

Turun kauppakorkeakoulu, Pori

Yritysyhteistyö markkinoinnin opintojaksoilla

Lukuvuosi 2025-2026

Projektikurssi

Vastuuopettaja: Joackim Ramström, p. 0400 81 52 80, jharam@utu.fi

Ajankohta: syyskuu – marraskuu 2025 / tammikuu – huhtikuu 2026

Yhteistyömahdollisuudet:

Kurssille osallistuvat opiskelijat ovat markkinoinnin maisteriopiskelijoita. Kurssilla tehdään projektityö 3–4 hengen tiimeissä. Ideana on, että jokaiselle tiimille löytyisi oma yhteistyöyritys, joka antaa aiheen projektia varten. Toimeksiannot ovat liittyneet esimerkiksi brändin kirkastamiseen, viestinnän suunnitteluun, asiakashankintaan, tuotteen tai palvelun lanseeraukseen jne. Aihe voi olla mikä tahansa markkinointiin (markkinointiin ja asiakkaisiin liittyvät päätökset; tuote- ja palvelupäätökset; brändipäätökset; hinnoittelupäätökset; saatavuuspäätökset; markkinointiviestinnän päätökset; myynnin organisoinnin päätökset) liittyvä liiketoiminnan haaste, jota organisaatio parhaillaan pohtii.

Opiskelijat suunnittelevat, ideoivat ja toteuttavat hankkeen syys- tai kevätlukukauden aikana. Ideana on, että opiskelijat pääsisivät harjoittelemaan projektityöskentelyn kaikkia vaiheita, eli tähän liittyisi myös suunnitelman toteutus jollain tasolla.

Markkinoinnin perusteiden harjoitukset

Vastuuopettaja: Helena Rusanen, p. 050 473 8696, helena.rusanen@utu.fi

Ajankohta: vkot 44–49 (27.10.–7.12.2025)

Yhteistyömahdollisuudet:

Opintojaksolle osallistuvat kaikki ensimmäisen vuosikurssin kauppatieteiden opiskelijat eli noin 60 opiskelijaa. Harjoitukset perustuvat organisaatioille pienissä tiimeissä tehtäviin harjoitustöihin. Opintojaksolla lähestytään markkinointia ottaen huomioon organisaation tarjoamat tuotteet ja palvelut, brändi, hinnoittelu, saatavuuspäätökset sekä myynti ja markkinointiviestintä erityisesti operatiivisella tasolla.

Yrityksiä ja organisaatioita otetaan mukaan useampia. Tarkoituksena on ratkaista toimeksiantajan markkinoinnin haaste laatimalla *markkinointisuunnitelma*

organisaation tarpeiden mukaisesti. Opiskelijat esittävät suunnitelmansa suullisesti ja laativat siitä kirjallisen raportin.

Digimarkkinointi

Vastuuopettaja: Helena Rusanen, p. 050 473 8696, helena.rusanen@utu.fi

Ajankohta: vko 42 (13.–19.10.2025), harjoitustyöt valmistuvat marraskuussa

Yhteistyömahdollisuudet:

Opintojaksolla käydään läpi sosiaalisen median työkalujen ja analytiikan hyödyntäminen markkinointiviestinnässä. Opintojakso on tarkoitettu markkinoinnin, kansainvälisen liiketoiminnan ja tietojärjestelmätieteen opiskelijoille. Opintojaksolle otetaan vastaan tehtävänantoja sosiaalisen median kampanjasuunnitelmaa kaipaavilta organisaatioilta.

Opiskelijat laativat ehdotuksen *sosiaalisen median kampanjasta* yrityksen tai organisaation tarpeiden mukaisesti. Lopputuotoksena on kuvaus ja yksityiskohtainen suunnitelma sosiaalisen median kampanjan sisällöstä.

