

A”

Aalto-yliopisto  
Kauppakorkeakoulu

# Kurssin suorittaminen

*Brändin voiman johtaminen ja arviointi*  
*KTT Eiren Tuusjärvi*



# **Kurssin tavoitteena: syvällinen ote brändien strategisesta roolista liiketoiminnassa ja analyyttisiä kehikkoja brändien johtamiseen.**

**Osallistujat saavat selkeän käsityksen brändiin liittyvistä avainkäsitteistä, strategioista ja analyttisistä työkaluista**

**Osallistujat soveltavat tietoa,** jolla on mahdollista synnyttää aito vuorovaikutus kuluttajan kanssa, vahvistaa kuluttajan brändisuhdetta sekä vaikuttaa kuluttajan käyttäytymiseen

**Osallistujat tunnistavat brändäykseen liittyvät erityiset haasteet** monimutkaisissa toimintaympäristöissä ja globaaleilla markkinoilla

**Osallistujat kehittävät “henkilökohtaisen näkemyksen”** bränditeorioista ja malleista kuten myös kyvyn kriittisesti arvioida niiden sovellettavuutta ja hyötyä liikkeenjohdon ongelmissa.

# Kurssisivusto – luentomateriaaleja ja tiedotteita kurssin suorittamisen tueksi

---

Kurssi muodostuu useasta osa-alueesta: yksilö/pariharjoituksista, ryhmätyöstä, luennoista ja tentistä.

- Kurssin suorittamista varten ylläpidetään kurssin omaa sivustoa, joka löytyy MyCourses alueelta.
- Sivustoa päivitetään viimeistään klo 16.00 mennessä luentoja seuraavana arkipäivänä.
- *Huom! Osa materiaaleista on jaossa vain luennolla, jolla aiheesta keskustellaan. Keskeinen materiaali on kurssia suorittavien saatavilla sivustolla ja jos jotain uupuu, niin ottakaa mielellään yhteyttä.*

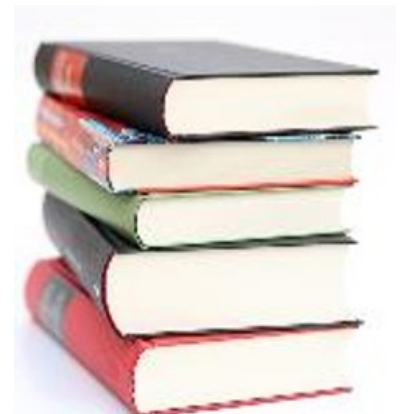


Ilmoittaudu jo ensimmäisenä viikonloppuna ryhmiin, jotta kurssi lähtee liikkeelle sujuvasti ja varmistat näkyvyyden sivustolle ladattuun materiaaliin.

# KURSSIKIRJAT JA MATERIAALIT

---

- **Luennot ja luentomateriaali, harjoitusten oheislukemisto**  
sekä muu kurssilla jaettu tai osoitettu materiaali
- **Keller**, Kevin L. (2003) “Strategic brand management - building, measuring and managing brand equity“
- Lisäksi ... osia kirjoista
  - David **Aaker** ja Erich **Joachimsthaler** (2000): *Brändien johtaminen*
  - Jean-Noël **Kapferer**, *Strategic Brand Management* tai *The New Strategic Brand Management*



# KURSSIN SUORITTAMINEN MUODOSTUU KOKONAISUUDESTA

## Maksimipisteet 50

1. Luennot
2. Yksilö-/paritehtävät (14 p)
3. Ryhmätyö (10 p)
4. Kurssipalaute (1 p)
5. Tentti (25 p)

## Arvosteluasteikko:

- 1 20 – 25,9
- 2 26 – 31,9
- 3 32 – 37,9
- 4 38 – 43,9
- 5 44 – 50

Työmäärä ja osa-alueet	
Osallistuminen luennoille	35 h
Yksilö-/Parityöskentely	25 h
Ryhmätyö	20 h
Itsenäinen opiskelu	76 h
Tentti	4 h
<b>Yhteensä</b>	<b>160 h</b>



