

Opinnäytetyö (AMK)  
Myyntityön koulutusohjelma  
Myynnin johtaminen  
2012

Krista Kalén

**TURUN  
AMMATTIKORKEAKOULUN  
TÄYDENNYSKOULUTUS JA  
PALVELUTOIMINTA  
– MARKKINOINNIN HAASTEET**



**TURUN AMMATTIKORKEAKOULU**  
TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

OPINNÄYTETYÖ (AMK) | TIIVISTELMÄ

TURUN AMMATTIKORKEAKOULU

Myyntityön koulutusohjelma | Myynnin johtaminen

Marraskuu 2012 | 45 + 2 liitettä

Liisa Kairisto-Mertanen

Krista Kalén

# TURUN AMMATTIKORKEAKOULUN TÄYDENNYSKOULUTUS JA PALVELUTOIMINTA - MARKKINOINNIN HAASTEET

Globalisaatio sekä kilpailun lisääntyminen aiheuttavat epävarmuutta työmarkkinoilla. Teknologian kehittyminen sekä haastavat työtehtävät vaativat työntekijöiltä jatkuvaa tietojen ja oman osaamisen päivittämistä. Yritykset ostavat henkilöstönsä kouluttamiseen esimerkiksi täydennyskoulutusta, jota tarjoavat ammattikorkeakoulut sekä muut koulutusorganisaatiot. Ammattikorkeakoulut ovat myös lain mukaan velvollisia tarjoamaan aikuiskoulutusta ja näin edistämään elinikäistä oppimista.

Turun ammattikorkeakoulu tarjoaa täydennyskoulutuksen ja palvelutoiminnan palveluja yrityksille, jotka haluavat kouluttaa työntekijöitään tai hyödyntää koulun opiskelijoiden, opettajien ja muiden asiantuntijoiden osaamista omassa toiminnassaan.

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää Turun ammattikorkeakoulun täydennyskoulutuksen ja palvelutoiminnan markkinoinnin haasteita. Tarkoituksena oli myös tutkia markkinoinnin ja erityisesti myynnin ja markkinointiviestinnän kehittämistarpeita. Tutkimusta varten tein myös kvalitatiivisen haastattelututkimuksen Turun ammattikorkeakoulun täydennyskoulutus- ja palvelupääälliköille.

Työ sisältää tutkimuksen lisäksi yleistä tietoa Turun ammattikorkeakoulun toiminnasta sekä täydennyskoulutuksesta ja muista koulutuksen tarjoajista Turun alueella. Asiantuntijapalvelujen markkinointia ja myyntiä käsittelevissä osioissa käsitellään palvelujen markkinointia, Turun ammattikorkeakoulun täydennyskoulutuksen ja palvelutoiminnan käyttämiä markkinointiviestintäkeinoja sekä asiantuntijan myyntitaitoa, myynnin apukeinoja sekä myyntivalmennusta koulutusten myynnin tueksi.

## ASIASANAT:

Turun ammattikorkeakoulu, Täydennyskoulutus ja palvelutoiminta, aikuiskoulutus, henkilöstökoulutus, asiantuntijapalvelut, markkinointi, myynti

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Degree Programme in Professional Sales | Sales Management

November 2012 | 45 + 2 appendices

Liisa Kairisto-Mertanen

Krista Kalén

# SUPPLEMENTARY EDUCATION AND SERVICE ACTIVITY IN TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES - CHALLENGES OF MARKETING

Globalization and the increased competition cause uncertainty in labor market. Technologies development and challenging duties demand employees to continuously update their knowledge and know-how. Companies train their employees by buying for example supplementary education from technical colleges. Universities of applied sciences are also bound by law to supply adult education and so enhance their district's lifelong learning.

Turku University of Applied Sciences offers supplementary education and service activity's services to companies who want to train their personnel or make good use of school's students, teachers and other experts' know-how in their own operations.

The goal of this thesis was to study the challenges of marketing of supplementary education and service activity in Turku University of Applied sciences. The purpose was also to research what improvements could be made especially in sales and marketing communication. I also did a qualitative interview study where I interviewed the heads of supplementary education's training division.

This thesis includes general knowledge of operations in Turku University of Applied Sciences and its supplementary education and also other adult education providers in Turku area. In chapters that concerns consultancy services' marketing and selling covers the marketing of services, marketing communication techniques in supplementary education and service activity. Other issues are experts' salesmanship, means of selling and sales training.

## KEYWORDS:

Turku University of Applied Sciences, supplementary education and service activity, adult education, personnel training, expert services, marketing, sales

# SISÄLTÖ

<b>KÄYTETYT LYHENTEET (TAI SANASTO)</b>	<b>6</b>
<b>1 JOHDANTO</b>	<b>7</b>
1.1 Tutkimuskohde	7
1.2 Teoreettinen viitekehys ja tutkimusmenetelmät	7
1.3 Tutkimusympäristö	9
<b>2 TÄYDENNYSKOULUTUS TURUN AMMATTIKORKEAKOULUSSA</b>	<b>10</b>
2.1 Turun ammattikorkeakoulu	10
2.2 Täydennyskoulutus	11
2.3 Oppilaitokset täydennyskoulutuksen tarjoajina	12
2.4 Yksityiset koulutusorganisaatiot	13
2.5 Täydennyskoulutuksen toteutus	14
2.5.1 Seminaarit ja intensiivivalmennukset	14
2.5.2 Korkea-asteen oppisopimustyyppinen koulutus	14
2.5.3 Työvoimakoulutukset	15
2.5.4 Työyhteisöjen valmennukset	15
<b>3 TURUN AMMATTIKORKEAKOULUN TÄYDENNYSKOULUTUKSEN ORGANISOITUMINEN</b>	<b>16</b>
3.1 Täydennyskoulutuksen ja palvelutoiminnan ohjausryhmä	16
3.2 Täydennyskoulutus- ja palvelukeskus	17
3.3 Täykkäristä koulutusalojen tulosalueille	17
3.4 Täydennyskoulutus- ja palvelutoiminta vuonna 2012	19
3.4.1 Hajauttamisen vaikutukset täydennyskoulutukseen ja palvelutoimintaan	19
3.4.2 Toiminnan kehittäminen	21
3.5 Palvelutoiminta täydennyskoulutuksen rinnalla	22
<b>4 ASiantuntijapalvelujen markkinointi</b>	<b>24</b>
4.1 Asiantuntijapalvelut	24
4.2 Täydennyskoulutuksen suunnittelun lähtökohdat	26
4.3 Täydennyskoulutuksen markkinointiviestintä	27
4.4 Täydennyskoulutuksen ja palvelutoiminnan markkinointiviestintäkeinoja	28

<b>5 ASiantuntijapalvelujen myynti</b>	<b>31</b>
5.1 Asiantuntijan myyntitaito	31
5.1.1 Aito asiakaslähtöisyys	31
5.1.2 Alan ja tuotteen asiantuntijuus	32
5.1.3 Tuloksellinen toiminta neuvotteluissa	32
5.1.4 Vuorovaikutustaidot ja rakentavan ilmapiirin aikaansaaminen	33
5.2 Asiakkuudenhallintajärjestelmä myynnin välineenä	34
5.3 Myyntikoulutusta täydennyskoulutuksen ja palvelutoiminnan myynnin tueksi	35
5.4 Rahoitus	36
<b>6 Täydennyskoulutuksen tulevaisuus</b>	<b>39</b>
<b>7 Johtopäätökset</b>	<b>40</b>
<b>LÄHTEET</b>	<b>43</b>

## **LIITTEET**

Liite 1. Täydennyskoulutus- ja palvelupäälliköiden haastattelurunko

Liite 2. Turun ammattikorkeakoulun palvelutoiminta

## **KUVIOT**

Kuvio 1. Täydennyskoulutuksen opiskelijamäärät vuosina 2002–2011.	18
Kuvio 2. Koulutus.fi:n kuukauden kysymys huhtikuu 2012 (Koulutus.fi 2012a).	25
Kuvio 3. Syy Turun AMK:n koulutuksen valitsemiseen (Rannikko 2003, 19).	26
Kuvio 4. Liiketoiminnan lähtökohtana on asiakas (Korkeamäki ym. 2002, 14).	27
Kuvio 5. Koulutus.fi:n kuukauden kysymys huhti-toukokuu 2011 (Koulutus.fi 2012b).	30
Kuvio 6. Menestymisen kulmakivet asiantuntijan myyntityössä (Vahvaselkä 2004, 17).	31
Kuvio 7. Täydennyskoulutuksen ulkoinen rahoitus tulosalueittain vuosina 2008–2010.	37

## KÄYTETYT LYHENTEET (TAI SANASTO)

Lyhenne	Lyhenteen selitys (Lähdeviite)
Amk	Ammattikorkeakoulu
Täykkäri	Täydennyskoulutus- ja palvelukeskus

# 1 JOHDANTO

## 1.1 Tutkimuskohde

Globalisaatio sekä kilpailun lisääntyminen aiheuttavat epävarmuutta työmarkkinoilla. Väestön ikärakenteen muutokset, teknologian kehittyminen sekä haastavat työtehtävät vaativat yritysmaailmassa työskenteleviltä ihmisiltä jatkuvaa tietojen ja oman osaamisen päivittämistä. Pelkkä peruskoulutus ei riitä tämän päivän nopeisiin muutoksiin, vaan tarvitaan elinikäistä oppimista, jota pidetään yllä esimerkiksi täydennys- ja aikuiskoulutuksen avulla. (Tilastokeskus 2012a.)

Jokainen ammattikorkeakoulu on lain mukaan velvollinen tarjoamaan aikuiskoulutusta ja näin edistämään elinikäistä oppimista (Ammattikorkeakoululaki 9.5.2003/351). Turun ammattikorkeakoulun täydennyskoulutus tähtää ammattikorkeakoulun vaikutusalueen työelämän osaamisen ja kilpailukyvyn jatkuvaan ylläpitämiseen ja kehittämiseen (Turun ammattikorkeakoulu 2007, 8).

Aikuisille tarkoitettu koulutus voidaan jakaa kolmeen alaluokkaan. Aikuiskoulutus on aikuisille suunnattua koulutusta, joka voi olla myös tutkintoon johtavaa. Ammatilliseen aikuiskoulutukseen osallistutaan ammattiin tai työtehtäviin liittyvistä syistä, joita voivat olla esimerkiksi englannin kielen taidon ylläpitäminen, tietotekniikkataitojen päivittäminen tai esimiestaitoihin liittyvä koulutus. Henkilöstökoulutus puolestaan eroaa aikuiskoulutuksesta siinä, että työnantaja osallistuu koulutuksen kustannuksiin ja se on usein myös räätälöity varta vasten yrityksen ja sen henkilöstön tarpeisiin. (Tilastokeskus 2012a.)

## 1.2 Teoreettinen viitekehys ja tutkimusmenetelmät

Opinnäytetyössäni tutkin Turun ammattikorkeakoulun Turun yksiköiden täydennyskoulutuksen markkinoinnin, ja erityisesti koulutusten ja muiden palvelujen myynnin haasteita. Täydennyskoulutus ja palvelutoiminta tuottaa ja tarjoaa asi-

antuntijapalveluja, joiden luonne asettaa haasteita koulutusten markkinointiin, koska palvelun abstraktisuuden vuoksi asiakas ei pysty määrittämään ostamansa palvelun laatua etukäteen. Opinnäytetyöni teoriaosuudessa olen tutkinut asiantuntijapalvelujen markkinointia ja myyntiä sekä asiakaslähtöistä toimintaa, joita käsitellään kappaleissa 4 ja 5. Turun ammattikorkeakoulun täydennyskoulutuksen ja palvelutoiminnan ongelma-alueen ymmärtämiseksi luon kappaleissa 2 ja 3 katsauksen yleisesti Turun ammattikorkeakouluun ja sen historiaan sekä täydennyskoulutustoimintaan ja sen organisoitumiseen ja kehittymiseen.

Täydennyskoulutuksen markkinoinnin ja sen mahdollisten kehitysideoiden sekä toiminnan kehityksen kulun ymmärtämiseksi tein kvalitatiivisen haastattelututkimuksen. Tutkimusta varten haastattelin Turun ammattikorkeakoulun täydennyskoulutus- ja palvelupäälliköitä, Avoimen ammattikorkeakoulun koulutuspalvelupäällikköä, Kielikoulutuskeskuksen yrityskoulutusvastaavaa sekä entistä täydennyskoulutusjohtajaa.

Haastattelun pääaiheita olivat täydennyskoulutuksen toiminnan kehittyminen sekä markkinointi. Kvalitatiivisen tutkimuksen toteuttamiseen valitsin kyselyn tekemisen sijaan henkilöhaastattelun, koska haastateltavat ovat tulleet täydennyskoulutuksen pariin eri aikoina sekä eri tilanteista, jolloin samat kysymykset eivät olisi sopineet kaikille kyselyyn vastaajille. Haastattelun etuna on siis sen säädeltävyys tilanteen ja vastaajan mukaan sekä lisätiedon tarpeessa vastaajiin on mahdollisuus ottaa yhteys myös myöhemmin (Hirsjärvi ym. 2005, 194–195).

Olen kerännyt tutkimusta varten aineistoa asiantuntijapalveluja sekä myyntiä ja markkinointia käsittelevästä kirjallisuudesta. Turun ammattikorkeakoulusta ja sen täydennyskoulutuksesta ja palvelutoiminnasta puolestaan sain ajanmukais-ta tietoa ammattikorkeakoulun Internet-sivuilta ja intranetistä Messistä, yhteiskuntavastuuraporteista sekä muista koulun julkaisuista. Tilastotietoa aikuiskoulutuksesta ja koulutuksiin osallistujista löysin Tilastokeskuksen tekemästä Aikuiskoulutustutkimuksesta sekä Koulutus.fi:n tekemistä kyselyistä. Myös Turun ammattikorkeakoulun täydennyskoulutuksesta tehdystä tutkimuksesta sain hyvin tietoa aikuiskoulutukseen osallistuneiden koulutuksen ja kouluttajan valintaan johtavista tekijöistä.