Marketing management (Markkinoinnin johtaminen)

Vastuuopettaja: Joachim Ramström, p. 0400 815 280, jharam@utu.fi

Ajankohta: vkot 44–49 (27.10.–7.12.2025)

Yhteistyömahdollisuudet:

Kurssille osallistuvat opiskelijat ovat kandidaatintutkintonsa loppuvaiheessa eli 3. vuosikurssin opiskelijoita ja vaihto-opiskelijoita. Kurssilla tehdään projektityö neljän hengen tiimeissä. Ideana on, että jokaisella tiimille löytyisi oma yhteistyöyritys, joka antaa toimeksiannon projektia varten. Toimeksiannot liittyvät strategiseen ja operatiiviseen markkinointiin ja sen suunnitteluun. Projektina sopivat erityisin hyvin uuden tuotteen tai palvelun tuominen markkinoille ja markkinoinnin suunnittelu. Opiskelijatiimit pystyvät myös suunnittelemaan, miten valittu olemassa oleva tuote tai palvelu voidaan paremmin markkinoida valitulle kohderyhmälle, pohtien esim. segmentointia, kohdentamista, arvontuotantoa ja brändiä.

Projektissa opiskelijatiimit luovat pidemmän tähtäimen *strategisen markkinoinnin suunnitelman* ja myös *operatiivisen tason markkinoinnin vuosikellon*. Projektin lopputuotoksena syntyy markkinointisuunnitelma valitulle tuotteelle tai palvelulle.

Pro gradu -tutkielma (30 op)

Vastuuopettaja: Helena Rusanen, p. 050 473 8696, helena.rusanen@utu.fi

Uusi ryhmä aloittaa syyskuun 2025 ja tammikuun 2026 alussa. Toimeksiantajan kannattaa olla yhteydessä vastuuopettajaan hyvissä ajoin ennen aloitusaikaa. Seminaariin osallistuvat opiskelijat tiedetään jo useampi kuukausi etukäteen.

Osaamistavoitteet:

Opintojakson suoritettuaan opiskelija osaa määrittää markkinoinnin tieteenalaan kytkeytyvän tutkimusongelman, valita ja soveltaa tieteellistä kirjallisuutta tutkimusongelmaan sekä valita tutkimuskysymykseen sopivan tutkimusstrategian ja -menetelmän tutkimusongelman ratkaisemiseksi. Opiskelija osaa perustella tekemänsä valinnat sekä esittää tutkimuksen tuloksista teoreettisia ja käytännön johtopäätöksiä osana tutkimusraporttia. Pro gradu -tutkielma kirjoitetaan suomeksi tai englanniksi, ja sen pituus on 70–100 sivua.

Yhteistyömahdollisuudet:

Pro gradu -tutkielman voi tehdä organisaatiota kiinnostavasta aiheesta, kuitenkin niin että itse julkinen gradu täyttää tieteellisen tutkielman vaatimukset. Opiskelijan kanssa voi sopia, että hän toimittaa organisaatiolle sen tarpeita vastaavan erillisen raportin. Organisaatiolta vaaditaan alkutyöskentelyssä keskustelua tutkimustarpeesta ja -tavoitteista, jotka opiskelija ohjaajan kanssa sovittaa opinnäytetyön vaatimuksiin. Opiskelijalle tulee antaa pääsy tarvittavaan aineistoon sekä henkilöstöön (esim. haastatteluja varten) ja tuki esim. aineiston keräämiseen tutkittavilta asiakkailta tai yhteistyökumppaneilta.

Pro gradu -työskentely kestää pääsääntöisesti syyskuusta kesäkuuhun tai tammikuusta joulukuuhun. Työskentelyssä sovelletaan Turun kauppakorkeakoulun erillisiä ohjeita toimeksiantoihin. Viime vuosina toimeksiantona graduja on tehty mm. B2B-vaikuttajamarkkinoinnin aloittamisesta yrityksessä; vastuullisen brändi-identiteetin luomisesta yritykselle; asiakkaiden osallisuuden edistämisestä palvelumuotoilun prosessissa ja sisäisestä viestinnästä asiantuntijaorganisaation vastuullisuusajattelun kehittämisessä.

