulutus perustuu Kansainvälisen Kätilöliiton (International Confederation of Midwives) määrittelemiin kompetensseihin kätilötyön koulutuksen ja harjoittamisen osalta. Kätilökoulutuksen suorittaneen henkilön tulee hankkia maakohtaisesti pätevyys, tullakseen rekisteröidyksi kätilöluetteloon kyseisessä maassa. Rekisteröityminen antaa myös laillisen luvan harjoittaa kätilötyötä sekä käyttää ammatistaan nimitystä ”kätilö”. Kätilön ammatti on siis hyvin monipuolinen, joten koulutuskin täytyy sen vuoksi olla näin laaja. (Suomen kätilöliitto 2023.)

Kätilökoulutus on tämänhetkisistä Suomen terveydenhuoltoalan ammattikorkeakouluopinnoista pisin, sekä monia muiden maiden kätilökoulutuksia selvästi pidempi. (Paananen ym.,2016, 25.) Jokaisen kätilöopiskelijan tulee koota harjoittelun työkirjaan EU-kriteerien mukaiset merkinnät kätilöopintojen aikana suorittamista ohjatuista harjoitteluista, kuten vähintään 100 terveen vastasyntyneen seuranta ja hoitoa, sekä vähintään 40 synnytyksen avautumisvaihetta. Kätilökoulutuksen suorittanut saa EU-direktiivien mukaisen pätevyyden, minkä vuoksi työllistymisen mahdollisuudet ovat koko EU:n alueella. (Suomen kätilöliitto 2024.)

### **EU-direktiivit; ammattipätevyysdirektiivit (2005/36/EY ja 2013/55/EU) - avattuna alla.**

- Direktiivi 2005/36/EY. Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi ammattipätevyyden tunnustamisesta.
- Direktiivi 2013/55/EU. Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi ammattipätevyyden tunnustamisesta annetun direktiivin 2005/36/EY ja hallinnollisesta yhteistyöstä sisämarkkinoiden tietojenvaihtojärjestelmässä annetun asetuksen (EU) N:o 1024/2012 (IMI-asetus) muuttamisesta. (Pienimaa, A-K, 2014.)

Näiden lisäksi Suomen kätilökoulutusta säätelee lainsäädäntö, kansalliset ohjeet ja suositukset, terveydenhuoltoalan ja kätilön työn, eettinen ohjeisto sekä kätilötyön tietoperusta.

Kätilökoulutuksessa perehdytään jo varhaisessa vaiheessa kätilön työtä ohjaavaan lainsäädäntöön, kansainvälisiin eettisiin ohjeisiin. Perustana kätilön ammattietiikalle ovat ihmisarvo, ihmiskäsitys ja asiakkaan oikeuksien huomioonottaminen. (Suomen kätilöliitto 2024.) Lait, jotka säätelevät kaikkia sosiaali- ja terveysaloja ovat esimerkiksi perustuslaki, terveydenhuoltolaki, sekä laki potilaan asemasta ja oikeuksista. Sosiaali- ja terveysalaa koskevan lainsäädännön on oltava hyvin laaja, jotta se takaa jokaisen potilaan ja ammattihenkilön turvan. (EU-terveydenhoito 2024.) Sosiaali- ja terveysministeriö (STM) on mukana suunnittelemassa, arvioimassa ja ohjaamassa sosiaali- ja terveydenhuollon lainsäädäntöä (Sosiaali- ja terveysministeriö 2024.) Valmistuttuaan sosiaali- ja terveysalalle ammattihenkilö voi hakea Valviralta lupaa tehdä työtä Suomessa ja ulkomailla. Valvira voi antaa oikeudet tehdä alaa vastaavaa työtä, mutta se voi myös evätä ne, jos rikkoo alaa koskevia säädöksiä ja ohjeistuksia. (Valvira 2024.)

## 2.1 Kätilökoulutus tulevaisuudessa

Kätilökoulutus on muutosten edessä tulevaisuudessa. Opetus- ja kulttuuriministeriö ja sosiaali- ja terveysministeriö käynnistivät yhdessä vuonna 2021 Sosiaali- ja terveysalan korkeakoulutuksen kehittäminen -hankkeen (Valtioneuvosto 2023). Hankkeen tarkoituksena on kehittää sosiaali- ja terveysalan ylempiä ja alempia korkeakoulututkintoja. Yhtenä kehittämiskohteena on kaksoistutkinnot, joista saa sairaanhoitajan tutkinnon sekä lisäksi esimerkiksi kätilön tutkinnon. (Kondelin 2023, 13–14). Hankkeen loppuraportissa esitetään seuraavanlaisia muutoksia: Jatkoksa kätilökoulutukseen voisi hakea ainoastaan sairaanhoitajatutkinnon suorittaneet, koulutuksen laajuus olisi 18 kuukautta ja 3000 tuntia. Suomessa ammattioikeuden saamisen edellytyksenä olisi viiden vuoden kesto koulutukselle (sairanhoitajatutkinto + kätilötutkinto) ja direktiivin mukaisen pätevyyden saavuttamiseksi vuoden työkokemus mukaan lukien. Muissa pohjoismaissa kätilökoulutukset ovat jo YAMK-koulutuksia. (Kondelin 2023, 15-16).

Tällä hetkellä Suomen syntyvyys on historiallisen matalaa. Tilastointi on aloitettu jo vuonna 1776. Vuonna 2023 Suomen kokonaishedelmällisyys luku oli vain 1,26, joka on ollut tilastoinnin matalin taso. Vuonna 2023 Suomeen syntyi 43 383 lasta. (Tilastokeskus 2024.) Suurimpina vaikutustekijöinä syntyvyyden laskuun on lisääntynyt lapsettomuus. Tahattoman lapsettomuuden takana voi olla paljon erilaisia syitä. Yleisimpiä riskitekijöitä Suomessa ovat synnyttäjien kohonnut keski-ikä, lisääntynyt ylipaino ja hedelmällisyyttä heikentävät elämäntavat. Suomessa vapaaehtoisesti lapsettomien määrä on vielä hyvin pieni, vain alle 5 %. Tätä esiintyy kuitenkin kasvavissa määrin, sillä vanhemmuutta pohditaan nykyisin paljon entistä tarkemmin. Myös syyt

vapaaehtoisen lapsettomuuden taustalla on moninaisia ja yksilöllisiä. Yleisimpiä syitä valita lapsettomuus on vapaan elämäntyylin säilyttäminen, maailman epävarma tilanne, fyysiset syyt tai ajatus siitä, ettei sovi vanhemmaksi. (Mannerheimin Lastensuojeluliitto 2022.) Syntyvyyden lasku vaikuttaa suoraan myös kättilöiden työllistymiseen ja opiskelijoiden harjoittelupaikkojen saantiin.

### 3 KÄTILÖKOULUTUKSEN MARKKINOINTI

**Markkinoinnilla** tarkoitetaan kaupallisen menettelyn muotoa, joissa pyritään edistämään yrityksen myyntiä tai tekemään sen brändiä tunnetummaksi. Tätä on esimerkiksi mainonta tai erilaiset myynninedistämiskeinot. (Kilpailu- ja kuluttajavirasto 2024.) Tutkijoiden mukaan yritysmaailman brändi- ja markkinointiviestinnän tavoista voisi olla hyötyä korkeakouluille. Kilpailu opiskelijoista on koventunut ja koulutus nähdään useammin palveluna ja tutkinto tuotteena, joiden hyötyjä tuodaan esiin. (Valpe 2020, s.11.)

Markkinointi on tärkeänä osana yritysten liiketoimintaa. Kätilökoulutusta markkinoidaan samoista syistä, kun mitä tahansa muutakin tuotetta tai brändiä. Suomessa on useita ammattikorkeakouluja, jotka kouluttavat sosiaali- ja terveydenhuoltoalalle. Markkinoinnilla pyritään erottumaan muista, herättämään mielenkiintoa ja kiinnostusta kyseistä koulua ja koulutusta kohtaan. Tällä tavoin pyritään saamaan uusia koulutukseen hakijoita ja sitä kautta lisää työntekijöitä alalle.

Oulun ammattikorkeakoulun kätilökoulutusta on tähän asti markkinoitu verkkosivuilla, Instagram-sovelluksessa, hakijan oppaassa sekä Hakijan päivillä. Oulun ammattikorkeakoulu järjestää Hakijan päivät vuosittain, jossa jokaiselta alalta opiskelijat tulevat esittelemään omaa koulutustaan tuleville hakijoille. Hakijanpäivät ovat suunnattu erityisesti lukiolaisille sekä ammattiopistossa opiskeleville, mutta tapahtuma on avoin kaikille Oulun ammattikorkeakoulussa opiskelusta kiinnostuneille. (Hakijan päivä 2023.) Oulun kaupunki, Oulun yliopisto ja Oulun ammattikorkeakoulu ovat lisäksi käynnistäneet ”Opiskelijakaupunki Oulu” -projektin, jonka avulla selvitetään, miten kaupungista saadaan opiskelijanäkökulmasta houkuttelevampi kaupunki. Projektissa tehtiin opiskelijoille suunnattu kysely sekä työpajat. Projektin tulokset on koottu yhteen toimenpidesuunnitelmaan, jota käydään läpi kaupungin, korkeakoulujen, oppilaitosten ja opiskelijajärjestöjen kanssa. (Eerola, Joonas 2023.)

