

23E43000/TU-91.V2 Strategisen markkinoinnin tutkimuskurssi

6 op, kevät 2010

1 Tavoitteet

Opintojakson tavoitteena on antaa opiskelijoille teoriapohjan ja käytännön kokemuksen kautta valmiudet strategisen markkinoinnin tieteelliseen tutkimukseen. Tarkoituksena on, että kurssin jälkeen opiskelijoilla on valmiudet

- suorittaa itsenäisesti objektiivisia, tieteellisiä tutkimuksia,
- tunnistaa keskeisimmät tutkimusongelmatyypit strategisessa markkinoinnissa,
- tulkita ja arvioida kriittisesti aikaisempia tutkimuksia ja tutkimustuloksia,
- valita sopiva tutkimusmenetelmä ja käyttää sitä,
- esittää ammattimaisesti tutkimustuloksia ja toimenpide-ehdotuksia sekä
- siirtyä suoraan pro gradun ja/tai tieteellisten jatko-opintojen pariin.

Osallistujien oletetaan hallitsevan perustiedot tieteellisestä tutkimuksesta ja markkinoinnista.

2 Opetushenkilökunta ja tiedottaminen

Kurssin opetuksesta ja harjoitustöiden ohjauksesta vastaavat StratMark-hankkeen tutkijat. Kurssin vastaavana opettajana HSE:lla ovat tutkija Matti Jaakkola, tutkija Antti Vassinen ja lehtori Erik Pöntiskoski. Vastaanottoajoista sovitaan sähköpostitse. Kurssin tulosten rekisteröintiin yms. liittyvissä käytännön asioissa kysymyksiin vastaa ensisijaisesti Matti Jaakkola.

Viimeisin opintojaksoa koskeva tieto löytyy aina kurssin kotisivulta, <http://www.stratmark.fi/opetus/>.

Kysymykset ja tiedustelut kurssiin liittyen pyydetään lähettämään sähköpostiosoitteeseen opetus@stratmark.fi eikä henkilökohtaisiin sähköpostiosoitteisiin.

Tämän järjestelyn avulla voimme varmistaa, että jokaiseen opiskelijoiden kysymykseen tai kommenttiin vastataan asianmukaisesti ja ripeästi.

Tärkeimmät ilmoitukset lähetetään myös sähköpostitse suoraan kurssin osallistujille.

3 Opintojakson rakenne ja aikataulu

Opintojakson voidaan ajatella etenevän kolmessa vaiheessa.

Ensimmäinen vaihe pitää sisällään strategisen markkinoinnin pohjatietojen omaksumisen teorialuentojen ja itseopiskelun muodossa, työryhmien muodostamisen, sekä tutkimusaiheen rajaamisen. Koska teorialuennot jatkuvat helmikuun lopulle saakka, on tämä vaihe osittain päällekkäinen muiden vaiheiden kanssa.

Opintojakson toinen vaihe alkaa heti tutkimuksen aihepiirin selvittyä. Tällöin opiskelijat alkavat työstää tutkimussuunnitelmaa. Tämän vaiheen aikana ryhmät osallistuvat ryhmäkohtaisiin ohjaustilaisuuksiin sekä palauttavat valmiin tutkimussuunnitelman, jota ryhmälle nimitettävä ohjaaja

kommentoi ja johon hän antaa tarvittaessa parannusehdotuksia. Tutkimussuunnitelma esitetään muille opiskelijoille ja esitystä opponoi erikseen määrätty toinen ryhmä.

Kolmas vaihe pitää sisällään itse tutkimustyön suorittamisen, tutkimuspaperin kirjoittamisen ja tutkimuspaperin täydentämisen saadun palautteen pohjalta lopulliseksi versioksi. Tämä on opintojakson työläin vaihe.

Opintojaksolla ei ole tenttiä.

Ellei toisin ilmoiteta, luennot pidetään tiistaisin klo 16–20 HSE:n päärakennuksessa, luokassa P/C-350. Jokainen sessio alkaa n. 2 h luento- ja keskusteluosuudella, minkä yhteydessä käydään läpi verkkosivuilla osoitettu pakollinen esilukeminen (1–3 tieteellistä artikkelia).

Luento-osuuden jälkeen on mahdollista jäädä työskentelemään harjoitustöiden parissa samaan tilaan. Kurssihenkilökuntaa on paikalla ohjaamassa ryhmiä ja vastaamassa kysymyksiin.

