



ARRANGERANDET AV ETT EVENEMANG: TULEVAISUUDEN LUKIO

Ronja Berlin

Examensarbete

Turism

2017

EXAMENSARBETE	
Arcada	
Utbildningsprogram:	Turism
Identifikationsnummer:	5781
Författare:	Ronja Berlin
Arbetets namn:	Arrangerandet av ett evenemang: Tulevaisuuden Lukio
Handledare (Arcada):	Susanna Fabricius
Uppdragsgivare:	Professio
<p>Sammandrag:</p> <p>Evenemangsbranschen utvecklas med stormsteg, och som evenemangsarrangör måste man vara färdig att hänga med i utvecklingen för att lyckas som business. Planerandet och utförandet av ett evenemang kräver mycket teori och en bra idé, men också ett lyckat utförande. <i>Tulevaisuuden Lukio 2016</i> är ett praktikfall med mål att främja framtidens gymnasieutbildning i Finland. Arbetet svarar på problembakgrunden vad man bör tänka på vid arrangerandet av ett seminarium. Syftet är att ge en realistisk bild på hur ett lyckat evenemang planeras och utförs. Examensarbetet är utfört i samarbete med uppdragsgivaren Professio. Evenemangsarbetet utfördes som ett projektarbete och i projektgruppen hade jag en roll som producent. Arbetet behandlar ett evenemang både som helhet men också skilt i faser enligt teoretisk referensram. Till slut reflekteras arbetsprocesser och framgång av det slutliga evenemanget på basen av deltagarnas åsikt.</p>	
Nyckelord:	Evenemang, seminarium, evenemangsbransch, produktion, Professio
Sidantal:	
Språk:	Svenska
Datum för godkännande:	

DEGREE THESIS	
Arcada	
Degree Programme:	Tourism
Identification number:	5781
Author:	Ronja Berlin
Title:	Production of an event CASE: Tulevaisuuden Lukio
Supervisor (Arcada):	Susanna Fabricius
Commissioned by:	Professio
Abstract:	
<p>The events industry is developing by leaps and bounds, and as an event organizer you must be ready to keep up with developments in order to succeed as a business. The planning and execution of an event requires a lot of theory and a good idea, but also a successful execution. <i>Tulevaisuuden Lukio 2016</i> is a case study with the aim to promote the future of secondary education in Finland. The work responds to the problems the background what you should consider when organizing a seminar. The aim is to give a realistic picture of how a successful event is planned and executed. The work is done in collaboration with the client Professio. The event work was carried out as a project and in the project, I had a role as the producer. The work deals with the event both in the big picture but also separated into phases as a theoretical framework. Finally there will be a reflection to the processes and success of the final event on the basis of the participants' opinion.</p>	
Keywords:	Event, planning, eventbusiness, production, Professio
Number of pages:	
Language:	Swedish
Date of acceptance:	

INNEHÅLL / CONTENTS

Figurer	5
1 INLEDNING	6
1.1 Problembakgrund & frågeställning	7
1.2 Syfte	8
1.3 Metod och materialbeskrivning.....	8
1.4 Uppdragsgivaren	9
2 ARRANGERANDET AV ETT EVENEMANG	9
2.1 Definitionsfasen	11
2.1.1 <i>Projektgrupp, projektledning & projektplan</i>	11
2.1.2 <i>Five W:s and a How</i>	12
2.1.3 <i>Riskanalys</i>	14
2.2 Planeringsfasen.....	15
2.2.1 <i>Tidsplanering</i>	15
2.2.2 <i>Program</i>	17
2.2.3 <i>Praktiska arrangemang</i>	17
2.2.4 <i>Marknadsföring</i>	19
2.3 Genomförandefasen.....	20
2.4 Reflektionsfasen	21
3 PRODUKTIONSPROCESSEN	23
3.1 Definitionsfasen	23
3.1.1 <i>Projektledning, projektgrupp & projektplan</i>	25
3.1.2 <i>Riskanalys</i>	25
3.2 Planeringsfasen.....	26
3.2.1 <i>Program</i>	26
3.2.2 <i>Marknadsföring</i>	28
3.2.3 <i>Tidtabell</i>	32
3.3 Genomförandefasen.....	33
3.3.1 <i>Praktiska arrangemang innan evenemanget</i>	34
3.3.2 <i>Under evenemanget</i>	36
3.3.3 <i>Efter evenemanget</i>	37
3.4 Reflektionsfasen	38
4 DISKUSSION OCH AVSLUTNING.....	42
4.1 Självutvärdering.....	42

4.2 Slutord	43
Källor	44
Bilagor	45
Bilaga 1 Exempel på ett marknadsföringsbrev.....	45
Bilaga 2 Det första programförslaget	47
Bilaga 3 Den tryckta broschyren	49
Bilaga 4 Handprogrammet	51
Bilaga 5 Kundnödhetsenkäten med svar.....	53

FIGURER

Figur 1 Den tryckta broschyren, skapad av skribenten	32
Figur 2 Exempel på ett marknadsföringsbrev, skapad av skribenten	320
Figur 3 Handprogrammet, skapad av skribenten.....	52
Figur 4 Kundnöjdhetenkät med svar, skapad av skribenten	55

1 INLEDNING

Vi lever i en värld var konstant förändring har blivit mer en kultur än något som händer sällan. Tekniken förnyas i snabb takt och globala megatrender styr mer eller mindre vårt samhälle. Snabb takt och höga förväntningar går oftast hand i hand, vilket leder till att var och en av oss förväntas prestera mer innovativt samt vara öppen för förändring, oberoende bakgrund eller etisk ställning och inriktning.

Det finns personer i arbetslivet som inte utbildat sig på något sätt efter sin examen, och det kan i värsta fall vara frågan om tiotals år. För att förändring skall kunna ske, behövs det mer än bara en bra attityd. Det behövs konstant utbildning och träning som stöd för utvecklingen, och att hitta en passande utbildning är ingen självklarhet. I en alltmer globaliserad värld har också toleransen för olika businessmodeller vuxit, och start-up tänkandet visar innovativa modeller för förnyandet på alla olika branscher.

Evenemang kan vara mycket olika på basen av eventuell målsättning. Det kan vara frågan om olika fester, mindre möten, kulturella evenemang eller konferenser och seminarier. Evenemangsbranschen erbjuder i dagens läge ett brett utbud på olika typer av vidare utbildning, inom olika områden som t.ex. kultur eller business. Vid arrangerandet av evenemang är det viktigt att ha klart för sig, vilken ens målformulering är, d.v.s. varför ett visst evenemang arrangeras och vad man egentligen vill få ut av det. Det är mycket viktigt att göra målformulering både från arrangörens och från deltagarnas perspektiv för att få en så djup inblick i vad det är som egentligen önskas. Målformuleringen är egentligen den viktigaste delen i evenemangsplaneringen som helhet för att se till att man lyckas så bra som möjligt. Utbildning och skolning är som tur inte längre ett område som enbart tillhör skolor, utan också alltfler olika organisationer ordnar evenemang och kurser för utbildning. Den röda tråden genom all evenemangs business i dagens läge och i framtiden är att dela ut information och verktyg, för att kunna bygga Finland till ett konkurrenskraftigt, attraktivt och innovativt land och hem.

Den offentliga sektorn i Finland kan fortfarande anses hänga efter då man jämför med den privata sektorn, eftersom den privata sektorn kan ha lättare att göra snabbare beslut, samt vara mer flexibel vid förändring. Den offentliga sektorn kan t.ex. ofta klassas som

en tråkigare arbetsgivare eftersom det kan finnas gamla rutiner som fortfarande används. Genom stora reformer som pågår i landet för tillfället, finns det också stor potential för förändring, och som eventarrangör kan man bara se till att ge det rätta stödet för framtids arbete.

Jag har valt att göra ett praktikfall tillsammans med en uppdragsgivare, för ett personligt intresse att lära mig om evenemangsbranschen internationellt, samt ur ett intresse att växa som projektledare och producent inom evenemangsbranschen med tanke på en framtida karriär inom området.

1.1 Problembakgrund & frågeställning

Evenemangsbranschen är en mycket snabbt utvecklande och flexibel bransch, var aktörer måste vara mycket medvetna om vad som händer omkring dem. Aktörerna inom evenemang måste vara mycket multiformella, och ha färdigheter att arbeta inom förändring. Det sägs att förändring är det enda som är säkert i dagens värld. Med dessa ord lyder frågeställningen alltså: Vad bör man beakta vid arrangerandet av ett utbildningsevent eller ett seminarium?

Under hösten 2016 invigdes det en ny läroplan för bl.a. gymnasierna i Finland. I och med den nya läroplanen skedde det också en massa förändringar inom området. Det var dags för gymnasieutbildningen att förnyas, både som helhet men också i utbildningens processer och arbetssätt. Arrangerandet av *Tulevaisuuden Lukio 2016* hade som mål att erbjuda lösningar på olika administrativa plan, för att i framtiden kunna erbjuda en attraktiv och konkurrenskraftig skolning. Finland har länge varit högt på världskartan vad det gäller utbildning, och det är fint att upprätthålla denna ställning också ur ett internationellt perspektiv. Arrangerandet av ett evenemang kräver mycket planering och tid. Då det är frågan om ett seminarium, är det viktigt för deltagarna att man bjuder dem på den information de förväntar sig höra, men det är också mycket viktigt att erbjuda möjligheter för deltagarna att bygga nätverk, lära känna varandra, samt sprida mycket inspiration och början på innovation.

1.2 Syfte

Syftet med examensarbetet är att planera och genomföra eventet *Tulevaisuuden Lukio 2016* tillsammans med uppdragsgivaren Professio. Arbetet innebär medverkan i diverse arbetsskeden med uppdragsgivaren, som t.ex. planeringsfasen och genomförandefasen. Till slut analyseras eventet som helhet och jag reflekterar kring hur evenemanget lyckades på diverse olika plan.

1.3 Metod och materialbeskrivning

Jag har valt att studera ämnen som projektarbete och evenemangsplanering, för att kunna nå utsatta mål som uppdragsgivaren ställt. Eftersom uppdragsgivaren är en aktiv aktör inom seminarium, har jag valt att studera ämnet för att få en bättre inblick i just denna genre.

Jag kommer behandla och beskriva projektets olika delmoment teoretiskt på basen av diverse teorier som stöder projektets syfte samt problemformulering. De olika delmomenten i examensarbetet kommer bland annat behandla projektets livscykel och fasindelning. Dessa delmoment behandlas i samma ordning som de skett inom projektets reala tidtabell. Uppdragsgivarens över tio-åriga erfarenhet inom evenemangsbranschen beaktas i processerna, speciellt i den praktiska delen av arbetet. Diverse faser och delmoment kommer beskrivas och dokumenteras i samma ordningsföljd som de blivit utförda. Efter det själva evenemanget kommer slutresultatet reflekteras på basen av en kundnöjdhetsförfrågan, som deltagarna svarat på. Utöver detta reflekteras också arbetsprocessen som helhet, både som så, samt kopplat till slutresultatet från deltagarens synvinkel. Min egen erfarenhet från projektet samt andra liknande projekt, påverkar diskussionen och reflektionerna som helhet.

1.4 Uppdragsgivaren

Professio är en av de mest uppskattade evenemangsrangörerna i Finland, som årligen skapar över 100 innovativa och högklassiga evenemang och kurser inom hälso- och sjukvården, sociala omsorgen samt utbildningssektorn i Finland och Sverige. Professio ägs till största del av Cor Group.

Professio erbjuder en exceptionellt hög innehållskvalitet på alla kurser och evenemang de producerar och för att lyckas med detta, är de konstant i kontakt med målgruppen och ämnesområdets ledande experter och beslutsfattare för att få den bästa inblick i vilka de aktuella framtidsfrågorna är inom diverse ämne. Utöver högklassiga program erbjuder Professios evenemang enbart högklassiga talare samt en lysande möjlighet att bygga nätverk med branschens viktigaste beslutsfattare.

Varje år deltar flera tusen experter och beslutsfattare på Professios evenemang, och till de mest uppskattade branden Professio producerar hör bland annat Framtidens sjukhus, som årligen drar flera hundra deltagare. Professio firar år 2016 10-års jubileumsår, och Tulevaisuuden Sairaala ordnades för 10de året i rad. (Professio, 2017)

2 ARRANGERANDET AV ETT EVENEMANG

Evenemang klassas som projektarbete och är tillställningar som oftast anses lyckas eller misslyckas som helheter. Alla har någon gång i sitt liv deltagit på någon form av evenemang och kan härmed spegla till sina egna erfarenheter. Om det sker det något oförväntat och oönskat på evenemanget kommer det vara högst sannolikt att deltagarna kommer ihåg detta på efterhand, oberoende hur lyckat evenemanget har varit som helhet. Detta är orsaken till att eventet bör vara väl planerat och utfört enligt tanke. Om någon del blir oplanerad, ökar risken för oförväntade problem och det vill ingen.

