



OPPIMISYMPÄRISTÖJEN KEHITTÄMINEN VISUAALISEN MARKKINOINNIN KOULUTUKSESSA

Minna Timo

Ammatillisen opettajankoulutuksen
kehittämishanke
Marraskuu 2012
Ammatillinen opettajakorkeakoulu
Tampereen ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Ammatillinen opettajakorkeakoulu

Minna Timo

Oppimisympäristöjen kehittäminen visuaalisen markkinoinnin koulutuksessa.

Opettajankoulutuksen kehittämishanke 22 sivua
Marraskuu 2012

Tämän hankkeen tarkoituksena oli kehittää omaa ammatillista osaamista, sekä kehittää Sastamalan koulutuskuntayhtymälle uusia innovatiivisia ratkaisuja opetustiloihin ja tilanteisiin, visuaalisen markkinoinnin opetukseen.

Hankkeessa oli tarkoituksena löytää uusia opetustapoja hyödyntämällä sosiaalista mediaa sekä tuoda jotakin uutta fyysisiin luokkatiloihin.

Hanke sai alkunsa omasta halusta kehittää opetusta. Opiskelijoilta saatu palaute opiskelutiloista antoi myös aihetta oppimisympäristöjen kehittämiseen. Visuaalisen markkinoinnin opetukseen on tarjolla vähän opetusmateriaalia, joten oppimisympäristöjen kehittäminen ja monipuolistaminen oli tarpeellista. Hankkeessa on käytetty erilaista kirjallisuutta apuna oppimisympäristö käsitteen selkiinnyttämiseksi.

Hankkeen myötä opetustiloihin hankittiin somistus ”looseja”, joihin on mahdollista toteuttaa näyteikkuna somistuksia sekä tehdä erilaisia esillepanoja. Opetukseen löydettiin myös uusi virtuaalinen harjoituskirja, jota voidaan käyttää opetuksen tukena. Harjoituskirjan avulla opiskelija voi harjoitella esillepanojen tekemistä niin koulussa kuin kotonakin. Blogit otettiin myös käyttöön uutena oppimisympäristönä.

Uudet oppimisympäristöt on otettu mielenkiinnolla vastaan. Itselleni olen saanut apua opetusmateriaalin suunnitteluun. Opiskelijat ovat olleet tyytyväisiä looseihin, joissa harjoittelemine on mielenkiintoista. Decostudy ohjelma on saanut myös positiivisen vastaanoton.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	4
1	VISUAALINEN MARKKINOINTI	5
	1.1 Visualisti elämysten tuottaja	5
	1.2 Visualistin työnkuva	6
	1.3 Visualistin koulutus	6
2	OPPIMISYMPÄRISTÖT	8
	2.1 Oppimisympäristön osa-alueet	9
	2.1.1 Fyysinen oppimisympäristö	9
	2.1.2 Sosiaalinen ja psyykinen oppimisympäristö	10
	2.1.3 Teknologinen oppimisympäristö	10
	2.1.4 Pedagoginen oppimisympäristö	11
3	OPPIMISYMPÄRISTÖJEN KEHITTÄMINEN VISUAALISEN MARKKINOININ OPETUKSESSA	12
	3.1 Virtuaalinen oppimisympäristö	14
	3.2 Blogit	15
	3.3 Fyysisen luokkatilan uudistaminen	16
	3.4 Yhteistyö työelämän kanssa	18
4	POHDINTA	20
	LÄHTEET	22

1 JOHDANTO

”Oppimisympäristö on paikka, tila, yhteisö tai toimintakäytäntö, jonka tarkoituksena on edistää oppimista”

(Manninen & Pesonen 1997)

”Uimaan oppii paremmin vedessä kuin kuivalla maalla”

(erään insinöörin määritelmä oppimisympäristöstä)

Hankkeessa on tarkoitus kehittää visuaalisen markkinoinnin opetuksen oppimisympäristöjä. Hanke sai alkunsa siitä, koska alalla on niin vähän opetus materiaalia sekä Sastamalan koulutuskuntayhtymässä alkavan markkinointiviestinnän ammattitutkinnon takia.

Hankkeessa käydään aluksi läpi visuaalista markkinointia sekä visualistin työnkuvaa muuttuvassa yhteiskunnassa. Hankkeessa kuvaillaan ammattitaitovaatimuksia ja sitä miten niihin koulutuksen pitäisi osata vastata. Hankkeessa käsitellään myös oppimisympäristöjä ja sitä minkälaisia niiden tulisi olla, jotta ne vastaisivat opiskelijoiden tarpeita.