Ti 12.1.2010	Sessio 1 Aloitusluento: johdanto, jakaantuminen ryhmiin (Matti Jaakkola & Antti Vassinen)
Ti 19.1.2010	Sessio 2 Strategisen markkinoinnin vaikuttavuus ja mitattavuus; Markkinoinnin tila 2008/2010 -tutkimus (Matti Jaakkola & Johanna Frösén) <i>Reaktiopaperi 1, palautus luentoon mennessä (opetus@stratmark.fi).</i>
To 21.1.2010	Sessio 3 StratMark-profiiliseminaari (pakollinen osasuoritus, läsnäololista seminaari-infossa)
Ti 26.1.2009	Sessio 4 Tutkimussuunnitelmien esittely ja opponointi (ryhmät)
Ke 27.1.2009	Tutkimussuunnitelman palautuksen takaraja klo 23.59.
To 28.1.2009–	Ohjaustilaisuudet ryhmittäin Aikataulusta sovitaan suoraan ryhmälle nimetyn ohjaajan kanssa.
Ti 2.2.2010	Sessio 5 Strateginen konsistenssi yrityksen kilpailutekijänä; artikkelin julkaisuprosessi huippu-journalissa (Henrikki Tikkanen) Marketing Spirit (Erik Pöntiskoski) <i>Reaktiopaperit 2 & 3, palautus luentoon mennessä (opetus@stratmark.fi).</i>
Ti 9.2.2010	Sessio 6 <i>Aihe ilmoitetaan myöhemmin</i> (Jari Salo) Videografia markkinoinnin tutkimuksessa (Joel Hietanen) <i>Reaktiopaperit 4 & 5, palautus luentoon mennessä (opetus@stratmark.fi).</i>
Ti 16.2.2010	Sessio 7 Teoria versus käytäntö strategisessa markkinoinnissa (Kristian Möller) Markkinoinnin tutkimus yrityksessä: Case Valio (Joonas Rokka) <i>Reaktiopaperit 6 & 7, palautus luentoon mennessä (opetus@stratmark.fi).</i>
Ti 23.2.2010	Sessio 8 Harjoitustöiden esittely (tilannekatsaus ryhmittäin)
Pe 19.3.2009	Harjoitustöiden palautuksen takaraja klo 23.59.

4 Suorittaminen

Opintojakson hyväksytyt suorittaminen edellyttää:

- Aktiivista osallistumista kontaktisessioihin, vähintään 7/8
- Aktiivinen osallistuminen ryhmätyön ohjaustapaamisiin
- Tutkimussuunnitelman esittely, opponointi ja kirjallinen palautus
- Valmiin harjoitustyön palautus määräaikaan mennessä

Ylimääräiset poissaolot kontaktisessioista korvataan erikseen sovittavalla, menetetyn luennon teemaan liittyvällä kirjallisella harjoitustyöllä, tai osallistumalla StratMark-seminaariin seminaariavustajan roolissa.

5 Ilmoittautuminen

Opintojaksolle ilmoittaudutaan ensimmäisen luennon alussa. Myös harjoitustyöryhmät jaetaan ensimmäisen luennon aikana. Ryhmän koko on 3–4 opiskelijaa. Kullekin ryhmälle nimetään ohjaaja tutkimuksen aihepiirin mukaan.

6 Kirjallisuus ja reaktiopaperit

Kurssilla ei ole varsinaista oppikirjaa, mutta oma-aloitteista tutustumista strategisen markkinoinnin kirjallisuuteen suositellaan jo tutkimussuunnitelmaa valmisteltaessa. Lisämateriaalia voi kysyä suoraan tutkijoilta. Tieteelliset artikkelit ovat opiskelijoiden pääasiallisia kirjallisuuslähteitä tutkimustyössä. Artikkeleita on saatavilla runsaasti Aalto-yliopiston kirjastojen tietokannoista. Muu materiaali, kuten luentokalvot julkaistaan kurssin kotisivulla.

Jokaisen tutkijan esiintymiseen liittyy esilukemisena yksi tai useampi tieteellinen artikkeli, jonka/joiden pohjalta keskustellaan. Artikkel(e)ista palautetaan reaktiopaperi, jonka ohjeellinen pituus on yksi sivu. Reaktiopaperit laaditaan pareissa siten että jokainen opiskelijapari palauttaa yhteensä 7 kpl reaktiopapereita. Parit jaetaan harjoitustyöryhmien yhteydessä ensimmäisellä luennolla.

