

## VIESTINTÄ JA ORGANISAATIOT, SYKSY 2020

Harjoitustyö: Strategisten viestien näkyvyys

### TYÖSUUNNITELMA

Valitkaa ryhmällemme yritys tai organisaatio, jonka strategista viestintää haluatte analysoida. Yrityksen tai organisaation tulee olla sellainen, että se viestii internet-sivuillaan strategiastaan sidosryhmilleen (Tyypillisesti iso yritys, joka on kuluttajabisneksessä ja pörssissä ja on globaali toimija, tai julkinen organisaatio, joka on suorassa vuorovaikutuksessa kansalaisten kanssa. Sivustolta löytyy esim. vision, mission tai strategian esittely).

Laatkaa sitten harjoitustyölle työsuunnitelma (aikataulu, tehtävät, työjako), jonka mukaisesti ryhmänne aikoo toteuttaa harjoitustyön. Tehtävät tulee jakaa siten, että jokaisella ryhmän jäsenellä on tehtävää sekä harjoitustyön osassa 1 että osassa 2.

Ilmoittakaa ryhmänne numero ja myös ryhmän jäsenet työsuunnitelman kansilehdellä. Ilmoittakaa työsuunnitelmassa myös analysoitavaksi valitsemanne organisaation nimi ja liittäkää suunnitelmaan linkki niille internet-sivuille, joilla organisaatio viestii strategiastaan. Suositeltava palautusmuoto on pdf-tiedosto, joka on nimetty tyyliin ryhmäNRO.pdf. Työsuunnitelma palautetaan kurssisivuille viimeistään 24.9.

### TEHTÄVÄNANTO

#### OSA 1

Tutustukaa ryhmissä valitsemanne yrityksen tai organisaation internet-sivuihin ja etsikää sieltä strategisia perusviestejä. Analysoikaa tämän jälkeen näitä internet-sivuja ja vastatkaa harjoitustyön ensimmäisen osan kysymyksiin.

#### 1. VIESTIT

- a. Millaisia strategisia perusviestejä yritys tai organisaatio käyttää viestinnässään? Millainen kuva yrityksestä tai organisaatiosta halutaan luoda?
- b. Millainen on yrityksen tai organisaation visuaalinen ilme? Miten se tukee strategista viestintää?

#### 2. KANAVAT:

- a. Mistä näitä strategisia perusviestejä löytyi? Kuinka paljon näitä viestejä löytyi?
- b. Miten visuaalista ilmettä toteutetaan sivuston eri osa-alueilla?

#### 3. SIDOSRYHMÄT:

- a. Mitä strategisia viestejä oli kohdistettu eri sidosryhmille? Miten viestintä eri sidosryhmille erosi?
- b. Miten visuaalisen ilmeen esillepano erosi eri sidosryhmille tarkoitettussa viestinnässä?

#### 4. PROFILOINNIN ARVIOINTI:

- a. Millainen on yrityksen tai organisaation strategisten viestien näkyvyys? Miten yhtenäisen tai selkeän kuvan käyttäjä saa yrityksestä tai organisaatiosta ja sen strategiasta?
- b. Miten yritys tai organisaatio voisi parantaa profiilointiviestintäänsä?

## OSA 2

Etsikää valitsemanne yrityksen tai organisaation internet-sivuilta uutinen tai mainos, jonka vastaanottoa haluatte selvittää. Uutisen tai mainoksen tulee olla sellainen, joka herättää mielenkiintoa laajassa yleisössä eli siitä kirjoitellaan perinteisessä mediassa ja sosiaalisessa mediassa. Lisäksi uutisen tai mainoksen tulisi viestiä valitsemallenne yritykselle tai organisaatiolle strategisesti merkittävää asiaa. Kerätkää näitä juttuja perinteisestä mediasta (lehdistö) ja postauksia sosiaalisesta mediasta (Twitter, Facebook, Instagram) tarkempaa analyysia varten. Analysoikaa tämän jälkeen löytämiänne juttuja sekä sosiaalisessa mediassa käytyä keskustelua ja vastatkaa harjoitustyön toisen osan kysymyksiin.

1. Minkä uutisen tai mainoksen valitsitte ja miksi sen vastaanottoa on kiinnostavaa analysoida?
2. Mistä näitä juttuja tai postauksia liittyen valitsemaan uutiseen tai mainokseen löytyi? Kuinka paljon niitä löytyi? Millaisille yleisöille uutinen tai mainos on siis levinnyt? Esitelkää eri medioiden sisällöt erikseen.
3. Millaisia näkökulmia liittyen uutiseen tai mainokseen esitettiin? Ketkä kannattavat näitä eri näkökulmia? Miten yhteistä ymmärrystä rakennettiin yhdessä keskustelun kautta? Sisälsivätkö jutut tai postaukset keskustelua yrityksen tai organisaation strategiasta ja millaista keskustelua siitä käytiin? Esitelkää eri medioiden sisällöt erikseen.
4. Miten valitsemanne yrityksen tai organisaation kannattaisi reagoida keskusteluun? Miten sen kannattaisi toimia maineensa hallitsemiseksi?

