



## VOIMAA VERKOSTA – VERKKO-OPETUS PIRAMKISSA

Ville Happonen

Opinnäytetyö  
Toukokuu 2009  
Liiketalouden koulutusohjelma  
Markkinoinnin ja kansainvälisten  
liiketoimintojen suuntautumisvaihtoehto  
Pirkanmaan ammattikorkeakoulu

## TIIVISTELMÄ

Pirkanmaan ammattikorkeakoulu  
Liiketalouden koulutusohjelma  
Markkinoinnin ja kansainvälisten liiketoimintojen suuntautumisvaihtoehto

HAPPONEN, VILLE  
VOIMAA VERKOSTA – Verkko-opetus PIRAMKissa

Opinnäytetyö 38 s., liite esite  
Toukokuu 2009

---

Opinnäytetyölle tarpeen loi kasvanut verkko-opetuksen määrä ammattikorkeakouluissa sekä toimeksiantajan halu parantaa henkilöstönsä tietoisuutta verkko-opetuksesta ja sen tuomista mahdollisuuksista. Lisäksi toimeksiantaja halusi saada henkilöstön tarjoamaan yhä useampia opintototeutuksia virtuaalisesti.

Tähän tarpeeseen laadittiin verkko-opetustoiminnasta henkilöstöä informoiva markkinointiesitteen toimeksiantajan henkilöstölle. Esite perustui toimeksiantajan organisaatiossa harjoittelun aikana tekemiini havaintoihin sekä verkko-opetusteoriaan. Lisäksi sisällön tuotannossa tein yhteistyötä toimeksiantajan verkko-opetus asiantuntijoiden kanssa.

Opinnäytetyöni teoriaosuudessa käsitellään verkko-pedagogiikan luonnetta ja erikoispiirteitä, sekä henkilöstön kannustamista verkkopedagogiikan haasteen kohtaamiseen sisäisen markkinoinnin teoriaa hyväksikäyttäen. Sekä verkko-opetuksen haasteesta viestimistä henkilöstölle markkinointiviestinnän malleja ja –teorioita apuna käyttäen.

Prosessin tuloksena syntyi Pirkanmaan ammattikorkeakoululle Voimaa verkosta - Verkko-opetus PIRAMKissa -markkinointiesite käytettäväksi organisaation sisäisessä verkko-opetustoiminnan markkinoinnissa.

---

Asiasanat: Verkko-opetus, verkkopedagogiikka, sisäinen markkinointi, markkinointiviestintä

## ABSTRACT

PIRAMK University of Applied Sciences  
Degree Programme in Business Administration  
Marketing and International Business

HAPPONEN VILLE

Internal marketing of virtual education for PIRAMK University of Applied Sciences

Bachelor's thesis (38 pages), Brochure as attachment  
2009

---

The demand for this bachelor thesis was created by the increase of virtual studies in universities of applied sciences together with the mandator's aim to improve knowledge of the personnel on virtual education. In addition to that, it was the mandator's wish to increase virtual study modules offered by its personnel.

Focusing on that need a marketing brochure was planned to inform the mandator's personnel on virtual teaching. The brochure is based on virtual education theories and observations performed during the writer's internship in the mandator's organisation. The content was provided in the co-operation with the mandator's virtual education specialists.

The theoretical part of this thesis concentrates on the nature of virtual education and its special features. It also applies the internal marketing theory to encourage the personnel too meet the challenge of virtual education. It also discusses the use of using the models and theories of marketing communication to help communicate that challenge to staff.

The process resulted in Voimaa verkosta - Verkko-opetus marketing brochure for PIRAMK University of Applied Sciences for the internal use of its organisation.

---

Keywords: Virtual education, internal marketing, marketing communications

## SISÄLLYS

1. JOHDANTO .....	5
1.1 Lähtökohdat opinnäytetyön laatimiselle.....	5
1.2 Opinnäytetyön laatiminen .....	6
2 TOIMEKSIANTO JA TOIMEKSIANTAJA.....	9
2.1 Toimeksianto .....	9
2.2 Toimeksiantaja .....	9
2.3 Tuotoksen suunniteltu valmistuminen ja julkaisu.....	10
3. VIRTUAALIOPETUS JA VERKKO-OPETUSTEKNOLOGIA.....	11
3.1 Virtuaaliopetuksen määritelmät .....	11
3.1.1. AMKOTA määritelmä virtuaaliopinnoista .....	11
3.1.2 Virtuaaliammattikorkeakoulun täydennykset määritelmään .....	11
3.1.3 Verkko-opetuksen määritelmä PIRAMKissa .....	12
3.2 Verkko-oppimisalustat .....	12
3.2.1 PIRAMKissa käytettävät verkko-oppimisalustat.....	13
3.3 Verkko-oppimisympäristö .....	13
3.3.1 Verkko-oppimisen ja –opetuksen erikoispiirteitä .....	15
3.3.2 Opettajan roolin erityispiirteitä verkossa .....	16
3.4 Verkko-opetuksen suunnittelu .....	18
4. SISÄINEN MARKKINOINTI JA -VIESTINTÄ.....	20
4.1 Sisäinen markkinointi .....	20
4.1.2 Sisäisen markkinoinnin teorioiden soveltaminen .....	22
4.2 Opinnäytetyössä sovelletut markkinointiviestinnän mallit .....	24
4.2.1 Markkinointiviestintäteorian soveltaminen.....	24
4.2.2 Markkinointiviestinnän vaikutusteorioiden soveltaminen.....	26
4.2.3 Viestinnän AIDA-malli .....	27
4.2.4 Markkinointiviestinnän vaikutuksen kesto, suunta ja vaikutushetki ...	28
4.2.5 Viestinnän epäonnistumisen ehkäiseminen .....	29
5 TOTEUTUS JA OPPIMISPROSESSI .....	33
5.1 Opinnäytetyön tuotoksen toteutus .....	33
5.1.1 Tuotoksen julkaiseminen .....	34
5.2. Oppimisprosessi.....	34
6. PÄÄTÄNTÄ.....	37
LÄHTEET .....	38

## 1. JOHDANTO

### 1.1 Lähtökohdat opinnäytetyön laatimiselle

Opinnäytetyöni toimeksiantajan Pirkanmaan ammattikorkeakoulun sisäisen kehittämisen yksikön henkilökunta näki tarvetta lisätä verkko-opetustietoisuutta ja hälventää verkko-opetusteknologian käyttämiseen kohdistuvaa pelkoa organisaation henkilöstön keskuudessa. Verkko-opetuksen määrä on kasvanut toimeksiantajan organisaatiossa viime vuosina voimakkaasti. Vuonna 2007 opiskelijat suorittivat 7324 virtuaaliopintopistettä Pirkanmaan ammattikorkeakoulussa ja vuonna 2008 suoritettiin jo yli 28000 virtuaaliopintopistettä. Toimeksiantajan organisaatiossa nähdään jatkuva tarve kehittää verkko-opetusta. Lisäksi on vastattava haasteeseen, joka syntyy 1990-luvulla syntyneiden nuorten astuessa ammattikorkeakouluopiskelijoiksi lähivuosina. Useat heistä ovat tottuneet käyttämään tietokonetta ja tietoverkkoja lapsuudestaan asti. Tämä puolestaan asettaa opettajille ja opetustoiminnalle uudenlaisia haasteita. Tietotekniikan käyttötottumuksiltaan erilainen opiskelijamateriaali vaati henkilöstöltä yhä enemmän tietoisuutta virtuaaliopettamisesta ja oppimisympäristöjen sekä osaamista käyttää verkkoa opetuksen välineenä. Opinnäytetyöni tarkoituksena on ollut laatia informaatiopaketti PIRAMKissa käytettävistä verkko-opetussovellutuksista ja verkko-opetuskäytännöistä henkilöstön informoimiseksi positiivisessa hengessä. Tietopaketin tavoitteena on saada henkilöstö tutustumaan verkko-opetukseen sekä kannustaa tarjoamaan virtuaaliopintojaksoja opiskelijoille.

Markkinointimateriaalissa korostuu viesti uudesta sähköisestä opetustavasta positiivisessa hengessä ja sen suomasta mahdollisuudesta toteuttaa opetusta ajasta ja paikasta riippumatta virtuaaliympäristössä tavanomaisen luokkahuoneen sijasta. Informaatiopaketin pääasiallinen tarkoitus on tuoda informaatio verkko-opetuksesta jokaisen opetusta tarjoavan henkilökunnan jäsenen omalle työpöydälle ja täten informoida heitä, ja saada heidät kiinnostumaan verkko-opetuksen tuomista mahdollisuuksista. Laaditun markkinointimateriaalin pohjimmalsena tarkoituksena on lisätä henkilöstön tietoisuutta verkko-opetuksen tuomista mahdollisuuksista järjestää opetusta uudella tavalla, ja siten saada verkko-opetustarjontaa lisättyä toimeksiantajan organisaatiossa.

## 1.2 Opinnäytetyön laatiminen

Verkko-opetuksen kohtaamiseen kannustamiseksi päätettiin ottaa avuksi sisäisen markkinoinnin keinot. Näin informaatiopaketti päätettiin laatia markkinointimateriaaliksi, jonka tavoitteena on verkko-opetustietoisuuden vieminen kentälle opetushenkilöstön keskuuteen ja valmistaa heitä kohtaamaan verkko-opetuksen haasteet. Esitteen laatimisessa apuna olivat sisäisen markkinoinnin teoriassa esitetty keinovalikoima. Sisäisen markkinoinnin teoriassa esitteen julkaisu kuuluu informaatiojohtamisen toteutukseen sekä voidaan nähdä kuuluvaksi sisäisen markkinoinnin toiminnalliseen tasoon (transactional). Muita keskeisiä käsitteitä ovat verkko-opetukseen liittyvät verkko-oppimisalustan ja oppimisympäristön käsitteet. Näitä käsitteitä käytetään myös opetusalustan ja opetusympäristön muodossa alan kirjallisuudessa, jolloin niissä painottuu opetuksen näkökulma. Opinnäytetyötä laadittaessa esiin tuli käsitteitä, joilla viitattiin vuorovaikutukseen verkossa kuten opettajan pedagogisia rooleja verkossa käsittelevät. Näiden lisäksi esitteen toteuttamisessa apuna oli markkinointiviestinnän teoria ja sen antama tieto markkinointisanoman vaikutuksesta vastaanottajaan.

Esitteen laatimisprosessi oli monivaiheinen ja alkoi keväällä 2008. Kesän ja syksyn 2008 aikana kokosin yhdessä PIRAMKin verkko-opetusasiantuntijoiden Sari Mettiäisen ja Anna-Liisa Karjalaisen kanssa verkko-opetuksesta tietopakettin julkaistavaksi. Tämän jälkeen syksyllä 2008 aloitettiin esitteen painotuotesuunnittelu. Tässä prosessissa sain apua PIRAMKin tiedotusosaston Seppo Pajarilta ja Minna Hokkaselta, sillä minulla ei ollut aiempaa osaamista taitto-ohjelmien käytöstä. Esitteen graafiseksi asuksi suunnitteluprosessin kuluessa valikoitui PIRAMKissa käytettävää Connect Pro verkko-oppimisympäristön värejä ja sekä muotoja muistuttavat graafiset elementit sekä ohjelman näkymää muistuttava taitto. Tällä tyylivalinnalla pyrittiin siihen, että esitteen vastaanottaja pystyy mieltämään heti esitteen käteen saadessaan esitteen käsittelevän verkko-opetusta. Esitteeseen pyrittiin valitsemaan ja asettelemaan myös fontti ja kuvat tavalla, joka tukisi mielikuvaa verkko-opetusympäristöstä. Väreiksi valittiin vihreä, valkoinen ja harmaa, jotka esiintyvät myös Connect Pron käyttöliittymässä.

Esitteen sisältö voidaan jakaa karkeasti kolmeen osioon verkko-opetuksen määritelmää, toteuttamista ja visioita käsittelevään osaan, teknisiin ohjeisiin ja verkko-opetustoimijoiden esittelyyn ja yhteystietoihin.

Verkko-opetuksen määritelmää ja visioita käsittelevä osa luo lukijalle kuvan verkko-opetuksesta ja selventää verkko-opetuksen käsitettä yleisesti sekä toimeksiantajan organisaation käyttämää verkko-opetuksen määritelmää. Lisäksi osassa selvitetään PIRAMKin laatujärjestelmän ja Opetusministeriön AMKOTAMääritelmän mukaisesti, mitä verkko-opetuksella PIRAMKissa tarkoitetaan.

Teknisten ohjeiden perimmäisenä tarkoituksena on alentaa kynnystä kokeilla ja käyttää verkko-opetusympäristöjä opetuksessa. Teknisten ohjeiden osalta keskityttiin niihin osa-alueisiin, joiden käytössä PIRAMKin verkko-opetusasiantuntijat ovat havainneet ongelmia, ja joihin heiltä on toivuttu usein neuvontaa. Kun selkeä ohje on esitteessä saatavilla, vapautuu opettajien työpanos paremmin verkko-opetustyöhön ja verkko-opetusasiantuntijoiden työpanosta verkko-oppimisen jatkokehittämiseen. Erityisesti uuden verkko-oppimisympäristö Connect Pron tekninen ohjeistus on esitteessä painottunut, koska se on vasta hiljattain otettu käyttöön PIRAMKissa.

Kolmantena esitteen osana on verkko-opetuksen piirissä toimivan PIRAMKin henkilökunnan esittely. Verkko-opetusasiantuntijoiden ja eOpintotoimiston henkilöstön lisäksi esitteestä on löydettävissä helposti verkko-opetuksen oppimisympäristöjen teknisestä ylläpidosta vastaavat henkilöt sekä PIRAMKin verkkopedagogit ja –mentorit. Verkkopedagogit toimivat verkko-opetuksen henkilöstökoulutuksissa ja tukevat henkilöstöä verkko-opetukseen liittyvissä kysymyksissä oman toimensa ohella. Verkkopedagojeja on kolme PIRAMKissa. Niissä toimipisteissä, joissa ei ole verkkopedagojeja, on nimetty verkkomentorit lähitueksi ja neuvonantajiksi verkko-opetuskysymyksiin oman toimensa ohella. Näiden lisäksi esiteltiin verkko-opetuksen tärkeimmät yhteistyöverkostot, joissa toimeksiantaja – PIRAMK - on mukana. Näitä ovat tamperelaisten korkeakoulujen ja oppilaitosten muodostama Tampereen eOppimisen klusteri, joka tarjoaa teemaan liittyen ajankohtaista tietoa, tapahtumia ja henkilöstökoulutuksia. Tämän lisäksi esiteltiin Suomen Virtuaaliammattikorkeakoulu, joka on suomalaisten ammattikorkeakoulujen yhteenliittymä. Se ylläpitää amk.fi-portaalia. Portaa-

lissa on tarjolla opiskelijoille opintojaksoja ja opetusmateriaalia vapaasti opetuksessa käytettäväksi. Lisäksi esitteessä kerrottiin virtuaaliammattikorkeakouluun liittyen opetusministeriön opiskelijaliikkuvuusrahoituksesta. Tällä haluttiin luoda taloudellinen kannuste opintojaksojen tarjoamiseksi virtuaaliammattikorkeakoulussa. Pyrittiin korostamaan, että opintojaksoista opiskelijamaksuina saatavat tulot tuloutetaan opintojakson tuottaneelle koulutusohjelmalle. PIRAMKin verkko-opetuksen koordinaatiosta vastaavan eOpintotoimiston yhteystiedot on helppo löytää esitteen takakannesta. Näin kynnys ottaa yhteyttä eOpintotoimistoon madaltuisi.

Esitteen luomisen lähtökohtana oli PIRAMKin kehitysosaston tavoite levittää verkko-opetustietoisuutta henkilöstön keskuudessa sekä lisätä tarjottavaa verkko-opetusta. Verkko-opetustietoisuutta ei henkilöstön keskuudessa mitattu kyselyin ennen esitteen laatimista. Lähtökohdaksi verkko-opetusesitettä suunnitlessani ja ohjaavaksi rakenteeksi otin viestinnän vaikuttavuuden AIDA (=attention-interest-desire-action)-mallin. Esitteen tarkoituksena on kiinnittää kohderyhmän huomio verkko-opetukseen ja lisätä tarjottavaa verkko-opetusta.

Esitettä luodessa verkko-opetuksen rajaavaksi määritelmäksi otettiin Opetusministeriön AMKOTA määritelmä ja siihen tehdyt Virtuaaliammattikorkeakoulun täydennykset, joita PIRAMK käyttää verkko-opetuksen määritelmänä oman organisaationsa laatujärjestelmässä.



## **2 TOIMEKSIANTO JA TOIMEKSIANTAJA**

### **2.1 Toimeksianto**

Opinnäytetyön toimeksiantona oli laatia Pirkanmaan Ammattikorkeakoululle (PIRAMK) esite verkko-opetuksesta jaettavaksi henkilöstölle ja tärkeimmille sidosryhmille. Toimeksiantona laaditun esitteen tarkoituksena on informoida toimeksiantajan henkilöstöä verkko-opetusteknologian suomista uusista mahdollisuuksista opetuksen ja ohjauksen järjestämisessä ja saada näin henkilöstö tarjoamaan enemmän opetusta verkossa. Verkko-opetus esite laadittiin yhteistyössä PIRAMK:n verkko-opetusasiantuntijoiden kanssa.