Seminarier klassas kan klassas som specialevent, då de arrangeras för att tillfredsställa en mycket specifik agenda. Det kan vara frågan om en kurshelhet gällande ett visst tema, eller en businessinriktning. Ett seminarium kan klassas som en typ av mindre konferens. (Macheridis 2009: 145-157, Matthews 2008: 7)

Ett lyckat projekt förväntas nå vissa utsatta mål. Enligt Macheridis (2009) kan man inom projektarbete tala om projektets livscykel. Projektarbeten är ofta stora och komplexa helheter, som lönar sig att dela in i mindre delar, för att bättre hålla koll på slutsatsen och för att uppnå målen. Livscykeln kan alltså delas in i fyra olika faser; definitionsfasen, planeringsfasen, genomförandefasen och reflektionsfasen. Då man tydligt planerar och följer denna fasindelning har evenemanget större sannolikhet att lyckas. Enligt Macheridis (2009) är det projekttypen som i sista hand förskriver ifall de ovannämnda faserna skall löpa parallellt eller avlösa varandra. Man kan med hjälp av tre olika modeller förklara fasernas förhållningssätt till varandra. Dessa är vattenfallsmodellen, där faserna bildar en systematisk övergång från fas till fas. Den andra modellen är spiralmodellen, som representerar en cyklisk metod, och till slut inkrementella metoden där varje fas ökar dess funktionella innehåll. Det finns också risker för problem att uppstå under och mellan faserna, och till dessa kan man klassa t.ex. oklara mål, dålig kommunikation samt projektarbetarnas engagemang och motivation i samband med t.ex. nya uppstående problem. (Macheridis 2009: 145-157)

I definitionsfasen definieras alla mål man har med arrangerandet av ett evenemang. Frågor som bör besvaras enligt Wolf & Wolf (2005) är; vad det egentligen är frågan om, för vem evenemanget arrangeras, varför det arrangeras, när det arrangeras, var det arrangeras och hur det arrangeras. Den följande fasen är i sin tur planeringsfasen, där man konkret börjar planera innehållet för projektet i sin helhet, från början till slut. Projekt eller evenemang har oftast ett utsatt datum när det ordnas, vilket i denna fas bör beaktas för att man skall hinna med hela planeringsprocessen och utförandet inom utsatt tidsram. Då planeringsfasen är över följer den egentliga genomförandefasen, där det själva evenemanget förverkligas. Genomförandefasen har ofta utsatta ramar som t.ex. budgetering, vilka bör följas. Då eventet är över kommer vi till den fjärde och sista fasen, nämligen reflektionsfasen där man som namnet säger, reflekterar sin prestation ur flera olika synvinklar. (Wolf & Wolf, 2005: 1, Macheridis 2009: 147-155)

2.1 Definitionsfasen

Definitionsfasen är den första fasen i fasindelningen och kan beskrivas som en form av förstudie inom projektarbete. Under definitionsfasen definieras och analyseras det givna uppdraget, samtidigt fungerar det som ett underlag för helheten. Enligt Matthews (2008) börjar definitionsfasen alltid med en idé. Idén utvidgas snabbt till preliminär undersökning inom temat, som lätt kan analyseras genom en SWOT analys. I SWOT analysen analyserar man idéns styrkor, svagheter, hot och möjligheter. Efter analysen i definitionsfasen, görs ett beslut om accepterandet eller förkastandet av det givna uppdraget. För att kunna göra ett så stort beslut, är det viktigt att man grundligt går igenom alla synvinklar i analysen samt definierar kraven i jämförelse till kompetensen i ens projektgrupp. Målen måste vara klara, men man måste också ha en klar syn på hur man kommer uppnå sina mål i praktiken. Det är också viktigt att jämföra beställarens och producentens mål, för att kolla att de har samma förväntningar och uppfattningar. I definitionsfasen skall budgeten och resurserna vara klara och planerade för att se till att själva arrangerandet av evenemanget är möjligt. Macheridis (2009) skriver om fem nödvändiga frågor att besvara i definitionsfasen vilka är: Vilket är det affärsmässiga behovet? Vad förväntar sig intressenterna? Vad kommer behöva göras? Har vi allt som är nödvändigt för genomföring? Vilka effekter kan evenemanget få? (Macheridis 2009: 147-149, Matthews 2008: 12)

2.1.1 Projektgrupp, projektledning & projektplan

I definitionsfasen bör man allra först klargöra evenemangets projektgrupp, alltså vilka är de utvalda personerna man skall arbeta med gällande projektet. Projektgruppen förväntas nå målen inom det utsatta uppdraget. Enligt Macheridis (2009) skapas projektgruppen inför ett projekt och utlöses efter att själva projektet är klart. I en projektgrupp skall det finnas personer med olika arbetsuppgifter, och enligt Macheridis (2009) består projektgruppen oftast av en projektledare, som har det operativa ansvaret för projektet, samt en delprojektledare, som ofta finns vid större projekt, samt till slut projektmedarbetare som i sin tur ansvarar för det faktiska projektarbetet. I en balanserad projektgrupp finns det ofta en handfull olika personligheter som tillsammans kan erbjuda lika många olika synvinklar till evenemangets eller projektets fortgång. I en projektgrupp kan det t.ex. vara bra att ha med personer som representerar ledarskap, kreativitet, noggrannhet osv. Dessa

personer bör dock äga vissa baskunskaper som behövs vid arrangerandet av ett evenemang, och dessa kunskaper kan t.ex. vara marknadsföring, finansiering, ledarskap kundservice osv. Då det finns en bred skala människor med olika bakgrund påverkar detta gruppdynamiken. Gruppdynamiken kan enligt Macheridis (2009) påverkas av medarbetarnas mål, kunskaper, erfarenheter, intressen, idéer, värderingar och förväntningar. (Macheridis 2009: 130-136)

I varje projektgrupp utses alltid en projektledare som har det slutliga ansvaret för om eventet lyckas eller misslyckas. Ju fler av de listade kunskaperna projektledaren har, desto större är sannolikheten att projektet i sin helhet lyckas. Med ett gott ledarskap och samt att leda genom exempel kommer man med större sannolikhet att lyckas, eftersom man då har lättare att också inspirera sina medarbetare. Det finns en massa olika synvinklar på vilka egenskaper en bra projektledare borde ha, men färdigheter som problemlösning, koordination, krishantering och effektivitet står i pannan på varje framgångsrik projektledare. (Macheridis 2009: 107-112)

Utöver projektgruppen bör man göra upp en projektplan, som skall innefatta alla olika delmoment ur definitionsfasen. En bra gjord projektplan kan bl.a. grunda sig på Wolf & Wolfs (2005) teori *Five W's and a How*. Teorin omfattar bl.a. definitioner om följande frågor: vad, vem, varför, när, var och hur. (Macheridis 2009: 131-136, Wolf & Wolf: 1-23)

2.1.2 Five W:s and a How

Teorin "Five W:s and a how" av Wolf & Wolf (2005), går ut på att definiera sex basfrågor, som utgör en grund i planerandet av eventet. Dessa frågor är vem, vad, var, varför, när och hur och kallas för evenemangets element. Dessa definieringselement är bra att använda som hjälpmedel under tiden man planerar evenemanget, så att man säkert hålls så fokuserad som möjligt under hela arbetsprocessen och att slutsatsen blir som man önskat. Idén är dock att redan i definieringsfasen ha klart för sig hur man önskar att slutsatsen skall se ut, och därför är det viktigt att hålla fokus på diverse punkter. (Wolf & Wolf, 2005:1)

Den första definieringspunkten handlar enligt Wolf & Wolf om målgruppen, att fundera ut för vem det egentliga evenemanget arrangeras. Olika faktorer som demografi, kön, ålder, gruppstorlek, familjer eller yrkesgrupp påverkar stort på slutsatsen. Detta praktikfall handlar om företagsvärlden, och jag kommer skilt i definition av målgrupp, gå in på ett djupare plan gällande olika yrkesgrupper inom målgruppen. (Wolf & Wolf 2005: 3-8)

Då målgruppen är definierad är det dags att ställa frågan vad. Vad för det frågan om, och vilken typ av evenemang skall arrangeras. Det kan vara frågan om ett socialt evenemang, välgörenhet eller ett business- evenemang. Gällande business- evenemang finns det enligt Wolf & Wolf (2005), oskrivna regler som gäller inom företagsvärlden, och dessa två är att evenemanget framskrider i en passlig takt, samt att underhållningen är lämplig. Vissa former av underhållning kan bra passa in i sociala evenemang, medan dessa inte hör hemma på business-evenemang. Dessa tankar och påminnelser är bra att kolla upp då man är mitt inne i produktionen av evenemanget, så man inte glömmer bort viktiga synvinklar. (Wolf & Wolf 2005: 8-10)

Då definitionen av vem och vad är avklarat är det dags att definiera när. Då man funderar ut tidpunkten för ett evenemang avser man synvinklar som årstid, veckodagar och tid på dygnet. Dessa måste alla gå hand i hand för att man skall lyckas producera en helhet, där man lätt kan se en röd tråd, och en bra tanke bakom det hela. Tema på evenemanget skall också påverka tidpunkten. Sociala evenemang kan vara lättare att pricka in t.ex. under veckoslut, då målgruppen oftast har ledigt från sina jobb, och tvärtom då det gäller evenemang inom företagsvärlden. De flesta jobbar måndag till fredag, och önskar inget extra på veckoslut. Tidpunkt och längd kan mycket påverkas om agendan och budgeten. (Wolf & Wolf 2005: 10-12)

Nästa fråga i definieringsfasen är var. Enligt Wolf & Wolf (2005) kan man dela in denna fråga i två delar; var *vill* man arrangera sitt evenemang och var *kan* man arrangera sitt evenemang. Här kommer det uppstå påverkande variabler som tillgänglighet, kapacitet, anslutning och tjänster som erbjuds. Hotell och andra konferenslokaler i dagens läge är mycket bekväma, eftersom de erbjuder lager på utrustning, som t.ex. stolar, bord, restauranger, garderobservice, IT-utrustning osv. Detta kan kosta lite mer, men samtidigt kan detta också lösa problem som städning eller utrymningsplan. Hotell bör t.ex. ha sina egna

utrymningsplaner och en läglig riskanalys, för att kunna erbjuda dessa tjänster. Det finns ofta mycket utbud mycket centralt, vilket är bra om man har i tankarna att ordna företags-evenemang av något slag, speciellt om gästerna kommer runtom landet. Det skall vara lätt att ta sig fram, och nära till hands med tanke på övernattning osv. Många evenemang i dagens läge är två eller fler dagar långa, och då måste man också kunna erbjuda gästerna övernattningsalternativ. (Wolf & Wolf 2005: 12-15)

Varför är den nästsista frågan Wolf & Wolf ställer i sin teori om definitionsfasen, där svaret skall vara orsaken till evenemangets agenda. Varför ordnas evenemanget? Det kan oftast vara frågan om en social tillställning, välgörenhet eller ett business-evenemang. Detta måste klargöras i definitionsfasen för att utsatta mål skall kunna uppnås. (Wolf & Wolf 2005: 15-21)

Den sista frågan i definitionsfasen är hur. Hur alla dessa delmoment i ett evenemang skall uppnås. I denna fas skall t.ex. budgetering ingå, och den ekonomiska delen av evenemangsplaneringen skall vara planerad som helhet. Detta är den del av fasindelningen som möjliggör de olika momenten och delar in resurserna. (Wolf & Wolf 2005: 21-23)

2.1.3 Riskanalys

Oberoende evenemang finns det alltid risker och hot mot projektet, fastän man kanske inte direkt tänker på dem. Riskerna kan vara större eller mindre, och ha olika skepnad beroende evenemang. Det kan vara frågan om att utrustning går sönder, personal eller deltagare insjuknar till att intressenter sviker eller t.ex. att planeringen och själva utförandet inte går som man tänkt sig. Riskerna kan alltså ha att göra med den strukturella komplexiteten i projektet eller osäkerheten i projektet. För att lättast kontrollera riskerna, lönar det sig att göra en enkel riskanalys, t.ex. tillsammans med projektgruppen redan i definitionsfasen.

Risker kan lätt hanteras då man identifierar dem i god tid, alltså förrän de hinner ske utan förvarning. Då riskerna är identifierade, kan man fokusera på att försöka reducera dem. Det finns olika modeller för olika sorts riskanalys, och i en enkel riskanalys kan man tala om fyra olika faser: identifiering av risker, kvantifiering av risker, åtgärder för att hantera

risker och kontroll av hur risker hanteras. Då man talar om identifiering av risker bör man fundera ur två olika synvinklar, den ena är vilken typ av risker som kan uppstå och var riskerna kan uppstå. Utöver detta kan man enligt Macheridis (2009) också skilja på riskerna genom att dela in dem i externa och omedelbara risker. Externa risker har oftast att göra med basorganisationen, då omedelbara risker hör ihop med det egentliga projektet. Riskerna kan också förknippas med projektets strukturella komplexitet kontra risker som förknippas med osäkerheten i projektet. (Macheridis 2001: 226-229, 264, Eklund 2009: 126-127)

2.2 Planeringsfasen

Efter att projektet blivit definierat, följer planeringsfasen där man börjar ta itu med själva projektarbetet. Enligt Macheridis (2009) skapar man struktur i projektet genom denna fas. I planeringsfasen skall man också skall sätta ut en deadline för projektet i helhet. Planeringsfasen börjar oftast med ett start-möte, där projektgruppen samlas ihop och lär känna varandra ifall de inte gör det från förut. Mötet skall också skapa förståelse för projektet och dess helhet. (Macheridis 2009: 149-150)

Då man talar om en bra gjord planering finns det diverse byggstenar som skall ingå i strukturen. I planeringsfasen gör man en mycket djupare plan till skillnad från den som gjordes i definitionsfasen. Enligt Macheridis (2009) skall man i planeringsfasen fokusera på helheten till allra först. Alltså vad är det egentligen man skall utföra under planeringsfasen? Utöver detta bör också möjliga hinder och problem identifieras i form av riskanalys. I definitionsfasen har redan en möjlig preliminär tidtabell utformats, men senast i planeringsfasen skall denna inkludera start och slutdatum. Det bästa sättet att kontrollera tiden är att konkret göra upp ett schema som innehåller projektets uppföljnings- och kontrollpunkter. (Macheridis 2009: 149-152, Eklund 2009: 101-102)

2.2.1 Tidsplanering

Användning av tid går mycket ofta hand i hand med den slutliga kvaliteten av evenemanget. Detta är något som lätt går att påverka och på förhand planera i definitionsfasen, men kan vara svårt att få tillbaka ifall man inte presterat enligt planen. Ju mindre tid det

används för planerandet desto större är risken för misstag eller misslyckande. Beroende på storleken av evenemang, kan man räkna med att planeringen kan ta från 3 år till några månader. Enligt Vallo & Häyrinen (2008) borde definitionsfasen och planeringsfasen utgöra ca 75 % av helheten, genomförandefasen 10 % av helheten och evalueringsfasen i sin tur 15 % av hela projektarbetet. (Vallo & Häyrinen 2008: 178)