## RAPORTOINTI JA PALAUTE

Lopullisen raportin tulee olla noin 8-10 sivua pitkä (*times new roman*, 12 pt, riviväli 1,5) ja se palautetaan pdf-muodossa kurssisivuille 3.12. mennessä nimettynä ryhmän mukaan (esim. ryhmä1.pdf). Kirjoittakaa raportin kansilehdelle ryhmän numero, analysoitavan kohdeorganisaation nimi sekä ryhmän jäsenten nimet. Raportin pituuteen ei lasketa kansilehteä eikä mahdollista lähdeluetteloä. Selkeässä raportissa perustellaan kohdeorganisaation valinta, kuvataan mahdolliset rajaukset analyysien kohteeseen ja vastataan annettuihin kysymyksiin. Hyvä rakenne sisältää johdannon ja yhteenvedon. Raportissa ei ole tarkoitus referoida kurssikirjallisuutta, vaikkakin käsitteiden oikea käyttö on tärkeää. Kuvia voi käyttää kohtuullisesti, jos se selkiyttää vastausta annettuihin kysymyksiin. Kuvien runsas kopiointi internetistä ei yleensä ole suositeltavaa. Merkittävä pituuden ylitys vaikuttaa kurssiarvosanaan heikentävästi.

Harjoitustyö käynnistetään luennolla 18.9. vastuuopettajan toimesta. Tällöin julkistetaan ryhmäjako ja kullekin ryhmälle nimetään oma assistentti, joka auttaa harjoitustyöhön liittyvissä kysymyksissä kurssin aikana. Omaan assistenttiin voi olla yhteydessä sähköpostitse ja he ovat paikalla useimmilla luennoilla, joilla käsitellään harjoitustyötä.

Välipalautetta varten raportista palautetaan viestit visualisoituna 7.10. mennessä ja ensimmäinen kirjallinen versio 19.10. mennessä. Palautukset tehdään kurssisivuille. Viestit visualisoituna käsittää rakennekuvan (tavoitekuva mind mapina, kehystarinan juoni) kohdeorganisaation strategisista perusviesteistä (OSA 1, VIESTIT). Palaute annetaan ryhmille kirjallisena ja luennoilla. Raportin ensimmäisen kirjallisen väliversion olisi hyvä sisältää vastaukset kaikkiin OSA 1 kysymyksiin. Jos ryhmä ehtii edetä OSAan 2, sitäkin koskevaa palautetta on mahdollista antaa. Väliversion tekstin ei kuitenkaan tarvitse olla valmista, vaan sitä voi vielä parannella palautteen perusteella. Palaute väliversiona annetaan ryhmän oman assistentin ohjaustapaamisissa viikoilla 44-45. Tapaamiset sovitaan erikseen ja ne pidetään luentoaikojen ulkopuolella.

Harjoitustyön toinen kirjallinen väliversio palautetaan 19.11. mennessä. Tämän version tulisi jo sisältää vastaukset harjoitustyön OSAan 2. Tämän väliversion perusteella annetaan kirjallista palautetta koskien erityisesti OSAa 2 mutta myös raportin viimeistelyä varten.

Valmiit harjoitustyöt esitellään 4.12. pidettävällä luennolla (3 h), jota varten kunkin ryhmän tulee valmistella esittely koko harjoitustyöstä. Esittelyn tukena kannattaa käyttää Power Pointia tai Preziä. Kullekin ryhmälle on varattu esittelyaikaa 7-10 min. riippuen ryhmien määrästä. Tarkemmat ohjeistukset annetaan luennolla. Palauttakaa kalvot kurssisivuille viimeistään 3.12. Esitystä ei arvostella, mutta hyvästä esityksestä voi saada lisäpisteitä. Harjoitustyön arvostelu perustuu loppuraporttiin.

## ARVOSTELU

Harjoitustyön arvostelu jakautuu raportin sisällön (80 %) sekä tekstin ja ulkoasun (20 %) arviointiin. Sisällön osalta arvioidaan käsitteiden oikeaa käyttöä, vastineiden tunnistamista aineistosta, analyysin kattavuutta ja syvällisyyttä sekä kykyä tuottaa tuloksista synteesi. Raportin tekstin ja ulkoasun arviointi perustuu seuraaviin kriteereihin: tekstin luettavuus, oikeellisuus, rakenteen selkeys, johdonmukaisuus ja ulkoasun siisteys.