Oman työkokemukseni sekä täydennyskoulutus- ja palvelupäälliköiden haastattelujen pohjalta olen saanut tutkimusta varten ajantasaista tietoa Turun ammattikorkeakoulun täydennyskoulutuksen ja palvelutoiminnan tämän hetkisestä tilanteesta sekä sen kehitystarpeista.

### 1.3 Tutkimusympäristö

Tutkimuksen toimeksiantajana on vuonna 1992 toimintansa Turun teknillisenä korkeakouluna aloittanut Turun ammattikorkeakoulu, joka järjestää täydennyskoulutusta kaikilla tulosalueillaan. Opinnäytetyössä on tarkasteltavana Turussa toimivien yksiköiden täydennyskoulutus ja palvelutoiminta. Turun alueella täydennyskoulutusta tarjoavat tulosalueet ovat:

- Bioalat ja liiketalous
- Hyvinvointipalvelut
- Taideakatemia
- Terveysala
- Tekniikka, ympäristö ja talous
- Tietoliikenne ja sähköinen kauppa

Näiden lisäksi Avoin ammattikorkeakoulu sekä Kielikoulutuskeskus tarjoavat täydennyskoulutusta ja kieli- ja viestintäkoulutusta Turun seudun yrityksille sekä yksityishenkilöille.

## 2 TÄYDENNYSKOULUTUS TURUN AMMATTIKORKEAKOULUSSA

### 2.1 Turun ammattikorkeakoulu

Turun ammattikorkeakoulu aloitti toimintansa Turun väliaikaisena teknillisenä ammattikorkeakouluna vuonna 1992. Koulun perustana ovat Turun teknillinen oppilaitos, Turun ammatti-instituutti, Turun kauppaoppilaitos - Handelsläroverket i Åbo, Turun taiteen ja viestinnän oppilaitos sekä Turun terveydenhuolto-oppilaitos. (Turun ammattikorkeakoulu 2012a.)

Turun ammattikorkeakoulun täydennyskoulutus- ja palvelutoiminta on ollut osana koulun toimintaa sen alkuvaiheista lähtien, jolloin Turun väliaikaisessa teknillisessä ammattikorkeakoulussa täydennyskoulutusta järjestettiin tekniikan alalla. Ammattikorkeakoulun koulutustarjonnan lisääntyessä myös täydennyskoulutus kasvoi. Vuonna 1996 Turun ammattikorkeakoulussa koulutustarjonta laajeni monialaiseksi. Tekniikan ja liikenteen koulutusalan lisäksi ammattikorkeakoulussa tarjottiin opetusta hallinnon ja kaupan, kulttuurin, matkailu-, ravitsemus ja talous- sekä sosiaali- ja terveysalalla. (Turun ammattikorkeakoulu 2012a.)

Turun ammattikorkeakoulu järjestää täydennyskoulutusta yrityksille, aikuisopiskelijoille, työvoimatoimistojen asiakkaille sekä muille lisäkoulutusta tarvitseville. Turun ammattikorkeakoulun täydennyskoulutus toteutetaan muun muassa seminaareja, täsmäkoulutuksia ja työelämäyhteisöjen valmennuksia järjestämällä.

Turun alueella täydennyskoulutuksen järjestäjiä Turun ammattikorkeakoulun lisäksi ovat muun muassa Turun aikuiskoulutuskeskus, Turun ammatti-instituutti sekä Turun yliopiston Koulutus- ja kehittämiskeskus Brahea sekä muut Turun vapaan sivistystyön oppilaitokset. Turussa toimii myös monta koulutusorganisaatiota, jotka tarjoavat koulutuksia ja valmennuksia yrityksille.

Turun ammattikorkeakoulu on yksi Turun alueen suurimmista ja monialaisimmista täydennyskoulutuksen järjestäjistä, jonka toiminta on jaettu kuuteen tu-

losalueeseen. Jokaisella tulosalueella on oma täydennyskoulutustiimi, joka vastaa tulosalueen täydennyskoulutuksesta, palvelutoiminnasta sekä projektitoiminnasta. Turun ammattikorkeakoulun tulosalueet ovat:

- Bioalat ja liiketalous
- Hyvinvointipalvelut
- Taideakatemia
- Terveysala
- Tekniikka, ympäristö ja talous
- Tietoliikenne ja sähköinen kauppa

Täydennyskoulutustiimiin kuuluu täydennyskoulutus- ja palvelupäällikön lisäksi yksi tai useampi koulutussuunnittelija ja -sihteeri sekä projektitoimintaa ohjaava projektipäällikkö. Täydennyskoulutus- ja palvelupäällikön tehtäviin kuuluvat esimiestyön rinnalla täydennyskoulutuksen toiminnasta vastaaminen ja sen kehittäminen, koulutusten myynti, tarjousten ja sopimusten tekeminen sekä koulutusten suunnittelu ja organisointi yhdessä koulutussuunnittelijoiden ja -sihteerien kanssa. Täydennyskoulutuksen tarvekartoitusta, suunnittelua ja toteutusta järjestävät tiiviissä yhteistyössä täydennyskoulutustiimin kanssa myös opettajat sekä ammattikorkeakoulun muut asiantuntijat (Turun ammattikorkeakoulu 2012c).

## 2.2 Täydennyskoulutus

Olosuhteiden ja toimintaympäristön alati muuttuessa, motivoituminen, oppiminen ja uuden omaksuminen nähdään entistä enemmän elinehtona ja menestystekijänä (Mäkinen ym. 2005, 184). Elinikäinen oppiminen ei käsitä vain koulussa oppimista, vaan työssä, harrastuksissa tai perheen ja ystävien seurassa oppimisen, joka jatkuu läpi elämän.

Täydennyskoulutuksen tehtävänä on palvella ammattikorkeakoulun vaikutusalueen työelämän osaamista ja kilpailukyvyyn kehittämistä (Turun ammattikorkeakoulu 2007, 8). Täydennyskoulutus on tutkintoon johtamatonta koulutusta sekä pääsääntöisesti työelämän asiantuntijoille suunnattua aikuis- ja

lisäkoulutusta, jonka avulla kehitetään ja päivitetään henkilön osaamista ja asiantuntijuutta.

Täydenniskoulutus ei vain kouluta ja valmenna yrityksen työntekijöitä, vaan se edistää myös yrityksen kilpailukykyä, toimintaa ja teknologista kehittymistä sekä auttaa yritystä vientiin ja kansainvälistymiseen liittyvissä asioissa (Turun ammattikorkeakoulu 2005). Täydenniskoulutuksen asiakkaita ovat pääsääntöisesti henkilöstökoulutusta tilaavat yritykset, aikuisopiskelijat sekä työvoimakoulutusta tarvitsevat työttömät ja työttömyysuhan alla olevat henkilöt.

Täydenniskoulutusta eivät tarjoa ainoastaan eriaisteiset koulut, vaan myös koulutuksiin ja valmennuksiin erikoistuneet koulutusorganisaatiot, joiden valmentajina toimivat eri alojen asiantuntijat, konsultit sekä yritysvalmentajat. Kaupallisten koulutusyritysten osuus täydenniskoulutuksen tarjoajista ja toteuttajista on melko pieni, mutta heidän osuutensa on kasvanut viime vuosina (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2012a).

### 2.3 Oppilaitokset täydenniskoulutuksen tarjoajina

Ammatilliset aikuiskoulutuskeskukset, ammatilliset oppilaitokset, ammattikorkeakoulut, yliopistot sekä vapaan sivistystyön oppilaitokset ovat yleisimpiä ja usein eri alueiden suurimpia täydennys- ja aikuiskoulutuksen tarjoajia. Oppilaitosten täydenniskoulutuksen asiakkaita ovat usein pienet yritykset, kun taas suuret yritykset ja organisaatiot kääntyvät kouluttajaa valitessaan useimmiten kaupallisten koulutusyritysten puoleen (Talouselämä 2012).

Ammattikorkeakoulujen ja muiden oppilaitosten koulutuksen tarjontaa koskevat tehtävät on säädetty laissa ja asetuksissa. Ammattikorkeakoululain (Ammattikorkeakoululaki 9.5.2003/351) nojalla ammattikorkeakoulujen tehtävänä on muun muassa:

- antaa työelämän ja sen kehittämisen vaatimuksiin sekä tutkimukseen, taiteellisiin ja sivistyksellisiin lähtökohtiin perustuvaa korkeakouluopetusta ammatillisiin asiantuntijatehtäviin
- antaa ja kehittää aikuiskoulutusta työelämäosaamisen ylläpitämiseksi ja vahvistamiseksi

Näitä tehtäviä hoitaessaan ammattikorkeakoulujen tulee edistää elinikäistä oppimista (Ammattikorkeakoululaki 9.5.2003/351). Oppiminen ja koulussa käynti ei ole vain opiskelijoiden tehtävä, vaan tässä jatkuvasti kehittyvässä maailmassa pitää huomioida myös työelämässä olevien tarpeet. Elinikäistä oppimista edistää täydennyskoulutus, jonka toiminnan lähtökohtana pitäisi olla asiakaslähtöisyys sekä alueella tarvittavan aikuiskoulutuksen suunnittelu ja organisointi (Turun ammattikorkeakoulu 2005).

#### 2.4 Yksityiset koulutusorganisaatiot

Oppilaitoksissa järjestettävän täydennyskoulutuksen kilpailijoita ovat varsinkin suurten yritysten suosiossa olevat kaupalliset koulutusorganisaatiot. Suomessa niitä toimii useita, ja ne tarjoavat täydennyskoulutuksen tavoin yrityksille muun muassa henkilöstökoulutuksia ja valmennuksia. Useimmat koulutusyritykset tarjoavat paljon erilaisia esimies- ja johtajakoulutuksia sekä myyntivalmennuksia.

Yksityisten koulutusyritysten toimintaa valvovat kuluttajansuojaviranomaiset. Koulutusyritykset eivät saa käyttää koulutuksissaan virallisia tutkintonimikkeitä, koska ne eivät ole julkisia koulutuslaitoksia eivätkä näin ollen kuulu julkiseen rahoitusjärjestelmään (Nyysölä 2001, 71).

Suomen johtavia koulutusorganisaatioita ovat muun muassa Trainer's House, Rastor sekä Mercuri International. Mainituista yrityksistä täydennyskoulutuksen toimintaa eniten muistuttaa Rastor, joka Opetushallituksen valvomana erikoisoppilaitoksena voi antaa valmistavaa koulutusta, ammatillista täydennyskoulutusta sekä vastaanottaa näyttötutkintoja (Rastor 2012).

## 2.5 Täydenniskoulutuksen toteutus

Täydenniskoulutuksen järjestämiseen on monta eri toteutusvaihtoehtoa. Yritykset voivat ostaa esimerkiksi omiin tarpeisiinsa räätälöityjä täsmäkoulutuksia, työyhteisön valmennuksia sekä alan ilmiöihin pureutuvia seminaareja. Aikuisopiskelijat, työttömät ja muut yksityiset henkilöt voivat hankkia lisäkoulutusta muun muassa korkea-asteen oppisopimustyyppisessä koulutuksessa tai työvoimakoulutuksissa.

Turun ammattikorkeakoulun täydenniskoulutus järjestää muun muassa seminaareja, lyhytkoulutuksia, kieli- ja viestintäkoulutusta sekä esimieskoulutusta.

### 2.5.1 Seminaarit ja intensiivivalmennukset

Seminaarit ovat lyhyitä koulutuksia, joissa perehdytään työelämään liittyviin kysymyksiin ja alan ilmiöihin. Seminaarien puhujina voi olla esimerkiksi alan ammattilaisia sekä asiantuntijoita. (Turun ammattikorkeakoulu 2012k.)

Intensiivivalmennukset puolestaan ovat yritykselle räätälöityjä täsmäkoulutuksia. Valmennukset voivat kestää muutamasta päivästä jopa muutama viikkoon. (Turun ammattikorkeakoulu 2012d.)

### 2.5.2 Korkea-asteen oppisopimustyyppinen koulutus

Korkea-asteen oppisopimustyyppisessä koulutuksessa korkeakoulut ovat vastuussa koulutuksen järjestämisestä ja laadusta sekä toimivat hallintoviranomaisena. Työnantajan tehtävänä on vastata työpaikalla tapahtuvasta koulutuksesta. Oppisopimustyyppinen koulutus perustuu työnantajan ja työntekijän sekä työnantajan ja korkeakoulun välisiin sopimuksiin. Koulutus perustuu työelämälähtöisyyteen ja se pohjautuu työpaikalla tapahtuvaan oppimiseen, jota on vähintään puolet opiskelusta. (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2012b.) Koulutuksen tuottama erityispätevyys oman ammattialan uusiin tehtäväalueisiin osoitetaan työelämän näytöillä (Turun ammattikorkeakoulu 2012d).

### 2.5.3 Työvoimakoulutukset

Työvoimakoulutus on työttömille ja työttömyysuhan alla oleville henkilöille tarkoitettua aikuisten ammatillista koulutusta, jota järjestetään useimmiten eriasteisissa oppilaitoksissa. Työvoimakoulutusten tavoitteena on parantaa osallistujien työhönsijoittumisedellytyksiä. Koulutus hankitaan kilpailuttamalla koulutuksen järjestäjät ja ottaen huomioon alueelliset työvoimatarpeet. Työ- ja elinkeinohallinto ostaa koulutuksen oppilaitoksilta tai muilta koulutuksen järjestäjiltä. (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2012c.)