Hankkeen tavoitteena on kehittää visuaalisen markkinoinnin opetuksen fyysisiä luokkatiloja ja tuoda uusia opetus mahdollisuuksia sosiaalista mediaa hyödyntäen. Hankkeen tarkoituksena on vastata kysymykseen, voidaanko oppimisympäristöjä kehittämällä löytää uusia tapoja opettaa ja oppia asioita ja voidaanko oppimisympäristö ajattelulla kehittää luokkahuonetta entistä paremmaksi paikaksi oppia.

1 VISUAALINEN MARKKINOINTI

Visuaalinen markkinointi on markkinoinnin osa-alue, joka täydentää yrityksen markkinointikokonaisuutta visuaalisilla herätteillä. Markkinointiviestintä on kilpailukeino, jonka tehtävänä on tiedottaa yrityksen tuotteista ja palveluista. Se näyttää ja esittelee tuotteet havainnollisesti, osoittaa tuotteiden hinnat, ohjaa tuotteiden testaamiseen sekä esittelee yrityksen arvot. (Nieminen 2004, 8-9).

Nieminen (2004), luettelee visuaalisen markkinoinnin käyttökohteiksi tuotteiden esillepanon, näyteikkunamainonnan, myymälämainonnan, promootiot, tapahtumamarkkinoinnin, messut, näyttelyt sekä tuotekatalogien kuvausjärjestelyt.

Myymälöissä visuaalisen markkinoinnin merkitys on kasvanut viime aikoina paljon, koska kilpailu kaupanalalla on kiristynyt. Visuaalisen markkinoinnin avulla on mahdollisuus erottua kilpailijoista. Houkuttelevan esillepanon avulla saadaan aikaan lisämyyntiä, tämä on tärkeää, koska jopa 70% ostopäätöksistä tehdään myymälässä. (Hirvi & Nyholm 2009).

1.1 Visualisti elämysten tuottaja

Kaupankäynti ja kaupat ovat muuttuneet paljon viime vuosien aikana. Ihmiset hakevat kaupasta muutakin kun vain tarvitsemansa tuotteet. Markkanen (2008,18) toteaa, että nykyajan kuluttajalla on jo kaikkea, mutta hän haluaa mahdollisuuden luoda, kokea ja toimia itsenäisesti. Ihmiset tulevat kauppoihin yhä enemmän viettämään aikaa ja hakemaan elämyksiä.

Myymälöiden tulee siis olla kokoajan ajan hermoilla. Markkanen (2008,18) sanookin, että myymälöiden on erotuttava toinen toisistaan, sisustusratkaisujen pitää olla jopa yllättäviä, tuotevalikoima täytyy vaihdella ja myymälöiden tulee herättää asiakkaissa tunteita, jotta saadaan aikaiseksi elämyksiä.

Myymäläsuunnittelun tehtävä on muuttaa shoppailija ostajaksi. Esillepanon avulla voidaan muun muassa houkutella ostamaan kokonaisuutta yhden tuotteen ostamisen sijaan. (Tolsa 2010, 8.)

Tämä tulisi ottaa myös huomioon visualistin koulutuksessa. Visualistin tulee osata "haistaa" tulevat trendit ja vaatimukset. Opetuksessa tulisi tarjota opiskelijoille mahdollisimman idearikasta opetusta, monella eri tavalla. Visualistin on osattava ajatella asioita asiakkaan näkökulmasta. Myös Markkanen (2008,41) haluaa korostaa opetuksessa suunnittelun tärkeyttä, elämismarkkinoinnin yleistyessä.

1.2 Visualistin työnkuva

Visualisti suunnittelee ja toteuttaa näyteikkunoiden, messu-osastojen, myymälä esillepanojen, näyttelyiden tai erilaisten tapahtumien visuaalisen ilmeen. Visualisti toimii aina yhteistyössä yrityksen johdon ja markkinointi osaston kanssa. Visualisti voi toimia yrityksen työntekijänä, itsenäisenä yrittäjänä tai freelancerina. (Somistusyhdistys 2012)

Visualistin työ on fyysisesti rankka. Työhön kuuluu paljon kiipeämistä, raskaiden tavaroiden siirtämistä ja nostamista sekä ahtaissa tiloissa työskentelemistä. Visualisti tarvitsee hyvät hermot ja stressinsietokykyä, sillä aina on yksi työ menossa ja toista valmistellaan. Idearikkaus ja somittelutaito kuuluvat olennaisesti visualistin työnkuvaan. Työ on itsenäistä tiimityöskentelyä, jossa luovien taitojen lisäksi tarvitaan sosiaalisia taitoja. (Nieminen 2004, somistusyhdistys 2012).