### **2.2 Toimeksiantaja**

Pirkanmaan ammattikorkeakoulu on Pirkanmaalla toimiva ammattikorkeakoulu, jonka toiminnassa painottuu maakunnallisuus. Sillä on toimintaa Tampereella, Ikaalisissa, Mäntässä ja Virroilla. Sen tarjonnassa olevassa kuudessa koulutusohjelmassa on 4000 opiskelijaa vuosittain. Henkilökuntaa Pirkanmaan ammattikorkeakoululla on noin 400.

Tutkintoon johtavan koulutuksen ohella Pirkanmaan ammattikorkeakoulu järjestää runsaasti lisä- ja täydennyskoulutusta, erikoistumisopintoja ja avointa ammattikorkeakouluopetusta. Pirkanmaan ammattikorkeakoulun toimintaan kuuluvat myös opetusta palvelevat sekä työelämää ja aluekehitystä tukevat tutkimus- ja kehityspalvelut.

Opetustoiminta Pirkanmaan ammattikorkeakoulussa painottuu hyvinvointi- ja palvelualoihin, jotka on jaettu neljään klusteriin. Liiketalous ja matkailupalvelut – klusteri kouluttaa tradenomeja ja restonomeja (AMK). Liiketalouden koulutusohjelman opetusta annetaan Ikaalisissa, Mäntässä, Virroilla ja Tampereella. Markkinoinnin ja kansainvälisten liiketoimintojen ja taloushallinnon suuntautumisvaihtoehdot toteutetaan Ikaalisissa ja Virroilla, yritystoiminnan ja kokous- ja kongressipalvelujen suuntautumisvaihtoehdot Mäntässä sekä maaseutuelinkeinojen markkinoinnin ja oikeudellisen asiantuntijuuden suuntautumisvaihtoehdot Tam-

pereella. Tietojenkäsittelyn koulutusohjelmassa Ikaalisissa voi lisäksi opiskella sähköisen markkinoinnin ja digimedian tai hyvinvointiteknologian osaamisalueeseen kuuluvassa terveysalan tietohallinnan suuntautumisvaihtoehdossa. Kulttuuripalvelujen klusteri muodostuu Tampereella toimivasta musiikin koulutusohjelmasta ja Virroilla toimivasta viestinnän koulutusohjelmasta. Hyvinvointiteknologian klusterin muodostavat terveysalalta bioanalytiikan, fysioterapian sekä radiografian ja sädehoidon koulutusohjelma Klusteriin kuuluvat myös tekniikan ja liikenteen alalta laboratorioalan koulutusohjelma ja luonnontieteiden alalta tietojenkäsittelyn koulutusohjelman terveysalan tietohallinnan suuntautumisvaihtoehto.

Pirkanmaan ammattikorkeakoulun ylläpidosta vastaa Pirkanmaan ammattikorkeakoulu Oy, jonka omistajiin kuuluvat Tampereen kaupunki, Pirkanmaan koulutuskonserni-kuntayhtymä, Länsi-Pirkanmaan koulutuskuntayhtymä, Mäntän seudun ammatillisen koulutuksen kuntayhtymä, Tampereen Musiikkiopiston Säätiö ja Tampereen Talouskouluyhdistys ry.

Pirkanmaan ammattikorkeakoulu ja Tampereen ammattikorkeakoulu yhdistyvät vuoden 2010 alussa Tampereen ammattikorkeakouluksi.

(<http://www.piramk.fi>.)

Pirkanmaan ammattikorkeakoulun organisaatiossa verkko-opetuksen kehittäminen ja siitä tiedottaminen kuuluvat kehitysosaston tehtäväkenttään. Kehitysosasto toimii vararehtori Päivi Karttusen alaisuudessa vastaten verkko-opetustoimintojen ohella organisaation sisäisestä kehittämisestä sekä laatu järjestelmän prosessien kehittämisestä ja valvonnasta.

### **2.3 Tuotoksen suunniteltu valmistuminen ja julkaisu**

Toimeksiantaja toivoi tuotoksen olevan valmis syksyn 2008 aikana, jotta se voitaisiin julkaista viimeistään kevätlukukauden 2009 alkaessa ja jakaa henkilöstölle sekä mahdollisesti julkaista sisäisessä verkossa pdf.-tiedostona.

### **3. VIRTUAALIOPETUS JA VERKKO-OPETUSTEKNOLOGIA**

#### **3.1 Virtuaaliopetuksen määritelmät**

Virtuaaliopetuksen määrittelemiseen voidaan käyttää useita eri määritelmiä. Useiden eri kentän toimijoiden toimesta on pyritty määrittelemään virtuaaliopiskelua. Tässä yhteydessä relevanteimmat määritelmät ovat Opetusministeriön AMKOTA-tietojärjestelmää varten luotu määritelmä sekä siihen Virtuaaliammattikorkeakoulun tekemät täydennykset ja tämän opinnäytetyön toimeksiantajan Pirkanmaan Ammattikorkeakoulun (PIRAMK) omassa laatutyössään käyttämä määritelmä.

##### **3.1.1. AMKOTA määritelmä virtuaaliopinnoista**

"Virtuaaliopinnoilla tarkoitetaan aikaan ja paikkaan sitoutumatonta, joko tietoverkon välityksellä tai opiskelijan käytössä olevan CD-opetuspaketin avulla tarjottua opintojen kokonaisuutta (opintojaksoa, opintojakson osaa), joka on suunniteltu selkeästi itsenäiseksi kokonaisuudeksi ja joka on arvioitavissa itsenäisesti ja jonka laajuus on vähintään 1 opintopiste. Virtuaaliopintoihin voi liittyä erilaisia ohjaus-, neuvonta- ja tenttitilaisuuksia, jotka eivät välttämättä ole virtuaalisia." (AMKOTA-määritelmät. Virtuaaliopintojen määritelmät)

##### **3.1.2 Virtuaaliammattikorkeakoulun täydennykset määritelmään**

AMKOTA-määritelmää (3.1.1.) täydentääkseen Virtuaaliammattikorkeakoulu jakaa virtuaaliopinnot kolmeen alakategoriaan ohjattuun verkko-opiskeluun, verkossa olevaan itseopiskeluaineistoon ja lähi- ja verkko-opiskeluun perustuvaan koulutukseen.

Ohjattu verkko-opiskelu tapahtuu kokonaisuudessaan verkossa, missä opiskelijat ja opettajat ovat vuorovaikutuksessa digitaalisten työvälineiden välityksellä. Se voi sisältää verkossa tehtäviä yksilö, pari- ja ryhmätöitä. Opiskelu voi sisältää yhteydenpitoa esimerkiksi keskustelukanavilla tai video- ja audioneuvotteiluissa. Opiskeluun saattaa liittyä ammattikorkeakoulussa läsnäoloa vaativa tenttitilaisuus.

Itseopiskeluun perustuvalla verkko-opiskelulla tarkoitetaan opiskelua, jossa opiskelija opiskelee itsenäisesti verkkoaineiston ja siihen sisältyvien ohjeiden avulla. Tähän ei sisälly opettajan antamaa ohjausta eikä välttämättä vuorovaikutusta muiden opiskelijoiden kanssa.

Lähi- ja verkko-opiskeluun perustuva koulutus eli nk. monimuoto-opiskelu on organisoitu siten, että se sisältää lähi- ja verkko-opiskelua. Työskentely monimuoto-opetuksessa voi tapahtua itsenäisesti, parityöskentelynä, ryhmätyöskentelynä ja suurryhmäopetuksena. Opiskelu voidaan suorittaa oppilaitoksessa, työpaikoilla tai tietoverkkojen välityksellä. Tämä opetusmuoto edellyttää opiskelijalta läsnäoloa sekä lähiopetustilanteissa että verkkoympäristössä.

(Virtuaaliopintojen määritelmät (AMKOTA-määritelmät))

### **3.1.3 Verkko-opetuksen määritelmä PIRAMKissa**

Pirkanmaan ammattikorkeakoulussa verkko-opetuksen määritelmänä käytetään AMKOTA-määritelmää täydennettynä Virtuaaliammattikorkeakoulun siihen tekemillä lisäyksillä.

## **3.2 Verkko-oppimisalustat**

Verkko-opetuslustoja ovat palvelinteknologioita, joilla tuetaan oppimisprosessien hallintaa. Oppimisalustat sisältävät opettajalle työvälineitä opintokokonaisuuksien toteuttamiseksi ja hallinnoimiseksi verkossa sekä opiskelijalle työvälineitä opintoihin osallistumiseksi. Useimmat oppimisalustat sisältävät mahdollisuuden keskusteluun joko reaaliaikaisen chat- tai verkkokeskustelun muodossa. Ne saattavat sisältää myös yhteiseen tiedonrakennukseen soveltuvia teknisiä sovelluksia. Oppimisympäristö on oppimisalusta, jolle on rakennettu materiaalia oppimiseen (wikipedia).

Tyypillistä verkko-oppimisympäristölle on 1990-luvun aikana verkko-opetukseen vakiintunut avoimen verkko-oppimisympäristön käsite. Avoimuus käsitteenä viittaa oppimisympäristön avautumiseen työelämän ja reaali maailman todellisiin tai simuloituihin tilanteisiin. Avoimessa oppimisympäristössä painotetaan toimin-

tatapaa, jossa opettaja toimii opiskelijan oppimisprosessin ohjaajana. (Nevgi 2003, 16–18)

### **3.2.1 PIRAMKissa käytettävät verkko-oppimisalustat**

Opinnäytetyön toimeksiantajan PIRAMKin toiminnassa käytetään verkko-oppimisalustoista Moodlea ja Adobe Acrobat Connect Prota.

Moodle on avoimen lähdekoodin oppimisalusta. Oppimisympäristön pääkehittäjä on australialainen Martin Dougiamas. Häntä avustavat työssä tuhannet kehittäjät ympäri maailmaa. Moodlen pedagoginen lähestymistapa perustuu sosiaalisen rakentumisen teoriaan. (wikipedia)

Moodle mahdollistaa opetuksessa vuorovaikutuksen reaaliaikaisten chattien, verkkokeskustelun ja wikien kautta. Sen välityksellä opiskelijat voivat olla yhteydessä ohjaajaan ja toisiinsa. Moodle opetusteknisenä alustana mahdollistaa verkossa käytettäväksi erilaisia tehtävä- ja kysymystyyppejä, joista osaan voidaan ohjelmoida oikeat vastausvaihtoehdot. Näin Moodle soveltuu myös opiskelijoiden taitojen testaukseen ja helpottaa opettajan työtä. Moodle-alusta voi toimia myös oppimateriaalin sijaintipaikkana, linkkikirjastona tai ilmoitustauluna.

Adobe Connect Pro on taas videoneuvotteluohjelmisto, joka mahdollistaa verkkokokoukset ja virtuaalisen luokkahuoneen käytön opetuksessa. Adobe Connect Pro -istuntoja voidaan nauhoittaa myöhemmin katsottavaksi (<http://www.adobe.com/fi/products/acrobatconnectpro/>).

### **3.3 Verkko-oppimisympäristö**

Oppimisympäristön käsite on ollut monitulkintainen. Kuitenkin yleisemmin oppimisympäristö on määritelty fyysiseksi paikaksi tai tilaksi, sosiaalisesti yhteiseksi, toimintakäytännöiksi tai oppimateriaali- ja ohjausresursseiksi tai edellä mainituista muodostuvaksi yhdistelmäksi, joka on rakennettu tukemaan ja edistämään oppimista. Opiskelijat toiminnallaan muovaavat oppimisympäristöä. Oppimisprosessiin liittyvässä tutkimuksessa käytetään paljon oppimisympäristön käsitettä. Tällä tarkoitetaan, että opiskeluympäristö rakentuu oppijan elämis-

maailmassa oppimisympäristöksi opetustoiminnan vaikutuksesta. Tellan mukaan oppimisympäristö opiskeluympäristön ja opettajan toiminnan tuloksena syntyy oppijan rakentama malli ulkoisesta todellisuudesta. Verkko-opetuksesta puhuttaessa viitataan yleisemmin oppimisympäristöön (Korhonen 2003, 29).

Oppimisympäristöjen ominaisuuksia kuvatessa käytetään usein metaforia. Mononen-Aaltonen on käyttänyt neljää metaforaa kuvaan verkko-oppimisympäristöä:

1. Oppimisympäristöön viitattaessa ekosysteemin metaforaan jäsennetään se systeemi- ja sosialisointinäkökulmista. Tässä näkökulmassa painottuvat oppimisprosessi ja sitä tukevat elementit. Huomiota kiinnitetään laadullisiin muutoksiin, joita tapahtuu oppijan käsityksissä.
2. Torimetaforassa oppimisympäristön ajatellaan konkretisoituvan globaalina tai lokaalina oppimispalveluita tarjoavana torina. Tässä oppimisympäristöä painotetaan eräänlaisena oppimisen käyttöliittymänä. Torinäkökulmassa otetaan huomioon oppimisverkostot, joissa eri koulutuspalveluiden käyttäjät ja tarjoajat liittyvät tietoverkon kautta toisiinsa muodostaen yhteistyöverkoston. Oppimisverkosto muodostaa laajan oppimisen metatorin, jossa kukin oppilaitos on sitoutunut tuottamaan tietyt kokonaisuuden kannalta tärkeät komponentit. Oppimisverkostoihin voidaan määritelmän nojalla katsoa kuuluvaksi esimerkiksi ammattikorkeakoulujen VirtuaaliAMK.
3. Joskus verkko-oppimisympäristöä kuvaamaan käytetään virtuaalisen tilan tai luokkahuoneen metaforaa, jolloin viitataan monimuotoiseen tilaan ja vuorovaikutukseen. Näkemyksessä painottuu virtuaalinen tila fyysisen tilan laajenuksena tai korvikkeena.
4. Yksi tapa jäsentää oppimisympäristöä on sen näkeminen eräänlaisena dialogina. Tässä viitataan oppimisympäristön rakentumisesta vuorovaikutukselle sekä vuorovaikutuksen laatuun. Tässä dialogin välityksellä on pyrkimys toisen tajunnallisen maailman ymmärtämiseen. Tämä edellyttää kuitenkin oppimisyhteisöä, joka rakentuu dialogisuudelle.

Oppimisympäristö verkossa nähdään useimmissa tarkasteluissa rakentuvan yhteisöllisenä, dialogisena ja joustavan ajasta ja paikasta riippumattoman etäopiskelun mahdollistajana (Korhonen 2003, 30–31).

### 3.3.1 Verkko-oppimisen ja –opetuksen erikoispiirteitä

Verkko-oppimiseen ja –opetukseen liittyy tiettyjä vuorovaikutukseen liittyviä erikoispiirteitä. Eräs näistä verkko-opetuksessa tapahtuvan interaktion erityispiirteistä on sosiaalinen vihjeettömyys. Sillä tarkoitetaan, että tietokoneavusteisessa viestinnässä sallitaan vähemmän sosiaalisten vihjeiden - esim. non-verbaali viestintä – välittämistä traditionaaliseen oppimistilanteeseen verrattuna. Tämän katsotaan vähentävän osallistujan tietoisuutta itsestään ja muista. Siitä seurauksena saattaa olla ns. fleimaus, jolla viitataan asiaan kohdistuvaan emotionaaliseen vihamielisyyteen. Tietokonevälitteisessä viestinnässä keskitytään enemmän tehtävä- ja asiapitoisempaan kommunikaatioon kuin kasvokkain tapahtuvissa viestintätilanteissa. Verkkoviestintä on kuitenkin epämuodollisempaa kuin perinteinen kirjeenvaihto ja sisältää enemmän sosiaalisia vihjeitä. Vaikka verkkoviestinnästä puuttuu non-verbaali kommunikaatio, ilmenee siinä viestinnän metataso mm. kirjoitustapojen ja hymiöiden välityksellä (Matikainen, 2001, 26–27).

Yksilön identiteetin muodostumiseen verkko-opiskelulla on vaikutuksensa. Yksilön identiteetti muodostuu erilaisissa sosiaalisissa konteksteissa. Nämä sisältävät yksilön henkilökohtaiset sosiaaliset verkostonsuhteet. Lisäksi identiteettiin liittyvät myös sosiaalisen vuorovaikutuksen prosessit, joita on monia esimerkiksi koulutus, suostuttelu, retoriikka ja propaganda. Sosiaalinen verkosto ja ryhmäjäsenyydet eivät muutu toimittaessa verkkoympäristössä. Verkko-opetuksen erilainen sosiaalinen rakenne vaikuttaa kuitenkin verkossa tapahtuvaan identiteetintuottamiseen voimakkaasti. Identiteetin toinen ulottuvuus sosiaalisen vuorovaikutuksen prosessit saavat verkossa erilaisista viestinnän muodoista johtuen erilaisen muodon kuin perinteisissä opetustilanteessa kasvokkain tapahtuvassa vuorovaikutuksessa.