Työvoimakoulutuksia voidaan järjestää myös yhdessä työnantajien kanssa. Yhteishankintana järjestettyjä koulutuksia ovat rekrykoulutus, täsmäkoulutus ja muutoskoulutus.

Rekrykoulutus on tarkoitettu yrityksille, jonka tarpeisiin ei löydy ammattitaitoisia työntekijöitä eikä tarvittavia osaajia ole valmistumassa muusta koulutuksesta. Näin työnantaja pystyy tarjoamaan työntekijälle mahdollisuuden pysyä työmarkkinoilla tai päästä sinne takaisin. Täsmäkoulutus taas on yritykselle ja sen henkilöstön tarpeisiin räätälöity ammatillinen perus- tai lisäkoulutus. Muutoskoulutuksessa työnantaja auttaa taloudellisista tai tuotannollisista syistä irtisanottuja yrityksen työntekijöitä löytämään uuden ammatin tai työpaikan. (Turun ammattikorkeakoulu 2012d.)

### 2.5.4 Työyhteisöjen valmennukset

Työyhteisöjen valmennuksissa keskitytään muun muassa yrityksen henkilöstön työhyvinvointiin sekä sen parantamiseen. Turun ammattikorkeakoulussa hyödynnetään asiantuntijoiden, opettajien, opiskelijoiden sekä yhteistyöyritysten osaamista valmennusten toteuttamiseen. Työyhteisöä palvelevia projekteja voivat olla esimerkiksi työnohjauspalvelut ja työhyvinvointivalmennus. (Turun ammattikorkeakoulu 2012d.)

## 3 TURUN AMMATTIKORKEAKOULUN TÄYDENNYSKOULUTUKSEN ORGANISOITUMINEN

### 3.1 Täydennyskoulutuksen ja palvelutoiminnan ohjausryhmä

Turun ammattikorkeakoulun täydennyskoulutuksen ja palvelutoiminnan yhteisiä asioita hoitaa ja niistä päättää täydennyskoulutuksen ja palvelutoiminnan ohjausryhmä. Täydennyskoulutus ja palvelupäälliköt, Kielikoulutuskeskuksen yritys-koulutusvastaava sekä Avoimen ammattikorkeakoulun koulutuspalvelupäällikkö kuuluvat täydennyskoulutuksen ja palvelutoiminnan ohjausryhmään, jonka puheenjohtajana toimii Turun ammattikorkeakoulun vararehtori Olli Mertanen. Ohjausryhmän päätehtävänä on ohjata täydennyskoulutusta ja palvelutoimintaa. Ohjausryhmä kokoontuu säännöllisin väliajoin keskustelemaan tulosalueiden koulutuksista ja hankkeista, ammattikorkeakoulun täydennyskoulutukseen liittyvistä ajankohtaisista asioista sekä tapahtumista.

Ohjausryhmälle on asetettu tehtävät, joiden mukaan täydennyskoulutuksen toimintoja koordinoidaan ja kehitetään. Ohjausryhmän tehtävät ovat seuraavat (Turun ammattikorkeakoulu 2012c):

- Ohjata ammattikorkeakoulun täydennyskoulutustoimintaa ja sen laajentumista.
- Edistää toiminnan verkostoitumista.
- Toiminnan ennakointi ja vuosittaisen täydennyskoulutussuunnitelman kokoaminen.
- Täydennyskoulutuksen työnjaosta ja käytännön asioista sopiminen ammattikorkeakoulun strategian mukaisesti.
- Täydennyskoulutussuunnitelman toteutumisen seuraaminen ja toiminnan kehittävä arviointi.
- Täydennyskoulutustoiminnasta raportointi johtoryhmälle.



### 3.2 Täydennyskoulutus- ja palvelukeskus

Täydennyskoulutus ja palvelutoiminta oli Turun ammattikorkeakoulun alkuaikoina sijoitettu Sepänkadulle ja vuonna 2001 täydennyskoulutus ja palvelutoiminta sai uudet toimitilat Turun Kaskenmäeltä. Täydennyskoulutus- ja palvelukeskuksessa toimivat Turun ammattikorkeakoulun täydennyskoulutusjohtaja, tulosalueiden täydennyskoulutuspäälliköt sekä osa koulutussihteereistä ja -suunnittelijoista.

Täydennyskoulutus- ja palvelukeskus eli Täykkäri mahdollisti henkilökunnan tiiviin yhteistyön, toiminnan selkeyden sekä yhtenäisen ja tehokkaan markkinoinnin pitkään alalla toimineen täydennyskoulutusjohtajan alaisuudessa. Täykkärillä oli tarvittavat tukipalvelut markkinoinnin ja muun toiminnan sujumiseen. Toiminnan kokonaisuuden hahmottaminen oli helpompaa, mikä auttoi myös asiakkaita ottamaan yhteyttä, kun täydennyskoulutus- ja palvelutoiminta löytyi yhdestä ja samasta paikasta.

### 3.3 Täykkäristä koulutusalojen tulosalueille

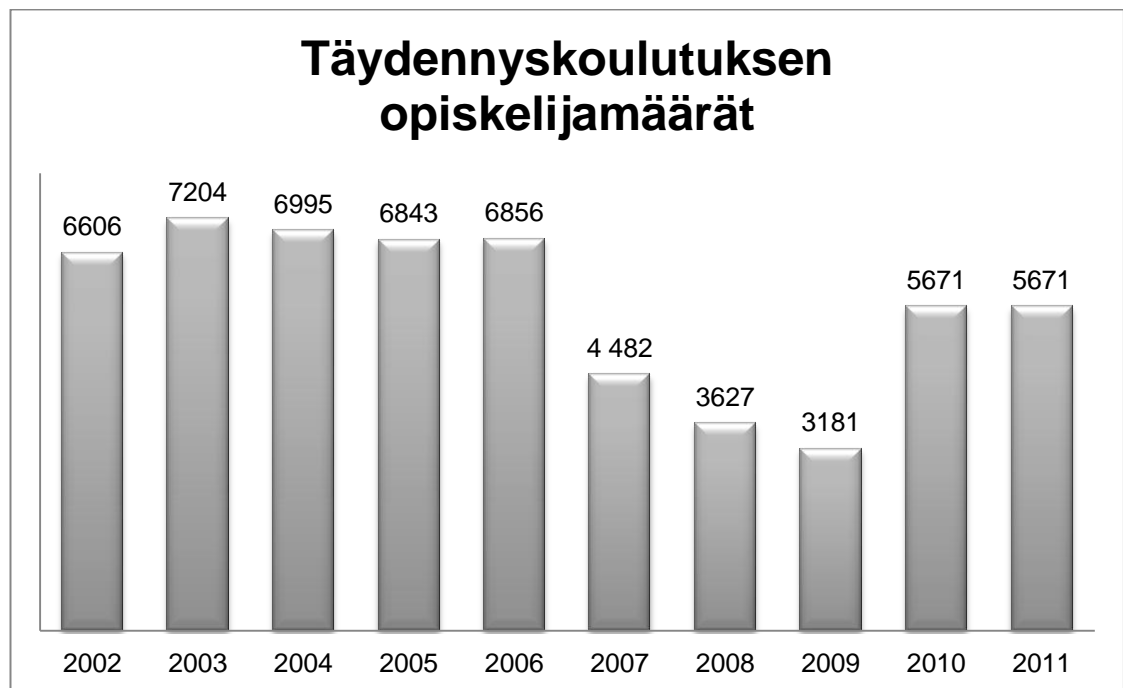
Vuoden 2007 alussa Turun ammattikorkeakoulun johtoryhmässä otettiin käsitteilyyn Täydennyskoulutus- ja palvelukeskuksen (Täykkäri) toiminnan hajauttaminen perusopetuksen tulosalueille.

Hajauttamisen tavoitteena oli yhdistää täydennyskoulutustoiminta tulosalueiden perusopetukseen. Näin täydennyskoulutus olisi lähempänä omaa perusopetustaan ja opettajia. Perusopetus puolestaan hyötyisi täydennyskoulutuksen osajista ulkoisten asiakkaiden ja heidän tarpeista lähtevien hankkeiden kustannustietoisessa suunnittelussa ja läpiviemisessä. (Turun ammattikorkeakoulu 2007b.)

Hajauttamisesta oli puhuttu melko pitkään Turun ammattikorkeakoulussa, mutta itse muutos tapahtui nopealla aikataululla. Hajauttamisesta ja toiminnan muutoksesta ei ole kerätty palautetta, josta selviäisi miten asiakkaat kokivat täyden-

nyskoulutuksen ja palvelutoiminnan muutoksen. Palautteen puute vaikeuttaa muutoksella saavutettujen asioiden arviointia.

Joitakin täydennyskoulutuksen toiminnan muutoksen vaikutuksia voitaisiin kuitenkin tulkita täydennyskoulutuksen opiskelijamääriä vertaamalla. Turun ammattikorkeakoulun vuoden 2011 ja 2006 yhteisvastuuraporteista on kerätty vuosien 2002–2011 opiskelijamäärät, jotka on esitetty kuviossa 1.



Kuvio 1. Täydennyskoulutuksen opiskelijamäärät vuosina 2002–2011.

Vuosina 2007–2009 täydennyskoulutuksen opiskelijamäärät ovat olleet alhaisimmat. Määrien vähäisyydet voivat johtua esimerkiksi juuri täydennyskoulutuksen toiminnan muutoksesta.

Entisen täykkärin henkilökunnan ja nykyisten täydennyskoulutus- ja palvelupäälliköiden mielestä Täydennyskoulutus- ja palvelukeskuksella sekä nykyisellä toimintatavalla oli ja on omat hyvät ja huonot puolensa. Nämä ovat vaikuttaneet ja voivat vaikuttaa edelleenkin täydennyskoulutuksen toimintaan esimerkiksi asiakkaiden näkökulmasta.

Vaikka täydennyskoulutus- ja palvelukeskuksen toiminta oli asiakkaille helpompaa, hankaloitti se yhteistyötä täydennyskoulutus- ja palvelupäälliköiden ja koulutusten opettajien sekä perusopetuksen välillä. Täydennyskoulutus- ja palvelukeskus käytti myös jonkin verran ulkopuolisia kouluttajia sen sijaan, että olisi hyödyntänyt oman talon opettajia. Ulkopuolisen kouluttajan käyttäminen kustantaa enemmän, mutta he myös ovat alansa ammattilaisia, joilla on kokemusta koulutuksista ja valmennuksista.

### 3.4 Täydennyskoulutus- ja palvelutoiminta vuonna 2012

Vuonna 2007 Turun ammattikorkeakoulun täydennyskoulutus- ja palvelukeskus hajautettiin kahdeksaan koulutuksen tulosalueeseen, jotka toimivat Turun ammattikorkeakoulun toimipisteissä koulutusalojen yhteydessä. Bioalat ja liiketalous -tulosalue sijaitsee Lemminkäisenkadulla, Hyvinvointipalvelut ja Terveysala Ruiskadulla, Taideakatemia Linnankadulla, Tekniikka, ympäristö ja talous Sepänkadulla sekä Tietoliikenne ja sähköinen kauppa tulosalue löytyy Kielikoulutuskeskuksen ja Avoimen ammattikorkeakoulun kanssa Joukahaisenkadun kampukselta.

Hajauttamisen jälkeen täydennyskoulutus ja palvelutoiminta voi tehdä entistä tiiviimmin yhteistyötä tulosalueen perustehtävien ja muun toiminnan kanssa. Tämä myös helpottaa täydennyskoulutus- ja palvelupäälliköiden yhteistyötä opettajien sekä tulosalueen toimijoiden kanssa. (Turun ammattikorkeakoulu 2009, 8.)

#### 3.4.1 Hajauttamisen vaikutukset täydennyskoulutukseen ja palvelutoimintaan

Täydennyskoulutuksen ja palvelutoiminnan tulosalueiden ollessa nyt lähempänä omaa koulutusalaansa sekä opettajiaan, vähentää se yhteistä työskentelyä tulosalueiden koulutuspäälliköiden kesken. Jokainen tulosalue joutuu tekemään itsenäisesti ne toiminnot, jotka täydennyskoulutus- ja palvelukeskuksessa tehtiin yhdessä, kuten markkinointiesitteiden ja muun materiaalin suunnittelu.

Täydennyskoulutus- ja palvelukeskuksessa täydennyskoulutuksen toimintaa, koulutuspäälliköitä sekä muuta henkilökuntaa ohjasi täydennyskoulutusjohtaja, mutta täydennyskoulutuksen hajauttamisen jälkeen toiminnan ohjaamiseen ei ole nimitetty selkeää johtajaa. Täydennyskoulutuspäälliköiden haastattelujen sekä ohjausryhmän kokouksissa keskusteltujen asioiden perusteella, täydennyskoulutuspäälliköt kaipaivat jonkinlaista tukea toimintaan sekä rahallista avustusta erityisesti markkinointiviestintään. Jokainen tulosalue hoitaa tällä hetkellä omien koulutustensa ja palveluidensa markkinoinnin.

Täydennyskoulutus- ja palvelukeskuksen yhteinen markkinointi oli asiakkaille tuttua, ja jos asiakas ei tiedä tai ole tutustunut eri tulosalueiden toimintaan ja alaan, jolla ne toimivat ja järjestävät koulutuksia, he eivät välttämättä löydä täydennyskoulutusta yhtä helposti. Vaikka jokaisella tulosalueella on oma alansa, jolla he toimivat, ei asiakkaalle välttämättä ole selvää mihin hän ottaa yhteyttä etsiessään esimerkiksi esimieskoulutusta, jota järjestetään useammalla tulosalueella. Turun ammattikorkeakoulun Internet-sivuilta löytyy jokaisen täydennyskoulutus- ja palvelutoiminnan tulosalueen omat Internet-sivut, joista löytää tarjolla olevat koulutukset ja hankkeet.