1.3 Visualistin koulutus

Markkinointiviestinnän ammattitutkinto muodostuu kolmesta tutkinnon osasta. Ensimmäinen osa markkinointiviestinnän toimeksiannon valmistelu on kaikille pakollinen. Muut kaksi osaa ovat osaamisalojen tutkinnon osia. Osaamisalat ovat markkinointiassistentin osaamisala ja visuaalisen markkinoinnin osaamisala. Keskityn tässä hankkeessa lähinnä visuaalisen markkinoinnin osaamisalan tarkasteluun. (Opetushallitus 2009.)

Visuaalisen markkinoinnin osaamisalan tutkinnon osat ovat

- Markkinointiviestinnän toimeksiannon valmistelu
- Visuaalisen suunnitelman laatiminen
- Visuaalisen suunnitelman toteutus (Opetushallitus 2009.)

Opetushallituksen (2009) ammattitaitovaatimusten mukaan visualistilla pitää olla laaja-alaiset taidot markkinointiviestinnän tehtävissä. Hänen pitää osata kehittää ja ylläpitää omaa ammattitaitoa. Visualistin tulee toimia vastuullisesti palvelunhaluisesti ja yhteistoiminnallisesti. Työ edellyttää oma-aloitteisuutta, täsmällisyyttä, vastuullisuutta ja päämäärätietoisuutta ja jatkuvaa oman alan seuraamista. (Opetushallitus 2009, 11.)

Visualistin tulee hallita piirrosten tuottaminen, erilaisten materiaalien tunteminen ja työmenetelmät. Hänellä tulee olla runsaasti ideoita, mutta myös sosiaalista kykyä. Visualistin tulee hallita myyntitaito ja yhteistyökyky myymälän koko henkilökunnan kanssa. (Nieminen 2004.)

Korkeatasoiset esillepanot syntyvät sommittelutaidosta, väriopin hallinnasta, oikeasta tilan käytöstä, sekä valaistuksen ja liikeidean visualisoinnista. Tilan hahmottamiskyky on visualistin yksi tärkeimmistä taidoista. (Tolsa 2010, 21.)

Opetuksen tulisinkin näin ollen olla idearikasta ja monipuolista. Oppimisympäristön pitäisi olla monipuolinen ja mahdollisuuksia antava. Oppimisympäristön tulisi tarjota erilaisia mahdollisuuksia opiskella visualistin ammattiin.

2 OPPIMISYMPÄRISTÖT

Oppimisympäristöt ovat kokonaisvaltaisia toimintaympäristöjä, jotka muodostuvat ympäristöstä, oppijoista, opettajista, oppimisenäkemyksistä, toimintamuodoista, oppimislähteistä sekä välineistä ja tavoista. Oppimisympäristö käsittää siis fyysisen tilan lisäksi myös tunteisiin, asenteisiin ja ilmapiiriin liittyviä asioita. (www.uta.fi/verkkotutor, 2002).

Oppimisympäristöt voidaan nähdä koulutuksen suunnittelun mallina ja ajattelutapana, joissa etsitään uudenlaisia tapoja oppia ja opettaa. Oppimisympäristöajattelun kautta voidaan kehittää myös kouluja, oppilaitoksia, luokkatiloja entistä paremmaksi tukemaan oppimista. Kehittämisen kautta myös opettajan ja kouluttajan työ tulee mielekkääksi ja vaihtelevammaksi. (Manninen, Burman, Koivunen, Kuittinen, Luukannel, Passi & Särkkä 2007,7).

Oppimisympäristössä korostuu oppijan oma aktiivisuus ja itseohjautuvuus. Opiskelu tapahtuu ainakin osittain simuloitussa ympäristössä. Opiskelu oppimisympäristössä on kokonaisvaltaista, jolloin opiskelija on suoraan vuorovaikutuksessa opittavan asian kanssa. Opettajan rooli on olla ohjaaja ja tukihenkilö, joka suunnittelee oppimisympäristöt. (Manninen ym. 2007,19).

Oppimisympäristöt tarjoavat oppijalle luonnollisen tavan oppia asioita. Ympäristön merkitys oppimiselle on silloin suuri. Tätä pidetään erittäin tehokkaana tapana oppia asioita. (Manninen ym. 2007,20).

Minkälainen oppimisympäristö sitten edistäisi parhaiten oppimista? Oppimisympäristön tulisi olla päämääräsuuntautunut ja sen tulisi ohjata opiskelijaa hänen omia tavoitteita ja päämääriä kohden. Oppimisympäristön tulisi vastata mahdollisimman hyvin todellisuutta. Sen tulisi tarjota opiskelijalle haasteita ja ongelmia, joita on mielekästä ratkaista. Opiskelijan tulee saada oppimisympäristöstä palautetta ja arviointeja omasta oppimisestaan. (Heiniemi 2000, 7-8).