Det finns många olika scheman för tidsplanering och kontrollering, och två mycket använda modeller är PERT-schema och Gnattschema. Dessa två scheman används oftast tillsammans. I PERT-schemat adderar man ihop olika tider för olika arbetsuppgifter, och dessa skapar olika vägar, beroende på i vilken ordning man sköter vissa uppgifter. I samband med PERT-schemat skall man vara mest intresserad av den s.k. kritiska vägen, vilken alltid tar längst att utföra. Genom att undersöka den kritiska vägen, kommer man bli säker på att man hinner genomföra alla önskade uppgifter i diverse fas. Ifall man som projektledare vill hålla koll på hela projektgruppen, och hålla koll på tiden, lönar det sig enligt Eklund (2009) att använda sig av successiv kalkylering, var man har analyserat de olika arbetsuppgifternas längd, var för sig. Man uppskattar alltså arbetsuppgifternas mest sannolika längd, för att få en så trovärdig analys som möjligt. Då man uppskattat tiden, skall man sätta ihop dessa på så sätt att man utnyttjar osäkerheten, och drar till slut en slutsats om helhetstiden och detta blir en form av sannolikhetskalkyl. (Eklund 2009: 136-138)

Nästa steg efter att man gjort ett PERT-schema är att göra ett Gnattschema som kompletterar det klara PERT-schemat. Gnattschemat föds då man lägger till en viss tidsaxel som skall vara så nära sanningen som möjligt. Det lönar sig att följa Gnattschemat och lägga till den realistiska tiden som sker, för att så bra som möjlig följa upp hur bra man lyckas följa den planerade versionen. Det är också mycket bra att följa med i realtid för att förutspå ifall slutdatumet kommer förändras åt något håll. Det kan också vara bra för att se till ifall man behöver ta fast i tidtabellen på något plan. (Eklund 2009: 138-139)

2.2.2 Program

Evenemangets program skall klart vara planerat enligt syfte och målgrupp. Programmet är som ett tak tema för hela evenemanget och måste därför hålla ihop från idé till utförande. Evenemangets egentliga tema och de önskade meddelandena skall vara i samordning för att så bra som möjligt kunna tjäna målgruppen. Då evenemanget marknadsförs, föds det vissa förväntningar inom deltagarna, som också måste bli tillfredsställda. Då det är frågan om evenemang där programmet ligger i centrum, spelar tanken bakom temat också en mycket stor roll. Det måste finnas en klar idé bakom planerandet. Evenemangets tema berättar också en del om organisationen och utformar lätt t.ex. ett rykte om dess producent. Då man marknadsför med programmet i centrum är det bra att komma ihåg att man inte behöver berätta allt, utan det vore bra att spara lite av överraskningsmomentet i det hela, för att bättre kunna skapa en upplevelse åt kunden. Man har dock ingen rätt att besvikna sin målgrupp, speciellt om man tänkt arrangera evenemanget igen. Det är enligt Vallo och Häyrinen (2008) alltmer viktigt i dagens läge att målgruppen får något konkret utav programmet på evenemanget, något de konkret kan ta hem till sitt eget arbete, och använda sig av där. Detta kan ofta också ha att göra med nya upplevelser som alla människor så gärna vill uppleva. (Vallo & Häyrinen.2008: 211-218)

Då programmet står i centrum är det mycket viktigt att detta håller genom hela processen. Gör det inte det, kan målgruppen uppleva helheten som misslyckad. Helheten som Vallo & Häyrinen (2008) talar om, har att göra med allting från inbjudan, program, innehåll, material, dekorationer, mat & dryck, klädkod och det som deltagarna tar med sig hem. Dessa delmoment klassas alltså som en viktig helhet, där ett genomförande tema skall synas. (Vallo & Häyrinen.2008: 211-218)

2.2.3 Praktiska arrangemang

Under definitionsfasen har man ofta redan funderat ut en passande lokal för sitt evenemang, och då det är frågan om seminarier, är ett bra resultat oftast hotell med konferenslokaler. Detta är lätt eftersom man kan köpa konferenserna som paket, där man kan beställa mat, dryck och annan praktisk service som behövs inför eventet. Det är mycket viktigt att de praktiska arrangemangen på ett evenemang fungerar. Det skall gå smidigt och lätt, och inga köer skall helst bildas. På evenemang där det serveras mat och dryck,

är det mycket viktigt att maten inte tar slut, och att det säkert finns alternativ för alla, även om någon av deltagarna har en specialdiet. På ett konferenser och seminarium är maten inte det viktigaste, utan mer något som bör finnas för att deltagarna skall orka hela dagen. Det är viktigt att fundera ut en passande meny för just ditt evenemang. (Wolf & Wolf 2005: 12-15, Vallo & Häyrinen.2008: 154-167)

Fastän konferenser och seminarier ofta arrangeras på hotell, eller i konferenslokaler, kan man inte förvänta sig att hotellet tar allt ansvar, utan man måste se dem mer som en samarbetspartner. I sista hand är det ändå den som ordnar evenemanget som har det sista ansvaret, och därför är det viktigt att se till att det finns vägbeskrivningar, information om parkeringsplatser, samt annan information om praktiska arrangemang som säkerhetsutrymning och toaletter. För att hotell skall ha lov att göra affär, skall de ha gjort en utrymningsplan, och skött om diverse lov som behövs för att ordna större tillställningar. Detta är också en mycket viktig synvinkel man skall iaktta, då man bestämmer sig för var evenemanget i fråga skall arrangeras. Anmälningar och lov kan få till en massa arbete, och det är inte en självklarhet att större tillställningar kan ordnas på de ställen man kanske tänkt sig. (Wolf & Wolf 2005: 12-15)

På seminarier och större konferenser är tekniken i en mycket central roll. Blir det strul med tekniken, kommer drömmen om en perfekt tillställning mycket snabbt förbli en dröm. Tekniken är en av de snabbaste pågående evolutionerna, och evenemangsbranschen måste absolut hålla med i svängarna för att kunna erbjuda kunderna bästa möjliga upplevelser. Det kan vara frågan om mycket enkla situationer som att någon av kunderna har ett dött batteri på telefonen eller iPaden. Hur kan man egentligen försäkra sig till 100% att man kan tillfredsställa kundernas behov: jo, se till att du har telefonladdare av de vanligaste slagen med dig på evenemangsplatsen. (Kilkenny 2011: 177-178)

Teknologin är dock inte bara de fysiska maskinerna, utan också sociala medier och annan digital marknadsföring. Det kan vara frågan om presentationer som skall visas, en video som skall spelas eller helt enkelt bakgrundsmusik på pauserna. Alla små synvinklar är bra att ha klara för sig inför ett evenemang, så man säkert funderat ut alla möjliga behov kunderna och personalen sin kan ha. (Kilkenny 2011: 178)

2.2.4 Marknadsföring

Evenemangets marknadsföring kan klassas som ett av de mest påverkande elementen för ett lyckat evenemang. En stor del av att få människorna att röra på sig och delta på evenemang har att göra med hur man lyckas eller misslyckas med evenemangets marknadsföring. Om det är så att man misslyckas att få människor på plats på sitt evenemang, kan det enligt Conway (2009) ha att göra med att människorna inte visste om att evenemanget ordnades, eller att de helt enkelt inte ville delta. Dessa båda faktorer kan dock åtgärdas genom en lyckad marknadsföring. En lyckad marknadsföring kräver i samma stil med ett lyckat evenemang, en mycket bra plan samt utförande av planen. En marknadsföringsplan skall beskriva de olika delmomenten av marknadsföringens olika skeden och marknadsföringskanaler, samt en tidtabell för hur man skall framskrida med diverse skeden. De allra vanligaste marknadsföringsmetoderna inom evenemang är TV- och radioreklam, direktmarknadsföring både genom e-post och tryckt post, internetmarknadsföring samt marknadsföring genom de sociala medierna. (Conway, 2009:65–69)

Rollen för internetmarknadsföring samt sociala mediernas roll växer konstant, och det är viktigt att förstå att man också själv måste röra sig med trenderna, för att kunna lyckas på bästa möjliga sätt. Innehållet av och rollen av olika sociala medier ändras konstant, och det är bra att förstå att de kanaler som var inne igår kanske inte är det imorgon. Man måste också komma ihåg att spegla tillbaka till målgruppen för att kolla vilka kanaler de använder mest, samt hur aktivt de använder kanalerna. Det är viktigt att veta för att man skall kunna analysera ifall det är viktigt för en själv att marknadsföra sig som eventarrangör i diverse kanaler, eller om det lönar sig att istället satsa på helt andra kanaler. Sociala medier som marknadsföringskanaler hänvisar ofta till Facebook, Twitter, Instagram och LinkedIn. Dessa kanaler är kanske de mest kända kanalerna som används inom evenemangsbranschen för marknadsföring. (Vallo & Häyrinen, 2008:23–28)

Enligt Vallo & Häyrinen (2008) är evenemanget i sig själv en stor del av dess marknadsföring, och är därför ganska unik i jämförelse till annan marknadsföring. Det som är mycket positivt med denna marknadsföring är absolut att man samtidigt som själva evenemanget marknadsförs, också marknadsför evenemangsarrangören som organisation. Man får alltså egentligen slå två flugor i en smäll, då man kan marknadsföra ett skilt

evenemang, men också hela sin organisation genom ett lyckat evenemang. (Vallo & Häyrinen, 2008:23–28)

Utöver ett mer lyckat evenemang, kan man genom en väl utförd marknadsföringsplan och marknadsföring, förbättra arbetsmotivationen hos projektgruppen och organisationens alla arbetare, men också göra organisationen mer synlig, och på det sättet skapa djupare kundrelationer till sina kunder men också till medarbetare och samarbetspartners. (Vallo & Häyrinen, 2008:23–28)

2.3 Genomförandefasen

Genomförandefasen är i sig själv den kritiska fasen, var alla möjliga misstag eller svaga punkter kommer under ljus. Under denna fas kommer man alltså märka, ifall någon del av planeringen inte är gjord perfekt. Genomförandefasen som namnet säger, är enligt Macheridis (2009) fasen där projektet genomförs. Genomförandefasen kan innebära delvis lite olika innehåll beroende på evenemanget i fråga, men oftast anses denna fas vara förverkligandet av själva evenemanget. I projektarbeten kan planeringsfasen och genomförandefasen ofta gå in i varandra, och det kan bli svårt att skilja på faserna. Då det är frågan om evenemangsbranschen är det lättare att skilja på de olika faserna, då man direkt kan tänka sig att genomförande fasen handlar om evenemangets specifika dagar. Genomförandefasen kan därför anses som en relativt kort period, ifall evenemanget varar t.ex. en eller två dagar. Enligt Vallo & Häyrinen (2008) utgör genomförandefasen enbart 10 procent av hela projektarbetet och enligt dem kan genomförandefasen ytterligare delas in i tre skeden, nämligen byggnadsskedet, själva evenemanget samt nedmonteringsskedet. I genomförandefasen bedöms man genom att titta på vissa delmål som satts inför projektet, och ifall dessa delmål blivit uppfyllda.

Eftersom genomförandefasen egentligen är den fas där t.ex. den största delen av kundservicen sker, är det mycket viktigt att genom projektledning se till att man motiverar och kämpar på sina medarbetare, för att det slutliga resultatet skall bli så bra som möjligt. För att genomförandet också utöver motivation skall bli så smidigt som möjligt, är det viktigt att arbetet är bra planerat och strukturerat. Arbetet borde vara klart fördelat och strukturerat för att man i genomförandefasen skall slippa hantera risker som har att göra med ett

dåligt planerat utförande. (Macheridis 2009: 152-153 Matthews, 2008:13; Vallo & Häyri-
nen, 2008:147–160)

I den genomförande fasen skall man ha bra koll på användningen av resurser och budget, och hur den realistiska situationen står intill den planerade. Man kan alltså fråga sig om man lyckats hålla budgeten, och ifall det finns några möjliga åtgärder som kan tas ifall man inte lyckats. Det är mycket viktigt att alla projektets intressenter och beställare hålls informerade gällande projektets fortgång och situation. Genomförandefasen möjliggör också säkerställning av slutprodukten. Man har alltså enligt Macheridis (2009) möjlighet i projektets ledning att skapa flexibilitet inom fasen, vilket kan möjliggöra improviserade förändringar t.ex. vid risksituationer som inte på förhand analyserats. Den genomförande fasen i sig själv kan också hämta med sig oförväntade problem och misstag och därför är det speciellt viktigt att skapa flexibilitet och pålitlighet inom gruppen. (Macheridis 2009: 152-153 Matthews, 2008:13; Vallo & Häyri-
nen, 2008:147–160)

2.4 Reflektionsfasen

Reflektionsfasen handlar om evaluerandet av helheten, och alla de föregående faserna som en stor helhet. I reflektionsfasen kan det vara bra att reflektera och evaluera tankar kring varför man lyckades eller misslyckades, och hur man skulle ha kunnat göra vissa saker på annat sätt för att uppnå ett bättre resultat. Reflektionsfasen kan göras ur flera synvinklar, där olika perspektiv kan vara t.ex. personalens, projektgruppens eller deltagarnas perspektiv. Slutsatsen kan också se mycket olik ut beroende på ur vilket perspektiv man ser på det hela. Som bas för bättre reflektioner, används ofta insamlat material av deltagarna, ofta i form av en kundnöjdhetsförfrågan. (Macheridis 2009: 154-155)

Till evalueringsfasen hör också eftermarknadsföringen, d.v.s. en viktig del av kommunikationen sker efterhand. Det kan vara fråga om att tacka deltagarna, ge dem information om möjliga inkommande evenemang eller bara överlag feedback på hur evenemang anser lyckats. Till slut då man tänker på projektet i sin helhet, är det mycket viktigt att kommunicera resultatet till hela organisationen. Kommunikationen sker ofta genom en fullständig skriven rapport, som behandlar projektet och alla dess möjliga faser och synvinklar.

Också möjlig feedback om kundnöjdhet är viktig information att dela till de personer som varit i kontakt med kunden. (Eklund 2009:154-155)

3 PRODUKTIONSPROCESSEN

Produktionsprocessen behandlar arrangerandet av evenemanget *Tulevaisuuden Lukio 2016* från början till slut i fyra faser; definitionsfasen, planeringsfasen, genomförandefasen och evalueringsfasen. Som grund för produktionsprocessen har jag använt mig av teorier som stöder diverse delfaser inom evenemangsplanering och produktion. Evenemanget arrangerades den 6 – 7 september 2016, på Finlandia huset i Helsingfors. Jag har tillsammans med uppdragsgivaren Professio planerat, genomfört och evaluerat evenemanget som helhet. Under produktionsprocessen har jag arbetat som producent på Professio och ansvarat för evenemanget *Tulevaisuuden Lukio 2016* tillsammans med min handledare på Professio.