Hajauttaminen sekä täydennyskoulutuksen tulosalueiden yhteistyön vähyyks ovat vaikuttaneet myös koulutusten tarjontaan asiakkaille. Tulosalueet voivat toisistaan tietämättä tarjota asiakkaalle samaa tai samankaltaista koulutusta, pahimmassa tapauksessa erihintaisena. Tämä voi näkyä asiakkaalle kilpailuna, mitä ei saman talon sisällä toimivilta tahoilta ehkä odottaisi. Turun ammattikorkeakoulussa tätä tapahtuu hyvin vähän tai ei ollenkaan, täydennyskoulutuksen tulosalueiden toimiessa kuitenkin suurimmalta osin eri aloilla.

Täydennyskoulutus- ja palvelupäälliköiden haastattelujen perusteella jonkinasteista kilpailua voi esiintyä esimerkiksi tapahtumissa, joilla Turun ammattikorkeakoululla on oma näyttelypöytänsä. Vaikka tarkoituksena on esitellä ja myydä Turun ammattikorkeakoulun koulutuksia ja palveluita koulun yhteisen edun nimissä, jokainen esittelijä hakee tilanteessa helposti kuitenkin omaa etuaan.

Yhtenä ratkaisuna päällekkäin tarjoamisen estämiseen on esimerkiksi ammatti-korkeakoulun käytössä oleva asiakkuudenhallinta- eli customer relationship management (CRM) -järjestelmä. Järjestelmään tallennetaan asiakkaiden tieto- ja sekä tulosalueiden toimintoja asiakkaita kohden. Jos CRM-järjestelmään tallennettaisiin kaikki oleellinen tieto, kuten yhteydenotot, tapaamiset, tarjottavat koulutukset ja hankkeet, tulosalueet voisivat tarkistaa esimerkiksi koulutusta tarjotessaan tai sitä suunnitellessaan, tarjoaako mahdollisesti joku toinen samalle asiakkaalle samalla hetkellä toista tai samankaltaista koulutusta.

Tärkein positiivinen muutos hajauttamisen jälkeen täydennyskoulutus- ja palvelutoiminnalle on läheisyys oman koulutusalan ja opettajien kanssa. Tämä mahdollistaa läheisen yhteistyön, ei vain opettajien, mutta myös tulosalueen muun toiminnan kanssa. Läheisyys lisää myös opettajien työelämäosaamista ja -yhteyksiä sekä T&K-toiminnan kanssa yhteistyötä. Kun oman tulosalueen toiminta ja opettajat ovat lähellä ja ne ovat tuttuja, pystytään vastamaan paremmin myös yritysten tarpeisiin ja suunnittelemaan koulutukset näiden tarpeiden perusteella.

### 3.4.2 Toiminnan kehittäminen

Kaikessa toiminnassa on aina kehitettävää, niin myös täydennyskoulutus- ja palvelutoiminnassa. Vaikka tulosalueiden yhteistyö omien opettajien ja perusopetuksen kanssa on parantunut, on täydennyskoulutuksen toiminnassa kokonaisuudessaan kehitettävää.

Tärkein kehitysalue on täydennyskoulutuksen ja palvelutoiminnan markkinointi ja erityisesti markkinointiviestintä. Täydennyskoulutus- ja palvelupäälliköt olivat lähes yhtä mieltä siitä, että täydennyskoulutuksen yhteinen näkyvyys on kärsinyt täydennyskoulutus- ja palvelukeskuksen hajauttamisen jälkeen. Tämän seurauksena tulosalueet hoitavat nykyään oman markkinointinsa, jolloin yhteinen näkyvyys ja resurssit puuttuvat, kun toiminnan koordinointi ja markkinointi ovat hajallaan.

Täydennyskoulutus ja palvelutoiminta tarvitsisi vastuullisen täydennyskoulutusjohtajan, joka vastaisi yhteisen toiminnan sujuvuudesta. Avoimen ammattikorkeakoulun koulutuspalvelupäällikkö mukaan johtajan rekrytointiin ja palkkaukseen tarvittavat varat voisi toisaalta käyttää markkinoinnin panostamiseen, koska täydennyskoulutukselta ja palvelutoiminnalta puuttuu yhteiseen markkinointiin vaadittavat varat sekä tuki. Markkinointiviestinnän rahoituksen puute tulisi ottaa huomioon myös tarjottavien koulutusten hinnoittelussa.

Bioalat ja liiketalous -tulosalueen täydennyskoulutus- ja palvelupäällikön, kuten muidenkin koulutus- ja palvelupäälliköiden mielestä, yhteisten tavoitteiden ja strategian luominen olisi tärkeää täydennyskoulutuksen ja palvelutoiminnan varmistamiseksi. Täydennyskoulutus voisi hyötyä myös eräänlaisesta myynti- ja markkinointiyksiköstä, josta asiakkaat saisivat tietoa koulutuksista ja hankkeista.

Tulosalueiden yhteistyön varmistamiseksi ja kehittämiseksi, tulosalueiden olisi hyvä tietää muiden koulutuksista ja hankkeista, jolloin tulosalueet voisivat helpommin tarjota koulutuksia yhdessä. Kielikoulutuskeskuksen yrityskoulutusvas- taava pitää tärkeänä tulosalueiden yhteistyön lisäksi täydennyskoulutuksen ja palvelutoiminnan yhteistyötä T&K-toiminnan kanssa, erityisesti palveluiden tuot- teistamisen ja myynnin osalta.

### 3.5 Palvelutoiminta täydennyskoulutuksen rinnalla

Täydennyskoulutuksen toimintaan kuuluu läheisesti myös palvelutoiminta. Pal- velutoiminta tarjoaa työelämän tarpeisiin suunniteltuja analyysi- ja muita kehit- tämispalveluja, joita opiskelijat toteuttavat opintojaksojen, opinnäytetöiden ja projektityöskentelyn muodossa (Turun ammattikorkeakoulu 2012f).

Palvelutoiminta antaa yrityksille, yhteisöille ja yksityishenkilöille erinomaisen mahdollisuuden hyödyntää ammattikorkeakoulun opiskelijoiden ja opettajien osaamista. Yritykset voivat tilata muun muassa Bioalat ja liikenne -tulosalueelta elintarvike- ja biotekniikan laboratorion palveluita tai oppilaita tekemään asia- kastyytyväisyyskyselyitä, markkinointikartoituksia ja tilinpäätöksiä (Turun am- mattikorkeakoulu 2012e).

Hyvinvointipalvelut tarjoavat monialaisia sosiaalialan asiakaspalveluja sekä hyvinvointipalveluja (Turun ammattikorkeakoulu 2012f). Taideakatemiasta puolestaan löytää juhliin ja muihin tilaisuuksiin muusikoita, juontajia ja tanssijoita sekä Taideakatemian tilat ja tekniikka ovat vuokrattavissa (Turun ammattikorkeakoulu 2012g). Tekniikan alalta yritykset sekä yksityiset henkilöt voivat esimerkiksi tuoda autonsa katsastukseen ja tilata erilaisia kartoitus- ja mittauspalveluja (Turun ammattikorkeakoulu 2012h).

Terveysala on vahvasti yhteistyössä tulosalueen T&K-toiminnassa ja palveluita kehitetään ja tarjotaan vastaamaan työelämän osaamistarpeita (Turun ammattikorkeakoulu 2012i). Tietoliikenne ja sähköinen kauppa -tulosalue tarjoaa muun muassa räätälöityjä palveluja, konsultaatioita sekä muuta insinööri- ja projektiosaamista (Turun ammattikorkeakoulu 2012j). Kaikilla tulosalueilla tarjotaan palveluita ja hankkeita opinnäytetyön merkeissä. Liitteestä 2 löytyy kaikki tulosalueiden palvelutoiminnan tarjoamat palvelut.

## 4 ASIANTUNTIJAPALVELUJEN MARKKINOINTI

### 4.1 Asiantuntijapalvelut

Asiantuntijapalveluja tarjoava yritys tai organisaatio myy erikoisosaamistaan yrityksille ja henkilöille, joilta tarvittava osaaminen ja asiantuntijuus puuttuvat. Asiantuntijayrityksen palveluja käytetään myös, kun asiaan liittyy tietty lakiin perustuva pätevyys, luvanvaraisuus, auktorisointi tai rekisteröitymisvaade (Korkeamäki ym. 2002, 104). Asiantuntijapalvelujen tunnusmerkkejä ovat aineettomuus ja abstraktisuus, jotka vaikuttavat palvelujen myyntiin ja ostajan valintaan siten, että ostopäätöksen tekemiseen liittyy epävarmuutta ja riskejä (Vahvaselkä 2004, 41).

On tutkittu, että tuotteistamisen ja markkinoinnin lisäämä asiakastyytyväisyys on yhteydessä yrityksen tulokseen. Kuitenkin asiantuntijapalveluiden nopea uudistaminen ja kansainvälistyminen johtavat usein tuotteistamisen, tuotekehityksen ja markkinoinnin vähäiseen panostamiseen. Markkinointia ja tuotteistamista ei myöskään ole yleisesti pidetty korkeatasoisena, koska asiantuntijapalveluja ei joko osata markkinoida, sitä ei ole tarvittu tai aina edes saanut tehdä. Hyvin suoritettua asiantuntijatyötä pidetään parhaana markkinointina, vaikka se ei sellaisenaan ole riittävä näkemys markkinointiin. (Lehtinen & Niinimäki 2005, 13–15.)

Koulutuksen myynnissä oikeanlainen markkinointiviestintä on erityisen tärkeää täydennyskoulutuksen palvelujen luonteen vuoksi. Asiantuntijapalveluiden ollessa kyseessä, asiakas ei aina etukäteen tiedä ostamansa palvelun eli tässä tapauksessa koulutuksen laatua, varsinkaan, jos kyseessä on ensimmäinen kerta (Lehtinen & Niinimäki 2005, 11). Täydennyskoulutuksen koulutusten ja kouluttajien maine sekä asiakkaiden suositukset ovat tässä tilanteessa tärkeitä vakuuttamaan asiakas palvelun laadusta.

Koulutus.fi -sivusto on työelämän koulutusten haku- ja palvelusivusto. Sivulla kävijät voivat vastata joka kuukausi erilaisiin koulutukseen liittyviin kysymyksiin.



Huhtikuussa 2012 kuukauden kysymyksenä oli, että mikä on kävijän mielestä tärkeintä koulutusta valitessa. Kuviosta 2 voidaan nähdä, että tärkeimmät ominaisuudet, jotka vaikuttavat koulutuksen valintaan, ovat hinta, koulutuspaikan läheisyys sekä kouluttajan maine.

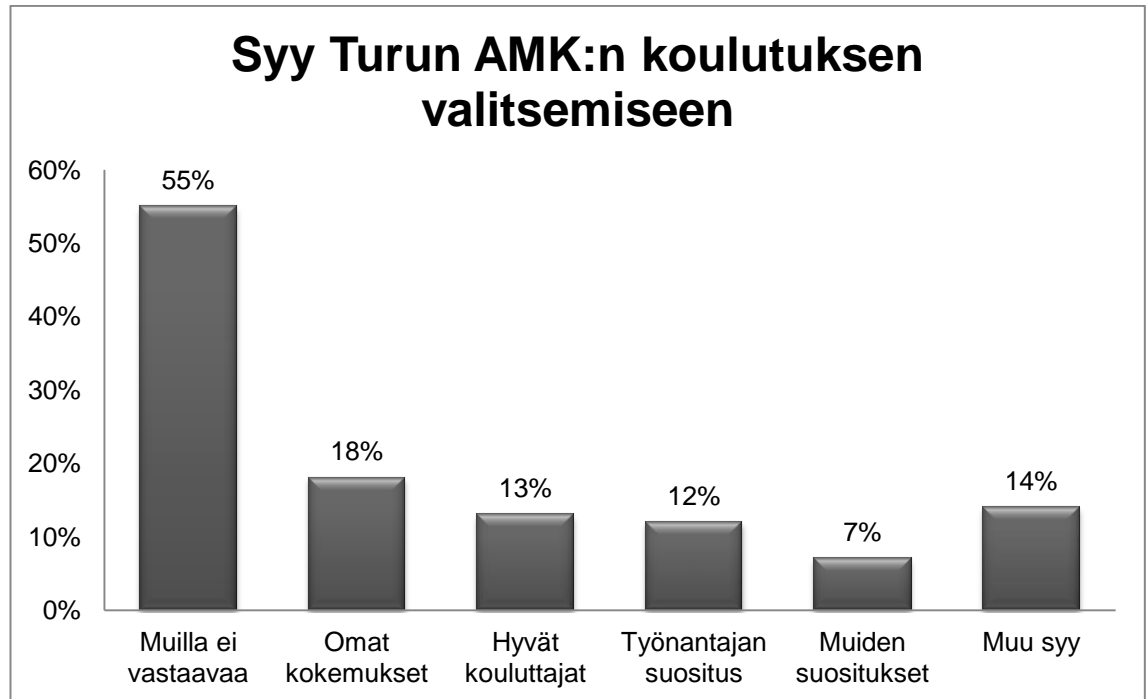


Kuvio 2. Koulutus.fi:n kuukauden kysymys huhtikuu 2012 (Koulutus.fi 2012a).

Kouluttajien maine on hinnan ja muiden koulutuksen valintaan vaikuttavien ominaisuuksien kanssa tärkeä apu koulutuksien myynnissä. Kun asiakas ei voi palvelua ostaessaan olla varma palvelun laadusta, muiden asiakkaiden arvostelut ja mielipiteet koulutuksista ja kouluttajista vaikuttavat kouluttajan maineeseen ja sitä kautta auttavat ostajaa päättämään palvelun valinnasta ja ostosta.