Asiakas- ja liikesuhteiden johtaminen

Vastuuopettaja: Helena Rusanen, p. 050 473 8696, helena.rusanen@utu.fi

Ajankohta: viikot 3–8 (12.1.–22.2.2026)

Yhteistyömahdollisuudet:

Opintojakso on suunnattu 2.–3. vuoden kauppatieteiden opiskelijoille. Opintojaksolla käsitellään kuluttaja- ja yritysasiakkuuksia, toimittajasuhteita sekä kumppanuuksia niin organisaatiotasolla, toimitusketjuissa kuin organisaatioiden välisissä verkostoissa sekä tutustutaan CRM-järjestelmään asiakkuudenhallinnassa.

Opintojaksolle sopii asiakas-, toimittaja- ja alihankkijasuhteiden johtamiseen liittyvä tehtävä, johon sisältyy haastattelu(ja) yrityksessä. Opiskelijat esittävät haastatteluiden avulla kerätyt tulokset suullisesti ja laativat raportin, jossa he kuvaavat yrityksen asiakas- ja/tai liikesuhteiden nykytilaa ja laativat toimenpidesuosituksia yrityksen asiakas- ja liikesuhteiden johtamiseen.

Integroiva projektikurssi

Vastuuopettaja: Joachim Ramström, p. 0400 815 280, jharam@utu.fi

Ajankohta: vkot 3–8 (12.1.–22.2.2026), harjoitustyöt valmistuvat huhtikuun lopulla

Yhteistyömahdollisuudet:

Kurssille osallistuvat opiskelijat ovat kandidaatintutkintonsa loppuvaiheessa eli 3. vuosikurssin opiskelijoita markkinoinnin, johtamisen ja organisoinnin sekä laskentatoimen pääaineista. Kurssilla tehdään projektityö neljän hengen tiimeissä. Ideana on, että jokaiselle tiimille löytyisi oma yhteistyöyritys, joka antaa toimeksiannon projektia varten.

Projektityön aihe:

Aihe voi olla mikä tahansa laskentatoimeen, markkinointiin tai johtamiseen ja organisointiin (ml. henkilöstöhallinto) liittyvä liiketoiminnan haaste, jota yritys parhaillaan pohtii. Tiimissä on opiskelijoita yleensä kustakin pääaineesta, ja tiimi pohtii kehittämishanketta kaikkien kolmen oppiaineen näkökulmasta. Tiimi hyödyntää siten osaamistaan kaikissa kolmessa oppiaineessa ja näkee kehittämishankkeen laajemmin kuin vain tiimin jäsenten oman pääaineen näkökulmasta.

Tarkoituksena kurssilla on, että opiskelijat suunnittelevat, ideoivat ja toteuttavat hankkeen kevätlukukauden aikana. Projektit alkavat tammikuussa ja työt valmistuvat huhtikuun lopulla. Ajatuksena on, että opiskelijat pääsisivät harjoittelemaan projektityöskentelyn kaikkia vaiheita, eli tähän liittyisi myös suunnitelman toteutus jollain tasolla.

Strategic Brand Management (6 ECTS)

Vastuupettaja: Ulla Hakala, ulla.hakala@utu.fi, puh 050 3079 250

Ajankohta: 23.2.–27.2.2026

Osaamistavoitteet:

Kurssin suorittaminen antaa opiskelijalle valmiudet analysoida, suunnitella, luoda, kehittää ja ylläpitää brändejä brändiarvon lisäämiseksi B2C-, palvelu- ja B2B-markkinoilla.

Sisältö:

Intensiiviviikon aikana korostuu aiemman tutkimuksen ja käytännön esimerkkien kautta bränditeorian ja brändijohtamisen välisen kuilun kaventaminen käytännössä. Kurssi tarjoaa tuoreen, monialaisen lähestymistavan brändin hallintaan.