3.1 Definitionsfasen

Tulevaisuuden Lukio 2016 är ett evenemang eller seminarium som behandlar den finska gymnasieutbildningen. Programmet behandlar både aktuella ämnen och framtida problematik samt intressanta praktikfall direkt ur de finska gymnasierna. Evenemanget ordnades år 2016 för andra gången, då föregående genomförande blev en succé som samlade ihop över 100 beslutsfattare ur målgruppen. Professio har som mål att erbjuda ett evenemang av hög innehållskvalitet och ett brett nätverk med beslutsfattare under samma tak. Under hösten 2016 invigdes det en ny läroplan för bl.a. gymnasierna i Finland, och i och med detta skedde en massa förändringar inom området. Det var dags för gymnasieutbildningen att förnyas, både som helhet men också i utbildningens processer och arbetssätt. Arrangerandet av *Tulevaisuuden Lukio 2016* har som mål att erbjuda lösningar på olika administrativa plan, för att i framtiden kunna erbjuda en attraktiv och konkurrenskraftig skolning. Finland har länge varit högt på världskartan vad det gäller utbildning, och det är fint att upprätthålla denna ställning också ur ett internationellt perspektiv.

Val av evenemangsplats spelar en stor roll, då man tänker på hur evenemanget skall lyckas. Vid val av plats måste man fundera noga på, vad man vill sköta själv och vad man helst låter någon annan ta hand om. Konferenslokaler och hotell med konferensmöjligheter är mycket potentiella platser för organisationer som ordnar evenemang, eftersom

man slipper sköta många administrativa frågor, som t.ex. lov, utrymningsplan etc. Uppdragsgivaren Professio har ofta valt att ordna evenemang på lokaler som t.ex. Finlandia huset, eftersom det fungerar relativt smärtfritt. Det kostar en del mer att använda sig av lokaler som denna, men samtidigt betalar man till stor del också för servicen. *Tulevaisuuden Lukio 2016* ordnades alltså på Finlandia huset i Helsingfors. Professio använder sig till stor del av Finlandia huset, då kvaliteten på lokalerna, servicen och maten är mycket bra. Det är också viktigt att miljön och lokalens egen personal är bra eftersom det påverkar helhetsintrycket på evenemanget för deltagarna. Finlandia huset är mycket bra beläget, eftersom det är på gångavstånd från järnvägstorget, då största delen av deltagarna inte kommer från huvudstadsregionen.

I definitionsfasen är det viktigt att noggrant svara på olika frågor gällande evenemanget som helhet. Evenemangets tidpunkt är en mycket viktig aspekt man bör fundera utförligt innan man som evenemangsarrangör prickar in datumen. Speciellt då man talar om seminarier och konferenser, är det viktigt att se till att evenemanget arrangeras på arbetstid. Det lönar sig alltså att fundera ut vilka veckodagar som passar seminariet bäst. *Tulevaisuuden Lukio 2016* arrangerades tisdag och onsdag 6 – 7 september 2016. Vid utpickande av datum är det också viktigt att göra lite förhandsundersökning gällande andra iakttagbara händelser som är typiska för utsatt målgrupp, t.ex. semesterdagar.

Då man har definierat klart vad det är frågan om, var och när evenemanget ordnas är det dags att fundera ut för vem evenemanget ordnas. Vid arrangerandet av ett seminarium är det viktigt att iaktta målgruppen och att noggrant fundera ut vem man når med diverse evenemang. Vid seminarium där programmet spelar en mycket stor roll, kan man lätt fundera ut vem det är man försöker nå. *Tulevaisuuden Lukio 2016* som namnet säger, handlar om gymnasieutbildningen, och riktar sig därför mot beslutsfattande organ som rektorer, direktörer för gymnasieutbildning samt direktörer för utbildning i kommunerna.

Uppdragsgivaren Professio är en objektiv organisation, som arrangerar alla sina evenemang från början till slut. Budgeteringen sker som estimering av deltagare och sålda deltagarbiljetter.

3.1.1 Projektledning, projektgrupp & projektplan

Professio är en relativt liten organisation med under 20 fastanställda för tillfället, och projektgrupperna är därför också diverse små. Till projektgruppen för *Tulevaisuuden Lukio 2016* hör det en producent, som fungerar som projektledare. Producentens uppgift är ytterligare att ansvara för innehållet av evenemangen samt stöda avdelningar som försäljning, marknadsföring och kundservice, och de skilda projektarbetarna. Jag arbetade som producent för projektet *Tulevaisuuden Lukio 2016*.

Till den övriga projektgruppen hörde en kollega i marknadsföringen, som ansvarade för evenemangets marknadsföring i sin helhet. Till projektgruppen hörde också en person i telefonförsäljningen, en som ansvarar för samarbetspartners och 5 personer i kundservice-teamet. Utöver dessa, arbetade också min förman inom projektet, genom att stöda mig som producent.

En organisation som är en över tio-årig evenemangsarrangör har en diverse lång erfarenhet inom området, och har till stor del planerat ut hur vissa evenemang skall framskrida, speciellt gällande tidtabeller. Projektplanens olika processer är till viss del ganska långt uträknade tidsmässigt på förhand, vilket underlättar producentens arbete. I projektplanen är det dock viktigt att tidtabellen framgår klart och tydligt, för att producenten lätt skall kunna se till att planen håller tidsmässigt. Till projektplanen hör också en informationsstund, där producent tillsammans med förman, planerar projektets fortgång och delmoment.

3.1.2 Riskanalys

De risker som Professio har gällande evenemangen, är risken om att man inte uppnår det budgeterade resultatet, och att man inte får deltagare enligt det man estimerat. Denna risk kan man dock minimera genom att producera ett mycket bra evenemang och marknadsföra det bra. Lättare sagt än gjort? Kanske det, men med mycket erfarenhet är det absolut möjligt.

Andra risker evenemangen kan stå inför är definitivt om någon av uppträdarna t.ex. avbokar innan evenemanget, och det kan bli svårt att få in ett substitut på kort varningstid.

Till stora risker hör absolut också tekniken. Man kan aldrig på förhand veta hur tekniken kommer bete sig på evenemanget. Man kan absolut minimera riskerna genom olika delmoment och planering på förhand, samt genom att ha t.ex. två datorer på evenemangsplatsen istället för en ifall den ena slutar fungera.

En annan risk gällande seminarium är alltid deltagarnas förväntningar. Med program och marknadsföring skapar man vissa förväntningar inom deltagarna. Ifall dessa förväntningar inte stämmer ihop med verkligheten, finns risken för att deltagarna inte är helt till 100 procent nöjda. Som evenemangsarrangör är det mycket viktigt att förstås försöka erbjuda ett evenemang vars deltagare är nöjda på alla fronter. Detta kan försöka hanteras till största del genom att producera och marknadsföra evenemanget så det blir så verklighetsmässigt som möjligt.

3.2 Planeringsfasen

Då man i definitionsfasen slagit in datum och evenemangsplats och dylikt, gäller det att sparka igång det egentliga planeringsarbetet några månader innan det själva evenemanget. Man kunde säga att det egentliga arbetet börjar med att öppna upp en nätsida tillsammans med marknadsföringsteamet. Nätsidan innehåller nödvändig information angående evenemanget, som tid, plats, program, presentation av talarna, presentation av samarbetspartners, samt allmän information om Professio. Uppehållet av nätsidan ansvarar marknadsföringsteamet och producenterna gemensamt om, eftersom vissa områden helt klart är mer på producenternas, som t.ex. programmet.

3.2.1 Program

Då nätsidan är öppnad, börjar den egentliga innehållsplaneringen gällande programmet. För att kunna producera ett så nyttigt program som möjligt, bör producenten göra ett grundligt arbete, både genom att själv söka efter mycket information, men också genom att vara i kontakt direkt med målgruppen. Som research lönar det sig att följa med aktuella branschmedia, läsa nyheter samt försöka ha koll på vad som egentligen händer ute på fältet, och i detta fall, gymnasieskolorna. Utöver median, kan man kontakta personer målgruppen både genom en enkätundersökning, samt genom telefonintervjuer.

Då man gjort en grundlig research, kan man börja arbeta på det första programförslaget. Skapandet av programmet kräver inspiration, fantasi, kunskap och fakta. Det första programförslaget för *Tulevaisuuden Lukio 2016* ser man under.

professio

TULEVAISUUDEN LUKIO 2016
Finlandia-talo 6. – 7.9.2016

Uusi tuntijakokokeilu, se kaivattu uudistus! – Mutta tuleeko jäädäkseen?

- Tuntijakokokeilun todellisuus – Mitkä ovat yhteiskuntavaikutukset pitkällä tähtäimellä?
- Mitä vaikutuksia uusi tuntijako tarkoittaisi henkilöstölle ja riittävätkö resurssit siihen, että jokainen oppilas päättää itse mitä opiskelee?
- Miten uusi OPS ja tuntijakokokeilu sopivat yhteen?

Mitä näyttää tulevaisuuden oppimisympäristöt?

- Miten uudet oppimistavat vaikuttavat oppimisympäristöihin?
- Uudet oppimistilat – Mitä vaatii opettajilta ja mitä oppilailta?

Yrittäjyyskasvatus lukiossa – Vahva alku aikuistumiselle!

- Miksi tarvitaan entistä vahvempaa yrittäjyyskasvatusta tulevaisuuden lukiokoulutuksessa? Miten tämä integroidaan koulutusohjelmaan?
- Mitä vahvuuksia ja yrittäjyyskasvatus tarjoaa oppilaalle ja mitä tulevaisuuden yhteiskunnalle?

Uusi OPS – Näin elät luontevasti uudessa toimintakulttuurissa!

- Resurssileikkaukset ja uusi OPS – Miten kulkevat käsi kädessä?
- Teemaopinnot ja sähköistyminen – Miten toteuttaa vaatimukset?

Mediakasvatus ja audiovisuaalinen kulttuuri – Pärjäävätkö opettajat oppilailleen?

- Median tehokas hyödyntäminen opetuksessa
- Miten integroida monilukutaitoa opetukseen tehokkaasti?
- Mitä tieto- ja viestintätekniikan valmiuksia opettajan tulisi hallita?
- Tv:n rooli tulevaisuudessa – Miten välttää, että osa opettajista tippuu kärryiltä?

Päättäjäraati Digitalisaatio – Väline edellä vai väline apuna?

- Mikä laite ja missä määrin sitä käytetään? Oppilaan vai koulun laite?
- Voiko digitaalista käyttäytymistä vaatia jokaiselta opettajalta?

Sähköiset ylioppilaskirjoitukset vai ei kirjoituksia ollenkaan?

- Mitä vaatimuksia sähköiset yo-kokeet tuovat opetukseen?
- Ovatko sähköiset yo-kirjoitukset paras ratkaisu arvioinnille tulevaisuudessa?
- Miten näyttöarviointia tulisi kehittää ja uusia?

Päättäjäraati Lukio 2030 – Muuttuva maailma, muuttuva opetus!

- Miltä näyttää tulevaisuuden lukio – Mitä voimme tietää?
- Mitkä ovat odotukset lukiokoulutukselle tulevaisuudessa?
- Mitä muita uudistuksia ja muutoksia on havaittavissa seuraavan 10 vuoden aikana?

Kuntayhtymät lukiokoulutuksen pelastaja?

- Mitä hyötyjä kuntayhtymät ja lukioiden yhdistäminen tarjoaa eri osapuolille?

Uudistuva hallintomalli ja rahoitus – Mitä käytännössä tapahtuu?

- Millainen uusi hallintomalli tulee olemaan?

professio

- Mitkä ovat hallintouudistuksen vaikutukset lukioille?
- Miten uusi rahoitusmalli vaikuttaa pieniin lukioihin?

Lukiokoulutuksen kehitys 5-10 vuodessa - Säilyykö houkuttelevana vaihtoehtona?

- Säilyykö lukioverkosto valtakunnallisesti kattavana?
- Miten saadaan lisää työelämäyhteyksiä lukiokoulutukseen ja tarvitaanko niitä?
- Monialaiset oppimiskokonaisuudet – Onko tämä edelleen mahdollista leikkauksista huolimatta?

Lukio, yliopisto & korkeakoulu – Miten parantaa yhteistyötä?

- Miten yliopistojen tutkintouudistukset tulevat vaikuttamaan lukiolaisten valintoihin tulevaisuudessa?
- Miten taataan tarvittava pedagoginen uudistuminen vuorovaikutuksessa korkeakoulujen kanssa?

Nyt leikataan 190 miljoonaa! Mikä vaikutus lukioihin?

- Toisen asteen reformi – Mitkä ovat tulevaisuuden suuntaviivat?
- Miten turvata, että opettajien työ pysyy houkuttelevana ja palkitsevana myös tulevaisuudessa?

Figur 1 Det första programförslaget, skapad av skribenten

3.2.2 Marknadsföring

Marknadsföringen spelar en stor roll i hur evenemanget lyckas som helhet. Olika marknadsföringskanaler som används är digital marknadsföring i form av epost-brev, som skickas ut till målgruppen. För *Tulevaisuuden Lukio 2016* skickades det ut ca 6 epost-brev. Marknadsföringsavdelningen ansvarar för innehållet i breven, men gör tätt samarbete med produktionsavdelningen, för att kunna lyfta fram de viktigaste punkterna i breven. Evenemangets nätsida, sociala medier och blogg hör också till den digitala marknadsföring Professio gör. Blogginläggen kan skrivas av talare, samarbetspartners eller Professios personal. För marknadsföringen via social media har Professio en marknadsföringsplan, som genomgås genom varje evenemang. Vi använder oss av Facebook, Twitter och LinkedIn.



TULEVAISUUDEN LUKIO 2016

6.-7.9.2016 Finlandia-talo, Helsinki

Opetusministeri: Tulevaisuuden lukio luodaan nyt!

TULEVAISUUDEN LUKIO 2016 -tapahtumassa kuullaan huomisen lukio-opetuksen tärkeimmistä

suuntaviivoista - tervetuloa voittamaan kokemuksia yli 100 kollegasi kanssa!