Ominaista verkko-opetukselle on, että vuorovaikutukseen liittyvä ajankäytön yhteensovittaminen poikkeaa kasvokkain tapahtuvista vuorovaikutustilanteista. Verkossa ajallisen vuorovaikutuksen järjestäytyminen on erilaista, koska keskusteluissa vuorovaikutus voi tapahtua eriaikaisesti vaikeuttaen osallistujien keskinäistä ymmärrystä ja kohtaamista. Lisäksi mielenkiintoinen yksityiskohta verkossa liittyvään vuorovaikutukseen on sen dokumentoituminen kirjoitusten

tallentuessa. Tästä syystä vuorovaikutuksen tapahtuminen hetkessä ja ohime-  
nevänä ilmiönä kyseenalaistuu verkkoympäristössä. (Matikainen 2001, 28–30.)

Verkossa tapahtuvassa opetuksessa läpitunkeva teema on non-verbaalisuus.  
Lisäksi verkossa ryhmäilmiön kokeminen on laimeampaa kuin perinteisissä fyy-  
sisissä ryhmissä. Matikaisen mukaan tämän vaikutuksen laimentamiseksi verk-  
koympäristössä tulisi tarjota jotakin fyysisyyteen viittaavia elementtejä kuten  
valokuvia osallistujista tai liittää verkko-opiskelun yhteyteen myös lähitapaami-  
sia. (Matikainen 2001, 90.)

### **3.3.2 Opettajan roolin erityispiirteitä verkossa**

Opettajalle voidaan luokitella rooleja verkossa usealla eri perusteella. Opiskeli-  
jan roolin entistä autonomisemman roolin korostuessa verkko-opetuksessa, aja-  
tellaan opiskelijan ja opettajan välisen hierarkian murtuvan.

Mason ja Paulsen näkevät opettajalle kolme eri tehtävää verkko-opetuksessa.  
Toimiessaan organisaattorina opettaja ohjaa keskusteluja suunnittelemalla niille  
aikataulut ja ohjeistamalla opiskelijoita niiden tematiikasta. Sosiaalisessa roo-  
lissa opettaja luo ystävällisen ja sosiaalisen ympäristön antamalla palautetta ja  
rohkaisemalla opiskelijoita osallistumaan. Tässä roolissa opettaja ohjaa keskus-  
telua oikeaan suuntaan ja auttaa opiskelijoita pysymään aiheessa. Kolmas  
opettajan tehtävä on opiskelijoiden älyllinen aktivoiminen. Tässä tehtävässä  
opettaja stimuloi ja ohjaa opiskelijan oppimista. Tämä edellyttää opettajalta  
vahvaa sisällöllistä asiantuntemusta aiheesta sekä uusien näkökulmien esille-  
tuontia tematiikasta (Nevgi 2003, 51–53).

Berge erottaa verkko-opetuksessa opettajalle neljä erilaista roolia. Tässä rooli-  
ssa toimiessaan opettajan on ohjattava opiskelijat keskeisiin opiskeltaviin peri-  
aatteisiin ja käsitteisiin. Berge korostaa myös sosiaalista ulottuvuutta opetuk-  
sessa. Sosiaalisessa roolissa toimiessaan opettaja luo sosiaalisen ympäristön,  
joka mahdollistaa ja tukee oppimista. Kolmas Bergen erottama opettajan rooli  
on managerin rooli, jossa toimiessaan opettaja ohjaa keskusteluja suunnittele-  
malla aikataulut ja ohjeistamalla opiskelijoita niiden tematiikasta. Teknisessä  
roolissa opettajan tulee auttaa opiskelijoita käyttämään tehokkaasti ja oikein



verkko-oppimisympäristön teknisiä ratkaisuja, jotta opiskelijat voisivat fokusoida resurssinsa opittavaan aiheeseen teknologian sijaan (Nevgi 2003, 51–53).

Anderson, Rourke, Garrison ja Archer ovat tutkimukseensa pohjautuen mallintaneet opettajalle kolme roolia verkko-opetuksessa. Nämä ovat kognitiivinen läsnäolo, sosiaalinen läsnäolo sekä pedagoginen tai opetuksellinen läsnäolo. Erona muihin he erottavat sosiaalisen läsnäolon käsitteen tarkoittamaan opiskelijoiden sitoutumista ja yhteenkuuluvaisuutta. Sosiaalisen läsnäolon onnistuminen on yhtäläillä niin opiskelijoidenkin kuin opettajien velvollisuus. Opetuksellisen läsnäolon verkossa he näkevät muodostuvan suunnittelusta ja organisoinnista, fasilitoinnista sekä kognitiivisen ja sosiaalisen prosessin ohjaamisesta (Nevgi 2003, 51–53).

Suomalaisessa tutkimuksessa Seppo Tella kollegoineen on nähnyt opettajan tehtävän verkko-opetuksessa ensisijaisesti motivoijana, verkottajana, organisoijana, viestijänä ja ohjaajana. Opettajan roolissa verkko-opetuksessa motivoijana korostuu, koska opiskelija ei koe verkon välityksellä tapahtuvassa opetuksessa samanlaisia ryhmän asettamaa painetta tai sitoutumista opiskeluryhmäänsä kuin fyysisessä oppimiskontaktissa. Fyysisen kontaktin puuttuessa opettajan on pyrittävä verkossa luomaan yhteenkuuluvaisuuden tunne motivoidakseen opiskelijoita. Toimiessaan verkottajana opettaja suunnittelee ja jakaa opiskelijat ryhmiin näiden kiinnostuksen perusteella sekä pyrkii muodostamaan asiantuntijayhteyksiä aktiivisesti. Verkko-opetuksessa opettajan tehtäviin kuuluu opetuksen organisointi. Tähän kuuluu mm. opetuksen teknisen alustan ja erilaisten tietoteknisten työvälineiden valinta. Lisäksi opettaja valitsee oppimista tukevia linkkejä ja tietoteknisiä työkaluja. Tämä edellyttää opettajalta paitsi oman alan asiantuntemusta myös hyvää informaatiolukutaitoa.

Toimiessaan viestijänä opettaja välittää informaatiota opiskelijoille käytettävissä olevin viestintäkeinoin, joita useimmat verkko-oppimisympäristöt tarjoavat. Opettajan roolissa korostuu tilanteeseen soveltuvan viestintävälineen valinta. Opettajan viides rooli mentorina ja tutorina perustuu oppimiskäsitykseen, jossa näkemys opiskelijasta aktiivisena toimijana painottuu. Tässä roolissa opettaja toimii oppimisprosessin tukijana ja oppimisen edistäjänä (Nevgi 2003, 54–55).

Gwen Hillesheimin näkee opettajan nopean palautteen ja aidon kiinnostuksen opiskelijoiden edistymiseen johtavan positiivisiin kokemuksiin verkko-opetuksessa. (Nevgi 2003, 56.)

### **3.4 Verkko-opetuksen suunnittelu**

Kleemolan ja Ojan (2007, 82) oppimiskokonaisuuden suunnitteluprosessi koostuu useista eri vaiheista. Alussa määritellään oppimiskokonaisuuden sisällöt ja tavoitteet. Tämän lisäksi alkuvaiheessa verkko-opintokokonaisuuden suunnittelussa tulee vastaan kohderyhmän määrittely, joka on keskeinen osa verkko-opintokokonaisuuden tuotantoprosessia. Tässä vaiheessa on keskeistä oppijoiden erilaisuuden sekä erilaisten oppimistavoitteiden hyväksyminen toiminnan lähtökohdiksi sekä oppimisen ja vuorovaikutuksen lisäarvoiksi, jotta voidaan rakentaa yhteisöllinen opetus- ja opiskeluympäristö, joka soveltuu sisällöllisiin sekä pedagogisiin tavoitteisiin.

Seuraavassa oppimiskokonaisuuden suunnittelun vaiheessa alkaa oppimisprosessin suunnittelu ja rakentaminen yhdessä verkko-opetuksen rakenteen suunnittelun kanssa. Oppimisprosessi muodostuu opetustilanteista, -materiaalista, oppimistehtävistä, opetuksesta, ohjauksesta palautteesta ja arvioinnista. Suunnitteluvaiheessa suunnitellaan oppimisprosesseille yksityiskohtaisesti oppimistilannekohtainen rakenne ja aikataulutus. Pedagogisen prosessin avaamiseksi opiskelijoille tulee oppimisprosessin rakenne tehdä opiskelijoille näkyväksi. Suunnitteluvaiheessa olennaiseksi nousee verkko-opetusmateriaalin laadinta eli sisällöntuotanto. Olennaista on tarkka sisällönsuunnittelu ja käsikirjoituksen laadinta. Materiaalin siirrossa verkkoon on huomioitava verkko-opetusmateriaalin pedagogisen sisällön ohella myös audiovisuaaliset tekijät, jotka vaikuttavat oppimisen mielekkyyteen. Oikeanlaisten oppimista tukevien oppimistehtävien valinta on tärkeä osa suunnittelua. Tarkoituksenmukaisuuden ohella oppimistehtäviä valitessa tulisi huomioida niiden käsittely sekä palautteenanto. Opintojakson työllistävyys verkko-opettajalle tulee huomioida myös opintokokonaisuuden suunnitteluvaiheessa opiskelijoiden oppimisprosessin etenemisen ohella.

Toteutusvaiheen aikana rakennetaan opintojakson oppimisympäristö kokoamalla oppimisprosessissa tarvittavat ohjeistukset, oppimismateriaalit, oppimistehtä-

vät sekä muut oppimateriaalit oppimisympäristöön. Toteutus- ja suunnitteluvaihe eivät ole kronologisesti suoraan toistensa jatkumoa, vaan saattavat olla osittain päällekkäisiä tai limittäisiä. Ennen verkko-opintokokonaisuuden valmistamista on arviointivaihe sekä usein myös erillinen verkko-opintokokonaisuuden tekninen testaus. Verkko-opintokokonaisuudesta arvioidaan kehittämistarve teknisten, sisällöllisten, visuaalisten ja pedagogisten tekijöiden osalta (Leppisaari Klemola & Johnson 2007, 82-87).

## 4. SISÄINEN MARKKINOINTI JA -VIESTINTÄ

### 4.1 Sisäinen markkinointi

Sisäisen markkinoinnin termillä, joka alun perin esiintyi palveluiden markkinointia ja johtamista käsittelevässä kirjallisuudessa, tarkoitetaan johtamisstrategiaa, jonka painopisteenä on työntekijöiden asiakaskeskeisyyden kehittäminen. Sen yksinkertainen perusajatus on, että hyödykkeet – palvelut ja tuotteet – on markkinoitava henkilöstölle ennen kuin niitä aletaan markkinoida ulkoisille sidosryhmille. Sisäisen markkinoinnin roolin tärkeys on perinteisesti nähty korostuneen tilanteessa, jossa yritys antaa palvelutakuuta tai muita asiakaslupauksia. Lisäksi sisäisen markkinoinnilla tavoitellaan työntekijöiden sitoutumista ja pysymistä organisaatiossa.

Sisäinen markkinointi on prosessi, joka kytkee yhteen toiminnot varmistaen, että työntekijät kaikilla tasoilla ymmärtävät liiketoiminnan asiakaskeskeisyyden. Lisäksi sisäisellä markkinoinnilla pyritään varmistamaan työntekijöiden motivoituminen palveluhenkisyteen. Työntekijöiden motivoimisessa asiakaskeskeisyyteen ja palveluhenkisyteen saavutetaan parhaat tulokset käyttämällä aktiivista markkinoinnillista lähestymistapaa, jossa käytössä on erilaiset sisäiset toimet. Sisäinen markkinointi antaa organisaation johdolle mahdollisuuden lähestyä näitä toimia järjestelmällisesti ja strateginen näkökulma huomioon ottaen.

Sisäisessä markkinointijohtamisessa voidaan nähdä kaksi lähestymistapaa. Nämä ovat asenne- ja viestintäjohtaminen. Asennejohtamisen kulmakivi on kilpailuedun saavuttaminen palvelustrategian turvin. Se perustuu ennakoivaan johtamiskäsitykseen, jossa yritykset luovat todellisuutta sen sijaan, että mukautuisivat reagoimaan siihen passiivisesti. Viestintäjohtamisella pyritään sisäisessä markkinoinnissa tyydyttämään henkilöstön informaation tarve esimerkiksi tiedotuskampanjoilla koskien uutuuksia. Edellä esitetty asenne- ja viestintäjohtaminen eivät ole toisiaan poissulkevia lähestymistapoja. Ne täydentävät toisiaan oikein käytettynä. Sillä työntekijöiden saamat tiedot vaikuttavat heidän asennoitumiseensa. Toisaalta asennemuutoksen ja motivaation puute voivat johtaa viestintäjohtamisen epäonnistumiseen. Asennejohtamisen tulisi olla py-

syvä prosessi organisaatiossa, kun viestintäjohtamisen piiriin kuuluvia toimia voidaan kohdistaa tiettyyn ajankohtaan tarpeen mukaan.

Sisäisellä markkinoinnilla tavoitellaan henkilöstön asiakaskeskeisyyden ja motivaation ohella henkilöstön sitoutumista ja pysymistä yrityksessä.

Sisäinen markkinointi voidaan jakaa kolmeen eri tasoon. Ensimmäinen taso on palvelukulttuurin luominen organisaation ja henkilöstön palveluhenkisyyden kehittäminen. Tässä sisäisen markkinoinnin tavoitteena on palvelukulttuuria luodessa saada työntekijät ymmärtämään ja hyväksymään yrityksen strategia, toiminta-ajatus ja -tavat. Lisäksi yrityksen päälliköiden ja johtajien tulisi omaksua palveluhenkinen johtamistyyli tavoitteen saavuttamiseksi. Palvelukulttuurin luomisen katsotaan myös edellyttävän toimintamallia tukevien viestintä- ja vuorovaikutustaitojen opettamista henkilöstölle. Toisena sisäisen markkinoinnin tasona on palveluhenkisyyden ylläpito henkilöstön keskuudessa. Tässä tärkeitä ovat organisaation johtamismenetelmien rohkaisevuus ja panos palveluhenkisyyden ja asiakaskeskeisyyden tukemiseen. Lisäksi ylläpito vaatii jatkuvan tiedon ja palautteen antamista henkilöstölle. Lisäksi sisäisen markkinoinnin tavoitteena palvelukulttuurin ylläpidossa on, että uutuuudet ja markkinointikampanjat markkinoidaan henkilöstölle ennen ulkoisen markkinoinnin aloittamista. Kolmantena sisäisen markkinoinnin tasona nähdään uusien tavaroiden, palveluiden tai markkinointitoimien esittelemisen henkilökunnalle. Tällä tasolla olennaista on saattaa henkilökunta tietoiseksi uusista hyödykkeistä ja saada heidät hyväksymään ne. Yhtä olennaista on saada henkilöstö hyväksymään uudet kampanjat ja markkinoinnilliset toimet sekä mahdolliset uudenlaiset toimintatavat.

Sisäinen markkinointi tarvitsee tuekseen sitä tukevan organisaatorakenteen ja yritysstrategian. Sisäisen markkinoinnin prosessin onnistumisen voidaankin sanoa edellyttävän sisällyttämistä osaksi strategista johtoa ja sitä tukevaa johtamistyyliä ja -menetelmiä. Käytännössä tämä tarkoittaa sisäisen markkinoinnin alkamista ylimmästä johdosta. Sisäisessä markkinoinnissa on roolinsa keski-johdolla ja työnjohtotasolla ennen kuin voidaan olettaa kontaktihenkilöiden omaksuvan sisäisen markkinoinnin toimia.

Sisäisen markkinoinnin toimia voivat olla koulutukset, sisäinen joukkoviestintä ja tietotuki sekä erilaiset henkilöstöhallinnolliset keinot ja inhimillisten resurssien hallinta. Markkinasegmentointia hyväksikäyttäen organisaatio voi löytää oikeanlaiset ihmiset eri tehtäviin. Sisäisen markkinoinnin prosessit voidaan jakaa kolmeen vaiheeseen: Ensimmäinen sisäisen markkinoinnin vaihe on analyysi palvelustrategian luonteesta sekä henkilöstön ja asiakkaiden asenteista. Toinen vaihe on saada ihmiset ymmärtämään asiakaskeskeisyyden ja vuorovaikutuksen merkitys. Kolmantena sisäisen markkinoinnin prosessin vaiheena on jatkuvan asiakaskeskeisyyden ja palveluhenkisyiden saavuttaminen operatiivisessa toiminnassa (Grönroos, 2000, 260–295).

Ballentyne jakaa sisäisen markkinoinnin toimet kahteen kategoriaan. Ensimmäisellä toiminnollisella (transactional) tasolla tarkoitetaan luonteeltaan opettavia toimia, joilla Ballentyne tarkoittaa yksisuuntaista kommunikaatiota ja osaamisen levittämistä organisaatiossa. Toisella suhteiden (relational) tasolla kommunikaation ja vuorovaikutus on kaksisuuntaista ja interaktiivista. Tällä tasolla paneudutaan osaamisen löytämiseen (Varey 2000, 48).