Toteutus:

Tämä kuuden opintopisteen syventävä opintojakso vastaa noin 160 tuntia opiskelijan työpanosta, joka koostuu seuraavista osa-alueista:

1. 24 h luentoja
2. Ryhmätyö, sen esittelyyn valmistautuminen ja esittäminen 20 h
3. Yksilötyö (analyysi ja kirjoitus) 115 h

Yhteistyömahdollisuus:

Kurssille osallistuvat opiskelijat (50) ovat maisteritason opiskelijoita. Mukana on myös vaihto-opiskelijoita, ja siksi kurssi luennoidaan englanniksi. Kurssilla tehdään brändien johtamiseen liittyvä ryhmätyö 3–4 hengen tiimeissä. Toimeksianto voi olla kaikille tiimeille sama tai eriytetty tiimikohtaisesti. Onnistunut esimerkki aihejaosta on kevään 2023 Hartwall-caset, joissa puolet opiskelijoista/tiimeistä keskittyi Cult-energiajuoman lanseeraamiseen ja puolet Ed-energiajuomabrändin kirkastamiseen.

Markkinalähtöinen kilpailuetu

Vastuupettaja: Joachim Ramström, p. 0400 815 280, jharam@utu.fi

Ajankohta: vkot 12–18 (16.3.–3.5.2026)

Yhteistyömahdollisuudet:

Kurssi on kaikille 1. vuosikurssin kandidaatintutkinnon opiskelijoille yhteinen markkinoinnin opintojakso. Kurssilla tehdään projektityö neljän hengen tiimeissä. Ideana on, että jokaisella tiimillä löytyisi oma yhteistyöyritys, joka antaa harjoitustyön aiheen projektia varten.

Harjoitustyöt liittyvät *kestävään kilpailuedun luomiseen* yrityksessä. Opiskelijat miettivät tiimeissä, miten voidaan edistää PK-yrityksen kilpailuetua. Projektin lopputuotoksena syntyy suunnitelma siitä, miten yritys pystyisi luomaan tai lisäämään kilpailuetuansa.

Markkinointi & Teknologia

Vastuuopettaja: N.N.

Ajankohta: vkot 12–18 (16.3.–3.5.2026)

Osaamistavoitteet:

Opintojakso on suunnattu markkinoinnin maisteriopiskelijoille. Kurssin suoritettuaan opiskelijoilla on kokonaisnäkemys eri teknologisista ratkaisuista, joita markkinointi voi hyödyntää. He kykenevät arvioimaan niitä vaihtoehtoja, joita uuden teknologian eri sovellukset organisaatioille mahdollistavat (sekä strateginen että taktinen taso), sekä osaavat arvioida tietyn teknologian hyödyntämisen antamaa arvoa tietyssä kontekstissa nyt ja tulevaisuudessa.

Sisältö:

Opintojaksolla käsitellään nykyisiä ja potentiaalisia teknologisia sovelluksia, joita voidaan käyttää markkinoinnissa (esim. pelillistäminen, data-analytiikka, big data, AI, lohkoketjut) – niiden sovelluskohteita, haasteita ja mahdollisuuksia – sekä arvioidaan sovellusten hyötyä tietyssä kontekstissa.

Yhteistyömahdollisuus:

Kurssin päättötyönä opiskelijapari tai 3 hengen tiimi suunnittelee, dokumentoi ja esittää organisaatiolle sen tarpeisiin sopivan markkinointiteknologian hyödyntämissuunnitelman. Esitys tapahtuu seminaarissa (toteutus joko lähi- tai etäseminaarina).

Organisaatiolta odotetaan 1–2 tapaamista opiskelijaparin/-trion kanssa, jossa opiskelijat tutustuvat organisaation toimintaan ja kartoittavat organisaation tarpeet ja toiveet (mitä teknologian käyttöön otolla tavoitellaan, mitä markkinoinnin tai liiketoiminnan kehittämisen ongelmaa teknologian tulisi ratkaista, millaiset resurssit on käytettävissä, millaiset olemassa olevat ratkaisut tai data ovat käytettävissä jne.) sekä osallistumista kurssin seminaariin ja ratkaisuehdotusten ensimmäisen version kommentointia sen yhteydessä ja palautetta lopullisesta versiosta (lyhyt arviointilomake lähetetään raportin mukana).

Opiskelijoiden ja toimeksiantojen määrä:

Opiskelijoita kurssilla on noin 15–20, yritystoimeksiantoja useampia.