Turun ammattikorkeakoulun täydennyskoulutus- ja palvelukeskuksessa tehtiin vuonna 2003 tutkimus, jossa selvitettiin Turun ammattikorkeakoulun täydennyskoulutukseen osallistuneiden asiakkaiden mielipiteitä koulutukseen hakeutumisesta, koulutuksen sisällöstä sekä mainonnan vaikutuksesta. Koulutuksen maineeseen liittyen tutkimuksessa kysyttiin miksi asiakkaat valitsivat juuri Turun ammattikorkeakoulun täydennyskoulutuksen. Positiivisten kokemusten perus-

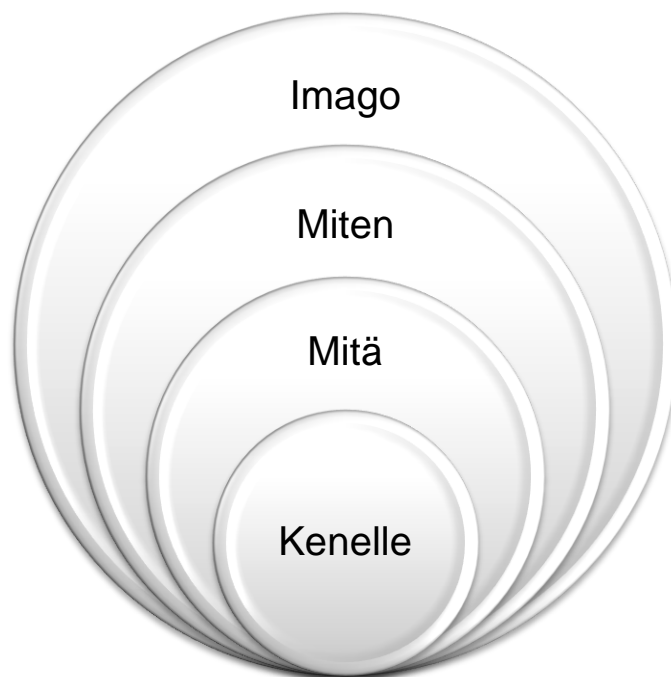
teella Turun ammattikorkeakoulun oli valinnut 17,8 % vastaajista. Kuviossa 3 on esitetty syitä Turun ammattikorkeakoulun valitsemiseen.



Kuvio 3. Syy Turun AMK:n koulutuksen valitsemiseen (Rannikko 2003, 19).

#### 4.2 Täydennyskoulutuksen suunnittelun lähtökohdat

Kaiken täydennyskoulutustoiminnan lähtökohtana kuuluisi olla se, kenelle toiminta, tässä tapauksessa koulutukset, on suunniteltu eli asiakas ja asiakkaan tarpeet. Tämä on myös peruslähtökohta kaikessa liiketoiminnassa, kuten kuviossa 4 on esitetty. Täydennyskoulutuksen asiakaslähtöisesti tuotetut koulutus-, kehittämis- ja tutkimuspalvelut suunnitellaan yhdessä täydennyskoulutus- ja palvelupäällikön, koulutussuunnittelijoiden ja -sihteerien sekä opettajien kanssa.



Kuvio 4. Liiketoiminnan lähtökohtana on asiakas (Korkeamäki ym. 2002, 14).

Koulutussuunnittelu aloitetaan tarpeiden kartoituksella. Eri tulosalueet kartoittavat koulutustarpeita hieman eri tavalla alasta riippuen. Yleisimpiä keinoja tarpeiden kartoittamiseen ovat yritysmaailman tarpeiden tutkiminen ja selvittäminen, asiakastyytyväisyyskyselyt ja -palautteet, erilaiset kyselyt sekä henkilökohtaiset kontaktit asiakkaiden kanssa.

Myös terveysalalla täydennyskoulutustarpeita kartoitetaan edellä mainituin keinoin, mutta yksi niistä eroaa kuitenkin muista tulosalueista. Tärkein terveysalan koulutusten tarjontaan ja tarpeeseen vaikuttava tekijä on lainsäädäntö ja sen muutokset, joiden perusteella erityisesti sairaanhoitokoulutuksia suunnitellaan ja järjestetään.

#### 4.3 Täydennyskoulutuksen markkinointiviestintä

Markkinointiviestintä mielletään yleisesti mainonnaksi, mutta todellisuudessa markkinointiviestintään kuuluu kaikki ne keinot, joiden avulla ihmiset kuulevat ja näkevät yrityksen, tuotteen tai palvelun. Markkinointiviestintään kuuluvat muun muassa mainonta eri medioissa, julkisuus ja tiedottaminen, suhdetoiminta, ta-

pahtumamarkkinointi, henkilökohtainen myyntityö ja asiakaspalvelu sekä asiakkaiden suositukset ynnä muu tekemä markkinointi. (Korkeamäki ym. 2002, 93.)

Markkinoinnin osana tuotteiden ja palvelujen myynti ja mainonta ovat tärkeitä ja iso osa kaikessa liiketoiminnassa eikä Turun ammattikorkeakoulun täydennyskoulutuksen ja palvelutoiminnan mainonta ole tällä hetkellä kaikkein vahvimmillaan. Täydennyskoulutus- ja palvelukeskuksessa markkinointiviestintä ja erityisesti mainonta hoidettiin yhtenäisesti kaikkien tulosalueiden kesken. Täydennyskoulutuksen toiminnan hajauttamisen jälkeen jokainen tulosalue suunnittelee ja hoitaa oman markkinointiviestintänsä ja koulutustensa myynnin. Yhteisessä mainonnassa säästettäisiin varoja sekä tulosalueilla jäisi enemmän aikaa muille tärkeille työtehtäville. Toki tulosalueet tarvitsevat myös omaa mainontaansa koulutustarjonnan ollessa kaikilla eri, mutta täydennyskoulutuksen yleinen näkyvyys tehostuisi mainonnan ollessa yhtenäinen.

Jo eläkkeelle siirtynyt Turun ammattikorkeakoulun täydennyskoulutusjohtaja on huolissaan täydennyskoulutuksen yleisestä näkyvyydestä. Näkyvyys on hajauttamisen jälkeen vähentynyt huomattavasti, ellei jopa loppunut kokonaan. Osasyyn tähän ongelmaan on täydennyskoulutuksen ja palvelutoiminnan varojen, resurssien sekä tukitoimien puute. Tällä hetkellä käydään kovasti keskustelua täydennyskoulutuksen yhtenäisen strategian ja toimintasuunnitelman tekemisestä, johon määritettäisiin täydennyskoulutuksen ja palvelutoiminnan tavoitteet sekä tarvittavat toimet täydennyskoulutuksen markkinointiviestinnän ja näkyvyyden parantamiseksi.

#### 4.4 Täydennyskoulutuksen ja palvelutoiminnan markkinointiviestintäkeinoja

Täydennyskoulutuksen ja palvelutoiminnan tulosalueilla on nähtävissä melkein kaikki edellä mainitut markkinointiviestinnän keinot jossakin muodossa ja ne ovat pääosin kaikilla samoja, mutta alasta riippuen jokaisella tulosalueella voi olla käytössä myös omansa. Yleisimpiä täydennyskoulutuksessa käytettyjä markkinointiviestinnän keinoja ovat jokaisen tulosalueen omat Internet-sivut sekä koulutusesitteet. Yksi tärkeimmistä myynti- ja markkinointikeinoista on suora

yrittyskontaktointi. Kaikilla tulosalueilla tätä ei kuitenkaan hyödynnetä tarpeeksi, joko ajan puutteen tai myyntitaitojen vähyden tai niiden puuttumisen vuoksi.

Terveysalalla koulutuksia mainostetaan omien esitteiden lisäksi muun muassa alan ammattilehdissä sekä erilaisissa tapahtumissa. Tekniikka, ympäristö ja talous -tulosalueella käytetään myös sähköpostimainontaa, mainostetaan Turun alueen ilmaisjakelulehdissä, kuten Turkulainen ja Aamuset -lehdissä sekä hyödynnetään paljon henkilökohtaisia kontakteja yritysmyyntissä.

Avoimen ammattikorkeakoulun ja Kielikoulutuskeskuksen markkinointi eroaa hieman muista täydennyskoulutuksen tulosalueista. Avoimen amk:n markkinointi tapahtuu lehtimainonnan ja osittain myös täydennyskoulutuksen kanssa, jos tarjolla olevat kurssit sopivat myös avoimelle ammattikorkeakoululle.

Kielikoulutuskeskus hyödyntää Internetin ja lehtimarkkinoinnin lisäksi tapahtumamarkkinointia sekä erilaisia aiheita käsittäviä kielikoulutuskeskuksen videoita. Kielikoulutuskeskuksen ja sen koulutusten maine sekä asiakkaiden suositukset ja vanhojen asiakkaiden luottamus koulutusten laatuun toimivat myös markkinoinnin osana. Kuviosta 5 selviää, kuinka tärkeänä Koulutus.fi:n kuukauden kysymykseen vastanneet pitävät muiden suosituksia koulutusta valitessaan.



Kuvio 5. Koulutus.fi:n kuukauden kysymys huhti-toukokuu 2011 (Koulutus.fi 2012b).

Myös Kielikoulutuskeskuksen yrityskoulutusvastaavan yrittäjä-tausta on auttanut paljon kontaktoinnissa asiakkaisiin sekä uusasiakashankinnassa. Muita tärkeitä ominaisuuksia Kielikoulutuskeskuksen markkinointiviestinnässä ja mainonnassa ovat koulutusten ja palveluiden hyvä hinta-laatusuhde, asiakashoito, taitavat kouluttajat sekä palvelujen tuotteistaminen.

Yksi hyvä keino erilaistua muista koulutuksen tarjoajista olisi hyödyntää opiskelijoiden taitoja palvelutoiminnan projektien lisäksi täydennyskoulutuksissa opettajien apuna. Opiskelijoilla on ajankohtainen tietämys asioista oman opiskelunsa kautta ja usein nuorilla on myös laajempi käytännön tietämys esimerkiksi tietotekniikasta. Varjopuolena opiskelijoiden käyttämisestä opetuksessa on se, että koulutuksen ostajat voivat olla epäluuloisia heidän taidoistaan ja näin ollen opetuksen laadusta.

## 5 ASIANTUNTIJAPALVELUJEN MYYNTI

### 5.1 Asiantuntijan myyntitaito

Täydennyskoulutuksessa ja palvelutoiminnassa on kyse asiantuntijapalvelusta. Asiantuntijaorganisaatio myy palveluja, joita asiakkaan ja ostajan on melkein mahdotonta arvioida ennen ostopäätöksen tekemistä. Tämänkin vuoksi täydennyskoulutuksen myyntityö eroaa niin sanotusti tavallisen tuotteen myynnistä. Kuviossa 6 on esitetty, että asiantuntijaorganisaation myyntityö voidaan jakaa neljään osaan, jotka ovat myynnissä menestymisen kulmakiviä.



Kuvio 6. Menestymisen kulmakivet asiantuntijan myyntityössä (Vahvaselkä 2004, 17).

#### 5.1.1 Aito asiakaslähtöisyys

Asiakaslähtöisyys asetetaan monen yrityksen perusarvoksi, myös Turun ammattikorkeakoulussa (Turun ammattikorkeakoulu 2012b). Vanha liikkeenjohdon

totuushan on, että ilman asiakkaita ei ole markkinoita eikä yrityksiä (Korkeamäki ym. 2002, 125).

Koulutusorganisaation toiminnan lähtökohtana on vastata toiminta-alueensa koulutustarpeisiin, niin perusopetuksen kuin aikuisopetuksenkin osalta. Asiakaslähtöisessä toiminnassa tärkeintä ovat asiakaskeskeisyys, asiakkaan odotukset ja palaute sekä palveluhenkisyys. Yritys ei toimi asiakaslähtöisesti, jollei se palvele asiakkaan tarpeita ja odotuksia.

### 5.1.2 Alan ja tuotteen asiantuntijuus

Asiantuntijaorganisaationa ammattikorkeakoulun erityisosaamisena on tietäminen. Koulu tarvitsee taitavat tietäjät eli opettajat opettamaan opiskelijoille sekä täydennyskoulutuksen asiakkaille osaamiaan asioita. Alan ja tuotteen asiantuntijuutta vaaditaan opettajien lisäksi myös koko täydennyskoulutushenkilökunnalta. Etenkin niiltä, jotka ovat asiakkaiden kanssa tekemisissä ja vastuussa palvelujen myynnistä.

Asiantuntijuuteen liittyy sekä oman alan ja tuotteiden, että kilpailijoiden tuotteiden hyvien ja huonojen puolien sekä kilpailuetujen tunteminen. Erityisesti myynnissä on tärkeää tietää omien tuotteiden vahvuudet hyödyntämällä kilpailijan heikkouksia. (Vahvaselkä 2004, 19.)

### 5.1.3 Tuloksellinen toiminta neuvotteluissa

Tulokselliseen toimintaan ja neuvottelutilanteen hallintaan neuvottelijalta vaaditaan tarkkaa valmistautumista ja asiakkaaseen tutustumista. Valmistautumisen lisäksi neuvottelun rakenteeseen kuuluvat varsinainen neuvottelu, sopimusten tekeminen ja niiden toteuttaminen. Neuvottelijan, kuten esimerkiksi myyjän hallitessa tietyt taidot neuvotteluun valmistautuessaan, auttaa se pääsemään neuvottelulle asetettuihin tavoitteisiin. Näitä taitoja ovat esimerkiksi (Huhtinen 2002, 15):



- Selkeiden tavoitteiden asettaminen
- Olennaisen tiedon kerääminen tulevaa neuvottelua varten
- Erilaisten ratkaisuvaihtoehtojen kehittäminen
- Toisen osapuolen asemaan asettautuminen

Myyntitilanteisiin ja neuvotteluihin tulee valmistautua hyvissä ajoin ja pitäen mielessä neuvottelujen tavoite, joka on asiakkaan tarpeiden tavoittaminen asiakasta tyydyttävällä tavalla. Myyjän tulee myös olla pitkäjänteinen eikä turhautua asiakkaiden kanssa, jotka mahdollisesti viivyttävät ostopäätöksen tekemisessä.