Oppiminen ei välttämättä tarvitse tuekseen seiniä tai välineitä. Uusien oppimisympäristöjen kehittämisessä mennään kohti avoimempia oppimisjärjestelmiä. Silloin opiskelijalla on mahdollisuus vaikuttaa ja saada tarvitsemaansa ope-

tusta ja ohjausta sellaisilla menetelmillä kuin ne hänelle sopivat. (www.uta.fi/verkko-tutor).

2.1 Oppimisympäristön osa-alueet

Oppimisympäristöt voidaan jakaa erilaisiin näkökulmiin. Näkökulmia voidaan tarkastella fyysisen, psyykkisen, sosiaalisen, teknisen sekä oppimista tukevan ympäristöajatteluun kautta. Kaikki nämä näkökulmat nivoutuvat tiivistä keskenään.

2.1.1 Fyysinen oppimisympäristö

Näkökulmassa korostuu mielikuva oppimisympäristöstä fyysisenä tilana. Näkökulmassa huomioidaan muun muassa opetustilan huonekalujen sijoittelua, materiaaleja ja muita välineitä. Fyysinen oppimisympäristö tarjoaa mahdollisuuden tarkastella tilojen turvallisuutta, viihtyvyyttä, mukavuutta ja terveellisyttä. (Manninen ym.2007, 38.)

Fyysinen oppimisympäristö on tila, jossa opiskellaan. Se voi olla luokkatila, työsalin, koulun joku muu toimipiste esimerkiksi ruokala tai työssä oppimisaikana. Huomioitavia asioita on tilojen toiminnallisuus sekä niiden sopivuus ja monipuolisuus. (Kepanen, 2009, 28.5.)

Luomalla mahdollisimman todellisuutta vastaavat harjoittelutilat, opiskelija saa tuntuman siihen minkälaisesta on ”oikea” työ, ilman pelkoa siitä että epäonnistuu. Parhaimmillaan oppimisympäristö on silloin kun opiskelija pystyy oppiessaan etenemään kuin tutkija. Hän voi kehittää oletuksia ja testata niitä turvallisessa paikassa, monella eri tavalla. Oppiminen pitää olla seikkailu jossa opiskelija viihtyy! (www.uta.fi/verkko-tutor).

2.1.2 Sosiaalinen ja psyykinen oppimisympäristö

Käsite ”oppimisilmapiiri” kuvaa hyvin tätä näkökulmaa. Sosiaalisen oppimisympäristöön vaikuttavat erilaiset verkostot. Opiskelijan perhe, ystävät, opettaja ja koulun muu henkilökunta. (Kepanen 2009, 28.5.)

Sosiaalinen näkökulma kuvaa hyvin vuorovaikusta oppimisympäristössä. Yhteistoiminnallinen oppiminen opetusmenetelmänä, korostaa vuorovaikutusta. Yhteistoiminnallisuudessa jäsenet keskustelevat ja auttavat toisiaan positiivisessa mielessä. Vuorovaikutus on toisten kannustamista ja rohkaisemista. Yhdessä pyritään tavoitteisiin. (Manninen ym. 2007, 69.)

Sosiaalinen näkökulma liittyy usein fyysiseen ja teknologiseen näkökulmaan. Tällöin on mahdollista pohtia miten esimerkiksi pöytien sijoittelu vaikuttaa vuorovaikutukseen tai kuinka erilaiset teknologiset ratkaisut tukevat opiskelijoiden vuorovaikutusta. (Manninen ym. 2007, 70.)

Tunnelmat ja tunteet toimivat oppimista edistävinä tekijöinä. Pelko ja jännittäminen estävät oppimista. Rento tunnelma, turvallisuus ja luottamus tukevat oppimista. Opettajan rooli on tästä syystä tärkeä, molemminpuolinen luottamus lisää oppimisen tehokkuutta. (Kepanen 2009, 28.5, Manninen ym. 2007, 39.)

2.1.3 Teknologinen oppimisympäristö

Tämä näkökulma mahdollistaa viestinnän ja tiedonkäsittelyn erilaisissa oppimisympäristöissä. Sen avulla on myös mahdollista rakentaa erilaisia oppimista tukevia kuvia, ääniä ja vuorovaikutusta tukevia ympäristöjä. (Manninen ym. 2007, 74.)