#### 3.1 Oulun ammattikorkeakoulun sosiaalisen median toimintamalli

Projektin suunnitelma- ja toteutusvaiheessa tehtiin yhteistyötä Oulun ammattikorkeakoulun viestintäpalveluiden kanssa. Viestintäpalveluista kerrottiin sosiaalisen median viestinnällisistä tavoitteista ja toimintamallista. Oulun ammattikorkeakoulun sosiaalisen median toimintamalli ohjeistaa jokaista oppilaitoksen nimissä olevaa sosiaalisen median tiliä hahmottelemaan oma

kanavasuunnitelma. Sen tarkoituksena on olla konkreettinen työkalu sosiaalisessa mediassa toimimiseen. Toimintamalli antaa seuraavanlaisia tavoitteita tutkinto-ohjelmatileille: tilillä viestitään ajankohtaisista asioista, sosiaalisen median päivitykset tuottavat välitöntä lisäarvoa ja konkreettista hyötyä kohdeyleisölle, ”Oamkilaisuus” tulee näkyväksi ja täydentää organisaatiotason tuottamaa viestintää yksityiskohtaisemmalla sisällöllä. Kanavasuunnitelmassa olevat tavoitteet ohjaavat siis kaikkea koulutuksen sisällön ideointia ja tuotantoa. Nämä huomioidessa sisältöjen ideointi ja toteutus voi olla yksi sosiaalisen median mielenkiintoisimmista tehtävistä. Somevastaavana toimivana olisi hyvä olla utelias, avoin ja innokas oppimaan uutta, sillä sosiaalinen media on jatkuvasti muuttuva ja mukautuva media.

### **3.2 Digimarkkinointi markkinoinnin keinona**

Tänä päivänä iso osa markkinoinnista on jollakin tavalla digitaalista itsessään, tai se on integroituna digitaalisiin markkinointikeinoihin. Helpoin tapa ymmärtää digimarkkinointia on miettiä, mitä markkinoinnin keinoja ja työkaluja siihen liitetään. Tunnetuimpia ovat verkkosivut, hakukoneoptimointi, verkkomainonta, sähköposti- ja mobiilimarkkinointi, sisältömarkkinointi ja sosiaalinen media. Nykyään digitaalinen teknologia siis kuuluu markkinaympäristöön ja uusia nopeasti leviäviä digitaalisia palveluita syntyy nopeasti. (Karjaluoto 2020.)

Yrityksen verkkosivusto tai palvelu on lähtökohtaisesti koko digimarkkinoinnin tärkein keino, sillä luomalla yritykselle verkkosivusto, aloitetaan koko digitaalisen läsnäolon rakentaminen. Verkkosivuston sisällön, sekä rakenteen voi määrittää vasta sitten, kun on mietitty olennaisinta kysymystä: kenelle verkkosivusto on tarkoitettu? (Lahtinen ym. 2022, s.142.) Oulun ammattikorkeakoulun viestinnän toiveesta projektissa panostetaan ainoastaan digimarkkinointiin. Projektin digimarkkinointi tapahtuu koulun virallisia kanavia pitkin eli Oulun ammattikorkeakoulun verkkosivuilla ja Instagramissa.

Toinen keskeinen digimarkkinoinnin väline on sisältömarkkinointi. Tällä tarkoitetaan kaikkea yrityksen tuottamaa sisältöä, jolla pyritään tavoittamaan ja sitouttamaan kohderyhmiä. Sisältömarkkinoinnin avulla yritys voi suunnata viestinsä tarkasti haluamilleen asiakasryhmille ja ostajapersoonille. (Lahtinen ym. 2022, s. 142.)

Oulun ammattikorkeakoulun kättilöopiskelijoilla on virallinen Instagram-tili, "oamk\_katilo". Virallinen kättilöopiskelijoiden Instagram-tili on avattu vuonna 2019 ja tilillä on nyt reilu 900 seuraajaa. Tilillä on julkaistu ajankohtaista tietoa esimerkiksi yhteishausta ja hakija päivistä. Julkaisuja on myös erilaisilta harjoitustunneilta, simulaatioista ja harjoitteluista. Tilin päivittely on ollut vaihtelevaa, sillä tarkkaa markkinointisuunnitelmaa sille ei ole aiemmin laadittu.

Digimarkkinointi on tässä projektissa oikea valinta, koska se mahdollistaa kohdennetun ja tehokkaan tavan tavoittaa oikeat kohderyhmät. Verkkosivut ja sosiaalinen media, erityisesti Instagram, ovat kanavia, joissa potentiaaliset hakijat ovat läsnä ja aktiivisia. Digitaaliset työkalut tarjoavat mahdollisuuden jatkuvaan viestintään ja vuorovaikutukseen, mikä on elintärkeää koulutuksen markkinoinnissa. Digitaaliset välineet myös tukevat nopeaa reagointia ja joustavuutta, mikä on tärkeää jatkuvasti muuttuvassa markkinaympäristössä.

## 4 PROJEKTIN TARKOITUS JA TAVOITTEET

**Projektin tarkoituksena** oli lisätä Oulun ammattikorkeakoulun kättilökoulutuksen verkkosivujen sisältöä sekä luoda virallisen Instagram-tilin markkinointisuunnitelma. **Projektin tavoitteena** oli markkinoinnin kehittämisen myötä saada verkkosivuista ja Instagram-tilistä sisällöllisesti monipuolisemmat sekä houkuttelevammat ja mielenkiintoisemmat.

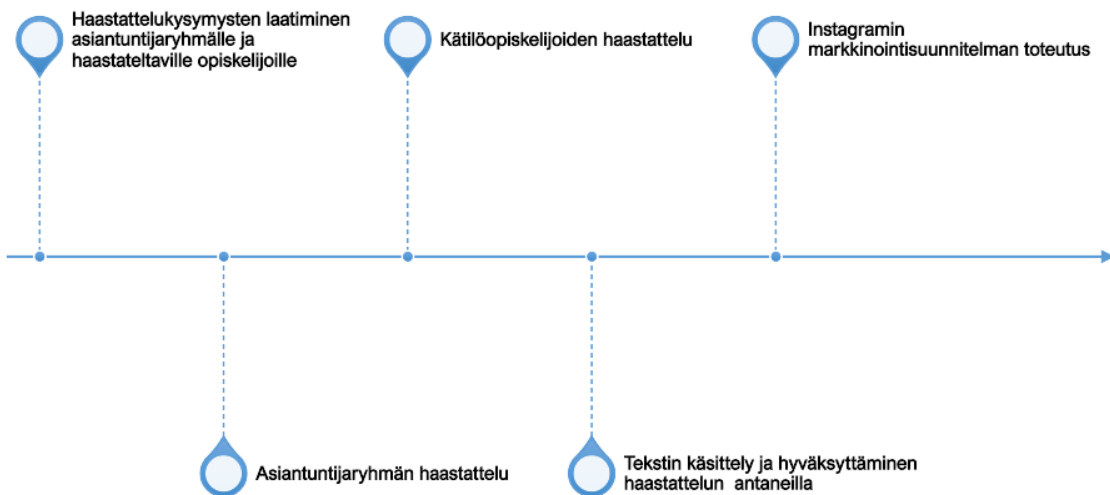
**Laatutavoitteena** oli, että sekä Oulun ammattikorkeakoulun kättilökoulutuksen verkkosivuille Instagram-tilille lisätyt materiaalit ovat selkeitä ja mielenkiintoa herättäviä, sekä niissä oleva sisältö ammatillista ja laadukasta. Haastatteluista tulee esille haastateltavan asia, liikaa sitä muuttamatta, sekä kuvat ovat edustavia ja tekstiin sopivia. Instagram-tilille suunniteltu markkinointisuunnitelma on helposti ymmärrettävä ja markkinointia edistävä. Lisäksi julkaisut tulevat olemaan ulkoasultaan tyylikkäitä ja koulutusta edustavia.

**Oppimistavoitteina** tässä projektissa on oppia hakemaan luotettavaa tietoa ja tuottamaan laadukasta tekstiä. Lisäksi tavoitteena on oppia toimimaan projektiryhmässä sekä eri tahojen kanssa yhteistyössä. Tavoitteena on, että tulevaisuudessa voisi hyötyä projektityöskentelystä, opituista tiedoista ja taidoista sekä yhteistyön tekemisestä.

**Kehitystavoite** avaa pitkän ajan tähtäimellä tavoiteltavaa muutosta. Jotta projektin toteutus on oppiva ja joustava, edellyttää se sitä, että vaikuttavuutta pystytään seuraamaan ja arvioimaan koko projektin ajan. Näin mahdolliset muutostarpeet tunnistetaan ajoissa. (Silfverberg 2007, S.80.) Tässä projektissa pidemmän aikavälin kehitystavoitteena on, että kättilökoulutuksen markkinointia voisi jatkaa myös tulevaisuudessa. Markkinointi ja etenkin digimarkkinointi kehittyy jatkuvasti, joten tulevaisuudessa olisi järkevää panostaa tähän vieläkin enemmän. Kättilökoulutusta voisi markkinoida uusilla eri sosiaalisen median alustoilla ja eri muodoissa. Jatkossa markkinointia ajatellen hyvinä esimerkkeinä voisi olla esimerkiksi videopäivitykset tai podcastit. Nämä vaativat taas lisää resursseja ja voisi toimia esimerkiksi seuraavan projektin aiheena.

## 5 PROJEKTIN TOTEUTUS

Projekti on aina tavoitteiltaan selkeästi määritelty ja aikataulutettu tehtäväkokonaisuus, jonka toteuttamisesta vastaa sitä varten perustettu organisaatio. Hyvällä organisoinnilla ja työsuunnittelulla pyritään parantamaan hankkeen toteutuksen sisäistä tehokkuutta. (Silfverberg 2007.) Projektille laadittu projektisuunnitelma on toiminut pohjana koko projektityöskentelyn ajan. Projektin suunnitelmaa tehtiin noin vuoden ajan, toukokuusta 2023 elokuuhun 2024. Suunnitelmaan on tarkoin määritelty projektin tavoitteet ja sisältö.



Kuvio 1. Projektin toteutus.