Tapahtumassa kuulet mm.

- Käivätytuntijakokokeilu tulee - mutta tuleeko se jäädäkseen?
- Miten ylläpidetään ja kehitetään lukio-koulutuksen laatua?
- Uusi OPS – Näin elät luontevasti uudessa toimintakulttuurissasi!

Katso ohjelma kokonaisuudessaan [tästä!](#)

Hyödynnä etuhinta 13.5. mennessä - varaa paikkasi:

professio.fi/lukio



KEYNOTE Tulevaisuuden lukio luodaan nyt!

Opetusministeriö on käynnistänyt yhdessä Opetushallituksen kanssa Uusi lukio –uskalla kokeilla -ohjelman, joka ajonmukaistaa oppimisympäristöjä ja opetusmenetelmiä.

Sanni Grahn-Laasonen, opetus- ja kulttuuriministeri



Lukio & ympäröivä yhteiskunta: Miten parantaa yhteistyötä ja tehdä siitä johdonmukaista?

Miten pistäminen kehittämisen kenttä saadaan organisoiduksi tavoitteelliseksi opintopoluksi? Miten luodaan häivänsä kansainväliselle kasvatukselle?

Christina Krookala, sivistystoimen johtaja, Vasasa



Haukilahden lukio & Aalto-yliopisto
CASE Koulu palveluna

Miten uusi oppimisympäristö rakentuu ilman oman koulun bioja? Syntykö kohtaamisista tiiviimpi korkeakoulu-yhteistyö?
Mitä tapahtuu oman lukion hengelle ja yhteisöllisyydelle?

Kaisa Toivonen, opetusalan johtaja, Espoo



Puheenjohtajan haastattelussa:
Sähköiset ylioppilaskirjoitukset vai ei kirjoituksia ollenkaan?

Antti Rastela, lukiokoulutuksen tulosaluejohtaja, Jyväskylä

Katso koko ohjelma tästä!

Ilmoittaudu mukaan myös Facebookissa

Keskustele Twitterissä #huomisenlukio

Yhteistyökumppani




professio

Lisätietoja
www.professio.fi
020 442 4140
ilmoittautumisci@professio.fi

Jos haluat peruuttaa tilauksen, klikkaa tästä.

Reklamaattori

Powered by Postiväidätkö™

Figure 2 Exempel på ett marknadsföringsbrev, skapat av skribenten

Utöver digital marknadsföring printas det en broschyr, då programmet för evenemanget är klart. Denna broschyr är i storlek av A5, och oftast dubbelvikt. Broschyren består av evenemangets namn, datum, lokal, program, talare, samarbetspartners samt Professios

kontaktuppgifter och skickas ut till en utvald målgrupp. Broschyren för *Tulevaisuuden Lukio2016* ser man under.



Posti Green

Osoitelähteet: Profession & Alma Median asiakasrekisterit.

Hinnat & lisätiedot

Ilmoittaudu NYT!

profession.fi/lukio
puh. 020 442 4140
ilmoittautumiset@profession.fi

Yhteistyökumppani:



Inspiring spaces
Martela

PROFESSION 10 VUOTTA!

Profession tapahtumiin on vuosien saatossa osallistunut tuhansittain eri alojen päättäjiä, vaikuttajia ja asiantuntijoita. Tavoitteenamme on tarjota korkealaatuisia tapahtumia ja koulutuksia jatkossakin - tervetuloa mukaan!



TULEVAISUUDEN LUKIO 2016

6.-7.9.2016, Finlandia-talo, Helsinki



**SANNI
GRAHN-LAASONEN**

KEYNOTE Tulevaisuuden lukio luodaan NYT!

**PEKKA
PEURA**

Uusi OPS vaatii uusia arviointimenetelmiä!

**CHRISTINA
KNOOKALA**


Pirstaleisesta kehittämisestä tavoitteelliseksi opintopoluksi!

Miltä näyttävät huomisen oppimisympäristöt?

TIETOPAKETTI: Tuntijakokokeilun todellisuus


<p>8.30 Tervetuloa! Aamupalaa & tuoreita ajatuksia</p> <p>9.00 Hyvää huomenta lukion asiantuntijat!</p> <p>9.10 KEYNOTE Tulevaisuuden lukio luodaan nyt! Sanni Grahn-Laasonen, opetus- ja kulttuuriministeri. Opetusministeriö on käynnistänyt yhdessä Opetusalan kanssa Uusi Lukio -uskalla koella -ohjelman, joka ajamukuttaa oppimisympäristöjä ja opetusmenetelmiä.</p> <p>10.00 ROUNDTABLE Lukio 2030 - Muuttuva maailma, muuttuva opetus! Alustus: Matti Mäenpää & Sirpa Vaarmala, Martela</p> <p>10.40 Kahvia & merkittäviä kohtaamisia</p> <p>11.05 Miltä näyttävät tulevaisuuden oppimisympäristöt? Arja Kukkonen, linjajohtaja, • Nuoris- ja aikuiskoulutus, Helsingin opetusvirasto</p>	<p>11.40 Uusi tuntijakokokeilu, se kaivattu uudistus! - Mutta tuleeko jäädäkseen? Harri Rinta-aho, rehtori, Etelä-Tapiolan lukio, Espoo. Etelä-Tapiolan lukio vastakunnallisen lukiovertailun parhaista. Etelä-Tapiolan lukio on pitkään pyssänyt listan kärkipaikoilla ja vuonna 2015 lukio oli paras.</p> <p>12.30 Makuelämyksiä ä la Finlandia-talo</p> <p>13.30 PÄÄTTÄJÄRAATI Digitalisaatio - Väline edellä vai väline apuna? Raadissa: Pekka Fredriksson, lukioalan johtaja, Oulu & Timo Tainen, palvelupäällikkö, 2. asteen koulutus, Kouvolan & Pia Ahtonen, opetusjohtaja, Kerava</p> <p>14.20 CASE Osallistava suunnittelu - Tukea innovatiivisten oppimisympäristöjen luomiseen!</p> <p>14.50 Pikkupurtavaa & energiapuustia!</p> <p>15.15 Uusi OPS - Näin elät luontevasti uudessa toimintakulttuurissa! Pia Ahtonen, opetusjohtaja, Kerava</p> <p>15.50 Opetussuunnitelma, johtamisen välinekö? Heikki Turunen, lukiojohtaja, Lahti</p> <p>16.30 Päivän tärkeimmät & puheenjohtajan yhteenveto</p>
---	--


<p>8.30 Tervetuloa! Aamupalaa & tuoreita ajatuksia</p> <p>9.00 Hyvää huomenta lukioalan asiantuntijat!</p> <p>9.10 Lukio & ympäröivä yhteiskunta - Miten parantaa yhteistyötä ja tehdä siitä johdonmukaista? Christina Knookala, sivistystoimen johtaja, Vaasa</p> <p>9.50 Haukilahtien lukio & Aalto-yliopisto. CASE: Koulu palveluna. Kaisu Toivonen, opetusjohtaja, Espoo</p> <p>10.30 Kahvia & merkittäviä kohtaamisia</p> <p>10.55 Yrittäjyyskasvatus lukiossa - Vahva aikuiskoulutus! Pentti Halonen, sivistystoimenjohtaja, Hyvinkää</p> <p>11.35 Onko lukioalan jäännyt laatuajattelussa perusopetuksen ja ammatillisen koulutuksen jälkeinen? Timo Tainen, palvelupäällikkö, 2. asteen koulutus, Kouvolan</p> <p>12.05 Makuelämyksiä ä la Finlandia-talo</p> <p>13.05 PÄÄTTÄJÄRAATI Innovatiivisia ratkaisuja etsimässä, miten kilpailutan?</p>	<p>13.45 CASE Aineittöiminnalla osamisen jakamiseen! Eija Tiisala-Heiskala, lukioalan johtaja, Tampere</p> <p>14.15 Uusi OPS vaatii uusia arviointimenetelmiä! • Pekka Peura, matematiikan opettaja, Martinkaakon lukio. Pekka Peura päätti, ettei pidä kokeita. Sen sijaan hän käski oppilaansa opettelemaan itse ja antamaan siten oppimistaan arvosana.</p> <p>15.00 Pikkupurtavaa & energiapuustia!</p> <p>15.25 NÄKÖKULMAA JYVÄSKYLÄSTÄ! PUHEENJOHTAJAN HAASTATELUSSA Sähköiset ylioppilas-kirjoitukset vai ei kirjoituskia ollenkaan? Arntti Rastela, lukioalan johtaja, Jyväskylä</p> <p>Kuntayhtymät lukioalan pelastajia? Eino Leisimo, sivistysjohtaja, Jyväskylä</p> <p>16.20 Päivän tärkeimmät & puheenjohtajan yhteenveto</p>
---	--




TAPAHTUMAN PUHEENJOHTAJANA: RIIKKA LINDROOS
puheenjohtaja, Suomen Rehtorit ry

ASIAANTUNTIJOINA MM:


Antti Rastela


Kaisu Toivonen


Heikki Turunen

Figur 1 Den tryckta broschyren, skapad av skribenten

3.2.3 Tidtabell

Tidtabellen är A och O i att evenemanget lyckas i helhet och producenten har ansvaret för att tidtabeller skall hållas så bra som möjligt. Eftersom produktionen påbörjar flera månader på förhand, finns det gott om tid för planeringsfasen. Det är viktigt att fundera ut, i vilken ordning diverse arbetsmoment skall ske, och dessa beror oftast också på evenemangets art i fråga.

Då det första programförslaget blev klart inför *Tulevaisuuden Lukio*, var det dags att sparka igång marknadsföringen. Marknadsföringen fortskrider ända fram tills själva evenemanget. Produktionsprocessen kan vara ca 1 – 2 månader, beroende på evenemangets art, men detta evenemang tog ca 1 månad att producera.

Efter att man fått klart programmet, är det dags att göra broschyren som skall tryckas. Denna produceras som samarbete mellan produktionsavdelningen och marknadsföringsavdelningen. Då broschyren skickats iväg till tryckeriet, är producentens egentliga uppgift att vänta tills evenemanget äntligen börjar.

3.3 Genomförandefasen

Genomförandefasen för *Tulevaisuuden Lukio 2016*, och Professios andra evenemang kan delas in i tre faser; innan evenemanget, under och efter evenemanget. Då evenemanget närmar sig, är det dags att de till att allting är som planerat. Projektledaren och projektgruppen arbetar tillsammans för att se till att allting är som det ska. Innan evenemanget är det viktigt att de till att alla tidtabeller stämmer. Man bör alltså ha en öppen diskussion med både projektgruppen och evenemangsplatsen, för att uppmärksamma ändringar i planerna eller potentiella riskfaktorer.

Utöver en klar tidtabell måste evenemangsplatsen också informeras om hurdan teknik som önskas finnas till hands, hurdan sittning det önskas i salen samt menyerna för dagen, dvs. önskar man det serveras något tilltugg till kaffet, eller kaffe överhuvudtaget. *Tulevaisuuden Lukio 2016* arrangeras som två seminarie-dagar, vilket betyder att man bör se till att det finns mat och dryck för deltagarna så det räcker. På evenemanget ordnades det för och eftermiddagskaffe med tilltugg, morgonmål samt lunch. Dessa praktiska arrangemang är viktiga att gå igenom men evenemangsplatsen på förhand, för att se till att det blir så lite krångel som möjligt under de själva dagarna. Gällande tekniken var det viktigt att gå igenom hur många mikrofoner det behövdes, sittning i runda bord samt stolar på scen, för paneldiskussion, vilka skulle hämtas in bara för detta. (Det var alltså viktigt att gå igenom att man är på samma karta gällande paneldiskussionens tidtabell) Orsaken till att möbleringen skulle finnas på scen enbart för diskussionen är att scenen inte skall vara full med möbler som inte används, då största delen av talarna är ensamma på scen, och

ingen av dem sitter. I paneldiskussionen sitter det oftast 3 – 4 personer bredvid varandra, och det kan bli lite lugnare då panellisterna sitter ner.

3.3.1 Praktiska arrangemang innan evenemanget

De praktiska arrangemangen är en av de största delarna man bör planera utförligt för ett lyckat evenemang. De praktiska går lite parallellt med andra delar av faserna, men största delen av det praktiska i planeringsfasen händer just intill själva evenemanget, ca ett par veckor för att vara exaktare. Detta beror dock igen på evenemangets art. För *Tulevaisuuden Lukio 2016* jobbade vi med det praktiska ungefär en vecka innan evenemanget.

Det finns en massa delmoment som bör iakttas då man arbetar med de praktiska arrangemangen. För det första gäller det att vara i kontakt med alla samarbetspartners för att se till att de har all den information de behöver. Det är bra att se till att de har klart för sig var evenemanget är, vägbeskrivning, tidtabeller och annan praktisk information t.ex. gällande parkeringsplatser. För det andra bör man vara i kontakt med deltagarna, för att se till att de har fått samma information gällande de praktiska arrangemangen, speciellt tidtabeller. Informationen bör också flöda mellan evenemangsarrangören och evenemangsplatsen, för att båda skall vara på samma karta.

På ett två dagars evenemang med många talare och artister, är det mycket viktigt att se till att tidtabellerna också är klara för var och en av dem. Det är alltså viktigt att se till att talare och artister vet tidtabellen för sin egen presentation, att det inte händer några misstag på den fronten. Presentationernas och pausernas tidtabeller är viktiga att gå igenom både med evenemangsplatsens personal, men också med sin egen personal, än en gång för att minimera riskerna.

Utöver att se till att evenemangsplatsen har klart för sig vad man förväntar sig av dem, är det viktigt att se till att ens egen personal som skall arbeta på evenemangsplatsen, vet sina egna uppgifter, och kan agera också vid oväntade situationer och förändringar. För att detta skall lyckas, behövs det ett bra ledarskap och klara riktlinjer, för att göra denna del så klar och tydlig som möjligt. I projektgruppen finns det alltid en koordinator, som agerar som den praktiska projektgruppens förman. (Med den praktiska projektgruppen menar

jag de personer som jobbar på evenemangsplatsen) Innan evenemanget måste man också vara anträffbar för talarna, deltagarna och för evenemangsplatsen, för att se till att man hjälper dem som har frågor. Genom att vara anträffbar och svara på diverse frågor, försäkras man sig också om att verkligen erbjuda en bra kundservice, vilket alltid är målet inom vilken servicebransch som helst.