Fyysistä oppimisympäristöä voidaan kehittää tuomalla siihen esimerkiksi tv, digi kamera tai muuta esitysgrafiikkaa, joilla voidaan tukea opetusta ja vuorovaikutusta. Toisaalta tekninen ohjelmisto tai tuote voidaan nähdä oppimisympäristönä. Silloin on yleensä kyse esimerkiksi verkkosivuista, joissa opiskelija voi käyttää erilaisia materiaaleja ja vuorovaikutustyökaluja (facebook, chat). Teknologi-

aa hyödyntämällä voidaan kehittää sosiaalisesti jaettua osaamista. (Manninen 2007, 74.)

2.1.4 Pedagoginen oppimisympäristö

Keskeisin näkökulma ympäristöajattelun kannalta. Näkökulma tuo ympäristöön ”oppimisen hengen”. Hyvä pedagoginen ympäristö huomioi erilaiset oppimistyyliä ja huomioi eri aistikanavat. Oppimista tukevan ympäristön luomisessa merkittävä rooli on opettajalla. Opettajan luovuus tulee esille siinä, miten olemassa olevia ympäristöjä osataan hyödyntää. (Kepänen 2009, 28.5, Manninen ym. 2007, 108.)

Pedagogisessa oppimisympäristössä on kyse opetuksen suunnittelusta ja sen tukemisesta. Melkein mikä tahansa ympäristö voi toimia oppimisympäristönä, jos siellä on asetettu tavoitteet opiskelulle ja se saa aikaan oppimista. Oppimisympäristöjen suunnittelun tulisikin perustua aina kuhunkin oppimistilanteeseen parhaiten soveltuvaan oppimis- ja opettamiskäsitykseen. (Manninen 2007, 108-109.)

3 OPPIMISYMPÄRISTÖJEN KEHITTÄMINEN VISUAALISEN MARKKINOININ OPETUKSESSA

Ajatus oppimisympäristöjen kehittämiseen lähti osittain minulta itseltäni ja opiskelijoilta saaman palautteen kautta. Uutena opettaja olin aluksi hukassa, koska materiaalia opetukseen oli tarjolla todella vähän.

Opettajankoulutuksessa käytyjen opetuksen havainnointien kautta, sain paljon uusia ideoita, joita halusin tuoda omaan opetukseeni. Tuotteiden esillepanon opettaminen oli erityisen hankalaa. Tuntui, että opiskelijat eivät saaneet pelkäästä teoria opetuksesta mitään irti. Niinpä lähdimme miettimään somistus looseja, joiden kautta käytännön opettaminen on paljon helpompaa ja opiskelijoille mielekästä.

3.1 Virtuaalinen oppimisympäristö

Markkinoille on tullut uusi ohjelma decostudy, jonka avulla voidaan opettaa visuaalista myyntityötä. On erittäin tärkeää saada uutta materiaalia opetukseen, koska sitä on tällä alalla erittäin vähän. Aiheesta tehdyn tutkimuksenkin mukaan uudelle oppimateriaalille on monissa oppilaitoksissa suuri tarve. (Lepaus 2009.)

Decostudy on virtuaalisista oppimistehtävistä koostuva ohjelma, jolla voi opettaa tuotteiden esillepanoa myymälässä. Tuotteiden esillepanoa on miltei mahdotonta opettaa esimerkiksi luokkatilassa, koska materiaalien hankinta harjoitteeseen sekä tilat eivät anna siihen mahdollisuutta.

Ohjelma sisältää paljon oppimistehtäviä, jotka ovat vaatimustasoltaan eritasoisia. Tehtäviä on esimerkiksi sesonkituotteista, kampanjatuotteista ja ristiin markkinoinnista. Tehtävissä yhdistellään eri myymälämiljöiden laajoja tuotevalikoimia ja monipuolista kampanjamateriaalia. Ohjelma antaa monenlaisia vinkkejä opiskelijalle ja auttaa näin ollen oppimaan ja kehittymään. (www.docostudy.com).

Ohjelmassa rakennetaan alusta alkaen koko esillepano, seinät, rakenteet, kalusteet, tuotteet, mainosmateriaali ja värit. Valittavana on paljon vaihtoehtoja kyseisiin asioihin. Ohjelma on erittäin helppo oppia käyttämään, eikä se tarvitse mitään erikoisia ohjelmistoja tuekseen. Tämä tukee ohjelman käyttöönottoa lyhyemmissäkin koulutuksissa, koska sen opettelemiseen ei kulu turhaan aikaa.

Ohjelmalla voidaan siis luoda esimerkiksi myymälää vastaava ”harjoitteluseinä”, johon opiskelija suunnittelee tietyistä tuotteista seinäesillepanon kokoamalla itse kalusteet ja rakenteet tuotteille.



Kuva 1.