### 5.1 Projektorganisaatio

Projektiryhmä koostuu toisen vuoden kättilöopiskelijasta, neljännen vuoden kättilöopiskelijasta ja viimeisen vuoden kättilöopiskelijasta. Projektiryhmän roolien jako on tehty helpottamaan ja selkeyttämään projektityöskentelyä. Projektipäällikkö vastaa aikataulujen laatimisesta projektin aikana, sekä projektin johtamisesta hyväksytyn projektisuunnitelman mukaan. Lisäksi projektipäällikkö ohjaa projektiryhmän työskentelyä ja raportoi projektin etenemisestä ohjausryhmälle. Tälle projektille on nimetty projektipäälliköksi Mirkka Linna. Projektipäällikkö ja muut projektiryhmän jäsenet ovat vastuussa projektin konkreettisesta toteutustyöstä tasapuolisesti. Projektiryhmän jäsenten tehtäviin kuuluu mm. Projektikokonaisuuden aktiivinen suunnittelu sekä suunnitella ja toteuttaa annetut, projektisuunnitelman mukaiset työkokonaisuudet sekä varmistaa,

että työ vastaa laatuvaatimuksia. Projektiryhmän jäseninä projektipäällikön lisäksi toimii Jenna Luokkanen ja Saara Paakki.



Kuvio 2. projektioorganisaatio

Projektin aikana ohjausta saimme Oulun ammattikorkeakoulun kättilökoulutuksen opintovastaava Minna Manniselta, lehtori Marja Kinisjärveltä sekä lehtori Satu Raintolta. Lisäksi projektissa hyödynnettiin muita eri vaiheissa opintoja olevia kättilöopiskelijoita, joita haastateltiin verkkosivuille julkaistavaa materiaalia varten. Näiden lisäksi yhteistyötä on tehty Oulun ammattikorkeakoulun viestintäpalveluiden kanssa, joilta saatiin arvokasta tietoa markkinoinnista ja viestinnästä sekä ohjeita verkkosivuille tehtävää materiaalia varten. Projektityöskentelyn arvioinnissa hyödynnettiin myös asiantuntijaryhmää, joka koostui kahdesta toisen asteen opiskelijasta, kahdesta kättilöopiskelijasta sekä markkinoinnin parissa työskentelevästä kauppatieteiden maisterista. He toimivat Oulun ammattikorkeakoulun viestinnän ohella projektin laadun valvojina. Asiantuntijaryhmältä saatiin mielipiteitä, toiveita ja kehittämideoita projektille. Liitteenä on lomake, jolla toteutettiin projektissa asiantuntijaryhmän haastattelu. Haastattelulomake on tehty Webropol-alustalla.

Projektin toteutuksen aikana oltiin tiiviisti yhteydessä projektin ohjaajiin. Heidän kanssaan pidettiin ohjaustapaaminen aina, kun projektissa tarvittiin apua tai mielipiteitä esimerkiksi seuraavista askelista. Ohjaajien kanssa yhteydenpito toimi tässä projektissa lähinnä sähköpostilla, mutta myös ohjausta varten pidettiin muutamia tapaamisia etäyhteyksin. Lisäksi projektin suunnitteluvaiheessa aloitettiin yhteistyö Oulun ammattikorkeakoulun viestinnän kanssa. Heiltä saatiin tietoa ja ideoita markkinointiin liittyvissä asioissa. Näiden lisäksi projektin yhteistyökumppaneita ovat verkkosivuille haastateltavat kättilöopiskelijat ja asiantuntijaryhmä. Opinnäytetyön valmistuttua viestintää on käyty myös vertaisarvioijien kanssa.

## 5.2 Asiantuntijaryhmän haastattelu

Projektityöskentelyn arvioinnissa hyödynnettiin asiantuntijaryhmää. Asiantuntijaryhmä koostui kahdesta toisen asteen opiskelijasta, kahdesta kättilöopiskelijasta sekä markkinoinnin parissa työskentelevästä kauppatieteiden maisterista. He toimivat Oulun ammattikorkeakoulun viestinnän ohella projektin laadun valvojina. Asiantuntijaryhmän käyttö oli perusteltua, sillä ryhmä tarjosi monipuolista tietoa eri näkökulmista, kuten koulutuksesta, markkinoinnista ja käytännön työelämästä. Toisen asteen opiskelijat edustivat kohderyhmää, johon projekti oli suunnattu, ja kättilöopiskelijat toivat asiantuntemusta alan koulutuksesta. Kauppatieteiden maisteri puolestaan valittiin siksi, koska hänen taustansa markkinoinnissa tarjosi arvokasta näkemystä markkinointia ajatellen. Tällainen ryhmä pystyi tarjoamaan kattavan, erilaisten näkökulmien yhdistelmän, joka vahvisti projektin oikeaa suuntaa ja varmisti, että lopputulos vastasi eri sidosryhmien tarpeita. Asiantuntijaryhmältä saatiin mielipiteitä, toiveita ja kehittämisideoita projektille. Liitteenä on lomake, jolla toteutettiin projektissa asiantuntijaryhmän haastattelu (Liite 1). Haastattelulomake on tehty Webropol-alustalla. Osa asiantuntijaryhmästä vastasi kyselyyn Whatsapp-ääniviesteillä ja osa sähköpostilla, joten sen vuoksi haastatteluiden vastauksista on koottu yhteenvedot ja avattu alle. Asiantuntijaryhmän palaute ja heiltä saadut neuvot varmistavat työn luotettavuutta ja laadukkuutta. Kyselyyn vastanneet henkilöt antoivat monipuolista palautetta kättilökoulutuksen verkkosivuston ja siihen liittyvän sisällön kehittämiseksi.

Yksi asiantuntijavastaaja, kauppatieteiden maisteri ja alalla työskentelevä henkilö, esitti verkkosivujen visuaalisuuden suhteen kriittistä palautetta. Hänen mielestään valkoinen taustaväri teksteissä oli liian kirkas, ja tekstin rakenne tuntui jäykältä. Pidemmät tekstit tekivät opintosisällöistä vaikeasti lähestyttäviä, ja keskeisten asioiden, kuten opintojen sisällön, löytäminen oli haastavaa. Vaikka sivustolla oli hyviä videoita, ne eivät olleet otsikoituja, mikä vaikeutti niiden sisällön ymmärtämistä. Lisäksi verkkosivuilla ei ollut riittävästi tietoa valintaperusteista, hakukelpoisuudesta tai opintojen sisällöstä. Instagram-tilin sisällöt saivat kuitenkin kiitosta, erityisesti kohokohtiin nostetuista mielenkiintoisista asioista, kuten Q&A-kysymyksistä, hakemiseen liittyvistä tiedoista ja opiskelun sisällöistä.

Toisen asteen opiskelijoilta saatu palaute oli myönteistä verkkosivujen selkeyden ja informatiivisuuden osalta. Kuitenkin he kaipaivat lisätietoja erityisesti siitä, miksi valita juuri kättilökoulutus eikä esimerkiksi sairaanhoitajan koulutus. He toivoivat myös opiskelijoiden

kokemuksia ja tarinoita, kättilön työllistymismahdollisuuksista sekä tarkempaa tietoa siitä, miten opinnot etenevät. Verkkosivuilla toivottiin lisää tekstin ja kuvien vuorottelua, jotta sisällöstä tulisi visuaalisesti houkuttelevampaa. Instagram-tilin koettiin olevan hyödyllinen lisä, mutta sen sisällön löytyminen oli monille vastaajille haasteellista. Videoita ja kuvia kaivattiin lisää, erityisesti opiskelijoiden arjesta ja harjoittelukokemuksista.

Neljännän vuoden kättilöopiskelijat kokivat, että verkkosivuilla oli kattavasti tarvittavat tiedot koulutuksesta. Heidän mielestään sisällön visuaalisuus oli hyvä ja sivuston tekstit olivat selkeitä. Erityisesti he toivoivat, että verkkosivuilla esitettäisiin myös kättilön ammatin positiivisia puolia ja sitä, että kuka tahansa, joka on motivoitunut ja halukas oppimaan, voi saavuttaa kyseiset taidot koulutuksen myötä. He ehdottivat myös, että koulutuksen etenemistä voisi avata tarkemmin, esimerkiksi teoriapainotteisten ja käytännönläheisten opintojen jakautumisen osalta. Instagram-tili sai kiitosta materiaalin monipuolisuudesta, mutta sen visuaalisuuden kehittäminen ja teemavärin (oranssi) näkyvyyden lisääminen koettiin tarpeelliseksi. Vastaajat ehdottivat myös, että Instagram-tilillä voisi olla enemmän opiskelijoiden arkea ja kokemuksia esitteleviä videoita tai kuvasarjoja.

Asiantuntijaryhmän haastattelut tarjosivat arvokasta palautetta, joka auttoi suuntaamaan projektia oikeaan suuntaan. Eri taustoista tulevat vastaajat antoivat projektiryhmälle mahdollisuuden tarkastella verkkosivuston ja koulutuksen esittämistä monelta eri näkökulmalta. Haastateltavat toivat esiin, kuinka alaa jo opiskeleva henkilö saattaa unohtaa joitain näkökulmia, jotka voisivat olla tärkeitä uusille hakijoille. Tämä huomio auttoi projektiryhmää kehittämään sisältöä, joka vastaisi paremmin kohderyhmän tarpeita ja toiveita.

Yhteinen teema palautteessa on visuaalisuuden ja sisällön esittämistavan parantaminen. Palautteessa korostetaan erityisesti tekstin selkeyden, visuaalisten elementtien ja sisältöjen vuorottelun tärkeyttä. Lisäksi esitettiin toivomuksia, kuten lisää videoita, opiskelijatarinoita ja ammatin positiivisten puolien tuomista esiin, jotta verkkosivut ja Instagram-tili herättäisivät entistä enemmän kiinnostusta ja tarjoaisivat kattavampaa tietoa. Myös Instagram-tilin visuaalisuuteen liittyvät kehitysehdotukset, kuten teemavärin ja sisältöjen paremman yhteensopivuuden parantaminen, antoivat suuntaviivoja projektiin.