Neuvottelujen tulokselliseen toimintaan voidaan antaa myös neljä käytännön neuvoa (Vahvaselkä 2004, 20–21):

1. Myyjän ja tuotteen tai palvelun uskottavuutta ja luotettavuutta lisää asiakkaan odotusten täytyminen, joten asiakkaalle luvataan vain oma osaaminen.
2. Osaaminen on vakuuttavampaa ja luotettavampaa, kun toiminta ensin suunnitellaan asiakkaan tarpeiden perusteella ja sitten vasta toteutetaan.
3. Myyjien toimintatavat kehitetään erilaiset asiakkaat ja neuvottelutilanteet huomioon ottaen, jolloin neuvottelut tuntuvat aina räätälöidyiltä.
4. Asiakkaalta pyydetään hyväksyntä pidemmän projektin tai hankkeen jokaisessa vaiheessa, jolloin varmistutaan asiakastyytyväisyydestä ja kehittämiskohteista.

#### 5.1.4 Vuorovaikutustaidot ja rakentavan ilmapiirin aikaansaaminen

Myyntineuvotteluissa tarvitaan hyviä vuorovaikutustaitoja. Myyjän on omattava tiettyjä ominaisuuksia, joilla asiakas saadaan neuvottelussa vakuuttuneeksi esimerkiksi palvelun laadusta ja lopulta tekemään ostopäätöksen. Eri kulttuureissa neuvottelutilanteet ovat erilaisia, jolloin myyjän on tärkeää tutustua asiakkaaseen hyvin ennen neuvottelua ja ottaa huomioon mahdolliset kulttuurien väliset eroavaisuudet.

Vuorovaikutustilanteessa vaikuttavat sosiologiset, psykologiset, kulttuuriset, biologiset sekä tilannetekijät. Myyjän pitää osata ottaa neuvotteluissa huomioon miten nämä tekijät vaikuttavat samanaikaisesti ja kyseiseen asiakastilanteeseen. (Vahvaselkä 2004, 22.)

Rakentavan ilmapiirin aikaansaamiseksi, myyjän pitäisi välttää vaatimista, väitämistä ja välttelyä. Kuuntelemalla, kysymällä ja herättämällä yhteistyöhalukkuutta päästään asiakkaan kanssa paljon helpommin asetettuihin tavoitteisiin. Neuvottelijan pitäisi myös omata kyky käsitellä omia ja toisten tunteita sekä myönteisen viestimisen taito. (Huhtinen 2001, 20.) Kun asiakas näkee, että häntä kuunnellaan ja hänestä sekä hänen tarpeistaan välitetään, on asiakas herkempi ostamaan myyjän tarjoamia tuotteita tai palveluita.

## 5.2 Asiakkuudenhallintajärjestelmä myynnin välineenä

Asiakkuudenhallinta- eli CRM-järjestelmää käytetään edistämään asiakaslähdistä ajattelua. Järjestelmään tallennetaan tarvittavia tietoja yrityksen asiakkaita sekä sidosryhmäjäsenistä. Asiakastietojen avulla voidaan ohjata yrityksen markkinointia, myyntiä ja palvelua. Toisin sanoen CRM-järjestelmän tarkoitus on tukea yrityksen strategista asiakasprosessia. (Yritys-Suomi 2012.)

CRM-järjestelmässä asiakkaat voidaan segmentoida eli ryhmitellä eri kohde-ryhmiin. Esimerkiksi yritys- ja yksityisasiakkaat jaetaan omiin ryhmiinsä ja nämä voidaan jakaa vielä edelleen erillisiin kohde-ryhmiin tarpeen ja käyttötarkoituksen mukaan. Esimerkiksi markkinointi- ja myyntiosastot tarvitsevat asiakastietoja eri tarkoitukseen, jolloin asiakkaiden jako ryhmiin auttaa myös näitä osastoja löytämään tarvitsemansa tiedot helposti.

CRM-järjestelmään luodaan erilaisia markkinointiluetteloita asiakkaista ja sidosryhmistä, joiden perusteella voidaan eri ryhmille lähettää postitse tai sähköpostilla koulun tiedotteita ja mainoksia sekä täydennyskoulutuksen tapauksessa esimerkiksi koulutusesitteitä. Vastaavasti asiakkaan tietoihin voidaan kirjata jos hän ei halua saada joitain tiettyjä esitteitä tai ei niitä lainkaan. Asiakkaat eivät

välttämättä halua tietojansa minkä tahansa yrityksen tietojärjestelmiin turvallisuuden vuoksi.

Turun ammattikorkeakoulun täydenniskoulutus tallentaa CRM-järjestelmään asiakkaiden perustiedot toimipaikoista osoitteisiin ja yhdyshenkilöihin. Jokaisen tapaamisen ja yhteydenotot tiedot olisi myös hyvä tallentaa asiakkaan tietoihin, jotta tiedetään mitä ja milloin on asiakkaan kanssa keskusteltu. Näin myös esimerkiksi muiden tulosalueiden täydenniskoulutus- ja palvelupäälliköt näkisivät onko joku toinen jo tarjoamassa jotakin koulutusta asiakkaalle, jotta vältyttäisiin päällekkäisyyksistä.

### 5.3 Myyntikoulutusta täydenniskoulutuksen ja palvelutoiminnan myynnin tueksi

Turun ammattikorkeakoulun täydenniskoulutuksen ja palvelutoiminnan parissa työskentelee paljon ihmisiä, jotka ovat jokapäiväisessä työssään yhteydessä asiakkaisiin ja tekevät samalla myyntityötä. Kuitenkin monella näistä ihmisistä ei ole varsinaista myyntikoulutusta, kuten esimerkiksi opettajilla.

Täydenniskoulutus- ja palvelupäälliköiden haastatteluista selvisi, että täydenniskoulutushenkilökunnalle kaivattaisiin koulutusta myyntityöstä ja markkinoinnista yleisesti. Täydenniskoulutus- ja palvelupäälliköt ovat tottuneita tekemään yhteistyötä yritysten kanssa myydessään koulutuksia, mutta opettajien työnkuvaan ei varsinaisesti kuulu koulutusten myynti. He kuitenkin joutuvat tekemisiin asiakkaiden kanssa koulutusten aikana, ja asiakkaat saattavat opettajan tuntiessaan tiedustella koulutuksista suoraan heiltä. Opettajien myyntiosaaminen auttaisi siis heidänkin yhteistyötään asiakkaiden kanssa.

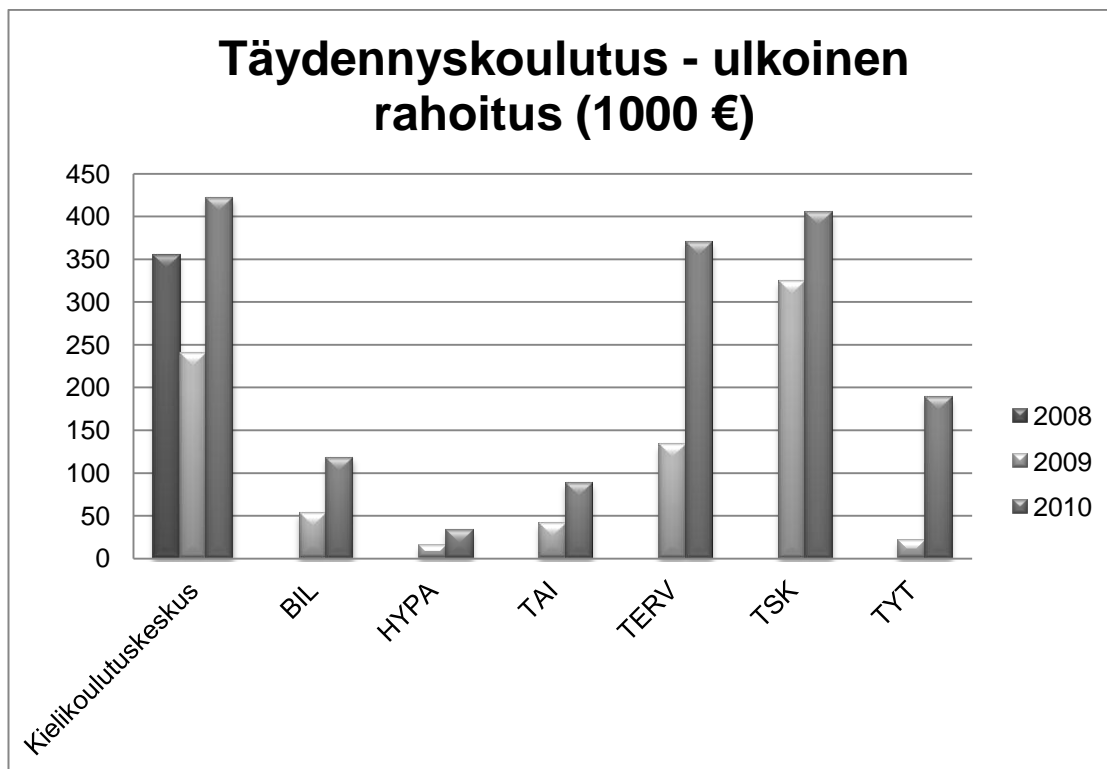
Myyntityö ei ole vain pelkkää varsinaista tuotteen tai palvelun myyntiä vaan siinä tarvitaan myös hyviä vuorovaikutustaitoja. Koulutus- ja palvelupäälliköiden toiveissa onkin saada henkilökunnalleen, eikä vain täydenniskoulutuksen ydinhenkilökunnalle, vaan kaikille halukkaille, koulutusta ja valmennusta markkinoinnista, myyntityöstä ja vuorovaikutustaidoista. Koulutusvienti, tuotteistaminen ja käytös- ja pukeutumisneuvot tulivat myös esille tarvittavien koulutusten kohdalla.

Apua ja ohjeita kaivattaisiin myyntikoulutusten lisäksi myynnin perustoiminnoille, kuten koulutusten, hankkeiden ja projektien hinnoitteluun sekä sopimusten tekemiseen. Näistä voisi kerätä ohjeet kootusti, esimerkiksi Turun ammattikorkeakoulun intranettiin Messiin, josta jokainen hinnoittelun ja sopimusten kanssa kamppaileva löytäisi helposti ohjeita yhdestä ja samasta paikasta.

#### 5.4 Rahoitus

Ammattikorkeakoulujen käyttökustannuksia rahoitetaan Opetus- ja kulttuuriministeriön myöntämällä perusrahoituksella. Myös kunnat osallistuvat kustannuksiin, koska perusrahoitus on osa valtionosuusjärjestelmää. Ammattikorkeakouluja kannustetaan tehokkaaseen ja taloudelliseen toimintaan sekä laadun ja vaikuttavuuden parantamiseen tuloksellisuusrahoituksella. Hankerahoituksella taas tuetaan kansallisen korkeakoulupolitiikan ja ammattikorkeakoulujen tavoitteiden toteutumista. Opetus- ja kulttuuriministeriö voi rahoittaa myös joitakin ammattikorkeakoulujen valtakunnallisia yhteisiä toimintoja ja hankkeita. (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2012e.)

Täydenniskoulutuksen ja palvelutoiminnan ulkoinen rahoitus koostuu Ely -keskuksen, Tekes:n ja Opetus- ja kulttuuriministeriön rahoituksesta sekä ESR - ja EU -hankerahoituksista. Yritysten lyhyt, täsmä- ja rekrykoulutusten myyntitulot kattavat myös suuren osan täydenniskoulutuksen ulkoisesta rahoituksesta. Kuviosta 7 on nähtävissä Turun ammattikorkeakoulun täydenniskoulutuksen ulkoisen rahoituksen määrä tulosalueittain vuodesta 2008 vuoteen 2010. Tiedot ovat peräisin Turun ammattikorkeakoulun virallisista tilastoista.



Kuvio 7. Täydennyskoulutuksen ulkoinen rahoitus tulosalueittain vuosina 2008–2010.

Vuonna 2014 voimaan astuva ammattikorkeakoulu-uudistus tulee muuttamaan ammattikorkeakoulun ja luonnollisesti myös täydennyskoulutuksen ja palvelutoiminnan rahoitusta. Ulkoiselle rahoitukselle on aina tarvetta ja täydennyskoulutus- ja palvelupäälliköillä on ideoita kuinka ulkoisen rahoituksen määrää saataisiin kasvatettua sekä mistä löytäisi uusia rahoituslähteitä. Rahoituksen hankinnassa täytyy kuitenkin myös huomioida tulosalueiden oma toiminta. Jokaisella tulosalueella on alasta ja koulutuksista riippuen hieman eri tulonlähteet, jolloin toiset panostavat enemmän yrityksiltä saataviin tuloihin ja toisilla taas toimintaa rahoitetaan enemmän Ely-keskuksen ynnä muiden rahoituksella.

Täydennyskoulutuksen tulosalueilla tehdään jonkin verran yhteistyötä muiden ammattikorkeakoulujen kanssa, jolloin koulut voivat hakea yhteisrahoitusta koulutuksille tai hankkeille ja projekteille. Monet koulutuspäälliköt mainitsivat koulutusviennin, jonka avulla Turun ammattikorkeakoulun täydennyskoulutus ja palvelutoiminta saisi ulkomaisia yhteistyökumppaneita.