Utöver att man sett till att alla delaktiga har fått all den information de behöver, är det dags att börja planera vilket material man behöver producera och printa, för att ha med sig till evenemangsplatsen. Sådant material är t.ex. handprogram, namnskyltar, bordsskyltar osv. Handprogrammet kan beroende mängden printas själv, eller beställas från ett tryckeri. Handprogrammet för *Tulevaisuuden Lukio 2016* beställdes från ett tryckeri, och programmet ser man i bilaga nr. 4. Mängden handprogram är ofta ganska samma som deltagarmängden. Namnskyltar delas ut åt diverse deltagare i samband med anmälningen. Namnskyltar är bra att ha i dagens läge, eftersom det helt enkelt underlättar all form av nätverk. Olika vägvisare kan också printas ut på förhand, för att lättare se till att deltagarna hittar fram till lokalen, speciellt vid evenemangsplatser som är större.

Då man printat och sett till att man har allt material man behöver, är det dags att packa ihop alla saker man skall ha med sig till evenemangsplatsen. Då jag talar om att packa ihop sakerna, handlar det alltså om att packa ihop dem på kontoret för att lättare få allt från kontoret med sig till evenemangsplatsen.

Dagen före eventet börjar bygger vi upp det på evenemangsplatsen. Då man talar om att bygga upp ett evenemang, betyder det att man sätter i ordning så mycket som möjligt kvällen innan evenemanget börjar. Det gäller att bygga upp montrar, ställa in presentationsdatorerna, ställa ut vägvisare, bygga upp info- och anmälningsdisken. Det lönar sig absolut att bygga upp ett evenemang på förhand, för att spara så mycket tid och energi på morgonen då evenemanget börjar. På detta sätt ser man också till att man hinner på allting i ordning inför morgonen, och minimerar igen en gång risker för oförväntade misstag.

3.3.2 Under evenemanget

Då evenemanget äntligen är här efter flera månader av arbete, är det bara att njuta, och försöka se till att allting går så smidigt som möjligt. Det själva evenemanget är tillfället, var den praktiska delen av planeringen blir upp till bevis. ”Bra planerat är hälften gjort” sägs det, och denna situation kan man absolut jämföra med ordspråket. Ifall man lämnar någon del ogjord i fasen innan evenemanget, är det absolut i denna fas det märks.

Under evenemanget är det viktigt att ha en klar arbetsfördelning, för att se till att var och en av arbetarna vet vad som förväntas av dem. Det är viktigt att se till att man har ett bra ledarskap på evenemangsplatsen, vid risk av att något oförväntat händer. På *Tulevaisuuden Lukio 2016* var evenemangspersonalen indelad i olika arbetsgrupper: en person hade ansvar för tekniken i salen, dvs. allt material talarna ville visa, spelades upp av personen i fråga. Denna person ansvarade också för att förklä talarna med mikrofoner, samt uppspelning av musik vid behov. En annan person ansvarade för evenemangets samarbetspartners, vilka hade satt upp montrar inför pauserna. Personen såg alltså till att alla samarbetspartners hade allt de behövde för att vara nöjda med slutsatsen. En till två personer ansvarade för info- och anmälningsdisken, dit alla deltagare går först då de anländer till evenemanget. Där får de en namnskylt, ett handprogram och annan nödvändig information de kan behöva gällande dagarnas fortgång. Utöver detta finns det också personer som ser till att allt går som planerat och är lite som guider på evenemanget. Ifall det är någon som ser ut att han eller hon inte vet åt vilket håll salen är, så hjälper guiden.

Kundservice är definitivt ett av de viktigaste delmomenten på ett lyckat evenemang. Det är viktigt att se till att deltagarna känner att de fått en bra service. Alla har någon gång varit med om både dålig och strålande kundservice, och man kommer definitivt ihåg båda slagen. Med en dålig kundservice kan man i värsta fall förstöra evenemangsarrangörens brand. A och O för en lyckad kundservice är ingen hemlighet, det är frågan om simpla gester. Redan att se till att deltagarna har det som behöver, svarar på deras frågor (också innan de hinner ställa dem) samt ler och är glad, det smittar av sig.

På ett seminarium, står programmet definitivt i centrum, och det är definitivt också viktigt att se till att den delen går som smort. Det finns inget värre än en strulande teknik eller en

talande person man inte kan höra. På *Tulevaisuuden Lukio 2016* såg vi till att tekniken faktiskt fungerade som den skulle, genom att ha en person i salen, under hela evenemanget. Då man samlat in allt presentationsmaterial på förhand, kan man se till att allting fungerar som det skall, också då det skall visas videoklipp, som ofta annars orsakar problem. Också med att ha två datorer, och en ”switcher” emellan dem, har man back upp, och slipper visa deltagarna ombyte mellan presentationerna. På så sätt blir det snyggt, prydligt och smärtfritt, samtidigt som deltagaren känner att allting fungerar mycket bra.

Då programmet är planerat på förhand, är det inte så mycket innehållsmässigt man kan påverka på under det själva evenemanget. Man får hoppas att talarna är fängslande och innovativa, samt att de väcker en massa inspiration och tankar inom deltagarna. Jag anser att programmet är lyckat då det väcker känslor inom deltagarna, och de behöver inte alltid vara positiva känslor.

3.3.3 Efter evenemanget

Då evenemanget är över är det dags att städa ihop. Allt material man hade med sig inför evenemanget skall sättas ihop, infodiskar, montrar, datorer, material osv. Denna del av evenemanget brukar inte räcka lika länge som byggandet, och kan därför anses som en lätt del av hela processen. Man har också i två dagar arbetat hårt för att ge en så bra kundservice som möjligt för diverse deltagare, så då evenemanget tar slut kan slut städandet anses som en slutraka, speciellt för den praktiska delen av arrangerandet.

Dagen efter att man packat ihop fortsätter dock arbetet ytterligare på kontoret. Det är dags att skicka iväg en kundnöjdhetsförfrågan till deltagarna, för att lättare kunna analysera hur evenemanget egentligen gått i sin helhet. Som evenemangsarrangör kan man absolut vara av olika åsikt med deltagarna om hur det egentligen gått, och därför är det mycket viktigt att höra vad de egentligen tänkt kring innehåll etc. På *Professio* använder vi oss av en enkät var vi frågar deltagarnas åsikt om kundservicen, programmet, evenemangsplatsen osv. för att få en så bred bild som möjligt om helheten. Deltagarna har några dagar tid att svara på enkäten, och efteråt samlar en i projektgruppen ihop svaren och gör en sammanfattning av dem, som sedan delas åt hela projektgruppen.

Feedbacken används sedan inför framtida evenemang. Man har fått en helhetsbild på hur mottaglig målgruppen har varit angående innehållet. Man kan också få goda idéer kring hur det lönar sig att förbättra evenemanget med tanke på framtida genomföranden. Efter evenemanget är det också viktigt att komma ihåg eftermarknadsföringen. Eftermarknadsföring är viktig speciellt med tanke på företagets bränd och evenemangets egna bränd, ifall den har ett sådant. Eftermarknadsföringen för *Tulevaisuuden Lukio 2016* innehöll ett tackbrev åt deltagare och talare, med information om kommande evenemang samt genomförandet år 2017.

3.4 Reflektionsfasen

En vecka efter evenemanget har målgruppsundersökningen blivit klar, och jag fick tillsammans med Professio undersöka resultatet. Undersökningen som skickades ut åt evenemangets deltagare, fick allt som allt 22 svar. Procentuellt motsvarade dessa 22 personer ca 34 procent.

Utvärderingsblanketten bestod av ca 10 frågor, vilka innehåller både öppna frågor och matriser. Vi bestämde oss för att fråga vissa frågor både som vitsord, samt som en öppen fråga, för att få ett så givande svar som möjligt. Som skala använde vi 1 – 5 varav 5 motsvarar det bästa möjliga vitsordet, och 1 det sämsta möjliga vitsordet. På basen av alla svar, samlar Professio ihop det genomsnittliga vitsordet för diverse delområden. Dessa delområden är bl.a. ett övergripande betyg samt genomsnittligt betyg för både innehåll och presentation. På basen av uppdragsgivarens erfarenhet, kan man säga att ett vitsord på 3,5 eller bättre, motsvarar ett bra evenemang. Den finländska kulturen om att bedöma tjänster eller produkter är oftast inte den bästa. Det kan anses att det är mer sällan någon ger en full femma fastän produkten eller tjänsten motsvarat ens förväntningar. På basen av tankarna ovan, har jag gjort denna slutsats.

Det genomsnittliga vitsordet för evenemanget i sin helhet, blev 3,88 vilket jag som producent kan vara nöjd över. Visst finns det delområden att förbättra, men överlag ser vitsordet ganska så bra ut. På skalan 1 – 5 har allt som allt 5 procent gett 5 i vitsord, 62 procent har gett 4, 24 procent har gett 3 och de återstående 10 procent har gett 2. För

innehållet har deltagarna givit i genomsnitt 3,84 och för själva presentationen har de gett i genomsnitt 3,78. Hela utvärderingsblanketten med svar kan man se i bilaga nummer 5.

Vi frågade deltagarna hur nöjda de var med diverse evenemangsdagar och det visade sig att 95 procent av de som svarade var nöjda med den första dagen, till skillnad från den andra, var antalet nöjda var 90 procent. Man kan alltså dra den slutsatsen att den första dagen varit lite mer givande än den andra dagen. Om man inte talar procentuellt, utan i antal personer, var det enbart en person som inte var nöjd den första dagen, och två personer som inte var nöjda den andra dagen. Detta antal räknades från antalet besvarade enkäter. Utöver detta frågade vi också om personerna fick någonting utav evenemanget de kan använda sig av i sitt eget jobb direkt, och upp till 86 procent har svarat att de fått ut nyttig information eller nya idéer de kan använda sig av i sitt egna jobb direkt. Jag anser att 86 procent är en bra mängd, och kan också konstatera att ett viktigt jobb blivit gjort också ur den synvinkeln att man som evenemangsarrangör har gjort nytta. För att få en så bred syn på hur bra det egentligen gått, och hur inspirerande dagarna varit, frågade vi också om diverse deltagare tänker delta på evenemanget igen nästa år. Upp till 89 procent av de som besvarade enkäten svarade att de tänker delta igen nästa år. Procentuellt är detta också ett antal man kan vara mycket nöjd över.

Utöver den innehållsmässiga feedbacken är det också mycket viktigt att höra hur deltagarna upplevt vår kundservice. Kundservicen är absolut ett av de viktigaste delmomenten då det är frågan om ett lyckat evenemang. Kundservicen är egentligen den största delen av evenemanget som påverkar upplevelsen. Professio har absolut som mål att erbjuda upplevelser som deltagarna kommer ihåg i efterhand. I utvärderingen frågar Professio både om kundservicen innan evenemanget och under evenemanget. Innan evenemanget fick kundservicen i genomsnitt 4,33 av 5 och under evenemanget 4,48 av 5. Alla som besvarade enkäten har gett ett vitsord på 3 eller bättre. Dessa båda vitsord är mycket bra och man kan verkligen vara nöjd.

Val av evenemangsplats väljs på baden av tjänster och service de kan erbjuda kontra priset. För att bättre ha koll på hur de lyckats med sin del av kakan, frågade vi också deltagarna vad de tyckte om evenemangsplatsen, dess egen service, konferensrummet och maten. Resultatet för dessa tre delområden blev i genomsnitt 4,32, varav kundservicen fick

4,55, maten fick 4,14 och konferensrummet 4,27. På basen av dessa vitsord kan man nog lätt konstatera att man som kund har fått det man betalat för. Under ser man hela kundnöjdhetsblanketten med svar.

TULEVAISUUDEN LUKIO 2016

Yleisarvosana: 3,88

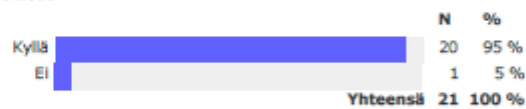
Sisältö keskiarvo: 3,84

Esitystapa keskiarvo: 3,78

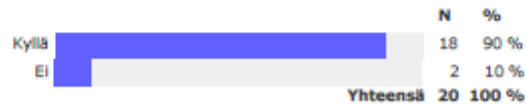
Vastausprosentti: 34 % (22/64)

Oletko tyytyväinen tapahtumaan?

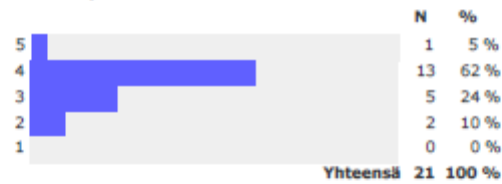
Tapahtumapäivä 6.9.2016



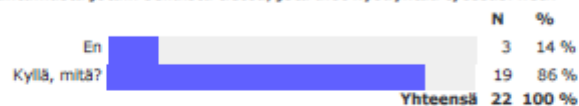
Tapahtumapäivä 7.9.2016



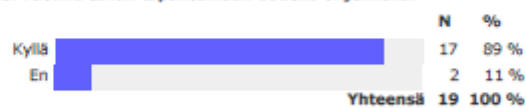
Minkä yleisarvosanan annat tapahtumalle?



Saitko tapahtumasta jotain sellaista tietoa, jota aiot hyödyntää työssäsi heti?



Osallistuisitko ensi vuonna tähän tapahtumaan uudella ohjelmalla?



Miten arvioit Profession asiakaspalvelua?

						Yhteensä
	5	4	3	2	1	
Ennen tapahtumaa 4,33	10 / 48%	8 / 38%	3 / 14%	0 / 0%	0 / 0%	100%

Tapahtumapaikalla 4,48	11 / 52%	9 / 43%	1 / 5%	0 / 0%	0 / 0%	100%
Yhteensä	21 kpl / 50%	17 kpl / 40%	4 kpl / 10%	0 kpl / 0%	0 kpl / 0%	4,40

Miten arvioisit tapahtumapaikkaa?