Ohjelmalla on siis mahdollista luoda esimerkiksi tämän tyyppinen kokoonpano. Tehtävässä opitaan näin ollen värien yhteensopivuutta, sommittelutaitoa sekä erilaisten kalusteiden käyttöä seinä esillepanoissa. Kohderyhmä markkinointi ja viestiketju ajattelu tulevat tutuksi opiskelijalle ja asiat saavat todellisuutta vastaavan merkityksen.

Esimerkki tehtävästä:

TEHTÄVÄ PERUS DECOSTORE

Esillepano käyttötarkoituksen mukaan

Tuotteet kannattaa laittaa esille käyttötarkoituksen mukaan järjesteltyinä kokonaisuuksina. Näin asiakkaat saavat helposti käsityksen siitä, mitä tuoteryhmiä myymälässä on tarjolla.

Suunnittele seinäesillepano yhdelle tai useammalle osastolle DecoStoressa

- makuhuoneosastolle
- kypyhuoneosastolle
- keittiöosastolle
- olohuoneosastolle



kuva 2. www.decostudy.com

Decostudy on opiskelijan virtuaalinen oppikirja, eli jokaiselle opiskelijalle ja opettajalle hankitaan oma lisenssi käyttöä varten. Kirjaa voidaan näin ollen käyttää lähiopetuksessa, mutta se soveltuu myös etäopetukseen. (www.decostudy.com).

Ohjelman avulla on mahdollista opettaa erittäin käytännönläheisesti esillepanoja myymälässä. Ennen tämä käytännön mahdollisuus tuli vastaan oikeastaan vain työelämän jaksolla. Kirjan avulla on mahdollista antaa opiskelijalle hyvä pohja-

harjoittelujaksoa ajatellen. Ohjelma ei tietenkään korvaa kokonaan käytännön harjoittelua, mutta antaa sille erittäin hyvä tuen.

Ohjelma sai käytännössä opiskelijoilta erittäin hyvää palautetta. Ohjelman helppo käyttö, oli monelle opiskelijalle helpotus. Opiskelijat pystyivät ohjelman kautta huomaamaan asioita, joita tulee ottaa huomioon ”oikeassa” työssä. Esillepannon tekeminen ei enää ollutkaan niin yksinkertainen juttu. Opiskelijat kokivat ohjelmassa olevan riittävästi haastetta. Mielekkyyttä lisäsi se, että työtä oli mahdollista jatkaa myös kotikoneella, koska ohjelma on netissä. Opetukseen ohjelma tuo lisää mahdollisuuksia viedä teoriaa enemmän käytännön tasolle.

3.2 Blogit

Sosiaalinen media tarjoaa tällä hetkellä meille paljon. Olen miettinyt miten sitä voisi parhaiten hyödyntää omassa opetuksessa. Blogin pitäminen voisi olla sellainen väline, jota voisi hyödyntää visuaalisen markkinoinnin opetuksessa.

Blogeja voidaan käyttää esimerkiksi kurssin aiheeseen liittyvässä keskustelussa ja tiedottamisessa. Oppijalle blogi toimii parhaiten ajattelutyön tukena. Blogi voi toimia vaikka projektityön tukena, oppimispäiväkirjana, ajattelun tukena, oppimismateriaalina ja portfoliona. (Kalliala ja Toikkanen 2009).

Visualistien pitää osata seurata alan tapahtumia ja trendejä. Blogien lukeminen ja seuraaminen on yksi hyvä väylä tähän. Jo oman blogin luomisessa opiskelija joutuu kohtaamaan ulkoasun tekemistä, värien yhteen sovittamista ja eri tyylejä. Blogi voisi toimia parhaiten portfoliona, omien tuotosten ja kuvien säilytys paikana, sillä niitä koulutuksessa kertyy.

Blogin kautta tuleva visualisti voi myös hyvin mainostaa ja markkinoida omaa osaamistaan. Moni visualisti kun tekee työtä esimerkiksi freelancerina tai omalla toiminimellä, blogi voi toimia näin ollen hyvänä työkansiona.

Blogien kiehtovuus perustuu vuorovaikutukseen ja asioiden yhdistelemiseen. Tässä on samalla haaste opetukselle, koska valmiita toimintamalleja ei ole. (Manninen 2007, 88.)

Blogit on otettu käyttöön visualisteiksi opiskelevilla opiskelijoilla. Tällä hetkellä pohjat on vasta luotu ja todellinen toiminta käynnistyy pikkuhiljaa. Blogit tulevat toimimaan oppimispäiväkirjana työssä oppimisesta. Opiskelijat laittavat sinne kuulumisia, mitä ovat oppineet, mitä ihmeteltävää on riittänyt ja kuvaavat sinne tekemiään töitä.