Palvelutoiminnan hankkeilla ja projekteilla on myös suuri osa rahoituksen hankinnassa. Ilman projekteja tulot eivät kattaisi kaikkea täydennyskoulutuksen toimintaa. Käytännön toimista rahoituksen lisäämiseksi esille nousi myös suuriin asiakkaisiin keskittyminen, toiminnan kehittäminen sekä tavoitteiden määrittäminen jokaiselle vuodelle toiminnan varmistamiseksi.

## 6 TÄYDENNYSKOULUTUKSEN TULEVAISUUS

Täydennyskoulutuksen tulevaisuudesta ei ole selvää kuvaa johtuen tulevista muutoksista Turun ammattikorkeakoulussa. Vuonna 2014 voimaan astuva ammattikorkeakoulu-uudistus pyrkii esimerkiksi vahvistamaan ammattikorkeakoulujen edellytyksiä vastata itsenäisemmin ja joustavammin muun muassa työelämän muuttuviin kehittämistarpeisiin sekä uudistamaan rahoitusta tukemaan paremmin koulutuksen tavoitteita (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2012c).

Rahoituslähteiden muuttuessa, yritys yhteistyö ja esimerkiksi koulutusvienti ovat mahdollisia ratkaisuja rahoituksen ylläpitämiseen ja lisäämiseen tulevaisuudessa. Yritys yhteistyö niin sanotusti suoristaisi täydennyskoulutuksen toimintaa, jolloin koulutuskysyntä tulisi suoraan yrityksiltä, kun nykyään suurin osa koulutuksista tuotetaan yhdessä Ely-keskusten ja työvoimatoimistojen kanssa. Varmin tulonlähde on juuri työvoimapolitiittiset koulutukset, jotka työ- ja elinkeinohallinto ostaa koulutuksen järjestäjiltä.

Tekniikka, ympäristö ja talous -tulosalueen täydennyskoulutus- ja palvelupäällikkö keskittäisi T&K - ja palvelutoiminnan sekä täydennyskoulutuksen ”palvelut yrityksille” toiminnan alle. Palvelut pitäisi myös tiiviimmin integroida perusopetukseen.

Turun ammattikorkeakoulun sekä täydennyskoulutuksen toimintaan vaikuttaa myös Turun ammattikorkeakoulun yhtiöittäminen sekä Turun Kupittaalalle suunnitteilla oleva Kampus. Avoimen ammattikorkeakoulun koulutuspalvelupäällikkö miettii Kampuksen vaikutusta täydennyskoulutuksen toimintaan, yhdistyvätkö täydennyskoulutuksen tulosalueet vai lähentääkö se tulosalueita vain fyysisesti, vähentäen esteitä yhteistyölle.

## 7 JOHTOPÄÄTÖKSET

Opinnäytetyön tavoitteena oli tutkia Turun ammattikorkeakoulun täydennyskoulutuksen ja palvelutoiminnan organisoitumisen ja kehittymisen kautta markkinointia ja erityisesti täydennyskoulutuksen myyntiä ja mainontaa. Turun ammattikorkeakoulussa työskentelyni aikana sekä tutkimusta tehdessä, sain hyvän kuvan täydennyskoulutuksen nykytilasta ja myös sen ongelma- ja kehittämiskohteista.

Täydennyskoulutus- ja palvelupäälliköiden haastattelut avasivat eri tulosalueiden toimintaa ja kuinka ne esimerkiksi eroavat toisistaan riippuen siitä millainen tausta koulutus­päälliköllä on täydennyskoulutuksen osalta. Täydennyskoulutuksessa joko alusta tai varhaisesta vaiheesta asti mukana olleiden koulutus­päälliköiden toiminta voi olla hieman samanlaista kuin täydennyskoulutus- ja palvelukeskuksen aikana oli. Toisin kuin niillä päälliköillä, jotka ovat tulleet esimerkiksi yritysmaailmasta ja täysin uutena henkilönä täydennyskoulutuksen pariin, toimintamalli voi olla hyvinkin yritysmaailmallinen ja he hyödyntävät kontaktejaan myös koulutusten myynnissä yrityksille.

Täydennyskoulutus- ja palvelupäälliköiden yhteistyö on hyvää ja on koko ajan kehittymässä, varsinkin kun he tarjoavat koulutuksia yhdessä. Monilta osin yhteistarjonta on kuitenkin vähäistä johtuen tulosalueiden toimiessa eri aloilla, mutta muun muassa tänä vuonna alkanut esimiehille suunnattu EsimiesMajakka-koulutus on hyvä esimerkki yhteisestä koulutustarjonnasta.

Turun ammattikorkeakoulun täydennyskoulutuksessa ja palvelutoiminnassa on myös kehittämistä. Tärkeimpänä kohteena on markkinointiviestintä. Täydennyskoulutus tarvitsisi koulun puolelta tukitoimia sekä rahallista tukea varsinkin täydennyskoulutuksen yhteismainontaan. Tulosalueet hoitavat kyllä omien koulutustensa markkinoinnin, mutta yhteinen näkyvyys on hyvin vähäistä. Toisaalta joillain tulosalueilla vähäinen mainonta voi johtua myös siitä, että heillä ei riitä resurssit koulutusten järjestämiseen, koska opettajilla ei riitä tarpeeksi opetus­tunteja vastaamaan täydennyskoulutuksen kysyntään.



Markkinointiviestinnän kehittämisessä ja suunnittelussa voisi hyödyntää koulun viestinnästä vastaavaa henkilöstöä tai esimerkiksi opiskelijoita, joilla on tuore ja nykyaikainen näkemys mainonnasta ja siitä, mikä herättää varsinkin nuorten mielenkiinnon. Vaihtoehtona on myös käyttää koulun ulkopuolista konsulttia, jolla olisi objektiivinen näkemys täydennyskoulutuksen markkinointiviestinnästä.

Opettajat ja muu täydennyskoulutuksen ja palvelutoiminnan henkilöstö, jotka eivät ole työskennelleet myynnin parissa tai tottuneet olemaan asiakkaiden kanssa vuorovaikutuksessa myynnin osalta, hyötyisivät myyntivalmennuksesta. Opettajat saisivat lisää itsevarmuutta ja luottamusta myydä koulutuksia myös itse.

Turun ammattikorkeakoulun tulevaisuus on jossakin määrin epävarma, johtuen tulevista muutoksista ammattikorkeakoulujen toiminnassa sekä rahoituksessa. Täydennyskoulutuksen toimintaan vaikuttavat etenkin rahoitus ja jonkin verran myös suunnitteilla oleva Kupittaan Kampus. Osan täydennyskoulutus- ja palvelupäälliköiden mielestä kampus ei tule vaikuttamaan täydennyskoulutuksen toimintaan ja toiset taas uskovat, että kampus ainakin lähentää tulosalueita fyysisesti sekä poistaa esteitä yhteistyöltä.

Rahoituslähteiden lisäämiseksi ratkaisuna voisi olla yhteistyö muiden ammattikorkeakoulujen kanssa, koulutusviennin kehittyminen ja lisääntyminen sekä suoran yritysmyyntin lisääminen koulutusten myynnissä.

### Jatkotutkimusaiheita

Turun ammattikorkeakoulun täydennyskoulutuksesta on vuonna 2002 tehty tutkimus koulutuksiin osallistuneille heidän syistään valita juuri Turun ammattikorkeakoulun täydennyskoulutus sekä mitkä seikat vaikuttavat kouluttajan ja koulutuksen valintaan. Samanlainen tutkimus hyödyttäisi täydennyskoulutusta myös tällä hetkellä, kun täydennyskoulutuksen ja palvelutoiminnan, kuten yleisesti koko ammattikorkeakoulunkin toiminta ja rahoitus on muuttumassa. Tutkimus auttaisi myös selvittämään oikeanlaisen markkinoinnin käytönvaikutuksista.

Yrityksille osoitettu tutkimus voisi sisältää kysymyksiä Turun ammattikorkeakoulun täydennyskoulutuksen laadusta sekä haluttavista ja toivotuista koulutusten aiheista sekä koulutusten toteutustavasta. Tärkeä aihe on myös se, mitä yritykset ovat valmiita maksamaan erilaisista koulutuksista, kuten esimerkiksi lyhyistä päiväkoulutuksista, yrityksen tarpeisiin räätälöidyistä koulutuksista sekä seminaareista.

Eräs toinen mahdollinen tutkimusaihe on tässäkin työssä mainitsemani kilpailu eriasteisten koulujen tarjoaman täydennyskoulutuksen sekä kaupallisten koulutusorganisaatioiden tarjoaman koulutuksen välillä. Tutkimuksessa voisi tutkia molempien koulutusten järjestäjien ominaisuuksia sekä millä perusteella yritykset ja organisaatiot valitsevat esimerkiksi ammattikorkeakoulun täydennyskoulutuksen tai kaupallisen myyntikoulutusta tarjoavan yrityksen, kuten Mercuri International tai Trainer's House.

# LÄHTEET

## Kirjallisuus

Eteläpelto, A & Tynjälä, P. 1999. Oppiminen ja asiantuntijuus. Työelämän ja koulutuksen näkökulmia. Juva: WSOY – Kirjapainoyksikkö.

Hirsjärvi, S.; Remes, P & Sajavaara, P. 2005. Tutki ja kirjoita (11. Painos). Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Huhtinen, P. 2001. Neuvottelijan vuorovaikutustaidot. Aaltospaino.

Huhtinen, P. 2002. Näkökulmia neuvotteluihin ja palavereihin. Aaltospaino.

Kopra, P. 2004. Hyvin suunniteltu ja kerralla valmis – Turun ammattikorkeakoulun täydennyskoulutus- ja palvelukeskuksen koulutuksen suunnittelun prosessit. Turun ammattikorkeakoulun raportteja 28.

Korkeamäki, A.; Lindström, P.; Ryhänen, T.; Saukkonen, M. & Selinheimo, R. 2002. Asiakasmarkkinointi. Porvoo: WSOY.

Mäkinen, J.; Olkinuora, E.; Rinne, R. & Suikkanen, A. 2006. Elinkautisesta työstä elinikäiseen oppimiseen. Keuruu: PS-Kustannus.

Nyysölä, K. & Hämäläinen K. 2001. Elinikäinen oppiminen Suomessa. Helsinki: Opetushallitus.

Turun ammattikorkeakoulu 2007a. Turun ammattikorkeakoulun yhteiskuntavastuuraportti 2007.

Turun ammattikorkeakoulu 2010. Turun ammattikorkeakoulun yhteiskuntavastuuraportti 2009. Finepress.

## Muut kirjalliset lähteet

Turun ammattikorkeakoulu 2005. Turun ammattikorkeakoulun täydennyskoulutus- ja palvelukeskuksen strategia 2005–2008.

Turun ammattikorkeakoulu 2007b. Yhteenveto amk:n johtoryhmässä 20.3.2007 alustavasti käsitellyistä Täykkärin toiminnan hajauttamisperiaatteista.

## Lainsäädäntö

Ammattikorkeakoululaki 9.5.2003/351.

## Sähköiset lähteet

Koulutus.fi 2012a. Kuukauden kysymys. Huhtikuu 2012. Viitattu 17.9.2012.  
<http://www.koulutus.fi/sections/polls/QuestionOfWeek.aspx?questionId=340>

Koulutus.fi 2012b. Kuukauden kysymys. Huhti-toukokuu 2011. Viitattu 17.9.2012.  
<http://www.koulutus.fi/sections/polls/QuestionOfWeek.aspx?questionId=232>

Opetus- ja kulttuuriministeriö 2007. Koulutus ja tutkimus vuonna 2007–2012. Kehittämissuunnitelma. Viitattu 8.5.2012.

[http://www.minedu.fi/OPM/Koulutus/koulutuspolitiikka/asiakirjat/kesu\\_2012\\_fi.pdf](http://www.minedu.fi/OPM/Koulutus/koulutuspolitiikka/asiakirjat/kesu_2012_fi.pdf)

Opetus- ja kulttuuriministeriö 2012a. Henkilöstökoulutus ja muu kaupallinen koulutustarjonta. Viitattu 17.9.2012.

[http://www.minedu.fi/OPM/Koulutus/aikuiskoulutus\\_ja\\_vapaa\\_sivistystyoe/aikuiskoulutusjaerjestelmae/henkiloestoekoulutus/?lang=fi](http://www.minedu.fi/OPM/Koulutus/aikuiskoulutus_ja_vapaa_sivistystyoe/aikuiskoulutusjaerjestelmae/henkiloestoekoulutus/?lang=fi)

Opetus- ja kulttuuriministeriö 2012b. Korkeakoulutettujen oppisopimustyyppinen täydennyskoulutus. Viitattu 17.9.2012.

[http://www.minedu.fi/OPM/Koulutus/aikuiskoulutus\\_ja\\_vapaa\\_sivistystyoe/opiskelu\\_ja\\_tutkinnot/korkeakoulutettujen\\_oppisopimustyyppinen\\_taydennyskoulutus/](http://www.minedu.fi/OPM/Koulutus/aikuiskoulutus_ja_vapaa_sivistystyoe/opiskelu_ja_tutkinnot/korkeakoulutettujen_oppisopimustyyppinen_taydennyskoulutus/)

Opetus- ja kulttuuriministeriö 2012c. Työvoimapolitiittinen aikuiskoulutus. Viitattu 17.9.2012.

[http://www.minedu.fi/OPM/Koulutus/aikuiskoulutus\\_ja\\_vapaa\\_sivistystyoe/aikuiskoulutusjaerjestelmae/tyoevoimapolitiittinen\\_koulutus/?lang=fi](http://www.minedu.fi/OPM/Koulutus/aikuiskoulutus_ja_vapaa_sivistystyoe/aikuiskoulutusjaerjestelmae/tyoevoimapolitiittinen_koulutus/?lang=fi)

Opetus- ja kulttuuriministeriö 2012d. Ammattikorkeakouluja uudistetaan. Viitattu 29.10.2012.