Gummersonin (Varey, 2000, 36) sisäisessä markkinoinnissa sähköisellä suhteella viitataan etäviestintien – tietokoneiden ja puhelinten – välityksellä tapahtuvaan vuorovaikutukseen. Tällöin sisäisen markkinoinnin kanavana voi toimia yrityksen rajattu sisäinen (intranet) tai kaikille avoin ulkoinen tietoverkko (internet). Tämän käytön lisääntyminen kuitenkin vaikuttaa siihen, että inhimillinen kosketus organisaatiossa vähenee, ja se voi etäännyttää työntekijöitä toisistaan ja organisaatiosta. Tietotekniikka voi myös auttaa luomaan yhtenäisyyttä toimiin organisaation eri osissa. Se voi vaikuttaa positiivisesti yritysten rakenteisiin ja prosesseihin (Varey 2000, 36–37).

#### **4.1.2 Sisäisen markkinoinnin teorioiden soveltaminen**

Vaikka sisäinen markkinointi liittyy paljolti palveluidenmarkkinoinnin johtamiseen, oli opinnäytetyöni toimeksiantona laatia esite, jolla lisättäisiin verkko-opetustietoisuutta. Näin ollen esitteen avulla toteutetaan verkko-opetuspalvelun markkinointia toimeksiantajan henkilöstölle. Sisäisen markkinoinnin perusajatus

on, että uudet tuotteet on markkinoitava henkilöstölle ensimmäiseksi. Verkko-opetus on uusi toimintatapa, joka tuli markkinoida henkilöstölle. Sisäisen markkinoinnin olennainen osa on asiakaskeskeisyyden kehittäminen organisaatiossa tavalle, jolla varmistetaan työntekijöiden asiakaskeskeisyyden ymmärrys organisaation kaikilla tasoilla. Verkko-opetuksesta tiedottamisen tarkoituksena on vahvistaa henkilöstön ymmärrystä uudesta toimintatavasta, jolla asiakaskeikeistä toimintaa toteutetaan.

Esitteen avulla toteutetaan käytännössä toimeksiantajan viestintäjohtamistoiimiin kuuluvaa henkilöstön informointikampanjaa, jonka tarkoituksena on lisätä tietoisuutta verkkopedagogiikan mahdollisuuksista. Se tukee myös sisäisen markkinoinnin teoriassa asennejohtamiseksi kutsutun toiminnan onnistumista toimeksiantajan organisaatiossa, koska henkilöstön tiedot vaikuttavat heidän asennoitumiseensa. Viestintäjohtamistoimille on tyypillistä, että ne kohdistetaan tiettyyn ajankohtaan kampanjaisesti. Esitteen julkaisu ajoittui samaan aikaan, kun toimeksiantajan henkilöstöä koulutettiin Connect Pro -verkkoppimisympäristön käyttöön.

Sisäisen markkinoinnin toimien tarkoituksena on myös sitouttaa henkilöitä organisaatioon, jossa nämä työskentelevät. Tiedottamalla verkko-opetuksesta informoidaan henkilöstöä uudesta tavasta antaa opetusta ajasta ja paikasta riippumatta. Tämä mahdollistaa opetushenkilökunnalle erilaisen tavan toteuttaa opetustyötä joustavammin verrattuna perinteiseen aikaan ja paikkaan sitoutuneeseen opetukseen. 2000-luvulla julkisessa keskustelussa työn joustavuus ja sopeutuminen työntekijän henkilökohtaisiin tarpeisiin ja elämäntyyliin on ollut toistuvasti esillä käsiteltäessä työtehtävien ja työnantajien vetovoimaisuutta työntekijöiden keskuudessa. Tietoisuus mahdollisuudesta joustavasta aikaan ja paikkaan sitoutumattomasta työtavasta saattaa edesauttaa ja motivoida henkilöstöä pysymään toimeksiantajan organisaatiossa.

Sisäisen markkinoinnin tavoitteeseen saada työntekijät hyväksymään ja ymmärtämään organisaation strategia, toiminta-ajatus ja –tavat vastaa esite viestimällä toimeksiantaja organisaation toiminta-ajatuksista ja –tavoitteista koskien verkko-opetustoimintaa. Lisäksi esite vastaa toiseen sisäisen markkinoinnin tavoitteeseen palveluhenkisyden ylläpitämistä verkko-opetusta koskien tuomalla

uutta informaatiota henkilöstölle, jolle verkko-opetus saattaa olla jo ennestään tuttua. Kirjallisuudessa esimerkiksi Grönroos viittaa tiedon ja palautteen antamisen tärkeyteen palveluhenkisyiden ylläpidossa. Sisäisen markkinoinnin kolmannen tavoitteeseen uusien tuotteiden ja palveluiden esittelemiseen henkilökunnalle esite myös vastaa esittelemällä henkilöstölle esitteen ilmestymisaikaan käyttöönotetun uuden Connect Pro –verkko-oppimisympäristön käyttöä ja sen tarjoamia mahdollisuuksia järjestää opetusta uudella tavalla.

Nykyisin sisäistä markkinointia hoidetaan yhä useammin eri tasoilla sähköisesti käyttäen apuna erilaisia sähköisiä viestintävälineitä kuten organisaatioiden intranetverkkoja. Esitteen julkaisun yhteydessä toimeksiantajan intranetverkossa julkaistiin ilmoitustaululla kannustusviesti tutustua esitteen paperiversioon tai intranetissä julkaistuu versioon. Intranetissä julkaistu versio on saatavilla kaikille intranetkäyttäjille myös opiskelijoille ja henkilökunnan jäsenille, jotka eivät kuuluneet esitteen jakelun piiriin.

Esitteen julkaisu tukee asiakaskontakti työntekijöiden koulutusta tuomalla perusinformaation toimeksiantajan organisaatiossa käytettävistä verkko-opetusteknologioista. Lisäksi esitteessä kannustetaan henkilöstöä osallistumaan toimeksiantajan organisaatiossa järjestettäviin henkilöstökoulutuksiin.

## **4.2 Opinnäytetyössä sovelletut markkinointiviestinnän mallit**

### **4.2.1 Markkinointiviestintäteorian soveltaminen**

Markkinointiviestinnän teorioiden soveltaminen opinnäytetyössä pohjautui näkemykseen verkko-opetuksesta markkinoitava tuotteena ja sanoman vastaanottajasta eli toimeksiantajan henkilökunnasta asiakkaina.

Viestintä, myös markkinointiviestintä, on määritelmällisesti tavoitteellista. Markkinointiviestintä kohdistuu ulkoisiin sidosryhmiin. Markkinointiviestintä on vaihdantaa, jossa pyritään saamaan positiivinen vaikutus vastaanottajaan. Viestinnässä käytetään erilaisia symboleita kuten kuvia tai värejä. Viestinnän perusasetelmassa olevat tekijät ovat lähettäjä, vastaanottaja, sanoma, kanava, palau-



te ja hälyt. Tässä perusajatuksena on siis kuvata se, että mikä taho viestii, mille taholle, minkä välityksellä ja millaisin vaikutuksin. Viestintästrategiassa ja sen suunnittelussa on otettava huomioon sanomastrategia, mediastrategia, kohderyhmämäärittely ja tavoiteltujen vaikutusten määrittelemine. Viestinnässä on olennaista kohderyhmän määrittely ja sen tunteminen. Viestinnän lähettäjän tulee perustaa näihin sanoma- ja mediastrategiansa valinta. Tähän markkinointiviestinnässä liittyy motivaatio ja tarve aikaansaada vaikutus vastaanottajassa. Viestintään ja sen suunnitteluun kohdistetut resurssit kuvaavat halutun vaikutuksen aikaansaamisen tärkeyttä viestintää lähettävän organisaation näkökulmasta (Vuokko 1996, 21–25).

Halutun vaikutuksen aikaansaamiseksi vastaanottavassa kohderyhmässä lähettäjä muodostaa sanoman ja koodaa sen. Sanoma välitetään valitun kanavan tai valittujen kanavien kautta vastaanottajalle. Olennaista halutun vaikutuksen aikaansaamiseksi vastaanottavassa kohderyhmässä on sanoman tulkinta. Tämä edellyttää vastaanottajalta kykyä avata sanoma ja ymmärtää sanomassa käytetyt symbolit kuten esimerkiksi teksti, kuvat ja värit. On olennaista rakentaa viestinnässä sanoma niin, että vastaanottaja tulkitsee sen lähettäjän haluamalla tavalla. Vastaanottajan motivoituneisuus vastaanottaa sanomaa edistää vaikutuksen aikaansaamista vastaanottajassa, mutta se ei ole edellytys viestinnän onnistumiselle (Vuokko 1996, 21–25).

Vaikka markkinointiviestinnän määritelmän mukaisesti sen kohderyhmänä pidetäänkin ulkoisia sidosryhmiä ja vaikka opinnäytetyöni oli suunnattu tilaajan omalle organisaatiolle, muut markkinointiviestinnän kriteerit kuitenkin henkilöstölle suunnatussa täytyvät. Markkinointiviestinnän määritelmän opinnäytetuotokseeni soveltuvat osiot ovat, että esite on viestintää, jolla pyritään aikaansaamaan vaikutus vastaanottajassa lisäämällä tämän tietoutta verkko-opetuksesta.

Markkinointiviestinnässä on tarkoitus yhteinen käsitys tuotteesta tarjoajan ja vastaanottajan välille. Kuitenkin tämä edellyttää viestikanavan valinnalta ja sanoman rakennukselta kohderyhmän huomiointia, jotta yhteinen käsitys markkinoitavasta asiasta syntyy. Markkinointiviestinnässä lähettäjän tulee tuntea viitekehys, jossa vastaanottaja toimii ja johon tämän arvot ja asenteet perustuvat.

Tästä syystä viestintää suunniteltaessa tärkeäksi tekijäksi nouseekin kohde-ryhmälähtöisyys eli sen huomioiminen keihin informointi tai suostuttelu kohdistuu (Vuokko 1996, 9-15).

Opinnäytetyön tuotoksena syntyneen esitteen kohderyhmäksi muodostui toimeksiantajan - Prikanmaan ammattikorkeakoulun - henkilöstö ja erityisesti opetushenkilöstö. Kohderyhmän valinta otettiin huomioon siten, että esitteen teksteihin pyrittiin valitsemaan teemoja, jotka kiinnostaisivat opetushenkilöstöä. Esitteen sanoma laadittiin yhteistyössä toimeksiantajaorganisaation verkko-opetuksesta vastaavan kehittämisosaston erikoissuunnittelijan ja IT-palveluiden suunnittelijan kanssa, joilla on hyvä käytännön kokemukseen perustuva näkemys opetushenkilöstön tiedontarpeesta.

#### **4.2.2 Markkinointiviestinnän vaikutusteorioiden soveltaminen**

Viestinnällä, jolla tarkoitetaan kahden tai useamman osapuolen välillä tapahtuvaa tarkoituksellista vaihdantaprosessia, on kolme tärkeää elementtiä. Näitä ovat viestinnän tarkoituksellisuus, vaihdanta, jolla viitataan pyrkimykseen aikaansaada positiivisia vaikutuksia vastaanottajassa, sekä symbolisuus, joka puolestaan viittaa viestinnän lähettäjän viestinnässään käyttämiin erilaisiin symboleihin kuten sanoihin, kuviin ja väreihin, joiden on tarkoitus aikaansaada haluttu vaikutus vastaanottajassa (Vuokko 1996, 21).

Opinnäytetyön tuotoksena syntyneen esitteen tarkoituksena oli informoida paremmin henkilöstöä verkko-opetuksen ja sen suomista uusista mahdollisuuksista. Tällä informoinnilla pyrittiin innostamaan henkilöstöä tarjoamaan enemmän opintojaksoja virtuaalisesti toimeksiantajan omissa koulutusohjelmissä sekä Suomen Virtuaaliammattikorkeakoulun portaalissa. Esitteen taittoasuksi ja väreiksi valittiin uutta Connect Pro –verkko-oppimisympäristöä muistuttava näkyvä, jotta lukija osaa assosoida esitteen liittyvän verkko-opetukseen. Tätä tukemaan teksti ja kuvat sijoitettiin elementteihin, jotka muistuttavat Connect Pro –ohjelmassa käytettyjä.

Markkinointiviestinnän nähdään vaikuttavan kolmella eri tasolla. Näitä ovat tiedollinen eli kognitiivinen, tunnetaso eli affektiivinen ja toiminnan eli konatiivinen taso. Kognitiivisella tasolla viitataan tietoisuuteen ja tunnettavuuteen. Affektiiviseen tasoon taas kuuluvat asenteisiin, mielipiteisiin ja preferensseihin kohdistuvat vaikutukset. Konatiivisilla vaikutuksilla viitataan viestinnän tuloksena syntyneisiin näkyviin käyttäytymismuutoksiin. Näillä kolmella tasolla on mahdollista luoda, vahvistaa tai muuttaa vaikutuksia (Vuokko1996, 35–36).

#### **4.2.3 Viestinnän AIDA-malli**

Esitettä tehtäessä hyväksikäyttettiin viestinnän AIDA-mallia, josta löytyvät kaikki markkinointiviestinnän vaikutustasot. Aida-malia (Åberg 1996, 296.) käytetään kuvaamaan tietoisuutta, kiinnostusta, halua ja toimintaa (engl. awareness, interest, desire, action). AIDA-mallin (Vuokko, 1996, 36) awareness-porras (A) edustaa kognitiivista viestinnän vaikutuksen tasoa. Portaat interest-desire (ID) edustavat affektiivista vaikutustasoa ja action-porras (A) konatiivista tasoa.

Mainonnan suostuttelun teorioiden mukaan vastaanottajan on oltava tietoinen uutuudesta ja asennoiduttava siihen myönteisesti halutun käyttäytymisvaikutuksen aikaansaamiseksi. Täten voidaankin todeta, että mainonnan tehoon ratkaisevasti vaikuttavat vastaanottajan asenteet markkinoitavaa tuotetta kohtaan (Åberg 1996, 106).

Opinnäytetyön tuotoksena syntyneen esitteen kognitiivisen tason vaikutustavoitteena oli vahvistaa verkko-opetuksen tunnettavuutta toimeksiantajan organisaatiossa opetushenkilökunnan keskuudessa. Affektiivisen tason vaikutustavoitteena oli luoda positiivinen mielikuva vastaanottajalle verkko-opetuksesta ja sen käytettävyydestä. Konatiivisen tason tavoitteena on saada vastaanottaja tarjoamaan opetusta verkossa.

#### **4.2.4 Markkinointiviestinnän vaikutuksen kesto, suunta ja vaikutus-hetki**

Viestintää suunniteltaessa on otettava huomioon myös markkinointiviestinnän vaikutuksen kestosta ja vaikutushetkestä saatavilla oleva informaatio. Markkinointiviestinnän vaikutus voi syntyä välittömästi, vähän ajan kuluttua tai vasta pitkän ajan kuluttua siitä kun sanoma on vastaanotettu. Se, että vaikutus syntyy vasta jonkin ajan kuluttua sanoman vastaanotosta voi johtua joko vastaanottajasta tai itse sanomasta. Vastaanottaja voi huomata sanoman vasta myöhemmin lukiessaan materiaalia tai siitä muita kuullessaan. Mielipiteen muodostuminen saattaa myös viedä aikaa ja edellyttää perehtymistä asiaan tarkemmin. Myös sanoma itsessään voi sisältää häiritseviä elementtejä, jonka vuoksi vaikutuksen syntyminen voi viedä enemmän aikaa. Näin voidaankin sanoa, että viestinnän välitön vaikutus on sanoman ja lähteen vaikutuksen summa. Miellyttävästä lähteestä saatu sanoma vaikuttaa nopeammin. Ajan kuluessa lähteen merkitys kuitenkin vähenee. Viestinnän vaikutusaika on oleellista puhuttaessa viestinnän vaikutuksesta. Markkinointiviestinnällä pyritään pitkäaikaiseen vaikutukseen, koska silloin tuotteen ominaisuudet tai osa niistä säilyy kuluttajan muistissa. Se vähentää muistuttamisen niistä tarvetta. Viestinnän vaikutuksia kuten kaikkea muutakin oppimista koskevat unohtamisvaikutukset. Mikäli asioita ei vahvisteta sisäisesti niitä esimerkiksi pohdiskelemalla tai ulkoisesti niistä muistuttamalla, asiat unohtuvat (Vuokko 1996, 41–43).

Opinnäytetyön tuotosta suunniteltaessa pyrittiin muotoilemaan esitteen sanoma ja ulkoasu niin, että esitteellä saavutettaisiin mahdollisimman pitkäkestoinen vaikutus vastaanottajassa, ja että se myös vaikuttaisi välittömästi. Sanoman ja sisällön suunnittelussa yhdessä toimeksiantajan verkko-opetusasiantuntijoiden kanssa pyrittiin muotoilemaan sanoma niin, että se vaikuttaisi kohderyhmään ja käyttäisi kieltä, joka puhuttelisi opetushenkilökuntaa. Sanoman lähteenä oma työnantaja on teorian mukaan miellyttävä vastaanottajalle, joten tästä syystä välittömän vaikutuksen luomisessa huomio kiinnitettiin esitteen sisältöön ja ulkonäköön, jotta se herättäisi huomion henkilökunnalle informatiivirrhassa. Mahdollisimman pitkäkestoinen vaikutuksen luomiseksi esitteeseen otettiin pohdintaa herättäviä visioita verkko-opetuksen tulevaisuudesta ja pohdintaa opetuksen

toteuttamisesta kannettavien laitteiden kuten iPodien avulla. Lisäksi esitteeseen sisällytettiin tiettyjä teknisiä ohjeita verkko-oppimisympäristön käytöstä, joita lukija voi helposti kerrata esitteestä. Näiden tarkoituksena on saada lukija avaamaan esite useamman kerran ja pohtimaan esitteessä olevia asioita yhä uudelleen, ja täten toimia sisäisenä vahvisteena ja hillitä siten unohtamisvaikutuksia. Esite on myös saatavilla toimeksiantajan intranetissä julkaisut osiosta, josta sitä voi kerrata. Lisäksi organisaatiossa viestitään henkilöstökoulutuksien ja muiden sanomien välityksellä verkko-opetuksesta. Nämä toimivat omalta osaltaan esitteen sanoman muistamisen ulkoisena vahvistuksena, vaikka esitteestä ei ns. muistutusmainontaa organisaatiossa tehtykään lukuun ottamatta intranetin ilmoitustaululla julkaistua ilmoitusta esitteen ilmestymisestä.