### **5.3 Verkkosivut**

Oulun ammattikorkeakoulun verkkosivuilta on puuttunut opiskelijoiden kokemukset ja tarinat. Projektissa haastateltiin Oulun ammattikorkeakoulun kahta kättilöopiskelijaa sekä kansainvälisessä

vaihdossa olleita opiskelijoita. Haastatteluista tehtiin tarinat, jotka hyväksytettiin haastattelun antaneilla. Verkkosivuille tulevista materiaaleista on pyydetty kirjalliset suostumukset niissä esiintyviltä henkilöiltä. Oulun ammattikorkeakoulun viestintäpalvelut tulee lisäämään haastattelut myöhemmin verkkosivuille.

Verkkosivujen osalta projekti aloitettiin pyytämällä mahdollisia haastateltavia opiskelijoita. Tarkoituksena oli haastatella eri opintojen vaiheissa, sekä eri taustoista tulleita opiskelijoita, sekä vaihto-opiskelijoita. Tarkoituksena oli myös, että haastateltavat opiskelijat olisivat eri elämäntilanteissa ja mahdollisesti eri ikäisiä, jotta tulisi esiin, kuinka erilaisia polkuja opiskelun taustalla voi olla. Kun olimme saaneet varmistettua haastateltavat, mietimme, mitä kysymyksiä eri vuosikurssien opiskelijoilta haluaisimme kysyä. Halusimme, että haastatteluissa tulisi ilmi kättilökoulutuksen monipuolisuus ja se miten eri lähtökohdista olevat ihmiset voivat opiskella alaa. Kysymykset hyväksytettiin vielä ohjaajilla ennen haastatteluja. Vaihto-opiskelijoille lähetimme sähköpostitse kysymyksiä, joiden pohjalta he lähettivät meille sähköpostitse ”tarinan” vaihto-opiskelustaan, sekä muutamia kuvia

## Kättilö (AMK)

Oletko kiinnostunut elämänläheisestä ja monipuolisesta kättilön työstä? Opiskelu kättilöksi tarkoittaa mielenkiintoisia opintoja seksuaali- ja lisääntymisterveyden eri osa-alueilla. Kättilönä olet asiantuntija raskaana olevan, synnyttävän ja synnyttäneen naisen, terveen vastasyntyneen ja perheen sekä gynekologisen potilaan hoitotyössä. Tervetuloa opiskelemaan kättilöksi Oulun ammattikorkeakouluun!



### HYÖDYLLISIÄ LINKKEJÄ

[Opinto-opas](#) →

[Vaihto-opiskelu](#) →

### LAAJUUS JA KESTO

270 op  
4,5 vuotta

### HAKUAIKA PÄIVÄTOTEUTUS

Yhteishaku 11.3.2025 - 25.3.2025

[Valintaperusteet ja valintakoe](#) →

### YHTEYSTIEDOT

Kontinkankaan kampus  
Kiviharjuntie 4

Kuva 1. Oulun ammattikorkeakoulun verkkosivut

## Kätilön työ

Kätilönä teet vastuullista ja ihmisläheistä työtä ja sinulta edellytetään hyviä vuorovaikutustaitoja, oma-aloitteisuutta sekä kykyä itsenäisiin päätöksiin ja ennakkointiin. Sinulla tulee olla osaamista ja rohkeutta toimia erilaisissa ja nopeasti muuttuvissa tilanteissa. Kätilönä on tärkeää osata kohdata monenlaisia ihmisiä ja elämäntilanteita. Uskallat myös rohkeasti ottaa puheeksi asioita. Potilaasi ovat useista eri kulttuureista. Työ kätilönä on erittäin palkitsevaa, mutta voi olla ajoittain henkisesti ja fyysisesti raskasta.

Kätilönä vastaat itsenäisesti normaalin raskauden ja synnytyksen aikaisesta hoidosta sekä syntymän jälkeen terveen vastasyntyneen hyvinvoinnista. Osaat ohjata ja tukea perheitä vanhemmuuteen kasvussa ja synnytykseen valmistautumisessa. Keskeistä osaamistasi ovat myös varhaiseen vuorovaikutukseen ja imetysohjaukseen liittyvät asiat. Kätilönä osaat tunnistaa tehostettua seurantaa vaativat tai muuten poikkeavat tilanteet ja pystyt toimimaan osana moniammatillista tiimiä tilanteen niin vaatiessa.

Kätilönä olet myös naisten terveyden ja naistentautien hoitotyön asiantuntija. Osaat ohjata ja hoitaa eri-ikäisiä naistentauteja sairastavia potilaita. Työhösi kuuluvat seksuaalineuvonta sekä perhesuunnitteluun liittyvä ohjaus ja hoito. Kätilön ammatissa voi toimia vain tutkinnon suorittanut, laillistettu terveydenhuollon ammattihenkilö. Kätilökoulutuksen jälkeen saat kätilön ja sairaanhoitajan tutkinnot. Saat EU-direktiivien mukaisen pätevyuden eli työllistymisesi on mahdollista Suomen lisäksi EU:n alueella.

Kuva 2. Oulun ammattikorkeakoulun verkkosivut

## Kätilökoulutus Oulun ammattikorkeakoulussa

Oamkissa ensimmäisen lukukauden opintoihin kuuluvat sairaanhoidon ja kätilötyön perusopinnot ja ensimmäinen kätilötyön harjoittelu. Ensimmäisen opintovuoden jälkeen osaat perusteet asiakkaan päivittäisestä auttamisesta sekä kansansairauksien ja kirurgisesta hoitotyöstä. Osaat myös antaa apua henkeä uhkaavissa tilanteissa. Toisen vuoden opinnoissa opit tutkimaan asiakkaan kokonaisvaltaisesti sekä perehtyt mielen-terveys-, päihde- ja perhehoitotyöhön. Kolmantena vuonna opit ikääntyneiden hoitotyötä, vastaanottotyötä sekä johtamista ja päätöksentekoa. Opit myös perustelemaan toimintaasi luotettavalla tiedolla sekä tutkimaan ja kehittämään sairaanhoitajan työtä. Sairaanhoitajaosaamistasi arvioidaan ennen kätilöopintojesi alkamista. Koulutuksen aikana olet työharjoittelussa lähes joka lukukausi.

Kätilöopinnot kestävät noin 1,5 vuotta ja sisältävät kätilötyön asiantuntijuuteen ja kehittämiseen sekä seksuaali- ja lisääntymisterveyteen liittyviä opintoja. Opiskelet muun muassa raskauden ja synnytyksen aikaista sekä synnytyksen jälkeistä kätilötyötä, terveen ja erityistarkkailua tarvitsevan vastasyntyneen sekä eri-ikäisten naisten kätilötyötä. Opinnot sisältävät lisäksi lääketieteellisiä ja luonnontieteellisiä opintoja.

Opiskelu edellyttää sinulta aktiivista osallistumista. Teoreettiset opinnot sisältävät paljon verkko-opiskelua itsenäisesti tai pienryhmissä. Koulutukseen kuuluu runsaasti harjoitustunteja, simulaatioharjoituksia ja ohjattua työharjoittelua. Harjoittelussa tehdään usein vuorotyötä (myös viikonloppuisin) ja harjoittelupaikat voivat olla eri puolella Suomea. Harjoittelussa opitaan hoito- ja kätilötyön lisäksi ammatillista vastuuta ja työelämätaitoja.

Voit suorittaa osan opinnoista projekteissa, opiskelijavaihdossa ulkomailla ja/tai kesäopintoina. Riittävä ammatillinen osaamisesi varmistetaan muun muassa lääkehoidon tenteillä, osaamistestauksilla ja tasokokeilla.

Kuva 3. Oulun ammattikorkeakoulun verkkosivut

## Kättilön työpaikat

Kättilönä voit työskennellä kättilö- ja sairaanhoitotyön tehtävissä muun muassa erikoissairaanhoidossa tai perusterveydenhuollossa, julkisella tai yksityisellä sektorilla sekä erilaisissa järjestöissä. Työpaikkojasi voivat olla esimerkiksi

- synnytysosastot
- raskaana olevien ja synnyttäneiden osastot
- naistentautien osastot ja poliklinikat
- äitiyspoliklinikat
- vastasyntyneiden teho-osastot
- lapsettomuuden hoitoyksiköt
- äitiys- ja perhesuunnitteluneuvolat
- erilaiset projekti- ja tutkimustehtävät
- oma yritys.

Kuva 4. Oulun ammattikorkeakoulun verkkosivut

## Kansainvälisyys ja vaihto-opiskelu kättilön opinnoissa

Vaihtoon lähteminen on erinomainen tapa kartuttaa kansainvälistä kokemusta ja ottaa enemmän irti opiskeluaikasta. Perinteisen vaihto-opiskelun lisäksi voit myös suorittaa työharjoittelun ulkomailla. Vaihdoissa suoritetaan opetussuunnitelmaan kuuluvia opintoja etukäteen laaditun suunnitelman mukaisesti ja normaalin opiskeluajan puitteissa.

## Kättilön jatko-opiskelumahdollisuudet

Valmistumisesi jälkeen voit jatkaa opintoja alan ylempään ammattikorkeakoulututkintoon (YAMK). Voit myös hakea opiskelemaan yliopistoon esimerkiksi terveystieteiden tiedekuntaan. Lisäksi sinun on mahdollista hakea ammatilliseen opettajakorkeakouluun. Terveysalan työkokemus on varsin yleisesti edellytyksenä jatko-opinnoille. Osaamista voi Oamkissa täydentää myös työn ohessa suoritettavilla erikoistumis- ja täydennyskoulutuksilla.