## Luennot ja aiheet (Mahdollisista muutoksista tiedotetaan erikseen)

28.2 (pe) 17.00-19.30 <i>Johdanto kurssiin Mitä brändi on ja merkitsee – johdolle ja asiakkaille.</i>	29.2. (la) 10.00 – 15.00 <i>Brändipääoma ja brändin arvo. Asiakaslähtöinen brändipääoma, sen lähteet ja ulottuvuudet.</i>
13.3. (pe) 17.00-19.30 <i>Brändi-identiteetti: strategisen johtajan keskeinen työväline – rakentaa kykyä ylläpitää mielenkiintoa ja johdonmukaisuutta.</i>	14.3. (la) 10.00 – 15.00 <i>Brändi-identiteetin tuominen käytäntöön ja positiointi. Ph 1: Kulttuurinen brändäys</i>
27.3. (pe) 17.00-19.30 <i>Brändiarkkitehtuuri ja brändiportfolioiden johtaminen: tavoitteena selkeys, synergia ja tehokkuus.</i>	28.3. (la) 10.00 – 15.00 <i>Portfoliostrategian ja arkkitehtuurin teema jatkuu. Brändin laajennus ja brändiyhteistyö – keinoja vaikuttaa assosiaatioihin, brändikuvaan ja tulokseen. Ph 2: Yritysbrändin ja työnantajabrändin rakentaminen</i>
8.4. (ke) 17.00-19.30 <i>Brändielementit ja sekundaariset assosiaatiot rakentamassa brändipääomaa</i>	
24.4. (pe) 17.00-19.30 <i>Brändi brändisuhteen osapuolena ja brändin inhimillistäminen</i>  Ph 3: Kuluttajien rooli brändin rakentajina	25.4. (la) 10.00 – 15.00 <i>Brändäys premiumiin- ja luksukseen. Ryhmätyön purku: Coach – Kate Spade Merger Puts Michael Kors in a Spot PH 4: Brändi johtoryhmän/johtamisen työvälineeksi Työpajatyöskentelyä, kertaus. Kurssipalaute!</i>

<h1>Harjoitukset - aikataulu</h1> <p>Mahdollisista muutoksista tiedotetaan sähköpostitse ja sivustolla.</p>	<b>Palautus klo 20.00</b>	<b>Purku- Keskustelu</b>
Ph 1: Kulttuurinen brändinrakennus	12.3. (to)	14.3. (la)
Ph 2: Yritysbrändin ja työnantajabrändin rakentaminen	26.3. (to)	28.3. (pe)
Ph 3: Kuluttajien rooli brändin rakentajina	9.4. (to)	24.4. (pe)
Ph 4: Brändi johtoryhmän/johtamisen työvälineeksi	23.4. (to)	25.4. (la)
Ryhmätyö: Coach – Kate Spade Merger Puts Michael Kors in a Spot <i>European Case Centre</i>	20.4. (ma)	25.4. (la)

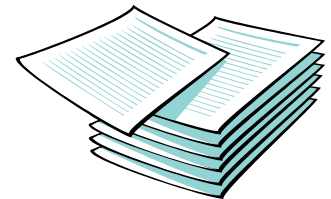


# YKSILÖ- JA PARIHARJOITUKSET maks. 14 p.

---

- 1a. *Reflektiopaperi (maks 3 p) pohtiva teksti teemaan liittyvien teoria-artikkeleiden/tutkimusartikkeleiden pohjalta*
  - 1b. *Käytännön tapauksen pohdinta teoriaa hyödyntäen: teeman käsittely todellisen brändin (tai brändien) kautta.*
2. Läsnaolo purkukeskustelussa ja valmius esittää paperi luennolla, ppt-kalvosarja mahdollista esitystä varten. (0,5 p)
- **Palautukset:** MyCourses –alustalle (*word ja ppt*)  
**Huom.** ppt –kalvot tallennetaan omalle alustalleen, näkyviin kaikille kurssia suorittaville
  - Itse tehtävän lisäksi on hyödyllistä tutustua myös Mycourses-sivustolta löytyviin yleisiin ohjeisiin harjoitusten suorittamisesta.