						Yhteensä
	5	4	3	2	1	
Tapahtumapaikan oman henkilökunnan asiakaspalvelu 4,55	12 / 55%	10 / 45%	0 / 0%	0 / 0%	0 / 0%	100%
Tarjoillut 4,14	8 / 36%	9 / 41%	5 / 23%	0 / 0%	0 / 0%	100%
Kokoustilat 4,27	8 / 36%	12 / 55%	2 / 9%	0 / 0%	0 / 0%	100%
Yhteensä	28 kpl / 42%	31 kpl / 47%	7 kpl / 11%	0 kpl / 0%	0 kpl / 0%	4,32

Oletko tyytyväinen tapahtumaan?

Tapahtumapäivä 6.9.2016

Iltapäivän luennot olivat aikalailla vanhan kertausta

Saitko tapahtumasta jotain sellaista tietoa, jota aiot hyödyntää työssäsi heti?

Kyllä, mitä?

oppimisympäristöjen laajentamista koulun ulkopuolelle

informarion i sakfrågor samt vetskapen om hur presentationer når sin publik

korkeakoulujen pääsykoeasia

Uudet arviointimenetelmät

Kohtaaminen

Haukilahti-case

arviointiin työkaluja

Mest kring samarbete och lärmiljö

Vaasan eForumın materiaalit

laatuarviointi

TVT-asioita.

Yhteistyöasiat

Miten arvioit Profession asiakaspalvelua?

Tapahtumapaikalla

Aivan loistavaa, kiitos!

Miten arvioisit tapahtumapaikkaa?

Tarjoilut

ruoka todella hyvää, kahvin kanssa kaipasin jotakin pientä makeaa

Erinomaisia

Kokoustilat

vähän liikaa vetoa

Ensimmäisenä päivänä ilmastoinnin takia oli todella kylmä.

Figure 4 Kundnöjdhetsenkät med svar, skapad av skribenten

4 DISKUSSION OCH AVSLUTNING

Tulevaisuuden Lukio 2016 arrangerades för andra gången, och i stort sätt kan man säga att evenemanget var lyckat som helhet. Evenemangsbranschen är en mycket levande och speciell bransch, som snabbt kan ändra riktning. Att få vara del av en större helhet, och speciellt då man talar om projektarbete, känns det mycket fint att titta på hela projektet som en sluten bok. Projektarbete kan vara mycket tungt, men det är samtidigt mycket givande, och man lär sig konstant nya saker om sig själv men också om sina kolleger. Man har mycket utrymme och möjlighet att växa, kanske t.o.m. snabbare än på andra branscher, eftersom man t.ex. reflekterar varje projekt i sig själv, och analyserar vad man kanske kunde gjort bättre, och i samband med nästa projekt kan man igen försöka göra konkreta förbättringar.

4.1 Självutvärdering

Uppdragsgivaren gav mig ett mycket stort ansvar inom projektet, eftersom jag fick agera producent. Producenten har en mycket central roll i hela projektarbetet, och ett stort ansvar följer också denna uppgift. Som helhet anser jag det var ett mycket givande projekt.

Jag anser att jag agerade enligt förväntningarna, och lyckades bra med slutsatsen. Resultatet och reflektionen var båda positiva och jag är nöjd med min prestation från början till slut. Eftersom det alltid finns utrymme att förbättra sig och sitt arbete, är min självvärdering realistisk till min egen prestationsnivå under tiden projektet utfördes. Som evenemangsproducent växer man genom att producera flera evenemang.

4.2 Slutord

Jag valde att utföra slutarbetet inom evenemangsbranschen på grund av en ypperlig möjlighet att komma i kontakt med branschen med tanke på framtida karriär. Jag vill tacka Professio som uppdragsgivare, för förtroendet och medverkandet, samt min handledare på Arcada, för allt stöd jag fått under processen. Under arbetet har jag fått lära mig en massa nytt, både om mig själv, evenemangsbranschen i Finland samt en hel del också om tematiseringen i evenemanget. Att vara en del av Professios team här lärt mig mycket om att ta ansvar samt att jobba både i grupp och självständigt. Jag har också fått lära mig mycket om olika ledarskapsstilar genom mina två förman från Professios sida. Man kan inte vara annat än tacksam för den gemensamma resan, som hoppeligen fick en stark vind under seglen för min framtida karriär.

KÄLLOR

Litteratur

Conway, D G. 2009, *The Event Managers' Bible: The Complete Guide to Planning and Organising a Voluntary or Public Event*, 3 uppl, Oxford: How to Books, 320 s.

Eklund, Sven. 2009, *Arbeta i projekt – individen, gruppen, ledaren*, 2 uppl, Lund: Studentlitteratur Ab, 168s.

Kilkenny, Shannon. 2011, *The Complete Guide to Successful Event Planning*, 2 uppl, Florida: Atlantic Publishing Group Inc, 336 s.

Macheridis, Nikos. 2009. *Projektaspekter*. Lund: Studentlitteratur AB 313 s.

Matthews, Doug. 2008, *Special Event Production – The Process*, Oxford: Elsevier Inc, 250 s.

Vallo, Helena & Häyrinen Eija. 2008, *Tapahtuma on tilaisuus: Tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen*, 2 uppl, Helsinki: Tietosanoma Oy, 246 s.

Wolf, Paulette & Wolf, Jodi. 2005, *Event Planning Made Easy: 7 simple steps to making your business or private event a huge success*, New York: McGraw-Hill, 240 s.

Elektroniska källor

Professio, 2017. [www] Tillgänglig: <http://www.professio.fi/tietoa/> Hämtad 27.2.2017

BILAGOR

Bilaga 1 Exempel på ett marknadsföringsbrev



TULEVAISUUDEN LUKIO 2016

6.-7.9.2016 Finlandia-talo, Helsinki

Opetusministeri: Tulevaisuuden lukio luodaan nyt!

TULEVAISUUDEN LUKIO 2016 -tapahtumassa kuullaan huomisen lukio-opetuksen tärkeimmistä suuntaviivoista - tervetuloa voittamaan kokemuksia yli 100 kollegasi kanssa!

Tapahtumassa kuulet mm.

- Käytetty tuntijakokokeilu tulee - mutta tuleeko se jäädäkseen?
- Miten ylläpidetään ja kehitetään lukio-koulutuksen laatua?
- Uusi OPS – Näin ei! luontevasti uudessa toimintakulttuurissa!

Katso ohjelma kokonaisuudessaan [tästä!](#)

Hyödynnä etuhinta 13.5, mennessä - varaa paikkasi:

professio.fi/lukio



KEYNOTE Tulevaisuuden lukio luodaan nyt!

Opetusministeri on käynnistänyt yhdessä Opetushallituksen kanssa Uusi lukio –uskalla kokeilla-ohjelman, joka ajemmukaistaa oppimisympäristöjä ja opetusmenetelmiä.

Sanni Grahn-Laasonen, opetus- ja kulttuuriministeri



Lukio & ympäröivä yhteiskunta: Miten parantaa yhteistyötä ja tehdä siitä johdonmukaista?

Miten pisteleinen kehittäminen kenttä saadaan organisoitua tavoitteelliseksi opintopoluksi? Miten luodaan häivänsä kansainväliselle kasvatukselle?

Christina Knookala, sivistystoimen johtaja, Väesä



Haukilahden lukio & Aalto-yliopisto CASE Koulu palveluna

Miten uusi oppimisympäristö rakentuu ilman oman koulun bioja? Syntykö kohtaamisista tiiviimpi korkeakoulu-yhteistyö?
Mita tapahtuu oman lukion hengelle ja yhteisöllisyydelle?

Kaisa Toivonen, opetusalan johtaja, Espoo



Puheenjohtajan haastattelussa: Sähköiset ylioppilaskirjoitukset vai ei kirjoituksia ollenkaan?

Antti Rastela, lukiokoulutuksen tulosaluejohtaja, Jyväskylä

[Katso koko ohjelma tästä!](#)

Ilmoittaudu mukaan myös Facebookissa

Keskustele Twitterissä [#huomisenlukio](#)

Yhteistyökumppani



professio



Lisätietoja
www.professio.fi
020 442 4140
ilmoittautumisci@professio.fi

Jos haluat perustaa tilauksen, klikkaa tästä.

Reklamaattori

Powered by [Postiväditäkki™](#)

Bilaga 2 Det första programförslaget

professio

TULEVAISUUDEN LUKIO 2016
Finlandia-talo 6. – 7.9.2016

Uusi tuntijakokokeilu, se kaivattu uudistus! – Mutta tuleeko jäädäkseen?

- Tuntijakokokeilun todellisuus – Mitkä ovat yhteiskuntavaikutukset pitkällä tähtäimellä?
- Mitä vaikutuksia uusi tuntijako tarkoittaisi henkilöstölle ja riittävätkö resurssit siihen, että jokainen oppilas päättää itse mitä opiskelee?
- Miten uusi OPS ja tuntijakokokeilu sopivat yhteen?

Miltä näyttää tulevaisuuden oppimisympäristöt?

- Miten uudet oppimistavat vaikuttavat oppimisympäristöihin?
- Uudet oppimistilat – Mitä vaatii opettajilta ja mitä oppilailta?

Yrittäjyyskasvatus lukiossa – Vahva alku aikuistumiselle!

- Miksi tarvitaan entistä vahvempaa yrittäjyyskasvatusta tulevaisuuden lukiokoulutuksessa? Miten tämä integroidaan koulutusohjelmaan?
- Mitä vahvuuksia ja yrittäjyyskasvatus tarjoaa oppilaalle ja mitä tulevaisuuden yhteiskunnalle?

Uusi OPS – Näin elät luontevasti uudessa toimintakulttuurissa!

- Resurssileikkaukset ja uusi OPS – Miten kulkevat käsi kädessä?
- Teemaopinnot ja sähköistyminen – Miten toteuttaa vaatimukset?

Mediakasvatus ja audiovisuaalinen kulttuuri – Pärjäävätkö opettajat oppilailleen?

- Median tehokas hyödyntäminen opetuksessa
- Miten integroida monilukutaitoa opetukseen tehokkaasti?
- Mitä tieto- ja viestintätekniikan valmiuksia opettajan tulisi hallita?
- Tv:n rooli tulevaisuudessa – Miten välttää, että osa opettajista tippuu kärryiltä?

Päättäjäraati Digitalisaatio – Väline edellä vai väline apuna?

- Mikä laite ja missä määrin sitä käytetään? Oppilaan vai koulun laite?
- Voiko digitaalista käyttäytymistä vaatia jokaiselta opettajalta?

Sähköiset ylioppilaskirjoitukset vai ei kirjoituksia ollenkaan?

- Mitä vaatimuksia sähköiset yo-kokeet tuovat opetukseen?
- Ovatko sähköiset yo-kirjoitukset paras ratkaisu arvioinnille tulevaisuudessa?
- Miten näyttöarviointia tulisi kehittää ja uusia?

Päättäjäraati Lukio 2030 – Muuttuva maailma, muuttuva opetus!

- Miltä näyttää tulevaisuuden lukio – Mitä voimme tietää?
- Mitkä ovat odotukset lukiokoulutukselle tulevaisuudessa?
- Mitä muita uudistuksia ja muutoksia on havaittavissa seuraavan 10 vuoden aikana?

Kuntayhtymät lukiokoulutuksen pelastaja?

- Mitä hyötyjä kuntayhtymät ja lukioiden yhdistäminen tarjoaa eri osapuolille?

Uudistuva hallintomalli ja rahoitus – Mitä käytännössä tapahtuu?

- Millainen uusi hallintomalli tulee olemaan?

professio

- Mitkä ovat hallintouudistuksen vaikutukset lukioille?
- Miten uusi rahoitusmalli vaikuttaa pieniin lukioihin?

Lukiokoulutuksen kehitys 5-10 vuodessa - Säilyykö houkuttelevana vaihtoehtona?

- Säilyykö lukioverkosto valtakunnallisesti kattavana?
- Miten saadaan lisää työelämäyhteyksiä lukiokoulutukseen ja tarvitaanko niitä?
- Monialaiset oppimiskokonaisuudet – Onko tämä edelleen mahdollista leikkauksista huolimatta?

Lukio, yliopisto & korkeakoulu – Miten parantaa yhteistyötä?

- Miten yliopistojen tutkintouudistukset tulevat vaikuttamaan lukiolaisten valintoihin tulevaisuudessa?
- Miten taataan tarvittava pedagoginen uudistuminen vuorovaikutuksessa korkeakoulujen kanssa?

Nyt leikataan 190 miljoonaa! Mikä vaikutus lukioihin?

- Toisen asteen reformi – Mitkä ovat tulevaisuuden suuntaviivat?
- Miten turvata, että opettajien työ pysyy houkuttelevana ja palkitsevana myös tulevaisuudessa?

Bilaga 3 Den tryckta broschyren

A
Posti Oy
Posti Green

Osoitelähteet: Profession & Alma Median asiakasrekisterit.

Hinnat & lisätiedot

Ilmoittaudu NYT!

profession.fi /lukio
puh. 020 442 4140
ilmoittautumiset@profession.fi

Yhteistyökumppani:

Inspiring spaces
Martela

PROFESSION 10 VUOTTA!

Profession tapahtumiin on vuosien saatossa osallistunut tuhansittain eri alojen päättäjiä, vaikuttajia ja asiantuntijoita. Tavoitteenamme on tarjota korkealaatuisia tapahtumia ja koulutuksia jatkossakin - tervetuloa mukaan!



TULEVAISUUDEN LUKIO 2016

6.-7.9.2016, Finlandia-talo, Helsinki



**SANNI
GRAHN-LAASONEN**

KEYNOTE Tulevaisuuden lukio luodaan NYT!

**PEKKA
PEURA**

Uusi OPS vaatii uusia arviointimenetelmiä!

**CHRISTINA
KNOOKALA**

Pirstaleisesta kehittämisestä tavoitteelliseksi opintopoluksi!

Miltä näyttävät huomisen oppimisympäristöt?