## Avoim ammattikorkeakoulu

Voit suorittaa alemman ammattikorkeakoulun opintoja myös Avoimessa ammattikorkeakoulussa. Lisätietoja [Avoimen ammattikorkeakoulun](#) opinnoista.

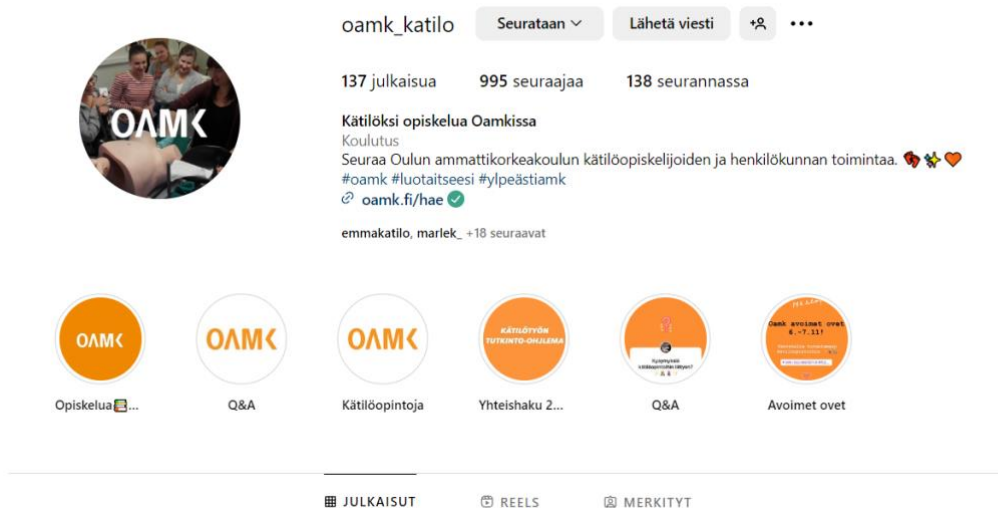
Kuva 5. Oulun ammattikorkeakoulun verkkosivut

### 5.4 Instagram

Projektissa suunniteltiin ja toteutettiin koulutuksen viralliselle Instagram-tilille markkinointisuunnitelma (kuvio 3), jonka mukaan tilillä julkaistaan ajankohtaan sopivia julkaisuja. Oulun ammattikorkeakoulun viestintäpalvelut ovat suunnitelleet sosiaalisen median toimintamallin, joka on markkinointisuunnitelma vuosikellon muodossa. Projektissa on käytetty tätä vuosikellon

esimerkkipohjaa apuna. Projektin markkinointisuunnitelma toteutuu siis tällaisena “vuosikellona”. Vuosikellon ajatuksena on se, että joka vuosi kättilökoulutuksen somevastaavilla on yhteinen suunnitelma Instagramin päivittelyä varten. Tämä helpottaa somevastaavien työtä sekä turvaa laadukkaan digimarkkinoinnin kättilökoulutukselle. Sisältöjen ideoinnissa somevastaavan tulee ottaa huomioon nämä koulutukselle määrätyt toimintamallit sekä kanavasuunnitelman asettamat raamit.

Projektin suunnitelmavaiheessa tehtiin pika-analyysi kättilökoulutuksen virallisista Instagram-tilin julkaisuista. Siinä selvitettiin, mitkä postaukset ovat myyneet parhaiten ja mitkä heikoiten. Tämä tehtiin, jotta pystyttäisiin jatkossa tuottamaan mahdollisimman myyvää sisältöä sosiaaliseen mediaan. Näitä analysoitiin vertaamalla tykkääjien ja tavoitettujen tilien määriä. Postaukset, jossa on materiaalia harjoitustunneilta tai simulaatioista, ovat saaneet lähes poikkeuksetta eniten tykkääjiä sekä tavoittaneet eniten tilejä. Myös seuraajien ulkopuolelta useita tilejä on näillä postauksilla pystytty tavoittamaan. Lisäksi opiskelijoiden näkyminen kuvissa on tuonut huomattavaa lisäarvoa postauksille. Kaikista vähiten tykkäyksiä on saaneet postaukset, jossa tiedotetaan tai markkinoidaan jotakin. Suurin osa näistä postauksista koostuu pelkästään tekstistä. Näillä postauksilla on tavoitettu huomattavasti vähemmän tilejä, mitä esimerkiksi tiliä seuraa.



Kuva 6. Oulun ammattikorkeakoulun Instagram



Kuva 7. Oulun ammattikorkeakoulun Instagram

## 5.5 Hyödynsaajat

Jokaisessa projekteissa on tärkeää määritellä selkeästi hankkeen hyödynsaajat. Projektin välitön toiminta kohdistuu usein kuitenkin muihinkin kuin lopullisiin hyödynsaajiin, joten projektille voidaan määrittää niin välittömät- ja lopulliset hyödynsaajat. (Silfverberg 2007, S.78–79.) Tämä projekti on suunnattu alalle hakeutuville ja alasta kiinnostuneille. Kun alaa markkinoi monipuolisena, siten useampi ihminen voi kiinnostua alasta ja alalle saadaan hakeutumaan mahdollisimman erilaisia ihmisiä. **Välittöminä hyödynsaajina** tällä projektilla ovat siis alasta kiinnostuneet ja alalle hakeutuvat. Projektin lopullisten tulosten kannalta kuitenkin tärkein ryhmä on määritellä lopulliset hyödynsaajat. Projektin kehitysvaikutukset pyritään kohdentamaan nimenomaan tälle ryhmälle. Lopullisten hyödynsaajien voidaan ajatella olevan projektilla kehitettävän toiminnan loppuasiakkaita. Lopullisten hyödynsaajien saama hyöty toteutuu sen kautta, että välittömän kohderyhmän antamat palvelut paranevat. (Silfverberg 2007, S.78–79.) **Lopullisia hyödynsaajia** tälle projektille ovat Oulun ammattikorkeakoulu, sekä kättilöitä ja sairaanhoitajia työllistävät työpaikat.

## 5.6 Kustannukset

Varsinaista rahoitusta tai projektibudjettia tässä projektissa ei ole. Kustannukset koostuvat esimerkiksi jokaisen henkilökohtaisesta puhelinliittymästä ja nettiyhteydestä, matkoista ja parkkimaksuista. Jokainen projektin toteuttaja piti kirjaa tehdyistä työskentelytunneista, jotta taattiin tasavertainen työskentely.

## 5.7 Riskien ja muutosten hallinta

Monet tekijät vaikuttavat projektin onnistumiseen, niin ulkoiset tekijät kuin projektista itsestään riippuvat tekijät. (Silfverberg, 2007. S.93.) Projektin suunnitteluvaiheessa tehtiin riskianalyysi Silfverbergin taulukkoa mukaillen, jotta voidaan arvioida projektin riskejä ja kuinka todennäköisiä ne ovat juuri tämän projektin kohdalla. Riskien tunnistaminen edesauttaa niiden torjuntaa. (Silfverberg 2007, S 58.)

**Taloudellisia riskejä** toteutusvaiheessa on se, että projektilla ei ole minkäänlaista rahoitusta. Jos tulee jotain yllättäviä menoja projektin suhteen, tulee ne hoitaa projektiryhmäläisten omista rahoista. Näitä riskejä torjuttiin välttämällä maksullisia asioita, kuten esimerkiksi etäyhteyksillä minimiin saadut matkustamiseen liittyvät kulut.

**Teknisiä riskejä** liittyy paljon projektiin. Työskentely tapahtui tietokoneella, joten mahdollisia riskejä olisi voinut olla teknisten laitteiden toiminnan häiriöt esimerkiksi puhelimen, tietokoneen tai nettiyhteyden ongelmat. Tietenkin myös vakavin tekninen riski on koko tiedoston häviäminen. Teknisiä riskejä torjuttiin pitämällä huolta teknisistä laitteista ja huolehtimalla päivitykset ja virustorjuntaohjelmat.

**Sosiaaliset riskit** ovat olennainen osa projektia. Vaaditaan hyvää kommunikointia ja yhteydenpitoa, koska projekti toteutettiin projektiryhmän lisäksi useiden eri yhteistyötahojen kanssa. Projektissa tehtiin yhteistyötä projektin ohjaajien, Oulun ammattikorkeakoulun viestinnän, haastateltavien kättilöopiskelijoiden sekä asiantuntijaryhmän jäsenten kanssa. Riskinä oli että yhteistyö ei suju odotetusti projektiryhmän jäsenten tai yhteistyötahojen kesken. Riskien torjuntana, ylläpidettiin hyvää ryhmähenkeä projektiryhmän jäsenten ja yhteistyökumppaneiden kesken. Toiminta oli kunnioittavaa ja ammatillista.

**Ympäristölliset riskit.** Projektiryhmän jäsenet asuvat eri paikka kunnilla, joten työskentely tapahtui pääasiassa itsenäisesti tai etäyhteyden kautta. Riskinä tässä oli kuitenkin se, että jokainen joutui tekemään projektia usein hyvin itsenäisesti, jolloin projektista ei tule niin yhtenäinen. Näitä riskejä torjuttiin pitämällä säännöllisesti yhteyttä projektiryhmän jäsenten sekä ohjaajien kesken.

**Muita riskejä** olivat esimerkiksi terveydelliset haasteet. Omasta kokonaisvaltaisesta hyvinvoinnista huolehtimisella sekä arjen ja opintojen välisen tasapainon löytämisellä torjuimme parhaiten terveydellisiä haasteita. Suurin riski projektissamme oli aikataulujen yhteensovittaminen, johtuen erilaisista elämäntilanteistamme. Tasapainon löytäminen muiden opintojen ja projektin toteuttamisen välillä oli haastavaa ja se vaikutti myös motivaatioon negatiivisella tavalla. Suunniteltu projektin valmistumis- ajankohta siirtyi myös alkuperäisestä ajankohdasta edellä mainituista asioista johtuen.