Reaktiopapereiden tulisi vastata vähintään näihin kysymyksiin:

- Tiivistelmä – Mikä on artikkelin teema? Miksi se on tärkeä? Mitkä ovat keskeiset tavoitteet, argumentit ja löydökset?
- Teoriat ja metodologiat – Mihin teoreettiseen keskusteluun artikkeli osallistuu? Millaisia menetelmiä (tiedonkeruu, analyysi) käytetään?
- Reaktio ja analyysi – Mitä tunteita ja mietteitä artikkeli herättää sinussa? Mitä opit?

Reaktiopaperit saa laatia suomeksi, englanniksi tai ruotsiksi.

HUOM! Reaktiopaperit palautetaan Word- tai PDF-muodossa osoitteeseen opetus@stratmark.fi määrättyyn luentokertaan mennessä (ks. aikataulu). Muilla tavoin tai muihin osoitteisiin tehtyjä palautuksia ei huomioida!

Tarkastustyön helpottamiseksi otsikoi sähköposti reaktiopaperin numerolla (esim. "SMTK Reaktiopaperi 1").

7 Harjoitustyö

Kurssin aikana valmistellaan 3-4 hengen ryhmissä kirjallinen harjoitustyö. Työn tulee vastata sisällöltään ja ulkomuodoltaan mahdollisimman hyvin oikeaa tieteellistä artikkelia. Työn tulee olla valmis 19.3.2010 mennessä.

Jokaiselle ryhmälle nimetään ohjaaja, joka on apuna läpi koko prosessin. Koko ryhmän tulee osallistua vähintään yhteen ohjaustilaisuuteen ohjaajan kanssa. On kuitenkin suositeltavaa käydä aktiivisesti keskustelua ohjaajan kanssa alusta saakka. Kun ohjaaja on nimetty, ryhmä vastaa itse tapaamisaikojen sopimisesta hänen kanssaan.

Opiskelijoita rohkaistaan rakentamaan tutkimuksensa omiin mielenkiinnon kohteisiin pohjautuen. Kurssin opetushenkilöstö antaa ensimmäisellä luennolla joukon aiheita, joista ryhmät voivat valita itseään eniten kiinnostavan. Tarjolla on sekä kvantitatiivista että kvalitatiivista tutkimusta.

Harjoitustyön ja tutkimussuunnitelman saa laatia suomeksi, englanniksi tai ruotsiksi.

HUOM! Kaikki palautukset tehdään Word- tai PDF-muodossa sähköpostitse osoitteeseen opetus@stratmark.fi. Muilla tavoin tai muihin osoitteisiin tehtyjä palautuksia ei huomioida!

8 Tutkimussuunnitelma ja tutkimuspaperi

Tutkimussuunnitelman laatiminen on kurssin harjoitustyön ensimmäinen vaihe. Suunnitelma esitellään muutaman PowerPoint-kalvon tukemana muille opiskelijoille 26.1. Tämän jälkeen ryhmä voi tehdä parannuksia suunnitelmaansa. Suunnitelma palautetaan kirjallisena versiona kurssihenkilökunnalle 27.1.

Hyvän tutkimussuunnitelman tuottaminen vaatii tutustumista strategisen markkinoinnin peruskirjallisuuteen. Aluksi kannattaa tehdä lyhyt hahmotelma, joka sisältää ainakin alustavat tutkimusongelmat, tutkimuksen tavoitteet, rajaukset ja aikataulun. Lisäksi tässä vaiheessa on syytä hahmotella, ketä ryhmä haluaa haastatella tai mitä aineistoa on muuten tarkoitus kerätä. Palautettavan tutkimussuunnitelman ohjeellinen pituus on 2–4 sivua.

Jokainen ryhmä esittää tutkimussuunnitelmansa muille opiskelijoille ennen suunnitelman lopullista palautusta. Esitys vaikuttaa osaltaan arvosteluun. Esitys ei saa kestää yli 10 minuuttia. Suunnitelman tukena voi käyttää 3–5 PowerPoint-kalvoa. Jokainen ryhmä myös opponoi kurssihenkilökunnan määräämän toisen ryhmän tutkimussuunnitelmaa samassa tilaisuudessa. Ryhmä vastaa itse siitä, että opponenteille toimitetaan riittävästi tietoa suunnitelmasta etukäteen (mm. kalvot).

Loppuraportti, jonka on määrä muistuttaa mahdollisimman läheisesti oikeaa tieteellistä journal-artikkelia, palautetaan 19.3. mennessä kurssihenkilökunnalle. Tutkimusraportin edistymisestä laaditaan erillinen, n. 10 min. mittainen esitys, joka esitellään viimeisellä luentokerralla. PowerPoint-esitys, max. 5 kalvoa, lähetetään etukäteen, ennen viimeistä luentoa osoitteeseen opetus@stratmark.fi. Esityksen yhteydessä kurssin luennoijat antavat vielä palautetta.