Esitteen viestinnän vaikutustavaksi oli valittu suora vaikutus (Vuokko 1996, 43.), jolla tarkoitetaan, että viesti menee suoraan lähettäjältä vastaanottavalla kohde-ryhmälle. Markkinointiviestinnän vaikutusten suunta voi olla joko positiivinen tai negatiivinen. Positiivisia vaikutuksia ovat esimerkiksi positiivisten mielikuvien synty markkinoitavasta organisaatiosta tai tuoteuskollisuuden vahvistuminen. Negatiivisesta puolestaan voivat olla vaikkapa mielikuvan huononeminen tai markkinointimateriaaliin kohdistuva inho. Tietysti on mahdollista, että vaikutukset ovat neutraaleja eli markkinointiviestinnällä ei ole saatu aikaan mitään kognitiivista, affektiivista tai konatiivista vaikutusta. Neutraali reaktio sanomaan on markkinointisanoman lähettäjän kannalta pahinta mitä voi tapahtua. Negatiivisenkin vaikutus voi pitkällä aikavälillä aikaansaada positiivisia vaikutuksia kuten tuotekokeiluja. Negatiiviset vaikutukset voivat johtua sanoman lähteestä, muodosta, väärästä tulkinnasta tai liiallisesta toistosta. Markkinointi viestinnän vaikutus voi kohdistua tuotteeseen, ilmiöön, yritykseen tai sanomaan (Vuokko 1996, 9-15).

#### **4.2.5 Viestinnän epäonnistumisen ehkäiseminen**

Viestintä voi epäonnistua useista eri syistä, jotka voivat johtua markkinointiviestintäsanoman lähettäjistä tai tämän vääränlaisesta toiminnasta: Ne voivat myös johtua vastaanottajasta tai kanavasta. Viestinnän häiriöt voidaan yleisesti jakaa esteisiin, katoon, vääristymään ja kohinaan. Esteillä tarkoitetaan tilannetta, jossa viestintää ei synny lainkaan. Tämä voi johtua siitä, ettei vastaanottaja havait-

se sanomaa tai se ei mene perille. Kadolla viitataan viestinnän sanoman kokonaiseen tai osittaiseen häviämiseen. Sanoma voi myös vääristyä jolloin sanoman vastaanottaja kuvittelee sanomaan sisältyvän sellaista, jota lähettäjä ei ole tarkoittanut tai sanoman vastaanottaja ei ymmärrä lähettäjän tarkoituspäätä. Kohinalla (noise) tarkoitetaan viestintään ja sen vaikutuksiin kohdistuvia satunnaisia häiriöitä.

Viestinnän esteet voivat johtua sanoman lähettämisen epäonnistumisesta, sen hukkumisesta matkalla, sen havaitsematta jättämisestä, viestimiskyvyn puutteesta tai sanoman viipymisestä matkalla. Sanoman lähettämisen epäonnistumisella viitataan esimerkiksi siihen, että käytetyt kanavat ovat väärin valittu suhteessa kohderyhmään. Sanomien hukkumisella matkalla viitataan siihen, että vastaanottaja ei saa lähetettyä sanomaa tai se päätty paperipinosta esimerkiksi roskakoriin lukemattomana. Sanoman havaitsematta jättäminen on nykyään yhä suurempi viestinnän este, sillä nykyaikaisessa kovasti kilpaillussa informaatiovirassa tärkeätkin sanomat helposti hukkuvat. Viestinnän viipyminen matkalla voi aiheuttaa esteen viestinnän syntymiselle, mikäli viestin sanoma on jo saapuessaan vanhentunut.

Viestinnän kadolla eli sanoma osittaisella tai kokonaisella katoamisella viitataan vastaanottajan sisäiseen tietojen käsittelyyn. Kato voidaan tyypitellä kahteen päätyyppiin, jotka ovat häviö ja torjunta. Häviöllä tarkoitetaan tiedon prosessoinnissa tapahtuvaa informaation tahatonta katoamista tai vähenemistä. Häviö voidaan jakaa vielä aistijärjestelmän ja tietojenkäsittelyn häviöön. Aistijärjestelmän häviöllä viitataan aistijärjestelmän suorittamaan esivalintaan sekä aistijärjestelmän rajalliseen kykyyn aistia sanomia. Tietojenkäsittelyn häviö voi johtua tietojenkäsittelyjärjestelmän toimintahäiriöstä, tiedon katoamisesta muistista, tietojenkäsittelyjärjestelmä ylikuormittumisesta tai vastaanottajan henkisestä ja fyysisestä terveydentilasta.

Torjunnalla viitataan tilanteeseen, jossa sanoma on tullut vastaanottajan näkyviin ja ohjausjärjestelmän käsittelyyn, mutta sanoma voidaan torjua kokonaan tai osittain. Sanoman torjunta jaetaan viestintäkirjallisuudessa usein yksilölliseen ja sosiaaliseen torjuntaan sekä viestintätekniseen torjuntaan. Yksilöllistä torjuntaa, jonka syinä voivat olla viestinnän tarpeettomuus, sanoman epämielilyt-

tävyys, epäluottamus lähteeseen, ”immunitetti” sanomaan, sanoman ristiriita vastaanottajan aiempiin tietoihin ja odotuksiin sekä sanoman ristiriitaisuus yksilön normeihin. Sosiaalista torjuntaa voi aiheuttaa vuorovaikutus viestintätilanteessa, tärkeiksi koettujen viiteryhmien ryhmäpaine, sosiaalinen status ja rooli sekä yhteisön tavat ja normisto. Viestintäteknisellä torjunnalla tarkoitetaan sanoman torjuntaa, joka voi johtua vääränlaisesta kanavasta, viestimestä tai sanoman muodosta (Wiio 1994, 213–219).

Markkinointiviestintäkirjallisuudessa epäonnistumista käsitellään hälyjen kautta, joita voi olla lähettäjässä, vastaanottajassa ja kanavassa. Lähettäjässä ja vastaanottajassa piilevä häly johtuu usein siitä, etteivät viestinnän osapuolet tunne toisiaan tarpeeksi hyvin tai he suhtautuvat toisiinsa negatiivisesti. Kanavassa tapahtuva häly voi johtua muista vastaanottajan huomiosta kilpailevista kanavista tai kanavassa olevasta teknisestä epäonnistumisesta tai ongelmasta kuten huonosta painojäljestä (Vuokko, 1996, 21–25).

Verkko-opetustietoisuuden ja tarjonnan lisäämiseksi oli olennaista luoda esitteestä sellainen, että se sanomaltaan puhuttelisi lukijaa. Sisäisenä postina jaettavassa esitteessä todennäköisyys sanoman katoamiseen jakeluprosessissa on pieni. Myös todennäköisyys siihen, että vastaanottaja ei havaitse sanomaa on pieni, sillä yleensä organisaation sisäisiin postituksiin tutustutaan, koska niiden lähettä pidetään luotettavana. Sanoman vääristyminen eli sen, että vastaanottaja assosioisi sanomaan sellaista, mitä lähettäjä ei ole tarkoittanut, on esitteessä yritetty ehkäistä verkko-oppimisen mieleen tuovalla taitolla eli käyttämällä elementtejä, jollaisia esiintyy PIRAMKin käyttämässä Connect Pro –verkko-oppimisympäristössä. Sanoman ilmaisuun on pyritty käyttämään kohderyhmälle selkeää kieltä. Esitteen sanoma ja kielellisen ilmaisun suunnittelussa olen saanut sisällöllistä ohjausta toimeksiantajan asiantuntijoilta. Sisällön osalta esitteessä on pyritty painottamaan kohderyhmälle ammatillisesti tärkeitä asioita kuten verkkopedagogiikan mahdollisuuksia ja heidän työnsä kannalta tärkeitä teknisiä näkökulmia verkko-oppimisympäristöstä. Todennäköisyys esitteen sanoman torjuntaan on pieni, koska sanoma tulee vastaanottajan luotettavaksi tuntemasta lähteestä. Lähtökohtaisesti oletetaan, ettei sanoma ole ristiriidassa vastaanottajan aiempaan tietopohjaan. Esitteet painettiin toimeksiantajan usein

käyttämässä painatusliikkeessä. Lisäksi esitteiden painojäljen laatu tarkastettiin ennen niiden lähettämistä vastaanottajalle.



## 5 TOTEUTUS JA OPPIMISPROSESSI

### 5.1 Opinnäytetyön tuotoksen toteutus

Opinnäytetyön tuotoksen toteuttaminen alkoi alkusyksystä 2008 kesän aikana koostetun faktamateriaalin analysoinnilla ja esitteen suunnittelulla, jonka tein aluksi tekstinkäsittelyohjelmassa. Tämän jälkeen aloin tarkemmin miettimään sitä, mitä käytännössä vaaditaan ennen kuin esite voidaan saattaa sellaiseen muotoon, jotta se voitaisiin julkaista.

Kootun informaation julkaisukuntoon saattamisessa tuli ottaa huomioon, miten informaatiosta muodostettaisiin looginen kokonaisuus, joka lukijan olisi helppo ymmärtää, ja miten sen avulla voitaisiin vahvistaa positiivista mielikuvaa verkko-opetuksesta. Esitteen suunnittelussa tärkeimmät huomioonotettavat tekijä näkemykseni mukaan olivat esitteen huomiota herättävyys, käytettävyys ja informaation looginen järjestäminen mielenkiintoisiksi asiakokonaisuuksiksi, jotka motivoisivat lukijaa tutustumaan verkko-opetukseen. Esitteen suunnittelussa yritin ottaa huomioon myös sen tiedon, mikä oli käytettävissä oppimisesta ja asioiden muistamisesta markkinointiviestinnässä.

Huomion herättämiseksi valitsin esitteen layoutiksi ja väritykseksi toimeksiantajan käyttämän verkko-oppimisympäristön muodot ja värit. Tällä valinnalla halusin myös luoda miellelyhtymä verkko-opetukseen ja tukea näin ollen positiivista mielikuvaa verkko-opetuksesta. Käytettävyyden kannalta oli olennaista asioiden sijoittelu selkeiden otsikoiden alle. Samalla aukeamalla esiteltiin yksi asiakokonaisuus. Toimeksiantaja halusi, että esitettä tehdessä vältettäisiin käyttöopastyylinen asiakokonaisuuksien asettelu, joten päädyin asetteluun, jossa aukeamalle sijoitettiin muutama pääasia ylös isoihin laatikoihin suuremmalla fontilla tehdyn otsikon alle. Alisteiset asiat päätin sijoittaa pienempien otsikoiden alle omiin laatikoihinsa. Yksi huomioonotettavista näkökohdista oli miten lukija saataisiin pohdiskelemaan lukemaansa, jotta syntyisi vahvisteita, jotka tukisivat asiakokonaisuuden muistamista. Tätä varten verkko-opetusasiantuntijat laativat artikkelin verkko-opetuksen tulevaisuuden visioista, jonka tarkoituksena on saada lukijat pohtimaan, mitkä verkko-oppimisen tulevaisuuden visioista voisivat toteutua heidän työssään ja miten tulevaisuuden verkko-opetusteknologiaa voi-

taisiin hyödyntää toimeksiantajan organisaatiossa. Esitteen julkaisuajankohdan läheisyydessä järjestettiin organisaatiossa verkko-oppimisympäristöjen käytöstä henkilöstökoulutustilaisuuksia, joissa osa esitteen teemoista kertautui osallistujille.

### **5.1.1 Tuotoksen julkaiseminen**

Opinnäytetyön tuotos, Voimaa verkosta - verkko-opetus PIRAMKissa –esite, julkaistiin joulukuussa 2008 400 kappaleen painoksena. Esite jaettiin PIRAMKin päätoimiselle henkilöstölle, joka toimii opetustoiminnan tai organisaation kehittämisen parissa. Lisäksi esitteitä jaettiin PIRAMKin sisäisen kehittämisen ja erityisesti verkko-opetustoiminnan keskeisille ulkoisille sidosryhmille.

Tuotos julkaistiin sähköisesti PIRAMKin intranetin tietopankissa, missä sitä voivat lukea kaikki intranetin käyttöön oikeutetut henkilöt.

Laadin PIRAMKin toimipisteiden opintosihteereille kannustuskirjeen esitteen jakamiseksi päätoimiselle henkilöstölle sekä toimipisteiden kirjastoihin. PIRAMKin intranetin ilmoitustaululla julkaistiin kehoitus tutustua esitteeseen.

Toimeksiantajalla on tuotokseen päivitys-, muokkaus- ja julkaisuoikeudet, jotka mahdollistavat toimeksiantajalle julkaisun jatkokehitysmahdollisuudet sekä käytön jatkossa tarpeen mukaan.

## **5.2. Oppimisprosessi**

Opinnäytetyön ja sen tuotoksena syntyneen esitteen teko oli monivaiheinen oppimisprosessi, jossa tarvitsin tiedonprosessointiin ja analysointiin liittyviä uusia taitoja ja ajattelumalleja. Esitteen graafinen suunnittelu oli vastuullani edellyttäen uusien tietokoneohjelmien sekä graafisen suunnittelun käytäntöjen opiskelua.

Olin tehnyt opintoihini kuuluneen harjoittelun toimeksiantajan organisaatiossa, ja tunsin verkko-opetusasioita hyvin. Tätä kautta minulle muodostui hyvä käytännön käsitys, mikä verkkopedagogiikassa on olennaista ja mitä asioita siitä

tulisi korostaa. Tiesin mitkä ongelmat ovat olleet verkkopedagogiikan käyttöön-  
oton esteenä. Tämä oli lähtökohta oppimisprosessille, jonka tuotoksena syntyi  
verkko-opetuksen markkinointiesite. Monet oppimisprosessissa käyttämäni ha-  
vainnot ja tiedot olin saanut toimeksiantajan organisaatiossa harjoitteluni aika-  
na.

Oppimisprosessin alussa korostui verkko-oppimisen sisältöjen ja toimintatapo-  
jen pohdiskelu. Työskentelyssäni oli olennaista pohtia, miten toimintatapa saa-  
daan viestityksi sisäisen markkinoinnin avulla toimeksiantajan henkilöstölle si-  
ten, että henkilöstö tulisi tietoiseksi asiakokonaisuudesta ja muistaisi sen. Poh-  
din johtaisiko tämä pysyvämpään muutokseen henkilöstön ajattelutavassa, ja  
vaikuttaisiko ajattelutavan muutos verkko-opetustarjonnan lisääntymiseen.

Oppimisprosessin alkuvaiheessa tiedonhakuni painottui aluksi verkko-  
opetusteorioihin, koska ne muodostivat pohjan esitteen asiakokonaisuudelle, ja  
auttoivat ymmärtämään ongelmaa, jota minun oli markkinoitava vastaanottajille.  
Tiedonhaussa painottuivat teoriat, jotka käsittelivät vuorovaikutusta ja kommu-  
nikaatiota verkko-opetuksessa sekä verkko-opetuksen suunnittelun erityispiirtei-  
tä. Oppimisprosessissa oli tutustuttava sisäisen markkinoinnin teorioihin ja  
markkinointiviestinnän malleihin, joiden avulla verkkopedagogiikka oli tuotava  
kiinnostavasti esille.

Tässä oppimisprosessin vaiheessa koin haastavaksi sen, miten pystyisin luo-  
maan tietopaketista sellaisen, että vastaanottajat kokisivat sen hyödylliseksi.  
Lisäksi pelkäsin, että omat mieltymykseni saisivat graafisen asun suunnittelemi-  
sessa määrävän roolin.

Suunnitellessani esitettä saatoin pyytää konsultaatiota toimeksiantajan graafi-  
sen suunnittelun asiantuntijoilta. Tämä apu auttoi minua ratkaisemaan monia  
käytännön ongelmia. He neuvoivat minulle, miten pystyin toteuttamaan valitse-  
mani ratkaisut julkaisuohjelmassa. Ollessani epävarma joidenkin ratkaisujeni,  
esimerkiksi värien, toimivuudesta saatoin kysyä heidän mielipidettään. Näin  
sain varmuutta tekemiini ratkaisuihin.