## 5.8 Viestintä

Projektin toiminta oppivan prosessin periaatteiden mukaan edellyttää jatkuvaa ja systemaattista toteutuksen seuranta ja arviointia. Tätä varten hankkeessa tarvitaan sekä sisäistä, että ulkoista raportointia, johon kiteytetään projektin edistyminen ja tavoitteiden saavuttaminen. (Silfverberg 2007, S106–107.) Projektin ohjaajien kanssa pidettiin ohjaustapaamisia aina, kun projektissa tarvittiin apua tai mielipiteitä seuraaviin askeliin. Ohjaajien kanssa yhteydenpito toimi tässä projektissa lähinnä sähköpostilla, mutta ohjaustapaamiset pidettiin videoyhteyksin.

Projektin suunnitteluvaiheessa aloitimme yhteistyön Oulun ammattikorkeakoulun viestintäpalveluiden kanssa. Heiltä saatiin jo suunnitteluvaiheessa arvokasta tietoa ja hyviä näkökulmia markkinoinnin kehittämiseen. Oulun ammattikorkeakoulu on ulkopuolisen kumppanin, viestintäyksikön sekä koulun henkilökunnan kesken luonut sosiaalisen median toimintamallin syksyllä 2023. Tämän projektin tuotokset tukevat uutta toimintamallia. Lisäksi viestintää apahtui eri yhteistyökumppaneiden kanssa, joita ovat verkkosivuille haastateltavat kättilöopiskelijat ja asiantuntijaryhmä. Projektin valmistuttua viestintää käytiin myös vertaisarvioijien kanssa.

## 6 TUOTOKSET

Tavoitteiden saavuttamiseksi on projektissa aikaansaatava konkreettisia tuotoksia. Ne voivat olla esimerkiksi järjestelmiä, toimintamalleja, julkaisuja tai koulutusohjelmia. Näistä muodostuu hankkeen konkreettinen sisältö ja joiden tuottamisesta projektiorganisaatio on vastuussa. Projektisuunnitelmassa määritellään vain ne tuotokset, jotka ovat tavoitteiden saavuttamisen kannalta tärkeimpiä. (Silfverberg 2007, S.86).

Tämän projektin tuotoksia ovat Oulun ammattikorkeakoulun verkkosivuille lisätyt kättilöopiskelijoiden ja kansainvälisessä opiskelijavaihdossa olleiden opiskelijoiden haastattelut (Liitteet 2–4). Sekä Oulun ammattikorkeakoulun kättilökoulutuksen virallisen Instagram-tilin markkinointisuunnitelma vuosikellon muodossa. Yksi projektin tuotoksista on myös tämä loppuraportti, joka löytyy Theseus –tietokannasta.



Kuvio 3. Vuosikello

## 7 LUOTETTAVUUS JA EETTISYYS

Projektin tärkeimpinä arvoina oli rehellisyys, huolellisuus ja tarkkuus. Nämä muistettiin jokaisessa projektin eri vaiheissa. Projektissa viestintä oli avointa ja vastuullista. Suunnittelu, toteutus sekä raportointi projektissa tehtiin huolellisesti ja annettuja ohjeita noudattaen. Projektin tuotokset tallennettiin tieteelliselle tiedolle asetettujen vaatimusten asettamalla tavalla. Lisäksi projektiorganisaatiossa kohdeltiin jokaista tasapuolisesti hyvin, sekä huomioitiin tietosuojaa koskevat asiat. (TENK 2012).

Kaikkia opinnäytetyön prosesseja ohjaa ammattikorkeakoulujen opinnäytetöiden eettiset suositukset. Opinnäytetyötä tehdessä tutustuimme ammattikorkeakoulujen opinnäytetöiden eettisiin ja hyvän tieteellisen käytännön ohjeisiin. Projektimme on toteutettu näitä eettisiä ohjeita kunnioittaen, ja ne ovat kulkeneet jokaisessa projektin vaiheessa mukana.

Tämä projekti oli kokonaisuutena ensisijaisesti projektiryhmässä toimivien opiskelijoiden oppimisprosessi, jolloin se tulee edistämään opiskelijan asiantuntijuutta, ammatillista kehittymistä sekä työelämätaitoja. Keskeinen toimija opinnäytetyöprosessissa oli opiskelijan lisäksi kannustajana ja laadunvarmistajana toimiva ohjaaja. Ohjaajan tehtävä oli myös huolehtia, että opinnäytetyö vastaa ammattikorkeakoulun opinnäytetyön kriteereitä (Arene 2018).

Ohjaajat antoivat arvokkaita neuvoja ja ideoita projektin tekemiseen sekä varmistaneet, että työ toteutetaan laadukkaasti. Ohjaajien lisäksi asiantuntijaryhmän palaute ja heiltä saadut neuvot varmistivat työn luotettavuutta ja laadukkuutta. Opiskelijan on oltava tarkka, että noudattaa opinnäytetyön ohjeita niin yleisesti, kuin eettisestä näkökulmasta. Projektissa käytettiin tutkittuun tietoon perustuvia lähteitä ja lähdeviitteet merkitään asianmukaisesti. Myös opiskelija toimii jatkuvana oman sekä projektiryhmän toiminnan arvioijana. Ennen projektin aloitusta jokainen projektiryhmän jäsen perehtyi opinnäytetyön aiheeseen. Salassa pidettävistä asioista tullaan sopimaan etukäteen yhteistyötahojen kanssa. (Koivisto & Aro 2019.) Tässä projektissa tehtiin haastatteluita ja julkaistiin kuvia haastateltavista henkilöistä, joten tietosuojaa koskevat asiat on otettu huomioon. Jokainen haastateltava osallistui haastatteluihin vapaaehtoisesti. Haastatteluissa kysymykset olivat avoimia – ei johdattelevia. Ennen materiaalien julkaisua ne hyväksyttiin sekä haastateltavilta henkilöiltä, että viestinnän tiimiltä. Myös kirjallinen lupa tekstin sekä kuvien käyttöön on pyydetty haastateltavilta henkilöiltä. Näin välttyttiin väärinymmärryksiltä.

Lisäksi Instagram-tilille julkaistaan kuvia pelkästään siihen suostumuksen antaneista henkilöistä. Ennen julkaisemista kuvat ja niiden tekstit näytetään niissä esiintyville, sekä huolehditaan että materiaali on kaikkia osapuolia kunnioittavaa ja ammatillista. Tietosuoja on otettu huomioon niin kyselyitä, kuin haastatteluja tehtäessä.

## 8 POHDINTA

Tämä projekti keskittyi Oulun ammattikorkeakoulun kätilökoulutuksen verkkosivujen ja Instagram-tilin sisällön ja markkinoinnin kehittämiseen ja sen tavoitteena oli parantaa kätilökoulutuksen näkyvyyttä ja houkuttelevuutta. Sosiaalisen median rooli ammattikorkeakoulujen markkinoinnissa on kasvanut, ja tämän projektin avulla on pyritty Oulun ammattikorkeakoulun osalta parantamaan kätilökoulutuksen näkyvyyttä ja houkuttelevuutta digitaalisen markkinoinnin keinoin. Erityisesti Instagramin ja verkkosivujen sisällön kehittämisellä pyrittiin luomaan monipuolisempia, kiinnostavampia ja ammatillisesti laadukkaita sisältöjä, jotka voisivat houkutella laajemman ja monimuotoisemman opiskelijakunnan. Sosiaalinen media tarjoaa tehokkaan kanavan tavoittaa nuoret ja potentiaaliset opiskelijat, ja projektin tuloksena luodut sisällöt tukevat Oulun ammattikorkeakoulun markkinointia sekä sen erottuvuutta muiden korkeakoulujen joukosta.

Projektin luotettavuutta tukevat asiantuntijaryhmän rooli ja heidän antamansa palaute. Asiantuntijat toimivat ikään kuin projektin laadun valvojina ja varmistivat sisällön ammatillisen tason. Projekti täytti asetetut laatutavoitteet, sillä se loi tulevaisuutta ajatellen hyödyllisen markkinointisuunnitelman sekä monipuolisia sisältöjä verkkosivuille. Sisältöjen laadukkuus ja visuaalisuus tukevat Oulun ammattikorkeakoulun kätilökoulutuksen brändin rakentamista. Markkinointisuunnitelma tarjoaa konkreettisia työkaluja, joiden avulla markkinointia voidaan jatkokehittää ja tehostaa.

Projekti siis vastasi alkuperäisiin tavoitteisiin. Sen avulla saatiin Oulun ammattikorkeakoulun markkinointia ajatellen hyödyllistä materiaalia ja toivottavasti sen vaikutukset näkyvät positiivisesti tulevaisuudessa. Tämä projekti voi toimia mallina muille korkeakouluille, jotka haluavat parantaa digitaalista markkinointiaan.

### 8.1 Oman oppimisen pohdinta

Tämä projekti kehitti monella eri tavalla ammatillista osaamista. Opinnäytetyöprosessi kokonaisuudessaan oli todella opettavainen. Projektityöskentely ja tiimityöskentely asiantuntijaryhmän kanssa ovat myös kehittäneet yhteistyötaitoja. Olemme oppineet, kuinka tärkeää on saada ja antaa palautetta jokaisessa projektin vaiheessa, sillä se varmistaa, että lopputulos on laadukas ja vastaa kaikkien osapuolten odotuksia. Digitaalisen markkinoinnin ja

sisällöntuotannon osaamisemme on kasvanut, kun olemme syventäneet ymmärrystämme siitä, kuinka digitaalinen markkinointi toimii ja miten iso merkitys sillä on nykypäivän markkinoinnissa. Tämä projekti on vahvistanut omaa ammatillista kasvua ja itsearviointia, sillä se on saanut meidät pohtimaan omia vahvuksiamme ja kehityskohteitamme.

