

Vihreän yrittäjyyden koulutusohjelma

Moduuli: Tietoisuuden lisääminen vihreästä liiketoiminnasta Tuntisuunnitelma

Osa 3: Miten tiedät, että se toimii?

Päiväys:		Aika:	Päiväys:
Paikka:		Ohjaaja:	Paikka:
Otsikko:			Otsikko:

Tavoite:	Osan yleisenä tavoitteena on kehittää ymmärrystä vihreän liiketoiminnan markkinointitoimien tarkastelusta. Tässä osassa: (1) kehität hahmotelman strategiasta tarkastellaksesi markkinointitoimiasi, (2) tarkastelet liiketoiminnan tuotteiden/palveluiden positiointia ja differointia ja (3) kehität mittareita, joita voidaan käyttää markkinointitoimien tarkasteluun
Oppimistulokset:	LO1: Osaat kehittää strategian, jonka avulla voidaan tarkastella vihreän liiketoiminnan markkinointitoimia LO2: Osaat kehittää mittareita, joita voidaan käyttää vihreän liiketoiminnan markkinointitoimien tarkastelussa LO3: Ymmärrät vihreän liiketoiminnan markkinointitoimien tarkastelun merkityksen

Aika	Oppimistulos	Sisältö	Diat	Oppimis- ja arviointitehtävät
09.30-09.45	-	Sisältö <ul style="list-style-type: none"> • Osan sisällön esittely ja keskustelua odotuksista • Jäänmurtajarahjoituksen avulla pohtikaa vihreän liiketoiminnan markkinoinnin tarkastelustrategian merkitystä 		Johdanto Jäänmurtaaja – Millaista hyötyä on siitä, että ymmärtää mikä toimii ja mikä ei toimi vihreän liiketoiminnan markkinoinnissa (kolme asiaa kolme asiaa)
09.45-10.00	LO1	Kotitehtävän tarkastelua <ul style="list-style-type: none"> • Tarkastelkaa kotitehtävien lopputuloksia • Korosta keskeisiä asioita joita ”tulee tietää” suunnitteluprosessin aikana • Määrittele erot formaalien ja informaalien käytäntöjen ja prosessien välillä 		Tee miellekartta fläppitaululle ryhmäkeskustelun keskeisistä tuloksista
10.00-10.30	LO1	Strategian kehittäminen <ul style="list-style-type: none"> • Esittele markkinointistrategian kehittämisen merkitys • Esittele tuotedifferointi, tuotteen positiointi ja arvolupaus 		Harjoitus 1 ⇒ Osallistujat kehittävät otsikot oman yrityksensä markkinointistrategialle Jokainen osallistuja esittelee yhteenvedon siitä muille
10.30-10.50	LO2	Oman strategiasi kehittäminen <ul style="list-style-type: none"> • Korosta SMART -tavoitteiden laatimisen 		

		<p>tärkeyttä</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tarkastelkaa mittareita, joita voidaan käyttää sekä tavoitteiden ja mittareiden suhdetta • Tutkikaa tapoja, joissa menestymisen mittareita voidaan upottaa markkinointitoimiin. 		
10.50-11.00		Kahvitauko		
11.00-11.30	L02	<p>Oman strategiasi kehittäminen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pohtikaa aikatauluja ja ihmisten vastuita markkinointitoimien tehokkuuden tarkastelussa • Tarkastelkaa menetelmiä, joita voidaan käyttää markkinointitoimien tehokkuuden arviointiin, kvantitatiivisesti (esim Google Analytics) ja kvalitatiivisesti (esim kohderyhmät) 		Harjoitus 2 ⇒ Kotlerin esittämien mittareiden pohjalta osallistujat kartoittavat millaisia mittareita, indikaattoreita he voivat käyttää ja miten niitä mitataan
11.30-12.20	L02 and L03	<p>Tapausesimerkki</p> <ul style="list-style-type: none"> • Esittele tapausesimerkki • Tapausesimerkissä tulisi: kuinka markkinointitoimien tehokkuutta tarkastellaan, mikä toimii ja mikä ei, mahdollisuudet ja haasteet markkinointitoimien tehokkuuden tarkastelussa • Tee kysymyksiä tapausesimerkkiin liittyen koko ryhmälle tai ryhmätehtävä 		<p>Kysymyksiä ryhmälle ⇒ tee miellekartta fläppitaululle vastauksista</p> <p>Jos ryhmätehtävä ⇒ hahmotellaan tapausesimerkin kokemusten perusteella toimintaa. Ohjaa palautekeskustelua</p>
12.20-12.30		Yhteenveto		

		Tee yhteenveto osan keskeisistä asioista		
--	--	--	--	--