[http://www.minedu.fi/OPM/Koulutus/ammattikorkeakoulutus/ammattikorkeakoulu\\_uudistus/index.html](http://www.minedu.fi/OPM/Koulutus/ammattikorkeakoulutus/ammattikorkeakoulu_uudistus/index.html)

Opetus- ja kulttuuriministeriö 2012e. Ammattikorkeakoulujen hallinto, ohjaus ja rahoitus. Viitattu 3.10.2012.

[http://www.minedu.fi/OPM/Koulutus/ammattikorkeakoulutus/hallinto\\_ohjaus\\_ja\\_rahoytus/?lang=fi](http://www.minedu.fi/OPM/Koulutus/ammattikorkeakoulutus/hallinto_ohjaus_ja_rahoytus/?lang=fi)

Rastor 2012. Rastor Oy. Viitattu 17.9.2012. <http://www.rastor.fi/rastor-oy>

Talouselämä 2012. Vain hyvä koulutus lisää kassavirtaa. Viitattu 17.9.2012.

<http://www.talouselama.fi/uutiset/vain+hyva+koulutus+lisaa+kassavirtaa/a2044964>

Tilastokeskus 2012a. Työsuhde ja koulutus ratkaisevia aikuiskoulutukseen osallistumisessa.

Viitattu 3.9.2012. [http://tilastokeskus.fi/artikkelit/2008/art\\_2008-09-15\\_005.html](http://tilastokeskus.fi/artikkelit/2008/art_2008-09-15_005.html)

Turun ammattikorkeakoulu 2012a. Turun ammattikorkeakoulun historia 2010–1992. Viitattu 6.9.2012. [www.turkuamk.fi](http://www.turkuamk.fi) > Esittely > Historia 1992-2010.

(<http://www.turku.fi/public/default.aspx?contentid=18588>)

Turun ammattikorkeakoulu 2012b. Arvot ja strategia. Viitattu 29.10.2012.

<http://turkuamk.fi/public/default.aspx?nodeid=17369&culture=fi-FI&contentlan=1>

Turun ammattikorkeakoulu 2012c. Messi. Täydennyskoulutus. Viitattu 24.9.2012. [messi.turkuamk.fi](http://messi.turkuamk.fi) > Opiskelu > Täydennyskoulutus.

(<https://messi.turkuamk.fi/opiskelu/6/Sivut/etusivu.aspx>)

Turun ammattikorkeakoulu 2012d. Messi. Täydennyskoulutuksen toteutus. Viitattu 17.9.2012.

[messi.turkuamk.fi](http://messi.turkuamk.fi) > Opiskelu > Täydennyskoulutus > Täydennyskoulutuksen toteutus.

(<https://messi.turkuamk.fi/opiskelu/6/6.2/Sivut/etusivu.aspx>)

Turun ammattikorkeakoulu 2012e. Messi. Bioalat ja liiketalous. Palvelutoiminta. Viitattu 29.10.2012.

<https://messi.turkuamk.fi/tulosalueet/1/Sivut/Palvelutoiminta.aspx>

Turun ammattikorkeakoulu 2012f. Hyvinvointipalvelut. Palvelutoiminta. Viitattu 12.11.2012.

<http://www.turkuamk.fi/public/default.aspx?nodeid=8510&culture=fi-FI&contentlan=1>

Turun ammattikorkeakoulu 2012g. Messi. Taideakatemia. Taideakatemian palvelutoiminta. Viitattu 29.10.2012.

<https://messi.turkuamk.fi/tulosalueet/3/Sivut/T%C3%A4ydennyskoulutus.aspx>

Turun ammattikorkeakoulu 2012h. Tekniikka, ympäristö ja talous. Palvelutoiminta. Viitattu 12.11.2012. <http://www.turkuamk.fi/public/default.aspx?nodeid=7738&culture=fi-FI&contentlan=1>

Turun ammattikorkeakoulu 2012i. Messi. Terveysala. Palvelutoiminta. Viitattu 29.10.2012. <https://messi.turkuamk.fi/tulosalueet/5/Sivut/T%C3%A4ydennyskoulutus.aspx>

Turun ammattikorkeakoulu 2012j. Bioalat ja liiketalous. Palvelutoiminta. Viitattu 12.11.2012. <http://www.turkuamk.fi/public/default.aspx?nodeid=7857&culture=fi-FI&contentlan=1>

Turun ammattikorkeakoulu 2012k. Täydennyskoulutus. Seminaarit ja muu koulutus. Viitattu 13.11.2012. <http://www.turkuamk.fi/public/default.aspx?nodeid=17061&culture=fi-FI&contentlan=1>

Yritys-Suomi 2012. Asiakkuudenhallinta. Viitattu 13.11.2012.

[http://www.yrityssuomi.fi/web/guest/aihe?pp=polku\\_Yrityksena\\_toimiminen&ppa=palp\\_Markkinointi&aihe=1000058](http://www.yrityssuomi.fi/web/guest/aihe?pp=polku_Yrityksena_toimiminen&ppa=palp_Markkinointi&aihe=1000058)

## **Liite 1. Täydennyskoulutus- ja palvelupäälliköiden haastattelurunko**

### **Kuinka pitkään olet työskennellyt täydennyskoulutuksen parissa?**

Mitä työsi täydennyskoulutuspäällikkönä pääosin sisältää?

Entä muiden täydennyskoulutuksen henkilökunnan työtehtävät?

### **Miten näet täydennyskoulutuksen toiminnan muuttuneen sen siirtyessä erillisiin tulosalueisiin?**

Mikä oli vanhassa ja on uudessa toimintatavassa paremmin?

Mikä taas huonommin?

Miten nykyistä toimintaa voisi parantaa?

Uusille täydennyskoulutuspäälliköille:

### **Täydennyskoulutuksen nykyinen toiminta?**

Mikä on hyvää?

Mikä taas ei toimi?

Mitä toiminnassa voisi parantaa?

### **Miten mielestäsi täydennyskoulutuksen tulosalueiden yhteistyö toimii?**

Mikä toimii hyvin tulosalueiden välillä?

Onko joillain osa-alueilla ongelmia?

Miten toimintaa voisi mielestäsi parantaa, jos siihen on tarvetta?

Esiintyykö tulosalueiden kesken ja ammattikorkeakoulun sisällä kilpailua esimerkiksi koulutusten tarjonnasta, asiakkaista ja/tai hinnoittelusta?

### **Miten tulosalueesi myynti on järjestetty?**

Mitä keinoja käytätte täydennyskoulutuksen myyntiin?

Toimiiko tulosalueiden yhteistyö myynnin osalta?

Tuleeko yritysten puolelta kysyntää koulutuksista?

Miten koulutustarjontaa ja sen tarvetta kartoitetaan?

Järjestättekö/tarjoatteko useamman tulosalueen koulutusten yhdistelmiä?

Järjestetäänkö koulutuspäälliköille ja muulle täydennyskoulutushenkilökunnalle myynninkoulutusta?

Minkälaista myynninkoulutusta kaipaisit täydennyskoulutuksen myynnin tueksi? Vai onko sellaiselle ollenkaan tarvetta?

### **Mikä on näkemyksesi täydennyskoulutuksen rahoituksen hankintaan?**

Mikä on sinun ja tulosalueen muun täydennyskoulutushenkilökunnan tehtävä rahoituksen suhteen?

Mistä mielestäsi löytäisi hyviä uusia rahoituslähteitä? Tai onko itselläsi ideoita uusista rahoituslähteistä?

### **Miten CRM -järjestelmän käyttö vaikuttaa täydennyskoulutuksen toimintaan?**

Miten CRM näkyy teidän tulosalueen täydennyskoulutuksen toiminnassa?

### **Miten näet täydennyskoulutuksen tulevaisuuden?**

Mihin täydennyskoulutus on suuntaamassa ammattikorkeakoulun ja Turun kaupungin sisällä?

Entä täydennyskoulutuksen tulevaisuus yleisellä tasolla?

## **Liite 2. Turun ammattikorkeakoulun palvelutoiminta**

### **Bioalat ja liikenne**

#### Osuuskunta Tradetalo

- Tradetalo tarjoaa apua markkinoinnin suunnitteluun ja kehittämiseen sekä lisäoppia projektinhallintaan.

#### Bioalan laboratorioden laitekanta ja resurssit

- Luettelo bioalojen laitekannasta ja resursseista

#### Tutkimuspaja

- Tarjoamme asiakastyytyväisyys -tutkimuksia, markkinakartoituksia ja kirjanpitoja.

#### Tilitoimisto

- Kirjanpitoon ja taloushallintoon liittyviä palveluja: tilikauden kirjanpito, tilinpäätös, palkanlaskenta ja viranomaisilmoitukset (ALV ja ennakonpidätys).

#### Opinnäytetyöt osana palvelua

- Tarjoamme yrityksille, tutkimuslaitoksille ja muille yhteisöille pienimuotoisia hankkeita.

#### Kansalaisen mikrotuki

- Tarjoamme maksutonta apua, neuvontaa ja koulutusta tietokoneasioissa turkulaisille tietokoneen käyttäjille

#### Elintarvikelaboratorion palvelut

- Laboratoriossamme on laitteisto, jolla voidaan lämpökäsitellä nestemäisiä elintarvikkeita ja pakata ne aseptisesti.



## Biotekniikan laboratorion palvelut

- Biotekniikan laboratoriopalveluihin kuuluvat mm. soluviljely ja fermentointi, jälkikäsittely ja proteiinintuotantolaboratorio.

## Hyvinvointipalvelut

### Osuuskunnat

Team Estenom                      Kauneudenhoitoalan kehittämiseen keskittynyt osuuskunta

### Muut palvelutoiminnot

Kunnonkoti                              Esteettömän asumisen malliympäristö, jossa voi tutustua Kunnonkodin tarjoamiin palveluihin ja tuotteisiin sekä perehtyä siihen, miten ihmisen arjesta tehdään toimiva ja turvallinen

Monkey                                      Monialaisia hyvinvointipalveluja

Tukialus                                      Sosiaalialan asiakaspalveluja, kehittämishankkeita ja selvitystyötä

Työnohjauspalvelut                      Asiantuntija- ja konsultaatiopalveluja erityisesti hyvinvointialoilla toimivien työntekijöiden, esimiesten ja organisaatioiden käyttöön

## Taideakatemia

Taideakatemiasta löydät tilaisuutesi esiintyjän tai muusikon, juontajan, tanssijan tai nukkenäyttelijän. Taideakatemian tilat ja teatteri- sekä muu tekniikka ovat vuokrattavissa.

Taidetta työelämään -työpajat toimivat niin työnohjauksessa kuin esimiesvalmennuksessa. Erilaiset taidetyöpajat sekä mahdollisuus harrastaa taiteita ohjautusti kuuluvat Taideakatemian palvelutuotteisiin.

Kuvataiteen ja valokuvan opiskelijat tekevät tilaustöitä asiakkaan toiveen mukaan. Elokuvan ja television koulutusohjelman opiskelijoiden työnä syntyvät yri-tyksesittelyt, opetusvideot ja -animaatiot, mainokset ja dokumenttielokuvat.

Mainostoimisto Gurussa suunnittelijoina toimivat opiskelijat - tulevaisuuden mainonnan tekijät. Tarjoamme myös journalistista tutkimustoimintaa.

### **Tekniikka, ympäristö ja talous**

Monialaiset palvelut tekniikan, ympäristön, talouden ja muotoilun alalta tarjoavat yrityksille, yhteisöille ja yksityishenkilöille erinomaisia mahdollisuuksia hyödyn- tää ammattikorkeakoulun osaamista ja nykyaikaista teknologiaa.

Alla tarkemmat kuvaukset palveluista

- Ajoneuvokatsastus
- Autoteknilliset mittaukset
- Kartoitus- ja mittauspalvelut
- Konetekniikan palvelut
- MIPS-laskenta
- Moottorimittaukset, pako- ja savukaasuanalyysit, lämmönsiirtoanalyysit
- Pikamallinnus
- Rakennustekniset mittaukset
- Siltojen laadunvarmistuskokeet
- Tuotekehityspalvelut
- Veneiden mallikokeet
- Vesien tilan seuranta
- Vesistökuunnostukset

### **Terveysala**

Opiskelijoiden työtoiminta:

Opiskelijoiden työtoiminta on osa tutkintoihin sisältyvää harjoittelua. Palveluja tuotetaan opiskelijatyönä opettajien ohjauksessa.

Palveluliiketoiminta:

T&K-hankkeissa kehitetään erilaisia palvelutuotteita myytäväksi. Uusia tuotteita syntyy myös eri toimintojen (T&K, palvelutoiminta, tutkintoon johtava koulutus, täydennyskoulutus) rajapinnoilla. Hyvänä esimerkkinä T&K-toiminnan kautta syntyneestä palvelutuotteesta on lääkehoito-osaamisen kehittämis- ja täydennyskoulutustoiminta terveysalan organisaatioissa. Henkilöstön erityisosaamisen kautta kehitetään erilaisia täydennyskoulutustuotteita vastaamaan alueen työelämän osaamistarpeeseen. Opettajien vahvan ohjausosaamisen kautta on syntynyt mm. Taitava ohjaaja -koulutus, jossa kehitetään työelämässä opiskelijoita ohjaavien hoitajien pedagogisia valmiuksia.

### **Tietoliikenne ja sähköinen kauppa**

Tarjoamme räätälöityjä palveluita, konsultaatioita ja testauksia sekä muotoilua, graafista suunnittelua, insinööriosaamista sekä projektiosaamista.

Asiakaspalvelumme:

- Education Support Centre Finland - ESCfi
- EMC-palvelut
- ICT Portti
- Kansainvälistämispalvelut
- Kuvaus- ja taltiointipalvelu
- Markkinointivideot
- Pelilaboratoriopalvelu
- Tietoturvakoulutus ja -palvelut