

CoLearn-hankkeen piloteista hyviä kokemuksia markkinointikyvykkyyden kehittämisen opintojaksolla

16.1.2026

SEAMKin, LAB-ammattikorkeakoulun ja LUT-yliopiston yhteisessä CoLearn-hankkeessa pilotoitiin yhteistyömalleja yritysten kanssa osana opintojaksojen toteutusta. Tarkoituksena oli löytää sellaisia yhteistyömalleja, jotka parhaimmillaan kehittävät sekä opiskelijoiden, yritysten että opettajien innovointivalmiuksia. SEAMKin liiketalouden alan ylempää ammattikorkeakoulututkintoa suorittavien opiskelijoiden kanssa testattiin kahta yhteistyömallia markkinointikyvykkyyden kehittämisen opintojaksolla. Näitä malleja olivat Advisory Board -työskentely ja Yrityssafari.

Advisory Board -työskentelyllä tarkoitetaan mallia, jossa yritykset esittävät omaan liiketoimintaansa liittyen erilaisia haasteita ja kysymyksiä opiskelijoille, jotka vuorostaan toimivat eräänlaisina neuvonantajina. Tämä tapahtuu usein keskustelemalla ja asioita yhteistyössä pohtimalla. Yrityssafari puolestaan tarkoittaa menetelmää, jossa yritykset vuorotellen kertovat oman liiketoimintansa näkökulmasta jostakin aiheesta, jolloin kaikki osallistuvat yritykset oppivat toisiltaan samalla, kun myös opiskelijat ja opettaja oppivat yritysten käytänteistä.

Työpajatyöskentelyssä hyödynnettiin

markkinointikyvykkyyden kehittämisen työkalua

Markkinointikyvykkyyden kehittämisen opintojaksolle osallistui kaksi yritystä, Kananoja Group Oy ja Voimavaratila Toiska Oy. Heidän kanssaan pidettiin työpaja, jossa hyödynnettiin SEAMKin Think Big! Kasvuyrittäjyyden edistäminen -hankkeessa kehitettyä työkalua. Työkalun avulla käytiin läpi markkinointikyvykkyyden eri osa-alueiden kehittämistä kysymyssarjojen avulla. Työpajassa molemmat yritykset kertoivat yrityssafari-tyyppisesti näistä markkinointikyvykkyyden osa-alueistaan ja opiskelijat antoivat työpajassa ideoita niiden kehittämiseen. Näin ollen opiskelijat toimivat eräänlaisena advisory boardina molemmille yrityksille. Tällä tavoin pilotoinnissa saatiin yhdistettyä sekä yrityssafarin että advisory board -yhteistyömallien parhaat puolet. Lopuksi opiskelijat tuottivat vielä kirjallisen kehityssuunnitelman yritysten markkinointikyvykkyyden kehittämiseksi.

Pilotointiin sisältyi myös CoLearn-mallin yleisempi kokeilu, joka tarkoitti hankkeessa suunnitellun prosessin viemistä läpi koko opintojakson. Mallissa on kiinnitetty erityistä huomiota vuorovaikutukseen yritysten ja opiskelijoiden kanssa sekä viestinnän läpinäkyvyyteen. Tähän liittyi yritysten ja opiskelijoiden sitoutumisen varmistaminen, alkutapaamiset, varsinainen työskentely sekä lopputapaaminen, jossa yritykset antoivat palautetta opiskelijoiden töistä.

Positiivista palautetta sekä opiskelijoilta että yrityksiltä

Molemmat yritykset antoivat positiivista palautetta opintojaksosta. Kananoja Group Oy:n toimitusjohtaja Kim Kananojan mietteitä voi käydä kuuntelemassa podcastista: Uusia yritysyhteistyön malleja: Pilotoinnin kokemuksia yritysnäkökulmasta – Co-Learn-hanke | Julkaisut@SEAMK

Kananojan mukaan opiskelijoiden tuottamat ideat olivat hyödyllisiä, mikä rikastutti omaa ajatusmaailmaa ja sai aikaan myös uusia ideoita innovaatioille. Opiskelijat pitivät työskentelyä myös hyvänä oppimiskokemuksena. Opintojaksopalautteessa todettiin mm. työelämäyhteistyön olleen loistava oppi siitä, mitä kehittämistyön sitominen teoriaan on asiantuntija-asemassa. Voikin todeta, että pilotointi onnistui erinomaisesti kaikkien osapuolten näkökulmasta.

Co-Learn! Yritykset ja korkeakoulut yhteistyössä tutkimus- ja innovointivalmiuksia kehittämässä -hanke on Seinäjoen ammattikorkeakoulun, LUT-yliopiston ja LAB-ammattikorkeakoulun ryhmähanke, joka on Euroopan unionin osarahoittama.

Sanna Joensuu-Salo
Tutkijayliopettaja, dosentti
Seinäjoen ammattikorkeakoulu

Kirjoittaja toimi opintojaksolla opettajana.