3.3 Fyysisen luokkatilan uudistaminen

Visuaalisen markkinoinnin opetuksessa on tähän asti ollut käytössä vain tavalliset luokkatilat. Esillepanoja on harjoiteltu tekemään pöytien päälle, seinille tai vaikka suoraan lattioille. Esillepanojen tekeminen tai niiden suunnitteleminen on tuottanut paljon päänvaivaa niin opettajalle kuin opiskelijoille.

Opiskelijoilla on ollut vaikeaa määritellä tilaa tai paikkaa, mihin he ovat esillepanonsa tehneet. On hankalaa yrittää nähdä esimerkiksi pöytä näyteikkunana ja saada aikaan tietyt rajat joihin alue päättyy. Tavalliset luokkatilat eivät anna myöskään mahdollisuutta valaistuksen harjoitteluun, sillä spottilamppujen kiinnittäminen seinälle on lähes täysin mahdotonta.

Esillepanojen opettamista varten luokkatiloihin hankittiin ”somistus loosit”, joihin harjoittelu on paljon mukavampaa. Loosi on mittojen mukaan tehty ja sen lisäksi tehtiin myös erikorkuisia tasoja, joilla looseihin saa tehtyä kivasti erilaisia korotuksia.



kuva 3.

Loosit mukailevat oikeaa näyteikkunaa hyvin, joten niihin on mahdollista harjoitella myös näyteikkunasomistuksia. Esillepanoissa ne antavat opiskelijalle hyvät raamit suunnitella ja työstää omaa harjoitustaan.



kuva 4.

Luokkatilat saivat aivan uuden ulottuvuuden harjoitteluun. Ennen harjoittelu onnistui oikeastaan vain työelämässä tai hankituilla harjoittelupaikoilla. Harjoittelu on mielekästä ja työelämälähtöistä.

3.4 Yhteistyö työelämän kanssa

Yhtenä oppimisympäristönä toimii tietenkin työelämä. Projektityöskentely on tärkeää visualistinen koulutuksessa. Projektien kautta opitaan kokonaisvaltaisesti opiskeltavat asiat.

Projektilla on selkeät tavoitteet, aikataulu ja resurssit. Projekteihin osallistuminen lisää opiskelijan omaa aktiivisuutta ja motivaatioita. Projekti on kokonaisvaltainen oppimistapahtuma. Projektissa opiskelijat pyrkivät ratkaisemaan todelli-

sia asioita. Projektioppiminen on yhteistoiminnallista oppimista, opiskelijat antavat siihen oman panoksensa, arvioivat omaa ja toisten oppimista. (www.wikipedia.fi)

Työelämässä asiat saavat oikeat mittasuhteet. Opiskelija pääsee kokeilemaan simuloituissa harjoitustilanteissa koettuja asioita käytännön tasolla. Vaikka meillä on mahdollista muun muassa harjoitella Decostudylla esillepanoja, työelämässä siihen on kuitenkin vasta mahdollisuus liittää aikataulut, tiimityöskentely, tuotteiden oikeat mitat ja työtavat.

Olemmekin pyrkineet hankkimaan yhteistyökumppaneita, joihin opiskelijat pääsevät tekemään näyteikkunoita, pukemaan nukkeja, tekemään esillepanoja, suunnittelemaan ja tekemään näyttelyitä sekä toimimaan muun muassa messutoiminnassa mukana.

4 POHDINTA

Hankkeen tavoitteena oli kehittää visuaalisen markkinoinnin koulutuksen oppimisympäristöjä. Hanke on antanut minulle mahdollisuuden kehittää omaa työtäni ja tuonut muutamia uusia käyttökelpoisia ideoita opetukseen. Visuaalisen markkinoinnin opetuksessa tarvitaan paljon käytännönläheistä opetusmateriaalia, koska itse työkin on juuri sitä, käsillä tekemistä.

Hanke osui juuri sopivaan aikaan, koska Sastamalan koulutuskuntayhtymässä aloitti 1.10.12 markkinointiviestinnän ammattitutkinnon johtava ryhmä opiskelunsa. Kaikki hankkeessa esitetyt asiat pääsevät heti kokeiluun.

Fyysiseen oppimisympäristöön hankittiin somistus loosit. Fyysistä opetustilaa muokattiin myös pöytien uudelleen järjestelyillä, pyrkimällä enemmän ryhmätyöskentelyihin. Fyysinen tila tarjoaa nyt uuden lähestymistavan opetukseen. Looseihin opiskelijoilla on mahdollista tehdä pareittain tai ryhmätyöskentelynä erilaisia esillepanoja. Tämä lisää ryhmässä vuorovaikutusta opiskelijoiden kesken. Loosit tulevat olemaan kovassa käytössä.