Esitteen graafiseksi asuksi pyrin löytämään elementtejä, jotka toisivat mieleen verkko-opetuksen sekä herättäisivät huomiota vastaanottajissa. Esitteen graafiseksi asuksi valitsin Adobe Connect Pron näkymää muistuttavat värit ja muodot, joiden tarkoituksena oli herättää vastaanottajassa kiinnostusta. Onnistuin mielestäni toteuttamaan suunnittelussa tavoitteeksi asetetun näkymän hyvin, vaikka se vaatikin useita kokeiluja, joiden kautta opin käyttämään taitto-ohjelmaa paremmin ja tehokkaammin.

Mielestäni oli tärkeää sijoittaa artikkelit siten, että vastaanottaja voi muodostaa loogisen käsityksen asioista. Markkinointiviestin sanoman suunnittelin yhdessä toimeksiantajan kanssa siten, että se on kohderyhmälle tuttua kieltä ja riittävän informatiivinen.

Jälkeenpäin voidaan ajatella oppimisprosessin jakautuneen kahteen osaan teorioiden soveltaminen tuotokseen ja graafisen suunnittelun oppimiseen. Tuotoksen luominen ja graafisen suunnittelun toteuttaminen esitteeseen oli haastavaa oppia. Graafisessa suunnittelussa käytettävät tietotekniset sovellukset olivat käyttöliittymältään erilaisia kuin aiemmin käyttämäni. Prosessissa minua tukivat toimeksiantajan tiedotusosaston julkaisusuunnittelija ja graafinen suunnittelija, jotka perehdyttivät minut aikaisemmin minulle tuntemattomaan julkaisusuunnitteluohjelmaan. Taitto-ohjelman oppiminen oli minulle merkittävä osa oppimisprosessia, joka avasi minulle uuden osaamisalueen. Opin paljon uusia asioita, joista uskon olevan hyötyä tulevaisuudessa. Tärkeimmäksi koen sen, että opin toteuttamaan pienimuotoisen julkaisun taitto-ohjelmalla.

## 6. PÄÄTÄNTÄ

Oli kiinnostavaa olla toteuttamassa viestintää verkko-opetuksesta PIRAMKissa. Tämä oli ajankohtainen haaste, jonka otin vastaan innolla.

Opinnäytetyössäni haasteellisimmaksi koin graafisen suunnittelun toteuttamisen, joka oli minulle uusi alue, koska opinto-ohjelmassani ei ole ollut kurssia tästä aiheesta. Työn teki haasteelliseksi, että en ollut käyttänyt vektorigrafiikkaan pohjautuvia suunnitteluohjelmia. Painotuotteen suunnittelun käytännöt olivat aluksi minulle vieraita. Laatiessani esitettä sain käytännössä kokea, mitä painotuotteen suunnittelu vaati ja kuinka suuri työmäärä vaaditaan julkaisun toteuttamiseen. Jos olisin tiennyt, että kirjapainoteknologia edellyttää esitteen laatimista taitto-ohjelmalla, olisin käyttänyt taitto-ohjelmaa esitteen toteuttamiseen alusta alkaen työmäärän vähentämiseksi.

Esitteen suunnittelu oli käytännönläheinen prosessi, johon teorioiden ja mallien soveltamisen koin haasteelliseksi. Painotuotteen suunnittelusta ei ollut teoriakirjallisuutta saatavilla. Opinnäytetyön raporttia kirjoittaessani koin ongelmalliseksi teorian rajaamisen. Oman haasteensa raportin kirjoittamiseen toi sisäisen markkinoinnin osalta kirjastojen vähäiset teokset aiheesta. Verkko-opetuksen nopean teknisen kehittymisen vuoksi useat aiheesta tehdyt kirjat koin tiedoiltaan vanhentuneeksi.

Toivon toimeksiantajan, jolla on myös päivitysoikeudet esitteeseen, voivan käyttää esitettä hyväksi verkko-opintojen markkinoinnissa tulevaisuudessa. Suositelen heitä päivittämään intranetissä olevaa esiteversiota, jos käyttöön otetaan uusia sovelluksia tai käytäntöjä. Jatkotoimenpiteenä ehdotan feedback-tutkimusta esitteen ja sisäisten markkinointitoimien vaikutuksien ja toimivuuden arvioimiseksi.

## LÄHTEET

Adobe. 2008. Adobe Acrobat Connect Pro.

Luettu 5.12.2008

<http://www.adobe.com/fi/products/acrobatconnectpro/>)

Drake, S. M., Gulman, M. J., Roberts, S. M. 2005. Light Their Fire: Using Internal Marketing to Ignite Employee Performance and Wow Your Customers. Dearborn Trade, A Kaplan Professional Company

Grönroos C., 1998. Nyt kilpaillaan palvelulla. Porvoo: WSOY

Helakorpi, S. 2005. Kohti verkostoituvaa ja verkottuvaa koulutusta. Hämeenlinna: Hämeen ammattikorkeakoulu

Korhonen, V. 2003. Oppijana verkossa. Tampere: Tampere University Press

Leppisaari, I., Klemola, R. & Jonhson, E. 2007. Kolme säiettä kasvuun: verkko-pedagogiikka, koulutusteknologia ja työelämäyhteys. Kokkola: Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulu

Matikainen, J. (toim.), 2003. Oppimisen ohjaus verkossa. Helsinki: Palmenia-kustannus

Matikainen, J. (toim.), 2001. Vuorovaikutus verkossa. Helsinki: Palmenia-kustannus

Meisalo, V., Sutinen, E. & Tarhi, J. 2003. Modernit Oppimisympäristöt: Tieto- ja viestintäteknikka opetuksen ja opiskelun tukena. 2. uudistettu laitos. Helsinki: Tietosanoma Oy

Nevgi, A. & Tirri, K. 2003. Hyvää verkko-opetusta etsimässä. Turku: Painosata Oy

Pirkanmaan Ammattikorkeakoulu. 2009.

<http://www.piramk.fi>

Saarinen, J., Varis, T., Vainio, L., Rintala, M., Piipari, M. & Nokelainen, P. 2002. Kouluttajana verkossa: menetelmät ja tekniikat. Hämeenlinna: Hämeen ammattikorkeakoulu

Suomen Virtuaali Ammattikorkeakoulu. 2008. Virtuaaliopintojen määritelmät.

Luettu 11.7.2008

<http://www.virtuaaliamk.fi/channels/www/fin/kehitys/1034093349567/1104411075431.html>

Tella, S., Ruokamo, H., Multisilta, J. & Smeds, R. (toim.) 2005. Opetus, Opiskelu, Oppiminen: Tieto- ja viestintäteknikka tiederajat ylittävissä konteksteissa. Rovaniemi: Lapin yliopisto

Varey, R.J., 2000. Internal marketing: Directions for management

Vuokko, P., 1996. Markkinointiviestintä. Helsinki: Werner Söderström osakeyhtiö

Wiio, O. A., 1994. Johdatus viestintään. Porvoo: Weilin+Göös

Wikipedia. 2008. Moodle.

Luettu 1.12.2008

<http://fi.wikipedia.org/wiki/Moodle>

Wikipedia. 2008. Oppimisalusta.

Luettu 1.12.2008

<http://fi.wikipedia.org/wiki/Oppimisalusta>

Åberg, L., 1996. Viestintä-tuloksen tekijä. Helsinki: Infoviestintä Oy

# Verkko-opetus PIRAMKissa

## VOIMAA VERKOSTA







Erikoissuunnittelija Sari Mettäinen

## Tietoyhteiskuntakehitys luo uusia haasteita

Pian "digiajan natiivien" sukupolven edustajia alkaa olla myös PIRAMKissa. He ovat 90-luvulla tai sen jälkeen syntyneitä ja monet heistä ovat käyttäneet tietokoneita jo leikki-ikästä lähtien. He kuuluvat ehkä moniin internetissä oleviin sosiaalisiin yhteisöihin ja ovat tottuneet etsimään tietoja internetistä.

Uusi asetelma aiheuttaa sen, että opettajan arvoavan tulee rakentua uudella tavalla. Opettajan rooli muuttuu tiedon jakajasta oppimisen ohjaajaksi. Meidän kaikkien yhteisenä haasteena korostuu, miten erotamme oikean tiedon väärästä, ja miten osaamme navigoida jatkuvasti lisääntyvien tietolähteiden viidakossa.

Valtioneuvosto haluaa yhä vauhdittaa tietoyhteiskuntakehitystä. Opetusministeriö asetti jo vuosille 2003–2008 tavoitteeksi, että ammattikorkeakouluissa kaikissa koulutusohjelmissa opiskelijalla tulisi olla mahdollisuus suorittaa 30 opintopistettä virtuaalisesti. Liikenne- ja viestintäministeriön, Opetusministeriön sekä Opetushallituksen kesken on valmisteilla hanke, jonka avulla pyritään selvittämään, miten tieto- ja viestintäteknologiaa hyödyntäen voitaisiin kehittää opetusta ja parantaa oppimista.

Verkko-opetusmenetelmiä hyödyntäen voidaan tukea opiskelijan tietoteknisten taitojen kehittymistä ja antaa valmiuksia tietoyhteiskunnassa selviytymiseen. Tieto- ja viestintäteknikan kehityksen myötä monet ammatit muuttuvat, ehkä myös ammatti-identiteetit? Ammattikorkeakoulujen tulee pysyä tässä muutoksessa mukana ja opettajien on tiedostettava tämä muutos omassa ammatissaan. Tämä luo meille paljon haasteita, mutta yhdessä ne on voitettavissa.

## Sisällys

<i>Mitä verkko-oppiskelu on?</i>	3
Miten virtuaaliopinnot määritellään?	3
Virtuaaliopintojen merkitseminen Winhaan	3
<i>PIRAMK ePeda</i>	4
Verkko-opetustiimi	4
Verkkopedagogit	4
Verkkomentorit	5
Henkilöstökoulutukset	5
Tampereen eOppimisen klusteri	5
<i>Oppimisympäristöt</i>	6
Moodle	6
Podcasting	7
Adobe Connect Pro	8
Ohjeita Connect Pro työskentelyyn	8
Ääniasetukset Adobe Connet Pro -istunnoissa	9
<i>Verkko-opetuksen suunnittelu</i>	10
Näkökulma verkko-opetusmateriaalin suunnitteluun	10
Opettajille kategoria Moodlessa	10
Kirjaston elektroniset aineistot	10
Tuotantorenkaissa tuotetut materiaalit	11
<i>Virtuaaliammattikorkeakoulu</i>	12
Opiskelu Virtuaaliammattikorkeakouluopinnoissa	12
Opettajana VirtuaaliAMKin opintojaksoilla	12
DIGMA – Digitaalisten aineistojen tietovaranto	12
OPM:n opiskelijaliikkuvuusraha	13
PIRAMKin eOpintotoimisto	13
<i>Opiskelijoiden näkemykset verkko-opinnoista</i>	14
Opiskelijoiden verkko-opetuksesta sanomaa	14
Ammattikorkeakoulujen verkossa tapahtuvan koulutuksen arviointi	15

Julkaisija: Pirkanmaan ammattikorkeakoulu, sisäinen kehittäminen, 2008  
Koonti ja taitto: Ville Happonen

# Mitä verkko-opiskelu on?

Verkko-opiskelu tuo opiskelijalle liikkumavapautta, sillä opiskelupaikka on yleensä siellä, missä on Internet-yhteys. Opiskelu vaatii opiskelijalta kuitenkin entistä enemmän itseohjautuvuutta, sillä suuri osa ajankäytöstä jää opiskelijan itsensä päätettäväksi.

Käytännössä verkko-opiskelu on opiskelijan kannalta esimerkiksi:

- verkossa olevan oppimateriaalin opiskelua
- kirjaston elektronisista tietokannoista löytyvän materiaalin opiskelua
- verkosta haettavan (esim. www-sivu) materiaalin opiskelua
- muuhun kirjallisuuteen, annettuun materiaaliin tai linkkeihin tutustumista
- verkko-oppimistehtäviä ja niihin resursoitua aikaa
- oppimistehtävien palautusta ja muiden opiskelijoiden tuotosten tarkastelua, arviointia ja opponointia
- verkkokeskusteluun osallistumista
- opettajan organisoimaa vuorovaikutusta ja opiskelua
- videoitujen tai äänitettyjen luentojen kuuntelemista ja katselua
- verkkoluentoihin osallistumista esim. Connect Pron välityksellä
- yksilö-, pari-, tiimi- tai ryhmätyöskentelyä verkossa.

## Miten virtuaaliopinnot määritellään ?

Opetusministeriö seuraa ammattikorkeakouluissa toteutettujen virtuaaliopintojen määrää Winhamerkintöjen perusteella. Suoritettujen virtuaaliopintopisteiden määrä on yksi Opetusministeriön AMKOTA-tietokantaan ilmoitettavista tuloksellisuuskriteereistä. Tästä syystä meidän on määriteltävä, mitä ymmärrämme virtuaaliopetuksella.

PIRAMKissa vuonna 2006 laaditun määritelmän mukaisesti virtuaaliopinnoiksi voidaan luokitella opintojakso tai opintojakson osa, mikäli se täyttää seuraavat kriteerit:

- opiskelu on opettajajohtoista, tavoitteellista ja aikataulutettua
- opinnot toteutuvat pääsääntöisesti aikaan ja paikkaan sitoutumattomasti tietoverkon välityksellä
- työskentelyä ohjataan ja toteutetaan pääosin virtuaalisesti, mutta opintoihin voi liittyä tavanomaisia ohjaus- tai tenttitilaisuuksia.

## Virtuaaliopintojen merkitseminen Winhaan

Opintojen virtuaalisuus merkitään Winhaan opintototeutusta luotaessa. Suoritustavaksi merkitään VIR, kun kyseessä on virtuaaliopintojakso. Virtuaalisuus merkitään kokonaisina opintopisteinä sen mukaisesti, kuinka suuri osa opiskelijan työmäärästä opintojaksolla toteutuu virtuaalisesti.

Virtuaalisuudet voi merkitä Winhaan opiskelijakohtaisesti myöhemminkin. Ohje löytyy Winhapro-ohjeista sekä ops-tiimin dokumenttiarkistosta.

# PIRAMKin ePeda

ePeda käsittää PIRAMKin verkko-opetuksen tukitoiminnot. ePedaan kuuluvat oppimisympäristöjen ylläpitäjät, verkko-opetuksen henkilöstökoulutuksesta ja verkko-opetustuesta vastaavat henkilöt sekä VirtuaaliAMK-asioinnista ja yhteistyöstä vastaavat henkilöt. ePedasta löytyy asiantuntijoita sekä verkkopedagogiikkaan että opetus-teknologiaan liittyviin kysymyksiin.



Erikoissuunnittelija Sari Mettiäinen, sekä verkkopedagogit Pekka Kivipuro, Jouni Viidanoja ja Sanna Paloposki

## Verkko-opetustiimi

Verkko-opetusta on PIRAMKissa kehitetty jo vuodesta 2002, jolloin perustettiin virtuaalikorkeakoulun kehittämisjaos, joka muuttui vuonna 2006 verkko-opetustiimiksi. PIRAMKin hallitus nimeää tiimin jäsenet lukuvuodeksi kerrallaan. Tiimissä on edustajia kaikista toimipisteistä ja opiskelijakunta PAKOsta. Tiimin tavoitteena on edistää verkko-opetusmenetelmien käyttöönottoa ja välittää tietoa ja ideoita toimipisteiden välillä.

Verkko-opetustiimin puheenjohtajana toimii sisäisen kehittämisen erikoissuunnittelija *Sari Mettiäinen*, joka myös vastaa verkko-opetuksen kehittämisestä ja koordinoinnista PIRAMKissa.

## Verkkopedagogit

Sari Mettiäinen on toiminut osa-aikaisena verkkopedagogina vuodesta 2004 alkaen. 1.8.2008 PIRAMKiin nimettiin lisäksi kolme uutta verkkopedagogia, joiden tehtävänä on pitää verkko-opetuksen henkilöstökoulutuksia ja tukea henkilökuntaa verkko-opetukseen liittyvissä kysymyksissä oman opetustoimensa ohella.

Verkkopedagogit ovat:  
*Sanna Paloposki*, Terveysala  
*Pekka Kivipuro*, Åkerlundinkatu  
*Jouni Viidanoja*, Ikaalinen

## Verkkomentorit

Niihin toimipisteisiin, joissa ei ole verkkopedagogia, nimettiin verkkomentorit, jotka ovat lähitukena ja neuvonantajana verkko-opetukseen liittyvissä kysymyksissä oman toimipisteensä henkilöstölle.

Verkkomentoreita ovat:  
*Tuija Salo*, Pyynikintie  
*Matti Ruippo*, Musiikki  
*Anne Sahi*, Mänttä  
*Leila Kakko*, Koulukatu  
*Marja Saarinen*, Kuntokatu  
*Marja-Terttu Suoniemi*, Virrat  
*Timo Kivikangas*, Virrat  
*Sisko Mällinen*, kielenopetus  
*Sinikka Seppänen*, T&K

## Henkilöstökoulutukset

Moodlen ja verkkopedagogiikan perusteet – koulutukseen ja erilaisiin verkkotyöpajoihin on osallistunut jo yli 200 PIRAMKin henkilökuntaan kuuluvaa. Moodlen ja verkkopedagogiikan jatkokoulutukseen sekä kuvankäsittelyn ja digikuvauksen koulutuksiin on osallistunut myös lukuisia piramkilaisia.

