C2 Advertising -mainostoimistosta käytännön kokemuksia opetukseen

16.1.2019

Oman ammattitaitoni kehittäminen ja uusien ideoiden saaminen opetukseen mahdollistui minulle marras-joulukuun aikana, jolloin pääsin neljäksi viikoksi C2 Advertising -mainostoimiston oppiin. Työelämäjakson aikana prosessien kulku tarjouksen jättämisestä varsinaiseksi kampanjaksi tai pitkäkestoiseksi yhteistyöksi aukesikin konkreettisesti. Pääsin näkemään ja kokemaan yhteistyötä prosessin eri vaiheissa ja osallistumaan ideointeihin ja konkreettiseen toteuttamiseenkin. Esimerkkeinä voin kertoa asiakkaiden markkinointi- tai rekrytointikampanjojen sekä sosiaalisen median julkaisujen ideoinnit, niihin liittyvän taustatutkimuksen tekemisen sekä erilaisin kuvauksiin ja käytännön töihin osallistumisen.

Vastaako teoria käytäntöä?

Viestintä ja markkinointi ovat tällä hetkellä nopeasti kehittyviä ja muuttuvia aloja, ja vaikka perusperiaatteet ja lähtökohdat pysyvät samoina, omien taitojen päivittämisessä pidän tärkeänä omaehtoista ja itsenäistä oppimista. Viestinnän opettajan näkökulmasta erityisesti sosiaalisen median ja digitaalisuuden mahdollisuudet yritysviestinnässä ja markkinoinnissa vaativat jatkuvaa ajan hermolla olemista.

Työelämäsuhteiden kehittämisjakso antaa mahdollisuuden tietojen ja taitojen kartuttamiseen, sillä koulutusten ja kurssien ja uusiin materiaaleihin perehtymisen lisäksi, alalla toimivan tai sinne aikovan, on omaehtoisesti ja itsenäisesti tutustuttava asioihin myös käytännössä. Jakson aikana tarjoutuu mahdollisuus myös havainnoida ja testata, vastaako teoria käytäntöä ja edetäänkö käytännössä, kuten teoriassa opetetaan.

Innovatiivinen ja inspiroiva

Työelämäjakso mahdollistaa näkökulman vaihdon ja etäisyyden ottamisen omaan työhön sekä oman osaamisen kartuttamiseen käytännössä. Työelämäjakson aikana sain työskennellä pienessä työyhteisössä ja havainnoida kokonaisvaltaisesti pienen pk-yrityksen viestinnän käytäntöjä. Sain hyviä vinkkejä niin viestinnän kuin markkinoinninkin ajankohtaisista trendeistä. Olen kiitollinen tästä mahdollisuudesta sekä SeAMKille että C2 Advertising -mainostoimistolle, jossa vastaanotto oli lämmin ja ystävällinen, ja tunnelma innovatiivinen ja inspiroiva. Aikomuksena on, että saamani käytännön kokemus näkyy jatkossa myös opintojaksoillani eri tavoin.

Saija Råtts, lehtori / viestintä