TIETOPAKETTI: Tuntijakokeilun todellisuus

- 8.30 Tervetuloa! Aamupalaa & tuoreita ajatuksia
- 9.00 Hyvää huomenta lukion asiantuntijat!
- 9.10 **KEYNOTE** Tulevaisuuden lukio luodaan nyt!
Sanni Grahn-Laasonen, opetus- ja kulttuuriministeri. Opetusministeriö on käynnistänyt yhdessä Opetushallituksen kanssa Uusi lukio -uskalla kokeilla -ohjelman, joka ajamulkeeta oppimisympäristöjä ja opetusmenetelmiä.
- 10.00 **ROUNDTABLE** Lukio 2030 - Muuttuva maailma, muuttuva opetus!
Alustus: Matti Mäenpää & Sirpa Vaarmala, Martela
- 10.40 Kahvia & merkittäviä kohtaamisia
- 11.05 **Miltä näyttävät tulevaisuuden oppimisympäristöt?**
Arja Kukkonen, linjajohtaja,
• Nuoris- ja aikuiskoulutus, Helsingin opetusvirasto
- 11.40 **Uusi tuntijakokeilu, se kaivattu uudistus! - Mutta tuleeko jäädäkseen?**
Harri Rinta-aho, rehtori, Etelä-Tapiolan lukio, Espoo. Etelä-Tapiolan lukio vastakunnallisen lukiovertailun parhaana. Etelä-Tapiolan lukio on pitkään pyssänyt listan kärkipaikoilla ja vuonna 2015 lukio oli paras.
- 12.30 Makuelämyksiä ä la Finlandia-talo
- 13.30 **PÄÄTÄJÄRAATI** Digitalisaatio - Väline edellä vai väline apuna?
Raadissa: Pekka Fredriksson, lukio koulutuksen ja vapaan sivistystyön johtaja, Oulu & Timo Tiiainen, palvelupäällikkö, 2. asteen koulutus, Kouvolan & Pia Ahtonen, opetusjohtaja, Kerava
- 14.20 **CASE** Osallistava suunnittelu - Tukea innovatiivisten oppimisympäristöjen luomiseen!
- 14.50 Pikkupurtavaa & energiahuustia!
- 15.15 **Uusi OPS - Näin elät luontevasti uudessa toimintakulttuurissa!**
Pia Ahtonen, opetusjohtaja, Kerava
- 15.50 **Opetussuunnitelma, johtamisen välinekö?**
Heikki Turunen, lukiojohtaja, Lahti
- 16.30 Päivän tärkeimmät & puheenjohtajan yhteenveto



TAPAHTUMAN PUHEENJOHTAJANA: RIikka LINDROOS
puheenjohtaja, Suomen Rehtorit ry

- 8.30 Tervetuloa! Aamupalaa & tuoreita ajatuksia
- 9.00 Hyvää huomenta lukio koulutuksen asiantuntijat!
- 9.10 **Lukio & ympäröivä yhteiskunta - Miten parantaa yhteistyötä ja tehdä siitä johdonmukaista?**
Christina Knookala, sivistystoimen johtaja, Vaasa
- 9.50 **Haukilahtien lukio & Aalto-yliopisto.**
CASE: Koulu palveluna.
Kaisu Toivonen, opetusjohtaja, Espoo
- 10.30 Kahvia & merkittäviä kohtaamisia
- 10.55 **Yrittäjyyskasvatus lukiossa - Vahva aiku aikuistumiselle!**
Pentti Halonen, sivistystoimenjohtaja, Hyvinkää
- 11.35 **Onko lukio koulutus jäänyt laatuajattelussa perusopetuksen ja ammatillisen koulutuksen jälkeihin?**
Timo Tiiainen, palvelupäällikkö, 2. asteen koulutus, Kouvolan
- 12.05 Makuelämyksiä ä la Finlandia-talo
- 13.05 **PÄÄTÄJÄRAATI** Innovatiivisia ratkaisuja etsimässä, miten kilpailutan?
- 13.45 **CASE** Aineittomuinnalla osamisen jakamiseen!
Eija Tiisala-Heiskala, lukio koulutuksen johtaja, Tampere
- 14.15 **Uusi OPS vaatii uusia arviointimenetelmiä!**
• Pekka Peura, matematiikan opettaja, Martinkaakon lukio. Pekka Peura päätti, ettei pidä kokeita. Sen sijaan hän käski oppilaisensa opettelemaan itse ja antamaan sitten oppimistaan arvosanan.
- 15.00 Pikkupurtavaa & energiahuustia!
- 15.25 **NÄKÖKULMAA JYVÄSKYLÄSTÄ! PUHEENJOHTAJAN HAASTATELLOSSA**
Sähköiset ylioppilas-kirjoitukset vai ei kirjoitukset ollenkaan?
Antti Rastela, lukio koulutuksen tulosaluejohtaja, Jyväskylä
- Kuntayhtymät lukio koulutuksen pelastajia?**
Eino Leisimo, sivistysjohtaja, Jyväskylä
- 16.20 Päivän tärkeimmät & puheenjohtajan yhteenveto

ASIA NTUNTI JOINA MM:



Antti Rastela



Kaisu Toivonen



Heikki Turunen

Bilaga 4 Handprogrammet

OSALLISTU KESKUSTELUUN!



professio

YHTEISTYÖKUMPPANI:



TULEVAISUUDEN LUKIO 2016

6.-7.9.2016, Finlandia-talo

OHJELMA • 6.9.2016

Puheenjohtaja: Riikka Lindroos, puheenjohtaja, Suomen Rehtorit ry

- 8.30 Tervetuloa! Aamupalaa & tuoreita ajatuksia
- 9.00 Hyvää huomenta lukion asiantuntijat!
Puheenjohtajan johdatus päivään
- 9.10 **KEYNOTE** Tulevaisuuden lukio luodaan nyt!
Sanni Grahn-Laasonen, opetus- ja kulttuuriministeri
- 9.55 **ROUNDTABLE** Lukio 2030 - Muuttuva maailma, muuttuva opetus!
- 10.35 Kahvia & merkittäviä kohtaamisia
- 11.00 Mitä näyttävät tulevaisuuden oppimisympäristöt?
Arja Kukkonen, linjajohtaja, Nuoris- ja aikuiskoulutus, Helsingin opetusvirasto
- 11.35 Uusi tuntijakokokeilu, se kaivattu uudistus! - Mutta tuleeko jäädäkseen?
Harri Rinta-aho, rehtori, Etelä-Tapiolan lukio, Espoo
- 12.10 Yrittäjyyskasvatus lukiossa - Vahva alku aikuistumiselle!
Pentti Halonen, sivistystoimenjohtaja, Hyvinkää
- 12.40 Makuelämyksiä ä la Finlandia-talo
- 13.40 **PÄÄTTÄJÄRAATI** Digitalisaatio - Väline edellä vai väline apuna?
Raadissa:
Peikka Fredriksson, Lukiokoulutuksen ja vapaan sivistystyön johtaja, Oulu
Timo Tialinen, palvelupäällikkö, 2. asteen koulutus, Kouvola
Pia Aaltonen, opetusjohtaja, Kerava
- 14.25 Osallistava suunnittelu - Tukea innovatiivisten oppimisympäristöjen luomiseen! **CASE** Ravintolakoulu Perho
Yhteispuheenpuhevuorossa:
Gun Marit Nieminen, toimitusjohtaja, opetusneuvos, rehtori, Ravintolakoulu Perho
Arja-Liisa Kaasinen, suunnittelupalvelupäällikkö, Martela
- 14.55 Pikkupurtavaa & energiabuustia!
- 15.20 Uusi OPS - Näin elät luontevasti uudessa toimintakulttuurissa!
Pia Aaltonen, opetusjohtaja, Kerava
- 15.55 Opetussuunnitelma, johtamisen välinekö?
Heikki Turunen, Lukiojohtaja, Lahti
- 16.30 Päivän tärkeimmät & puheenjohtajan yhteenveto!

OHJELMA • 7.9.2016

Puheenjohtaja: Riikka Lindroos, puheenjohtaja, Suomen Rehtorit ry

- 8.30 Tervetuloa! Aamupalaa & tuoreita ajatuksia
- 9.00 Hyvää huomenta lukiokoulutuksen asiantuntijat!
Puheenjohtajan johdatus uuteen päivään
- 9.10 Lukio & ympäröivä yhteiskunta - Miten parantaa yhteistyötä ja tehdä siitä johdonmukaista?
Christina Kruokkala, sivistystoimen johtaja, Vaasa
- 9.50 Haukilahden lukio & Aalto-yliopisto. **CASE** Koulu palveluna
Kaisu Toivonen, opetustoimen johtaja, Espoo
- 10.30 Kahvia & merkittäviä kohtaamisia
- 10.55 Onko lukiokoulutus jäänyt laatuajattelussa perusopetuksen ja ammatillisen koulutuksen jalkoihin?
Timo Tialinen, palvelupäällikkö, 2. asteen koulutus, Kouvola
- 11.30 Makuelämyksiä ä la Finlandia-talo
- 12.30 **PÄÄTTÄJÄRAATI** Innovatiivisia ratkaisuja etsimässä, miten kilpailutan?
Raadin puheenjohtaja:
Arja-Liisa Kaasinen, suunnittelupalvelupäällikkö, Martela
Raadissa:
Matti Mäenpää, johtaja, Martela
Erkki Kumpuainen, kiinteistöjohtaja, Jyväskylän koulutuskuntayhtymä
Taina Willman-Lynderup, hankintasuunnittelija, Sivistystoimiala - Talous- ja tilapalvelut, Turku
- 13.15 **CASE** Aineittimitoiminnalla osaamisen jakamiseen!
Eija Tiisala-Heiskala, lukiokoulutuksen johtaja, Tampere
- 14.00 Uusi OPS vaatii uusia arviointimenetelmiä!
Pekka Peura, matematiikan opettaja, Martinlaakson lukio
- 14.45 Pikkupurtavaa & energiabuustia!
- 15.10 **PUHEENJOHTAJAN HAASTATELUS** Sähköiset ylioppilaskirjoitukset vai ei kirjoituksia ollenkaan?
Antti Rastela, lukiokoulutuksen tulosaluejohtaja, Jyväskylä
- 15.40 Kuntayhtymät lukiokoulutuksen pelastaja?
Eino Leisimo, sivistysjohtaja, Jyväskylä
- 16.10 Päivän tärkeimmät & puheenjohtajan yhteenveto!

Figur 2 Handprgrammet, skapad av skribenten

Bilaga 5 Kundnöjdhetenkäten med svar

TULEVAISUUDEN LUKIO 2016

Yleisarvosana: 3,88

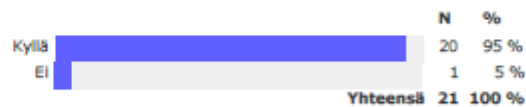
Sisältö keskiarvo: 3,84

Esitystapa keskiarvo: 3,78

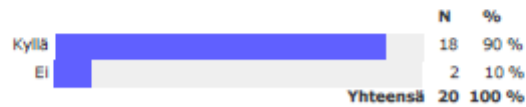
Vastausprosentti: 34 % (22/64)

Oletko tyytyväinen tapahtumaan?

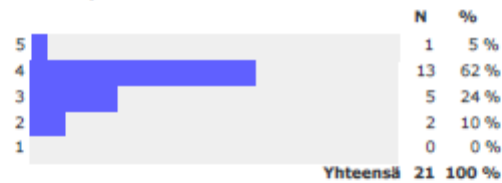
Tapahtumapäivä 6.9.2016



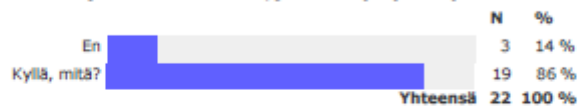
Tapahtumapäivä 7.9.2016



Minkä yleisarvosanan annat tapahtumalle?



Saitko tapahtumasta jotain sellaista tietoa, jota aiot hyödyntää työssäsi heti?



Osallistuisitko ensi vuonna tähän tapahtumaan uudella ohjelmalla?



Miten arvioit Profession asiakaspalvelua?

	5	4	3	2	1	Yhteensä
Ennen tapahtumaa	10 /	8 /	3 /	0 /	0 /	
4,33	48%	38%	14%	0%	0%	100%

Tapahtumapaikalla 4,48	11 / 52%	9 / 43%	1 / 5%	0 / 0%	0 / 0%	100%
Yhteensä	21 kpl / 50%	17 kpl / 40%	4 kpl / 10%	0 kpl / 0%	0 kpl / 0%	4,40

Miten arvioisit tapahtumapaikkaa?

						Yhteensä
	5	4	3	2	1	
Tapahtumapaikan oman henkilökunnan asiakaspalvelu 4,55	12 / 55%	10 / 45%	0 / 0%	0 / 0%	0 / 0%	100%
Tarjoillut 4,14	8 / 36%	9 / 41%	5 / 23%	0 / 0%	0 / 0%	100%
Kokoustilat 4,27	8 / 36%	12 / 55%	2 / 9%	0 / 0%	0 / 0%	100%
Yhteensä	28 kpl / 42%	31 kpl / 47%	7 kpl / 11%	0 kpl / 0%	0 kpl / 0%	4,32

Oletko tyytyväinen tapahtumaan?

Tapahtumapäivä 6.9.2016

Iltapäivän luennot olivat aikalailla vanhan kertausta

Saitko tapahtumasta jotain sellaista tietoa, jota aiot hyödyntää työssäsi heti?

Kyllä, mitä?

oppimisympäristöjen laajentamista koulun ulkopuolelle

informarion i sakfrågor samt vetskapen om hur presentationer når sin publik

korkeakoulujen pääsykoeasia

Uudet arviointimenetelmät

Kohtaaminen

Haukilahti-case

arviointiin työkaluja

Mest kring samarbete och lärmiljö

Vaasan eForumın materiaalit

laatuarviointi

TVT-asioita.

Yhteistyöasiat

Pekka Peuran opettajien TVT-taitojen arviointi ja koulutustarpeet

Miten arvioit Profession asiakaspalvelua?

Tapahtumapaikalla

Aivan loistavaa, kiitos!

Miten arvioisit tapahtumapaikkaa?

Tarjoilut

ruoka todella hyvää, kahvin kanssa kaipasin jotakin pientä makeaa

Erinomaisia

Kokoustilat

vähän liikaa vetoa

Ensimmäisenä päivänä ilmastoinnin takia oli todella kylmä.

Figur 3 Kundnöjdhetsenkät med svar, skapad av skribenten