Syksyllä 2008 PIRAMKissa alkoi kolmen opintopisteen laajuisen verkko-opettajakoulutus. Koulutusta toteutetaan jatkossa lukukausittain. Connect Pro -verkkokokousjärjestelmän perus- ja jatkokoulutuksia on järjestetty myös syksystä 2008 alkaen. Moodle-koulutukset jatkuvat Kuntokadulla kuukausittain ja niitä voi tilata verkkopedagogeilta myös muihin toimipisteisiin.

Henkilöstökouluttajana verkkopedagogien lisäksi toimii IT-suunnittelija Anna-Liisa Karjalainen, joka on Moodlen ja Connect Pron järjestelmävastaava PIRAMKissa. Moodlen teknisestä ylläpidosta vastaa IT-suunnittelija Jouko Rintamäki. Connect Pro käyttötukea antaa myös IT-tukihenkilö Aune Myllymäki.



IT-suunnittelija  
Anna-Liisa Karjalainen

Ilmoittaudu koulutuksiin intranetin ilmoitustaululla, Henkilöstön koulutus- ja tapahtumakalenterissa.

## Tampereen eOppimisen klusteri

Tampereen eOppimisen klusteri on kehittäjäverkosto ja yhteistyöfoorumi Tampereen alueen oppilaitoksille ja korkeakouluille. eOppimisen klusteri järjestää vuosittain useita koulutuksia, tapaamisia ja seminaareja, joihin piramkilaiset voivat osallistua maksutta.

eOppimisen klusterin postituslistalle liittymällä saa eOppimisen ajankohtaistiedotteen sähköpostiin kerran kuukaudessa. Ks. lisätietoja klusterin toiminnasta ja postituslistalle liittymisestä osoitteesta <http://www.eoppiminen.uta.fi/>.

# Oppimisympäristöt



Vuonna 2004 PIRAMKissa otettiin käyttöön Moodle-verkko-oppimislusta. Moodle on osoitteessa [elearn.piramk.fi](http://elearn.piramk.fi) ja sinne kirjaudutaan intranet-tunnuksilla.

Moodlea voi käyttää ilmoitustauluna, elektronisena tentti- tai tehtävälustana ja materiaalipankkina, jonne voi liittää eri tiedostomuodoissa olevaa oppimateriaalia. Keskustelualueet, reaaliaikainen chat ja Wiki-työkalu toimivat tiedollisen ja kokemuksellisen reflektoinnin välineenä tiedonrakennusprosessissa. Moodlea voi käyttää myös ohjaustyökaluna opinnäytetyöprosessissa ja harjoittelun ohjauksessa.

Moodlea kehitetään maailmalla jatkuvasti ja siihen tulee vuosittain uusia työkaluja ja toimintoja, joita myös PIRAMKissa otetaan vähitellen käyttöön. Moodlen etu on helppokäyttöisyys, joten jokainen opettaja voi itse luoda sinne omiin tarkoituksiinsa sopivan oppimisympäristön.

Moodle on saavuttanut PIRAMKissa suuren suosion, joten vaarana on palvelintilan ylikuormittuminen. Muista siis

- siirtää tarpeettomiksi jääneet Moodlekurssit kategoriaan Opettajille/Poistettavat kurssit, josta ne hävitetään
- pienentää kuvatiedostojen kokoa ennen Moodleen siirtämistä kuvankäsittelyohjelmalla (esim. Microsoft Office Picture Manager: Muokkaa kuvia/Pakkaa kuvat)
- ladata Moodleen linkitettävät videotiedostot mediapalvelimelle, jonka käyttöohjeet ovat intranetissä kohdassa IT-palvelut.

Virtuaalisesti suorittujen opintopisteiden määrä on huimassa nousussa PIRAMKissa:  
Vuonna 2007 virtuaalisesti suoritettiin 7 324 op.  
Vuonna 2008 joulukuun alkuun mennessä virtuaaliopintopisteitä oli jo kertynyt 28 290 op.



Anna-Liisa Karjalainen käy läpi opiskelijapalautetta. Kuulolla ovat ePedasta Anu Vainonen, Sari Mettiäinen, Sanna Paloposki, Aune Myllymäki, Jouni Viidanoja ja Pekka Kivipuro.

### *Mitä on podcasting*

Podcasting-sana on vakiintunut tarkoittamaan verkossa jaettavaa, tilattavaa audiolähetystä, joka voidaan ladata omalle tietokoneelle, MP3-soittimeen tai muuhun mobiililaitteeseen ja kuunnella koska tahansa. Podcasting käsite tulee alun perin sanoista iPod ja broadcasting. Podcasteissa käytettävä tekniikka on valmistaja- tai alustariippumaton, joten podcasteja voidaan kuunnella iPodin ohella myös muilla laitteilla.

Taustalla oleva tekniikka ei ole rajoittunut pelkästään äänitiedostojen siirtämiseen. Podcastien videomuotoisia versioita kutsutaan joskus myös videopodcasteiksi tai vodcasteiksi.

Podcastien nerokkuus perustuu siihen, että uudet lähetykset saa tilattua laitteelleen automaattisesti. Podcasteja varten luodut RSS- tai Atom-syötteen ja tarkoitusta varten tehty ohjelma mahdollistavat lähetyksen tilaamisen. Käyttäjän tietokoneella oleva ohjelma seuraa netissä olevien syötteiden päivittymistä ja lataa automaattisesti uudet audio tai video tiedostot tietokoneelle, josta niitä voi siirtää mobiililaitteeseen esim. MP3 soittimeen kuunneltaviksi. Podcasting -lähetyksen katselu tai kuuntelu on siis mahdollisia ajasta ja paikasta riippumatta.

### *Mihin podcasteja voisi käyttää opetuksessa?*

Podcastien tekeminen on todella helppoa: tarvitaan vain tietokone, mikrofoni ja nauhoitusohjelma. Podcastien teko on PIRAMKissa mahdollista vuonna 2009 MOBO eli mobiilioppiminen hankkeen käynnistymisen myötä, mikäli hanke-esitys toteutuu. Asiantuntijaluennot voi nauhoittaa etukäteen, ja opiskelijat voivat tilata äänitteet omalle mobiililaitteelleen. Luentoja voi kuunnella kotona, junassa, autossa tai missä vain. Opiskelijan ei tarvitse istua kotona tietokoneen äärellä, vaan voi lähteä vaikka koiran kanssa lenkille ja kuunnella anestesiologian luentoa. Äänitettä voi kelata tai kuunnella niin monta kertaa kuin haluaa.

Valmiita podcasteja löytyy internetistä, etenkin englanninkielisinä, eri koulutus- ja ammattialoilta paljon. Suomeen podcastit tulivat vuonna 2005. Tarjontaan voi tutustua esimerkiksi seuraavilla sivustoilla:  
[www.podcasthakemisto.net](http://www.podcasthakemisto.net), [areena.yle.fi/podcast](http://areena.yle.fi/podcast), <http://www.podcast.net/>.

Tampereen teknillinen yliopisto on toteuttanut yhdessä Tampereen yliopiston kanssa peruskoululaisilla tutkimuksen, joka osoitti iPodien käytön olevan oppilaille helppoa. Tutkimuksen perusteella iPod osoittautui hyödylliseksi etenkin kielten opiskelussa.

Missä oppiaineissa voisimme käyttää podcasteja PIRAMKissa?



iPod on erittäin helppokäyttöinen MP3-soitin podcastien kuunteleluun. Uusimmat iPodit osaavat näyttää myös podcasteihin liitetyt kuvat kuuntelun aikana.

## Adobe Acrobat Connect Pro

Syksyllä 2008 PIRAMKissa otettiin käyttöön Adobe Acrobat Connect Pro -verkkokokousjärjestelmä, joka mahdollistaa kokousten, luentojen tai vaikkapa PBL-tutoriaalien järjestämisen web-selaimen välityksellä. Osallistujat voivat seurata luentoa esimerkiksi kotoaan. Opettajille tai opetusryhmälle luodaan Connect Pro:n huone. Opiskelijat voivat kirjautua virtuaalihuoneeseen internetin kautta. Osoite (URL) voidaan laittaa vaikkapa Moodlen työtilaan opiskelijoiden saataville.

Mikäli kaikilla osallistujilla on käytössään verkkoyhteyden ja tietokoneen lisäksi web-kamera ja kuulokemikrofoni, voidaan verkko-opetus tilanteet luoda interaktiiviseksi siten, että kaikki osallistujat näkevät ja kuulevat toisensa. Connect Prossa voi esittää PowerPoint-esityksiä, käyttää chattiä, piirtotyökaluja, muistiinpanosivuja, jakaa työpöydän kuvaa, tehdä osallistujille kyselyjä, jne. Lisäksi Connect Pro -istunnot voidaan nauhoittaa myöhemmin katsottavaksi ja kuunneltaviksi.

## Osallistujan ohjeet Connect Pro työskentelyyn

### 1. KÄYNNISTÄ KAMERA

Paina Camera and Voice ikkunan vasemmasta alareunasta ikonia Start my camera and voice  
--> Klikkaa avautuvasta ikkunasta Allow.

### 2. TESTAA ÄÄNIASETUKSET

Valitse yläpalkin Meeting-valikosta Audio setup Wizard  
--> Tee testaus ohjeen mukaisesti mielellään ennen jokaista istuntoa.

### 3. VIESTIEN KIRJOITUS

Voit vapaasti kirjoittaa kommentteja Chattiin  
--> Kirjoita viesti Chat-ikkunan alareunan vaakapalkkiin ja paina enter.

### 4. PUHEENVUORON PYYTÄMINEN

Jotta osallistujat eivät puhuisi kokouksen aikana toistensa päälle, puheenvuorot pyydetään nostamalla kättä kuvaruudun vasemmassa alareunassa olevalla painikkeella. Kokouksen puheenjohtaja = host jakaa puheenvuorot.

### 5. PUHUMINEN

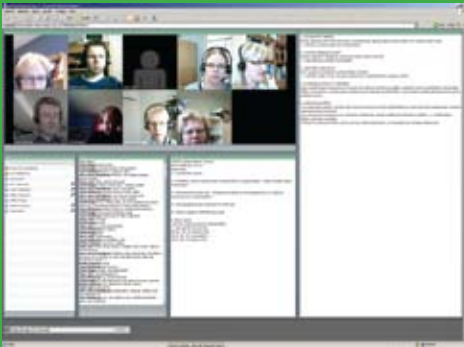
Ruudun vasemmassa alaosassa on TALK-näppäin, jota täytyy pitää hiirellä pohjassa puhumisen ajan. TALK-näppäimen voi myös lukita päälle sen reunassa olevasta lukko-kuvakkeesta.

### 6. HÄIRIÖTILANTEET

Jos äänyhteys pätkee, ilmoita siitä chat-ikkunassa muille osallistujille ja soita mikrotuki laittamaan koneesi ääniasetukset kuntoon.

Jos samassa huoneessa on useampi osallistuja, äännet saattavat kiertää ja pätkiä. Osallistukaa istuntoon tällöin samalta koneelta. Samalta koneelta osallistuminen edellyttää, että tilassa on tietokoneeseen kytketyt kaiuttimet ja mikrofoni. PIRAMKissa on muutamia tällaisia Connect Pro -käyttöön suunniteltuja tiloja ja ne on merkitty tilanvarausohjelmaan.

Yhdistä kuulokemikrofoni aina suoraan tietokoneeseen, ei kannettavan koneen telakkaan.



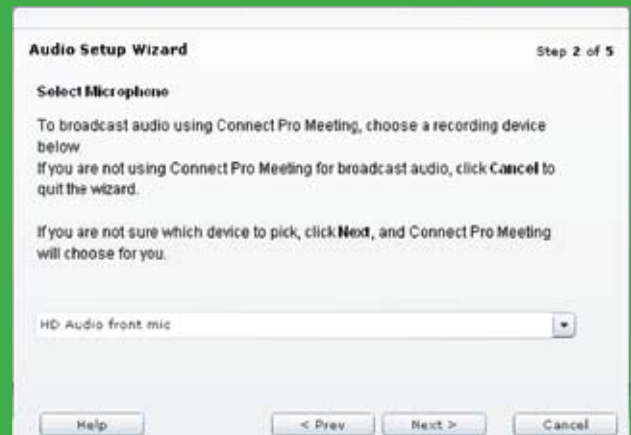
Verkko-opetustiimin kokous Connect Prossa. Osallistujien kuvat lisäävät osallistumisen ja vuorovaikutteisuuden tuntua Connect Pro -tapaamisissa. Ohjelmassa on monipuoliset mahdollisuudet jakaa tiedostoja ja käyttää työpöydän tilaa.

## Ääniasetukset Connect Pro -istunnoissa

Adobe Connect Pro -istunnoissa on hyvä tarkistaa ääniasetukset ohjelman optimaalisen äänenlaadun saavuttamiseksi. Ääniasetukset löytyvät valikosta Meeting > Manage My Settings > Audio Setup Wizard



1. Varmista, että kuulokkeet on kytketty päälle ja yhdistetty järjestelmään oikein, painamalla Test-painiketta.



2. Valitse käytettävä mikrofoni valikosta, Jos et ole varma mikrofoniin valinnasta, valitse next, jolloin Connect Pro valitsee mikrofoniin puolestasi.



3. Mikrofoniin toiminnan varmistamiseksi: Paina Record-painiketta koenauhoittaaksesi puhettasi. Pysäytä nauhoitus ■-painikkeella. Kuuntele tallentamasi koenauhoitus ▶-painikkeella. Mikäli nauhoitus epäonnistui, tarkista edelliset kohdat sekä laitteiden kytkentä tietokoneeseen.



4. Tausta äänen määrittämiseksi paina Test silence -painiketta.

Mikäli äänitesti paljastaa äänitys tai kuuluvuusongelman, on syytä tarkistaa PC:n ääniasetukset ohjauspaneelista kohdasta Sound.



# Verkko-opetuksen suunnittelu

## Näkökulma verkko-opetusmateriaalin suunnitteluun

Seppo Helakorpi nostaa kirjassaan *Kohti verkostoituvaa ja verkottuvaa koulutusta* (Hämeenlinna: Hämeen ammattikorkeakoulu 2005) esiin kolme verkko-oppimateriaalin suunnittelussa huomioon otettavaa näkökulmaa:

### Käytettävyyden näkökulma

- Materiaalin suunnittelu, hallittavuus ja helppo päivitettävyyden
- Materiaalin käytettävyys eri tietokoneilta (koulu- ja kotitietokoneet)

### Pedagoginen näkökulma

- Oppimistavoitteen saavutettavuus
- Materiaalin toimivuus aktivoivina elementteinä opiskelussa

### Assosiativisuuden näkökulma

- Oppijälhtöisen kokonaisuuden rakentaminen

Koska verkko-opetuksessa perinteinen sosiaalinen vuorovaikutus jää vähäiseksi, kannattaa verkko-oppimateriaalissa korostaa aktivoivia, motivoivia ja havainnollistavia elementtejä.

### Kurssikategoriat

Studies in English	4
Degree Programme in Nursing	22
Degree Programme in Tourism	7
Kulttuuriala	13
PIRAMK/Musiikki	24
PIRAMK/Viirrat/Kulttuuri	132
Jne...	64
Muut	
T&K -palvelut	9
Erkoistumisopinnot	47
Opettajille	35
Arkisto - Kurssien opintosuoritteet ja arvioinnit (säilytys 6 kk)	7
Poistettavat kurssit	18
Testikurssit	25

Moodle-kategoriassa opettajille näkyvät kurssit ja materiaali on suoraan verkko-opetusmateriaalin kategoriaan siirretty.

## Opettajille kategoria Moodlessa

Kategoria sisältää useita aloitteleville verkko-opettajille tarkoitettuja aineistoja, joista saa vinkkejä oman Moodle-toteutuksen tekemiseen

- eldea Verkko-opettajan opas
- Oman verkko-opintojakson tuottaminen Moodleen
- Esimerkkikurssi verkko-opintojaksosta
- Moodle opettajien yhteinen foorumi, johon on koottu paljon linkkejä ja vinkkejä, esimerkiksi:

Verkko-opettajan nettiopas

<http://lukiot.tampere.fi/seututarjotin/vopas>

Verkkoluotsi

<http://verkkoluotsi.chydenius.fi/salatutsivu/etusivu.html>

KenGuru-verkkomateriaali tieto- ja viestintätekniikkataitojen opiskeluun

<http://www.edu.fi/kenguru>

## Kirjaston elektroniset aineistot

PIRAMKin Pirkko-verkkokirjaston kautta henkilökunnalla ja opiskelijoilla on pääsy Pirkka-kirjastotietokantaan ja Nelli-tiedonhakuportaaliin, joka tarjoaa käyttäjäystävällisen hakuliittymän PIRAMKin monipuolisiin elektronisiin tietoaineistoihin.

Nelli-portaalissa on saatavilla mm. e-kirjoja ja -lehtiä sekä elektronisia hakuteoksia, joita kannattaa hyödyntää verkko-opetuksessa. Myös etäkäyttö PIRAMKin ulkopuolelta, esim. kotikoneelta, on mahdollista kirjautumalla palveluun intranet-tunnuksilla.