Tutkimusraportin lopullinen versio on palautettava viimeistään 19.3.2009 mennessä. *Raportin myöhästyessä vähennetään raportin arvostelussa viisi pistettä kultakin alkavalta vuorokaudelta.* Työ palautetaan yhtenä sähköisenä dokumenttina osoitteeseen opetus@stratmark.fi. Väärään osoitteeseen palautettuja töitä ei huomioida.

Kvalitatiivisten töiden kohdalla vähimmäisvaatimus haastatteluiden määrälle on 2 haastattelua / ryhmän jäsen. Haastattelujen litteroinnit on palautettava harjoitustyön liitteenä.

Tutkimusraportin tulee muotoilultaan noudattaa täydellisesti Journal of Marketingin säädöksiä ulkoasusta (myös abstrakti). Nämä löytyvät internetistä JOM:in verkkosivuilta (<http://tinyurl.com/ykms4ql>).

Tutkimusraportin, tai artikkelin, sisältö riippuu tutkimuksen tavoitteista, aiheesta ja laajuudesta. Seuraavassa annettava kaava on esimerkinomainen. Raportin eri osista johdantokappale on eniten vakio muotoinen, vaikka senkin kohdalla on otettava huomioon oman tutkimuksen erityispiirteet. Artikkelin lopullisen rakenteen määrittelee se, että artikkeli etenee kokonaisuudessaan loogisesti, turhaa toistoa ei esiinny, ja että keskitytään olennaiseen. Tutkimuksen kannalta on tärkeää, että mietitään, mihin konkreettisiin toimenpiteisiin saadut tutkimustulokset antavat aihetta ja mikä on tuotetun tiedon arvo. Mallia rakenteelle voi ja tulee ottaa julkaisuseulan läpäisseistä artikkeleista.

Seuraavassa esimerkinomainen rakenne artikkelille, sisältäen listan kussakin kohdassa käsiteltävistä asioista:

Tiivistelmä
1 Johdanto
Tutkimuksen tausta ja merkitys
Aikaisemmat tutkimukset
Tutkimuksellinen viitekehys
Tutkimusongelma ja tavoitteet, rajaukset
Tutkimusraportin rakenne
2 Tutkimusmenetelmät
Tiedonhankintamenetelmät ja niiden luotettavuus
Kerättävä aineisto
Aineiston käsittely- ja analysointimenetelmien kuvaus
Perustelut menetelmien ja aineiston valinnalle
3 Tulokset
Analyysin pohjalta saatujen tutkimuksen kannalta olennaisten ja merkittävien tulosten esittely
Tulosten luotettavuusanalyysi
4 Johtopäätökset ja suositukset
Tulosten pohdinta ja synteesi
Tulosten merkitys tutkimusongelman ratkaisussa
Johtopäätösten vetämiseen liittyvien rajoittavien asianhaarojen huomiointi
Toimenpide-ehdotukset ja jatkotutkimusaiheiden esittely
Lähdeluettelo
Liitteet

9 Arvostelu

Suoritus arvioidaan asteikolla 0–5. Arvostelu tapahtuu pari- ja ryhmäkohtaisesti, eli pääsääntöisesti kaikki ryhmän jäsenet saavat saman arvosanan. Ryhmätyön päätteeksi kunkin ryhmän jäsenet arvioivat työpanosten jakautumisen ryhmän jäsenten kesken, mikä saattaa kuitenkin vaikuttaa arvosanaan. Arvostelussa noudatetaan seuraavaa jakoa:

- Reaktiopaperit (7 kpl), 20%
- Tutkimussuunnitelma, 20%
- Loppuraportti, 60%

Tarkemmat arvosteluperusteet tutkimussuunnitelmalle ja loppuraportille:

- Lähtökohtien kuvaus, ongelma, tavoitteet (10%)
- Tiedonkeruu-/analyysimenetelmät, prosessi ja raportointi (20%)
- Johtopäätökset, toimenpidesuositukset ja tulosten merkittävyys (20%)
- Laaja-alaisuus, työmäärä (20%)
- Rakenne, selkeys, loogisuus, havainnollisuus (10%)
- Ulkoasu ja muotoseikat (10%)
- Esitykset ja oponoinnit (10%).

Koska jokainen paperi on erilainen, kaikkia yllä olevia tarkempia arvosteluperusteita sovelletaan tilanteen mukaan. Hyvin valmistellut esitykset huomioidaan positiivisesti arvostelussa.