1. **Yksilö/Pariharjoitukset: max 14 p (4 x 3 + 4 x 0,5)**
2. Ryhmätyö: max 10 p (9 + 1)
3. Kurssiarvio (sähköinen lomake kurssin päätteeksi)
4. Tentti (50 %), max 25 p





# RYHMÄTYÖ – CASE / EUROPEAN CASE CENTRE

## Kate Spade Merger Puts Michael Kors in a Spot

---

- Ryhmien koko – 4 henkilöä
- Ryhmätyö yhteensä 10 p
  - raportti maks. 9 p.
  - purkukeskustelu 1 p.
- Keskeistä raportissa  
– teorian hyödyntäminen pohdinnoissa.
- **Palautus:** word-tiedosto ja presentaatiokalvot  
MyCourses–alustalle
- Muistakaa ottaa presentaatiokalvot mukaan purkukeskusteluun

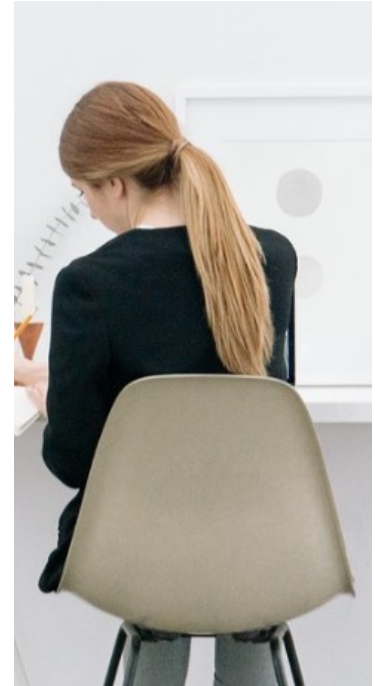
1. Pariharjoitukset: max 14 p (4 x 3 + 4 x 0,5)
- 2. Ryhmätyö: max 10 p (9 + 1)**
3. Kurssiarvio (sähköinen lomake kurssin päätteeksi)
4. Tentti (50 %), max 25 p

# KURSSIN SUORITTAMINEN – tentti maks 25 p. (50 %)

- Tentissä – kaksi tai kolme esseetä
  - Vähintään yksi puhdas teoriaessee ja
  - Ja yksi teoriaa soveltava essee
- Lisäksi käsitteiden määrittelyjä tai sisältöä koskevat kysymykset
  
- Tentistä läpi pääsyyn tarvitaan 40% pisteistä (10 p.)

Vain uusintoihin tulee ilmoittautua ennakoon.

Päivämäärät	5.5.2020	16.00-19.00	(kurssitentti)
	1.6.2020	16.00-19.00	(uusinta)
	6.8.2020	16.00-19.00	(uusinta)



1. Pariharjoitukset: max 14 p (4 x 3 + 4 x 0,5)
2. Ryhmätyö: max 10 p (9 + 1)
3. Kurssi-arvio (sähköinen lomake kurssin päätteeksi)
- 4. Tentti (50 %), max 25 p**

# Palautelomake

---

- Ennen kurssin päättymistä saatte Aalto-yliopistolta lomakkeen kurssipalautteen antamiseen.
- Lomake sulkeutuu 2 viikkoa kurssin jälkeen.
- Ohjelma näyttää vastaamisen, mutta vastauksia ei pysty yhdistämään kurssilaisiin.
- Palautteenne on tärkeä opetuksen kehittämistä varten. Se on myös usein hyödyllistä itselle.
- Siksi yksi kurssin tehtävistä on palautelomakkeen täyttäminen – ja siitä hyvitetään 1 piste.



## *Kysymyksiä?*

*Kurssin aikana käytetään kaikkia koskevissa  
Kysymyksissä Mycourses – keskustelualustaa.*

*Henkilökohtaisissa asioissa voit asioida suoraan sähköpostilla:  
[eiren.tuusjarvi@aalto.fi](mailto:eiren.tuusjarvi@aalto.fi)*