

23E43000 Strategisen markkinoinnin tutkimuskurssi

6 op, kevät 2011

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, menetelmät ja tutkimusotteet 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 on tutkija Antti Vassinen.

Viimeisin opintojaksoa koskeva tieto löytyy aina kurssin kotisivulta, <http://www.stratmark.fi/opetus/> ja Facebook-ryhmästä. Tärkeistä muutoksista tiedotetaan myös sähköpostitse.

Kysymykset ja tiedustelut kurssiin ja kurssijärjestelyihin liittyen pyydetään lähettämään osoitteeseen opetus@stratmark.fi eikä tutkijoiden henkilökohtaisiin sähköpostiosoitteisiin.

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

3 Opintojakson rakenne ja aikataulu

Opintojakson voidaan ajatella etenevän kolmessa vaiheessa.

Ensimmäinen vaihe pitää sisällään strategisen markkinoinnin pohjatietojen omaksumisen teorialuentoja 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, vapaasti ohjaajan kanssa sovittaviin 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.

Ellei toisin ilmoiteta, luennot pidetään keskiviikkoisin klo 16–20 Aalto-yliopiston kauppakorkeakoulun päärakennuksessa, luokassa P/C-350. Jokainen sessio alkaa n. 2 h luento- ja keskusteluosuudella, minkä yhteydessä käydään läpi verkkosivuilla osoitettu esilukeminen ja niihin liittyvät tehtävät (1–2 tieteellistä artikkelia). Opintojaksolla ei ole tenttiä.

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

Ke 26.1.2011	Sessio 1 Aloitusluento: johdanto, jakaantuminen ryhmiin (Antti Vassinen)
To 27.1.2011	Sessio 2 StratMark-profiiliseminaari (läsnäololista Antilla, tule ilmoittautumaan)
Ke 2.2.2011	Sessio 3 Strateginen konsistenssi yrityksen kilpailutekijänä; artikkelin julkaisuprosessi huippu-journalissa (Henrikki Tikkanen) <i>Reaktiopaperi 1, palautus luentoon mennessä (opetus@stratmark.fi).</i>
Ti 8.2.2011	Tutkimussuunnitelman/esityksen toimittaminen opponanttiryhmälle <i>Palautus kello 12.00 mennessä suoraan opponenteille.</i>
Ke 9.2.2011	Sessio 4 Strategisen markkinoinnin vaikuttavuus ja mitattavuus; Markkinoinnin tila 2008/2010 -tutkimus (Johanna Frösén) Tutkimussuunnitelmien esittely ja opponointi (ryhmät) <i>Reaktiopaperi 2, palautus luentoon mennessä (opetus@stratmark.fi).</i>
To 10.2.2011	Tutkimussuunnitelman palautus <i>Takaraja kello 23.59.</i>
Ke 16.2.2011	Sessio 5 Konfiguraatiot ja sumea logiikka (Antti Vassinen) <i>Reaktiopaperi 3, palautus luentoon mennessä (opetus@stratmark.fi).</i>
Ke 23.2.2011	Sessio 6 Videografia markkinoinnin tutkimuksessa (Joel Hietanen) Markkinoinnin tutkimus yrityksessä: Case Valio (Joonas Rokka) <i>Reaktiopaperit 4 & 5, palautus luentoon mennessä (opetus@stratmark.fi).</i>
Ke 2.3.2011	Sessio 7 Strateginen markkinointi ja toimintakonteksti (Jukka Luoma) Harjoitustöiden esittely (tilannekatsaus ryhmittäin) <i>Reaktiopaperi 6, palautus luentoon mennessä (opetus@stratmark.fi).</i>
Ke 30.3.2011	Harjoitustöiden palautus <i>Takaraja kello 23.59.</i>

4 Suorittaminen

Opintojakson hyväksytty suorittaminen edellyttää:

- Aktiivista osallistumista kontaktisessioihin ja StratMark-seminaariin (vähintään 6/7)
- Aktiivinen osallistuminen ryhmätyön ohjaustapaamisiin
- Kaikkien reflektiopapeiden palauttamisen
- 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. Esilukemistot ilmoitetaan kurssin verkkosivuilla. Artikkeleista palautetaan reaktiopaperi, jonka maksimipituus on kaksi sivua. Reaktiopaperit laaditaan yksilötöinä siten, että jokainen opiskelija palauttaa yhteensä 6 reaktiopaperia.

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?
- Vastaus ohjaavaan kysymykseen (ilmoitettu kurssin verkkosivuilla artikkelin yhteydessä)
- Reaktio ja analyysi – Mitä tunteita ja mietteitä artikkeli herättää sinussa? Mitä opit?

Kyseessä ei siis ole vain tiivistelmä! Reaktiopaperit saa laatia suomeksi tai englanniksi.

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 30.3.2011 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 tai englanniksi.

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 9.2. Tämän jälkeen ryhmä voi tehdä parannuksia suunnitelmaansa. Suunnitelma palautetaan kirjallisena versiona kurssihenkilökunnalle seuraavana päivänä (10.2.).

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, mitä ryhmä haluaa haastatella tai mitä aineistoa on muuten tarkoitus kerätä. Palautettavan tutkimussuunnitelman ohjeellinen pituus on 4–6 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 4–6 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; viimeistään 8.2. klo 12 mennessä). Opponoinnista neuvotaan tarkemmin edeltävällä viikolla.

Loppuraportti, jonka on määrä muistuttaa mahdollisimman läheisesti oikeaa tieteellistä journal-artikkelia, palautetaan 30.3. mennessä kurssihenkilökunnalle. Tutkimusraportin edistymisestä laaditaan erillinen, maksimissaan 15 min. mittainen esitys, joka esitellään viimeisellä luentokerralla. PowerPoint-esitys, eli yli 10 kalvoa, lähetetään etukäteen ennen viimeistä luentoa osoitteeseen opetus@stratmark.fi. Esityksen yhteydessä kurssin luennoijat antavat vielä palautetta.

Tutkimusraportin lopullinen versio on palautettava viimeistään 30.3.2009 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 yksilöhaastattelua jokaista ryhmän jäsentä kohden. Muiden formaattien, kuten esimerkiksi ryhmähaastatteluiden kohdalla vähimmäisvaatimukset sovitaan erikseen vastavan opettajan kanssa. Haastattelujen litteroinnit on palautettava harjoitustyön liitteenä.

Tutkimusraportin tulee muotoilultaan noudattaa täydellisesti Journal of Marketingin säädöksiä ulkoasusta (myös abstrakti ja lähdeviitteet). 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.

Ryhmätyön päätteeksi kunkin ryhmän jäsenet arvioivat työpanosten jakautumisen ryhmän jäsenten kesken, mikä saattaa vaikuttaa arvosanaan. Arvostelussa noudatetaan seuraavaa jakoa:

- Reaktiopaperit (6 kpl), 20%
- Tutkimussuunnitelma, 20%
- Loppuraportti, 60%

Tarkemmat arvosteluperusteet tutkimussuunnitelmalle ja loppuraportille:

- Lähtökohtien kuvaus, ongelma, tavoitteet, teoria, asemointi (15%)
- Tiedonkeruu-/analyysimenetelmät, prosessi ja tutkimusotteen raportointi (15%)
- Johtopäätökset, toimenpidesuosituksat ja tulosten merkittävyys (20%)
- Laaja-alaisuus, työmäärä (20%)
- Selkeys, loogisuus, havainnollisuus (10%)
- Ulkoasu ja muotoseikat (10%)
- Esitykset ja opponoinnit (10%).

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