Teknistä oppimisympäristöä rikastutettiin uudella decostudy ohjelmalla. Verkko-pohjainen harjoituskirja on antanut uudenlaisen tavan harjoitella esillepanoja. Ohjelman avulla opiskelijan on mahdollista treenata esillepanoa myös kotikoneella, koska ohjelma toimii netissä. Näin ei paikka eikä aika enää ole este tämän asian opettelulle.

Blogit otetaan myös käyttöön kyseisellä ryhmällä. He pääsevät tekemään jokainen oman blogin, jota käytetään päiväkirjantyyppisesti työssä oppimispäivistä. Työssä oppimispäiviä on yksi joka viikko ja blogien kautta kaikilla on mahdollisuus seurata toisten kuulumisia. Blogien kautta opiskelijat opettavat näin myös toisiaan.

Sosiaalisella ja psyykkisellä oppimisympäristöllä on suuri merkitys oppimiselle. Se, että opiskelu on mielekästä ja innostavaa, nostaa opiskelumotivaatiota. Ryhmässä työskentely ja yhteistoiminnallinen oppiminen onnistuu näin ollen myöskin paremmin.

Sosiaalisia suhteita ryhmässä parantaa se, että opiskelijat pääsevät työskentelemään ryhmänä ja yhdessä. Projektit tulevat lisäämään yhteistoiminnallista oppimista. Yhteenkuuluvuutta ja ryhmähenkeä lisää varmasti myös blogien pitäminen, koska opiskelijoilla on mahdollista seurata toisten kuulumisia, myös pitkälläkin työssä oppimisjaksoilla.

Hankkeen aikana opetusta on kehitetty myös yhdessä toisten opettajien kanssa. Koulutukseen ollaan pyritty löytämään uudenlaisia opetustapoja. Koulutuksessa tullaan käyttämään muun muassa vierailevia alan asiantuntijoita ja yritysvierailuja tehdään mahdollisuuksien mukaan. Olemme myös tarkastelleet omia opetustapoja ja pyrkinneet koostamaan opetuksen suurempiin aihealueisiin, joita opettaa useampi opettaja.

Hankkeen kautta oma opettajuuteni on kehittynyt paljon. Uudet oppimisympäristöt antavat minulle rohkeutta opetukseen. Hanke on osoittanut, että oppimisympäristöllä on suuri merkitys oppimiselle. Sitä kehittämällä saadaan opetukseen uutta puhtia ja erilaisia tapoja oppia asioita. Pienetkin muutokset vaikuttavat oppimiseen ja opettamiseen.

Tulevaisuutta ajatellen olisi hyvä saada alalle enemmän esimerkiksi kirjallista opetus materiaalia, sitä kun on erittäin vähän tällä hetkellä. Opetusvideot olisivat myös erittäin tervetulleita visualistien opetukseen.

LÄHTEET

Hirvi Annika & Nyholm Sanne, 2009, Visualistin työkalupakki, Porvoo

Heiniemi, Sari 2000, Opettajien käsityksiä oppimisympäristön muuttamisesta ja muuttumisen mahdollisuudesta, kasvatustieteen pro-gradu, Jyväskylä

Kalliala Eija & Toikkanen Tarmo 2009, Sosiaalinen media opetuksessa, Tampere

Kepanen Pirkko 2009, Johdatusta oppimisympäristön tarkasteluun, 28.5, luento

Kortesuo Katleena & Kurvinen Jarkko 2011, Blogimarkkinointi blogilla mainetta ja mammonaa, Hämeenlinna

Lepaus Marikki 2008, Markkinointiviestinnän uuden oppimateriaalin tarve aikuiskoulutuksessa, opettajankoulutuksen kehittämishanke, Tampere

Manninen Jyri, Burman Anne, Koivunen Annukka, Kuittinen Esko, Luukannel Saara, Passi Sanna & Särkkä Hanna 2007, Oppimista tukevat ympäristöt, johdatus oppimisympäristöajatteluun, Vammala

Markkanen Susanne 2008, Myymäläympäristö elämysten tuottajana myymäläsuunnittelun työkalupakki, Helsinki

Nieminen Tuula 2003, Visuaalinen markkinointi, Porvoo

Tolsa Milla, 2012, Visuaalinen markkinointi vaateliikkeessä, liiketalouden koulutusohjelma, Satakunnan ammattikorkeakoulu

www.uta.fi, verkko-tutor

www.decostudy.fi

www.oph.fi