Suurimpana haasteena projektissa on ollut aikataulutus ja ajankäyttö. Jokainen meistä projektiryhmän jäsenestä on eri elämäntilanteessa sekä opintojen vaiheessa, joten se on suurimmilta osin vaikuttanut aikataulu haasteisiin, esimerkiksi yhteistä aikaa oli hyvin vaikea löytää, jolloin kaikki projektiryhmän jäsenet olisivat päässeet yhtä aikaa projektia työstämään. Suunnitelmavaiheen ajankäyttö ei ollut kovinkaan hyvää, käytimme suunnitelman tekemiseen paljon aikaa ja emmekä meinanneet millään päästä siitä eteenpäin seuraavaan vaiheeseen. Yhteydenpito projektiryhmän jäsenten sekä ohjaajien välillä oli hyvää, saimme eteenpäin vievää palautetta.

## LÄHTEET

Arene 2018. Opinnäytetyön eettiset ohjeet. Hakupäivä 22.5.2024. [https://www.arene.fi/wp-content/uploads/Raportit/2018/arene-opinnaytetyoprosessin-eettiset-suositukset\\_muistilistat-opiskelijalle-ja-ohjaajalle.pdf?t=1526903222](https://www.arene.fi/wp-content/uploads/Raportit/2018/arene-opinnaytetyoprosessin-eettiset-suositukset_muistilistat-opiskelijalle-ja-ohjaajalle.pdf?t=1526903222)

Arene 2022. Ammattikorkeakouluihin kuusinkertainen määrä kansainvälisiä hakijoita, mutta sote-alan vetovoima tökkii. Hakupäivä 16.12.2024. <https://arene.fi/ajankohtaista/ammattikorkeakouluihin-kuusinkertainen-maara-kansainvalisia-hakijoita-mutta-sote-alan-vetovoima-tokkii/>

Eerola, Joonas 2023. Oulu antaa nyt opiskelijoiden vaikuttaa – tavoitteena houkuttelevampi opiskelijakaupunki. Hakupäivä 19.8.2024. <https://www.munoulu.fi/koulutus/oulu-antaa-nyt-opiskelijoiden-vaikuttaa-tavoitteena-houkuttelevampi-opiskelijakaupunki/>

EU-terveydenhoito 2024. Lainsäädäntö. Hakupäivä 16.12.2024. <https://www.eu-terveydenhoito.fi/tieda-oikeutesi/lainsaadanto/>

Kansainvälinen kättilöliitto 2023. Kättilön määritelmä. Hakupäivä 13.10.2023. [Kättilöt Suomessa | Suomen Kättilöliitto ry \(suomenkatiloliitto.fi\)](https://www.katilo.fi/)

Karjaluoto, Heikki 2020. Digitaalinen markkinointi on kaikkialla. Jyväskylän yliopisto. Hakupäivä 28.11.2024. <https://www.jyu.fi/fi/blogikirjoitus/digitaalinen-markkinointi-on-kaikkialla>

Kilpailu- ja kuluttajavirasto 2024. Perustietoa ja usein kysyttyä markkinoinnista. Hakupäivä 4.1.2024. <https://www.kkv.fi/kuluttaja-asiat/markkinointi-alennukset-ja-hinnan-ilmoittaminen/markkinointi-ja-menettely-asiakassuhteessa/usein-kysyttya-markkinoinnista/>

Koivisto Kaisa & Aro Päivi 2019. Ammattikorkeakoulun opinnäytetyön eettiset kysymykset. Hakupäivä 7.11.2023. <https://www.oamk.fi/epooki/2019/ammattikorkeakoulun-opinnaytetoiden-eettiset-kysymykset/>

Kondelin, Heli 2023. Kättilökoulutus muutosten edessä. Kättilölehti 23 (6), 13-17.

Kwamena Nyarku & Agyapong Gloria 2011. Rediscovering SWOT analysis: the extended version. Hakupäivä 28.8.2024. <https://scholars.fhsu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1666&context=alj>

Suomen kättilöliitto 2024. Kättilöt Suomessa. Hakupäivä 16.12.2024. <https://suomenkatiloliitto.fi/suomen-katiloliitto/katilot-suomessa/>

Lehto-Niskala Vilhelmiina, Junno Kukka 2024. Hoitotyön veto- ja pitovoiman parantamiseksi tarvitaan kokonaisvaltaista näkökulmaa ja kehittämistä. Hakupäivä 19.8.2024.

<https://www.taja.fi/vaikuttaminen/lausunnot-ja-kannanotot/hoitotyön-veto-ja-pitovoiman-parantamiseksi-tarvitaan-kokonaisvaltaista-nakokulmaa-ja-kehittamista/>

Mannerheimin Lastensuojeluliitto 2022. Vapaaehtoinen lapsettomuus. Hakupäivä 16.12.2024. <https://www.mll.fi/haluanko-vanhemmaksi/vapaaehtoinen-lapsettomuus/page/3/>

Opetushallitus 2024. Opetushallinnon tilastopalvelu. Hakupäivä 17.12.2024. <https://vipunen.fi/fi-fi/layouts/15/xlviewer.aspx?id=/fi-fi/Raportit/Haku%20ja%20valinta%20-%20korkeakoulu%20-%20live.xlsb>

Oulun ammattikorkeakoulun verkkosivu. Hakijan päivä. Hakupäivä 28.8.2024. <https://hakijanpaiva.fi/#info>

Paananen, Pietiläinen, Raussi, Lehto & Äimälä (toim.) 2017. Kätilötyö. Raskaus, synnytys ja lapsivuodenaika. Helsinki: Edita.

Pienimaa, A-K. 2014. EU:n kätilödirektiivi. Hakupäivä 13.10.2023. [Kätilöt Suomessa | Suomen Kätilöliitto ry \(suomenkatiloliitto.fi\)](https://www.katilo.fi/)

Silfverberg, Paul. Ideasta projektiksi. Projektinvetäjän käsikirja. Helsinki: Edita, 2007.

Sosiaali- ja terveysministeriö 2024. Tehtävät ja tavoitteet. Hakupäivä 16.12.2024. <https://stm.fi/ministerio/tehtavat-ja-tavoitteet>

Suomen kätilöliitto 2023. Kätilöksi opiskelu suomessa. Hakupäivä 12.9.2023. <https://suomenkatiloliitto.fi/opiskelu/katiloksi-opiskelu-suomessa/>

Tilastokeskus 2024. Syntyvyys laski tilastohistorian matalimmalle tasolle vuonna 2023. Tiedote. Julkaistu 24.5.2024. Hakupäivä 16.12.2024. <https://stat.fi/julkaisu/cln4jsw103qcn0avxz5icrry3>

TENK 2012. Hyvä tieteellinen käytäntö ja sen loukkausepäilyjen käsittely suomessa. Hakupäivä 22.5.2024. [HTK ohje 2012.pdf \(tenk.fi\)](https://www.tenk.fi/HTK_ohje_2012.pdf)

Valpe, Kati. Korkeakoulujen hakijamarkkinointi: tutkimus korkeakoulujen markkinointiviestinnästä ja hakijan polusta. Pro gradu -tutkielma, Jyväskylän yliopisto. Hakupäivä 19.8.2024. <https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/71535/URN%3aNBN%3afi%3ajyu-202008285665.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Valtioneuvosto 2023. Sosiaali- ja terveysalan korkeakoulutuksen kehittäminen -hanke Loppuraportti. Hakupäivä 16.12.2024. [https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/164706/VN\\_2023\\_15.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/164706/VN_2023_15.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Valvira 2024. EU- tai ETA- valtiossa koulutettu sairaanhoitaja, proviisori tai kättilö. Hakupäivä 16.12.2024. <https://valvira.fi/ammattioikeudet/eu-tai-eta-valtiossa-koulutettu-katilo-sairaanhoitaja-tai-proviisori>

## LIITTEET

Liite1 Asiantuntijaryhmän haastattelulomake

Liite 2 Loppuvaiheen opiskelijan tarina

Liite 3 Opiskelijavaihto -tarina

Liite 4 Opiskelijatarina



OULUN AMMATTIKORKEAKOULU

## Asiantuntijaryhmän haastattelu-lomake

Teemme projektia Oulun ammattikorkeakoulun markkinoinnin kehittämiseen liittyen. Tutustu ensin rauhassa Oulun ammattikorkeakoulun kättilökoulutuksen verkkosivuihin sekä viralliseen instagram-tiliin. Tili löytyy instagramista nimellä @oamk\_katilo ja verkkosivut osoitteesta <https://oamk.fi/koulutus/ammattikorkeakoulututkinnot/katilo-amk/>. Vastaa kyselyyn huolella ja rehellisesti, jotta vastaukset ovat mahdollisimman luotettavia.

Vastauksesi ja mielipiteesi ovat meille arvokkaita!

## 1. Esitiedot:

Kuka olet, mitä opiskelet tai mitä teet työksesi?

2. Mitä mieltä olet Oulun ammattikorkeakoulun kättilökoulutuksen verkkosivuista?  
(sisältö, visuaalisuus)

## 3. Miten kehittäisit kättilökoulutuksen verkkosivuja?

**4. Mitä mieltä olet kätilökoulutuksen virallisesta Instagram-tilistä?  
(sisältö, visuaalisuus)**

**5. Miten kehittäisit kätilökoulutuksen virallista instagram-tiliä?**

**6. Millä muilla tavoilla kehittäisit kätilökoulutuksen markkinointia?**

Lähetä

Hei,

Olen Salla, viimeisen vuoden kättilöopiskelija. Olen aiemmalta koulutukseltani lähihoitaja ja siitä jatkanut kättilöopintoihin. Kättilöopintoihin hakeuduin, koska se on ollut haaveammattini jo lapsesta asti ja tykkään myös vauvoista todella paljon.