## Tuotantorenkaissa tuotetut materiaalit

VirtuaaliAMK:n OPM- tai ESR-rahoitteisissa tuotantorenkaissa tuotetut materiaalit on tehty kaikkien PIRAMKin opettajien käyttöön. Materiaaleja voi tiedustella renkaassa mukana olleelta opettajalta tai Sari Mettiäiseltä.

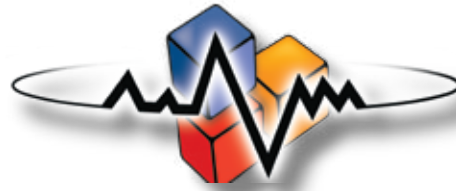
OPINTOJAKSO	PIRAMKin tekijät
<b>YHTEISEEN TARJONTAAN SOPIVAT</b>	
Tutkimusmenetelmät ja tuotantoprosessit	Tuija Heikkilä
<b>KIELIOPINNOT</b>	
Englannin kielen AMK-perusteet	Vuokko Penttilä
Ruotsin kielen AMK-perusteet	Kaarina Järveläinen
Saksan kielen B-tason opinnot	Sari Myllymäki
<b>TERVEYSALA</b>	
Nursing science	Raija Kokko
Perioperatiivinen hoitotyö	Sari Mettiäinen
Sairaanhoidajille suunnattu ammatillisen osaamisen testi	Sari Mettiäinen ja Kristiina Vähämaa
Lääkehoito	Tuomo Orava
Lääkehoito	Sirpa Sepponen ja Paula Pursiainen
Hoitotyö	Heidi Kassara
Terveystiedon edistäminen	Maritta Kivinen-Wahlroos, Jouni Tuomi
Diabetesosaamisen kehittäminen	Hilkka Niittyneemi
Fysioterapia, PBL	Marja-Leena Lähteenmäki, Pirjo Lehto
Seksuaaliterveyden edistäminen	Tarja Ratia
Munuaissairauksien hoitotyö	Riitta Tiilikainen, Helena Vesaluoma
Lääketieteelliset aineet	Kristiina Vähämaa
Lääkehoito	Sirpa Sepponen, Sanna Paloposki
<b>SOSIAALIALA</b>	
Sosiaaliturva	Marja Halme ja Tiina Hautamäki
Monikulttuurisuus	Marja Halme
<b>LIIKETALOUS</b>	
Sähköisen liiketoiminnan kehittäminen (englanninkielinen)	M.Kallioniemi, Tapio Yrjölä ja Ari Lepola
Nordisk affärskommunikation	Riitta Heinonen ja Jenni Viitanen
Semantic Web	Marja Kallioniemi
Liikekirjeenvaihdon saksan opintokokonaisuus	Merja Ritola
Liikeviestintä digimediassa	M.Kallioniemi, Jenni Viitanen, Riitta Heinonen
SAP BO	Marja Kallioniemi
Organisaation toiminnan kehittäminen ja muutos-prosessi tietojärjestelmähankkeissa	Anne Sahi
Sähköinen markkinointi	Jouni Viidanoja
International marketing	Maija Kärnä
PHP and MySQL for Dynamic WebSites	Marja Kallioniemi
Leadership	Maija Haaramo
<b>MARATA-ALA</b>	
Tuloksellinen palvelutoiminta	Mikael Lindell
Tuotantotekniikka	Virpi Salo
Toimitilapalvelut	Leila Kakko
Catering Management	Virpi Salo
Hotel Management	Riitta Brännare ja Pekka Kivipuro
Facility Management	Leila Kakko
Ruotsin kielen perusopinnot matkailu- ja ravitsemisalalla	Kaarina Järveläinen
Työlainsäädäntö ja sopimustoiminta	Reunanen Eija ja Salo Virpi
Työn tutkimuksen perusteet ja turvallisuus	Leila Kakko
Ammatikeittiötoiminta	Virpi Salo
Elintarvikevirkittäjä	Jorma Riihikoski
Restonomian toimintaympäristöt	Pia Santapukki
<b>KULTTUURIALA</b>	
Musiikin tuotantorengas	Matti Ruippo
Musiikin tietotekniikka	Matti Ruippo
Sovitus	Matti Ruippo
<b>MUUT</b>	
Venäjä toimintaympäristönä	Kv-tiimi, Maija Kärnä



## DIGMA – Digitaalisten aineistojen tietovaranto

DIGMA avautuu Virtuaali-AMKin [www-sivuilla](http://www.sivuilla). Se sisältää opetusmateriaalia, kuten vuorovaikuttavia oppimis- ja tehtäväaihoita, oppimislejää ja kokonaisopintopaketteja ammattikorkeakoulujen eri koulutusohjelmista.

DIGMAssa olevat aineistot ovat vapaasti käytettävissä ja muokattavissa opetustarkoituksiin. Verkkopedagogit opastavat henkilöstöä DIGMAN käytössä.



[www.amk.fi](http://www.amk.fi)

## Virtuaali ammattikorkeakoulu

Virtuaali ammattikorkeakoulu (VirtuaaliAMK) on ammattikorkeakoulujen yhteenliittymä, joka tarjoaa virtuaaliopiskeluun ja opetukseen liittyviä palveluja sekä opiskelijoille että opettajille.

### Opiskelu Virtuaali ammattikorkeakouluopinnoissa

Opiskelijat voivat suorittaa VirtuaaliAMKin kautta opintopaketteja. Opintopaketin sisältö on nähtävissä [amk.fi](http://amk.fi)-portaalissa ja siellä myös hakeudutaan opintopakettiin.

- Opiskelija täyttää hakemuksen [amk.fi](http://amk.fi)-portaalissa keskusteltuaan ensin tutoropettajan kanssa opintopaketin soveltuvuudesta omaan HOPSiin.
- PIRAMKin eOpintotoimiston eVirkailla varmistaa opiskelijan koulutusohjelmasta, sopiiko opintopaketti opiskelijan HOPSiin.
- eVirkailla puoltaa opiskelijan osallistumista enintään kahdelle VirtuaaliAMKin opintopakettiin lukuvuoden aikana.
- Järjestävä amk hyväksyy opiskelijan opintopakettiin, jos sille on tilaa.
- Opiskelija voi seurata oman hakemuksensa käsittelyn etenemistä portaalissa.
- Opiskelija saa sähköpostitse tarvittavat tunnukset ja muut opiskeluohjeet ja suorittaa opintopaketin näiden mukaisesti.
- PIRAMKin eVirkailla kirjaa suorituksen opintorekisteriin, kun järjestävä amk on sen ensin kirjannut portaalin tietokantaan.

## Opettajana VirtuaaliAMKin opintopakettiin

PIRAMKin eVirkailla hyväksyy toisen ammattikorkeakoulun opiskelijat PIRAMKin toteuttamille opintopakettiin sovitun paikkaluvun mukaisesti. eVirkailla kirjaa tulevat opiskelijat Winhaan ja ilmoittaa opintopakettiin vastaavalle opettajalle opiskelijoiden nimet ja Winhatunnukset. Tämän jälkeen opettaja voi poimia opiskelijat Winhassa omalle opintopaketin toteutukselleen.

Opettaja ohjaa opiskelijoita tilaamaan käyttäjätunnukset Moodleen sen etusivulta avautuvalla lomakkeella ja antaa samalla opiskelijoille Moodlen kurssiavaimen ja muut opiskeluun liittyvät ohjeet.

VirtuaaliAMKin kautta tulevat opiskelijat suorittavat opintopaketin kuten PIRAMKin omat opiskelijat ja heitä koskevat samat Tutkintosäännössä olevat ohjeet kuin piramkilaisiakin.

Kun VirtuaaliAMK-opiskelija on suorittanut opintopaketin, opettaja kirjaa opiskelijan suorituksen Winhajärjestelmään ja ilmoittaa eOpintotoimistoon eVirkaillalle, että suoritusmerkintä on tehty. eVirkailla kirjaa suorituksen portaaliin, josta opiskelijan oman kotiammattikorkeakoulun eVirkailla siirtää sen opiskelijan opintosuoritusrekisteriin.

## OPM:n opiskelijaliikkuvuusraha

Opetusministeriö on myöntänyt VirtuaaliAMK-korkeakoulun opiskelijaliikkuvuuden lisäämiseen 400 000 euroa, joka jaetaan ammattikorkeakoulujen kesken opiskelijamäärän suhteessa. Raha on tarkoitettu opiskelijoiden opintojaksomaksuihin heidän suorittaessaan virtuaaliopintoja muissa ammattikorkeakouluissa.

PIRAMK maksaa siis omien opiskelijoiden opintojaksomaksut heidän suorittaessaan opintoja VirtuaaliAMK:n kautta. Maksut saa aina opintojakson järjestävä ammattikorkeakoulu.

Kun opiskelija on ilmoittautunut opintojaksolle, on tärkeää, että hän suorittaa sen loppuun. Jos opiskelija jättää VirtuaaliAMK:n opintojakson kesken, hänen hakemuksiaan ei enää jatkossa puollata.

Tarjoamalla opintojaksoja VirtuaaliAMK-portaalissa koulutusohjelmat voivat ansaita rahaa. PIRAMK:in opiskelijamaksuina tulevat rahat tuloutetaan opintojakson järjestäneelle koulutusohjelmalle.

VirtuaaliAMK:n opiskelijaliikkuvuus PIRAMK:n lähteneet ja saapuneet opiskelijat 2007 ja 2008				
Koulutusohjelma	Lähtevät 2007	Lähtevät 2008	Saapuvat 2007	Saapuvat 2008
	lkm	lkm	lkm	lkm
Sosiaaliala	13	9	36	46
Terveysala	5	9	25	52
Radiografia	1			
Fysioterapia		8		
Bioanalytiikka		2		4
Laboratorioala		2		
Terveysalan tietohallinta	11	2		
Musiikki		5		
Viestintä		5		
Liiketalous, Ikaalinen	37	21	1	45
Liiketalous, Mänttä	14	18	49	59
Liiketalous, Virrat	23	4		
Liiketalous, Tampere	20	10		
Hotelli ja ravintolap.	3	3		6
Matkailu		7		
Ravitus ja toimit.	5	5	6	6
<b>Yhteensä</b>	<b>132</b>	<b>110</b>	<b>117</b>	<b>218</b>

VirtuaaliAMK:n opintoihin lähteneet PIRAMK:n opiskelijat ja PIRAMK:n järjestämille opintojaksoille VirtuaaliAMK:n kautta saapuneet opiskelijat koulutusaloittain vuosina 2007-2008.

### PIRAMK:n eOpintotoimisto

eOpintotoimistossa työskentelee eVirkaajana toimistosihiteeri *Anu Vainonen*, joka hoitaa VirtuaaliAMK-korkeakoulun opiskelija-asioinnin.

Toisena eVirkaajana toimii *Sari Mettiäinen*, joka on myös PIRAMK:n yhteyshenkilö Suomen VirtuaaliAMK-korkeakouluverkostossa.

eOpintotoimistoon saa helpoimmin yhteyden sähköpostitse [eopintotoimisto@piramk.fi](mailto:eopintotoimisto@piramk.fi)

### ONKO OPINTOJAKSOLLE JOSKUS VAIKEAA LÖYTÄÄ OPETTAJAA?

VirtuaaliAMK:sta voi kysyä tarjouspyyntöä tietystä opintojaksosta myös koko ryhmälle. Koko ryhmän vaihdoista ammattikorkeakouluilla on jo jonkin verran kokemusta.

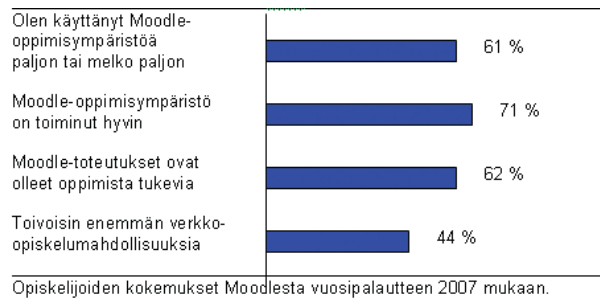
Kysy lisää Sari Mettiäiseltä.

# Opiskelijoiden näkemykset verkko-opinnoista

Vuosittaisella opiskelijapalautekyselyllä kartoitetaan opiskelijoiden kokemuksia ja näkemyksiä verkko-opiskelusta.

Vuoden 2007 tulosten mukaan:

- 61 % opiskelijoista oli käyttänyt Moodlea paljon tai melko paljon
- 71 % oli sitä mieltä, että Moodle toimii hyvin
- 62 % oli sitä mieltä, että Moodle-toteutukset tukevat oppimista
- noin puolet vastaajista toivoi lisää verkko-opintoja
- eniten verkko-opintoja toivoivat liiketalous- ja matkailupalvelut -klusterin opiskelijat
- lähes puolet hyvinvointipalvelut ja hyvinvointiteknologia -klustereiden opiskelijoista toivoi myös lisää verkko-opintoja
- opiskelijat, jotka olivat käyttäneet Moodlea paljon, kokivat sen hyvänä, oppimista tukevana ja toivovat lisää verkko-opintoja
- opiskelijat, jotka eivät olleet osallistuneet lainkaan verkko-opetukseen, olivat myös haluttomimpia verkko-opintoihin tulevaisuudessa.



## Opiskelijoiden verkko-opetuksesta sanomaa

- Moodle on mielestäni näppärä kanava ilmoittaa asioista ja materiaalit saa helposti sieltä.
- Moodle ja sähköposti toimivat hyvin kommunikointivälineenä opettajan ja opiskelijoiden välillä.
- Moodle on mielestäni kätevä keino palauttaa tehtäviä ja koulun sähköposti on tarpeellinen, koska se pitää ajan tasalla poissa ollessakin.
- Moodle oppimisympäristöä on melko helppo käyttää.
- Moodle opiskelu on helppoa siinä mielessä, että töitä voi tehdä oman aikataulun puitteissa.
- Moodle oppimisalustana toimii hyvin, silloin kun kyseinen opettaja osaa sitä käyttää. Joustavuus opinnoissa on ollut minulle aikuisena ja päivätyössä käyvästä hyvä vaihtoehto.
- Tulevista jaksoista on aina saanut ajoissa oppaan ja lukujärjestykset Moodleen.
- Moodlea voisi hyödyntää tuomalla luento- ja tenttimateriaaleja sinne, koska kaikki eivät saa kirjoja kirjastosta eikä kaikilla ole rahaa ostaa niitä.
- Toivon, että kaikki opettajan omaksuisivat Moodlen käytön jokapäiväiseksi.

## Ammattikorkeakoulujen verkossa tapahtuvan koulutuksen arviointi

Ammattikorkeakoulujen verkossa tapahtuvan koulutuksen arviointi toteutettiin 2006-2007. Opiskelijoiden kokemusten mukaan

- Verkko-opiskelun katsottiin edellyttävän omaa aktiivisuutta, kurinalaisuutta ja sitoutumista. Oppimisen nähtiin olevan enemmän omalla vastuulla ja opettajan merkityksen pienenevän. Verkko-opiskelua pidettiin intensiivisenä ja tehokkaana ja sen koettiin tukevan oman oppimistyylin ja -tavan mukaista opiskelua.
- Kaikki opiskelijat eivät kokeneet verkko-opiskelua itselleen sopivana opiskelumuotona. He kokivat verkko-opiskelun tehottomaksi, liian kuormittavaksi tai itselle vieraaksi oppimismenetelmäksi. Kaikki opiskelijat eivät halunneet itselleen sellaista aktiivista roolia opiskelussaan, jota kokivat verkko-opiskelun edellyttävän.
- Ilman kunnollista vuorovaikutusta tuli verkkokurssista opiskelijoiden mukaan ikävää ja pelkkää suorittamista. Opiskelijoiden ohjaukseen tulisi varata reilusti nykyistä enemmän opettajien työaikaa ja opiskelijoita tulisi tukea pohtimaan asioita yhdessä.
- Arvioinnissa todettiin, että vaikka verkko-opetus ei välttämättä olisi paras opetusmenetelmä kaikille opiskelijoille, kaikkien opiskelijoiden tulisi kuitenkin hankkia työelämässä tarvittavia verkko-opiskelu- ja virtuaaliitimiityöskentelyvalmiuksia.

Lähde: Irja Leppisaari ja Seppo Saari: Web-based learning services as experienced by students in Finnish UASs as experienced by students in Finnish UASs



## YHTEYSTIEDOT

### **PIRAMKin eOpintotoimisto**

PIRAMK, Kuntokatu  
Kuntokatu 4  
33520 TAMPERE

sähköposti [eOpintotoimisto@piramk.fi](mailto:eOpintotoimisto@piramk.fi)

SARI METTIÄINEN  
sisäinen kehittäminen, erikoissuunnittelija  
[sari.mettiainen@piramk.fi](mailto:sari.mettiainen@piramk.fi)  
sisäinen puhelinnumero 52369 tai 885 2261  
Huone 201

ANU VAINONEN  
sisäinen kehittäminen, vs. toimistosihiteeri/eVirkailija  
[anu.vainonen@piramk.fi](mailto:anu.vainonen@piramk.fi)  
sisäinen puhelinnumero 52394  
Huone 201

Verkko-oppimisympäristöjen tekninen ylläpito

[moodlesupport@piramk.fi](mailto:moodlesupport@piramk.fi)



[www.piramk.fi](http://www.piramk.fi)