Opintoni alkavat olla jo loppusuoralla. Olen suorittanut jo kaikki teoriaopinnot ja nyt teen viimeisiä syventäviä harjoitteluita. Kättilöopinnot loppuvaiheessa ovat harjoittelupainotteiset.

Opinnot ovat tuntuneet toisinaan rankoilta. Haastavimpana opinnoissa olen kokenut arjen aikatauluttamisen, kun usein harjoittelut ovat kolmivuorotyötä. Mutta muuten opinnot on olleet kivoja ja etenkin nämä loppuvaiheen harjoittelut ovat olleet todella mielenkiintoisia ja antoisia. Parasta opinnoissa ovatkin olleet kaikki harjoittelut mihin olen päässyt kuluneiden opintojen aikana.

Oppimistilanteista mieleenpainuvampia ovat olleet mielenkiintoiset potilastapaukset, joita on sattunut tosi paljon opintojen aikana. Omalla tavalla koululla tehdyt simulaatioharjoitukset on aina olleet todella opettavaisia vaikkakin usein tosi jännittäviä.

Ehdottomasti suosittelen näitä opintoja alasta kiinnostuneelle. Paljon sinnikkyyttä vaaditaan, mutta opinnot menevät kyllä todella nopeasti! Tsemppiä uusille opiskelijoille opintoihin!

### **Anniinan ja Kaislan opiskelijavaihto Keniassa syksyllä 2023**

Vaihtoon lähtiessä olimme kolmannen ja neljännen vuoden kättilöopiskelijat. Olimme vaihdossa Keniassa, Kakamega -nimisessä kaupungissa. Yliopisto, joka huolehti meistä vaihdon ajan, oli Masinde Muliro University of Science and Technology. Suoritimme harjoittelun paikallisessa julkisessa sairaalassa. Työskentelimme useilla eri osastoilla ”maternity Uniten” sisällä; raskaana olevien osastolla, synnytysosastolla synnyttäneiden osastolla, naistentautien leikkaussali, sekä vastasyntyneiden osastolla.

Vaihtoon lähtö oli ollut molemmilla haaveena. Kiinnostuimme vaihtoon lähdestä entisestään osallistuttuamme vaihtoon liittyvälle infoluennolle, ja sen jälkeen päätimmekin laittaa heti hakemuksen vaihtoon. Kenia kohteena kiinnosti molempia erityisesti sen vuoksi, että hoitotyö siellä on kovin erilaista verrattuna Eurooppaan. Myös olosuhteet ovat hyvin erilaiset.

**Merkittävämpänä erona Suomen ja Kenian välillä** on se, että aseptiikka ja täten myös hygienian taso Kenian sairaalassa on paljon huonompaa. Keniassa sairaalaa ”pyörittää” opiskelijat, heillä on suuri vastuu hoitotyössä. Kun taas Suomessa ollaan paljon tiukempia siitä, kuka saa itsenäisesti toteuttaa esim. lääkehoitoa, Keniassa puolestaan jopa opiskelijoilla oli lupa toteuttaa mm. iv. lääkehoitoa.

Paljon olimme tutustuneet Keniaan etukäteen ja kuulleet harjoittelusta sairaalassa. Kuitenkin monet sairaalan käytännöt, kuten käsien pesu, aseptiikka, opiskelijoiden suuri vastuu sekä valkoihoisten huomioiminen mm. huutelemalla, koskettelemalla tai muuten vain huomion saamisella yllätti ensimmäisinä päivinä. Kenialaisten kiireettömyys ja asioiden hoitaminen, kuten laskujen maksamatta jättäminen (nettiyhteyden toimimattomuus) alkuun yllätti, mutta näihin asioihin tottui ajan kanssa. Kenialaiset osoittautuivatkin ystävällisiksi ja avuliaksi, kun heihin pääsi tutustumaan paremmin. Myös Kenialaisten yhteisöllisyys näkyi hyvin, tämä oli ehdottomasti maan rikkaus.

**Tavallinen harjoittelu päivämme** alkoi klo 7.30. Teimme harjoittelun aikana vain aamuvuoraa arkipäivinä, sillä iltaisin ei ollut turvallista liikkua ulkona. Kenialaiseen tapaan oli tyypillistä, että kaikki työntekijät ja opiskelijat eivät olleet paikalla 7.30, vaan saapuivat paikalle 7.30-8.00 välillä kun ennättivät. Olimme aina ajoissa, sillä olemme tottuneet siihen, että aikatauluista pidetään kiinni. Päivän aikana ei ollut yhtään taukoa, osastoilla ei ollut työntekijöille taukhuonetta, jossa voisi mm. ruokaa lämmittää. Klo 13 maissa iltavuoro tuli paikalle ja aamuvuorolaiset lähtivät kotiin tai jonnekin muualle osastolta syömään. Meillä oli hyvin pientä evästä mukana, jotta pystyimme päivän mittaan käydä syömässä. Lähdimme kotiin lounaalle 13-14 aikoihin, jolloin meidän harkkapäivämme päättyi.

Erityisesti mieleen jäi kohtaamiset niin potilaiden kun työntekijöiden ja opiskelijoiden kanssa. Kaikki olivat erittäin kiinnostuneita juttelemaan meidän kanssamme. Myös paikallisten kekseliäisyys, kun täytyy pärjätä vähempien resurssien kanssa. Opimme mm. uusia kädentaitoja, sillä ne olivat

suuressa roolissa, kun teknologiaa ei juurikaan ollut. Saimme myös paljon kiitosta antamastamme imetysohjauksesta suoraan äideiltä, mikä tuntui kivalta, sillä Suomessa imetysohjauksen saaminen on perusasioita.

Potilastapaus mikä jäi mieleen, oli tapaus synnytysosastolta, jossa hoidimme työparina synnytyksen, tietenkin paikallisten läsnä ollessa. Olimme opetelleet ennakolta swahilia, jotta pysyisimme kommunikoimaan ja ohjaamaan äitiä paremmin synnytyksen aikana. Synnytys meni hyvin ja äiti ja vauva voivat hyvin. Synnyttäjä ja hänen äitinsä olivat todella kiitollisia ja halusivat antaa meille kunnian nimetä vastasyntynyt. Alun perin he olisivat halunneet nimetä vauvan meidän mukaamme, mutta vauvan ollessa poika, saimme keksiä vauvalle nimen. Otimme vielä muistoksi kuvan perheen kanssa.

**Meidät otettiin erittäin hyvin ja lämpimästi vastaan.** Tutustuimme kouluun, sairaalaan ja kaupunkiin paikallisten avulla ensimmäiset päivät. Kaikki olivat kiinnostuneita keskustelemaan meidän kanssamme mm. eroavuuksista maiden välillä, opinnoissa ja hoitokäytännöissä. Opiskelijat olivat myös kiinnostuneita tutustumaan vapaa-ajalla. Saimme myös tarpeen tullen paikallisilta apua mm. raha-asioissa, turvallisen kuljetuksen löytämisessä sekä paikallisen sim-kortin hankkimisessa.

**Potilaat suhtautuivat meihin hyvin.** Kommunikointi oli ajoittain haasteellista, sillä kaikki paikalliset eivät osanneet englantia. Käytimme toistemme ymmärtämisen apuna kehonkieltä, sekä muut potilaat saattoivat tulkata, jos yhteistä kieltä ei ollut. Potilaat olivat erittäin kiitollisia saamaansa hoitoon ja osa halusi kysellä meidän maastamme ja ottaa kuvia kanssamme.

**Vaihtoon lähtöä miettivää haluaisimme kannustaa lähtemään.** Opintojen aikana vaihtoon lähteminen on suuri mahdollisuus, sillä koululta saa tukea vaihdon aikana ja myös taloudellista tukea saa vaihtojärjestöiltä. Koimme, että vaihtokokemus antoi lisämotivaatiota jatkaa opintoja Suomessa, kun sai hetkeksi ns. ”irtioton” opinnoista.





Kuvat: Kaisla ja Anniina

Olen Hanna, neljännen vuoden kättilöopiskelija ja neljän lapsen äiti. Aiemmalta koulutukseltani olen leipuri-kondiittori, ja työskentelin alalla ennen kuin aloitin kättilöopinnot. Hain Oulun ammattikorkeakoulun kättilökoulutukseen ammattikoulun päättötodistuksella, ja pääsin heti sisään. Kättilöksi halusin, koska minulla on aina ollut suuri halu auttaa ja olla mukana perheiden tärkeissä elämän hetkissä, kuten esimerkiksi syntymän hetkellä. Lisäksi omien lasten myötä kiinnostus alaa kohtaan on kasvanut.

Kättilöopinnot ovat olleet mukavia, ja koulunkäynti on sujunut hyvin. En ollut asettanut suuria odotuksia koulutukselle, mutta se yllätti minut erityisesti ryhmätöiden määrällä. Opiskelu neljän lapsen äitinä on välillä ollut haastavaa, esimerkiksi lasten sairastelujen vuoksi. Opintojen aikana olen saanut myös yhden lapsen lisää, ja koulunkäynti on sujunut loppuraskauden ja lapsivuodeajan ohella, vaikka se on vaatinut ajoittain aika paljonkin joustamista. Äidin rooli ja korkeakouluopinnot on kuitenkin mahdollista yhdistää. Se vaatii välillä tahtoa ja kykyä soveltaa, mutta yleensä asiat ovat järjestyneet hyvin.

Tällä hetkellä olen aloittanut syventävän vaiheen harjoittelut opinnoissani. On ollut todella hauskaa päästä vihdoin työskentelemään oman tulevan ammatin parissa. Mielestäni opinnoissa parasta on ollut juuri harjoittelu, sillä olen oppinut niissä eniten. Mieleenpainuvuin muisto onkin ensimmäisestä harjoittelustani sairaalassa.

Haluan sanoa kaikille, että rohkeasti kannattaa hakea sellaiseen koulutukseen, joka vähänkään kiinnostaa!