



KOHTI TYÖELÄMÄLÄHTÖISTÄ OPETUSTA TUOTTEIDEN ESILLELAITOSSA

Soile Rinkinen

**Kehittämishankeraportti
Elokuu 2008**



**JYVÄSKYLÄN
AMMATTIKORKEAKOULU**
Ammatillinen opettajakorkeakoulu

Tekijä(t) RINKINEN, Soile	Julkaisun laji Kehittämishankeraportti	
	Sivumäärä 26	Julkaisun kieli Suomi
	Luottamuksellisuus Salainen <input type="checkbox"/> saakka	
Työn nimi Kohti työelämälähtöistä opetusta tuotteiden esillelaitossa		
Koulutusohjelma Ammatillinen opettajakorkeakoulu		
Työn ohjaaja(t) HANNULA, Kaija		
Toimeksiantaja(t)		
Tiivistelmä <p>Kehittämishankkeen tarkoituksena on löytää uusia tai jalostaa jo olemassa olevia opetustapoja vastaamaan työelämän muuttuvia tarpeita. Nykyään myyjien työnkuva on muuntunut. Ennen voitiin puhua kauppojen myyjistä, nykyään asiakaspalvelija on osuvampi nimitys kaupan alan työntekijöille. Yritykset hakevat tehokkuutta ja katteellista myyntiä. Kilpailun kiristymisen myötä on myymälöiden pystyttävä erottumaan toisistaan visuaalisten elämysten avulla.</p> <p>Hankkeen tiedot opetus- ja oppimismenetelmistä on saatu haastattelemalla kolmen eri oppilaitoksen opettajia. Kaikkien oppilaitosten edustajat olivat yksimielisiä siitä, että tuotteiden esillelaittaminen on tärkeä osa kaupanalan asiakaspalvelua. Kaikissa haastattelemissani oppilaitoksissa orientoidutaan tuotteiden esillelaittoihin kognitiivisen oppimiskäsityksen täydellisen oppimisprosessin mallin mukaisesti. Tärkeimmäksi opetusmenetelmäksi nousi jokaisessa oppilaitoksessa käytännön harjoitukset.</p> <p>Yhteistyön lisääminen lähialueen kaupanalan yritysten kanssa pitäisi opetuksen tason lähellä työelämän muuttuvia vaatimuksia. Opettajien kannattaisi myös verkostoitua. Heidän ammattitaidon ja näkemyksen yhdistäminen projektimuotoisesti kehittäisi opetusta lähemmäksi työelämän tarpeita ja yhdenmukaistaisi opetuksen tasalaatuisuutta maassamme.</p>		
Avainsanat (asiasanat) Kaupanala, tuotteiden esillelaitto, myyjä, opetustavat, osaamisvaatimukset		
Muut tiedot		

Author(s) RINKINEN, Soile	Type of Publication Development project report	
	Pages 26	Language Finnish
	Confidential <input type="checkbox"/> Until	
Title Development of product presentation teaching to meet real working life		
Degree programme Vocational teacher education		
Tutor(s) HANNULA, Kaija		
assigned by		
Abstract <p>Purpose of this study was to find new or to refine old educational methods to meet better real working life challenges. The sales work has been changed. Work is move more and more based on serving customers rather than only selling items. Companies look for effectiveness and profits. Do to the tightening competition stores need visual experiences in order to stand out.</p> <p>Data for this study was collected by interviewing teachers representing three different educational institutions. All teachers agreed on the importance of product presentation. This was seen as an essential part of customer service. Teaching is based on cognitive insight learning's perfect process of learning. Practical training is the most important teaching method.</p> <p>Co-operation between companies near by and educational institutions might help education to meet the altering needs of the working life. Combining teacher's expertise and visions by networking could develop education to meet real life challenges. This could also unite educational standards to in our country.</p>		
Keywords Sales person, product presentation, teaching methods, craftsmanship		
Miscellaneous		

SISÄLTÖ:

1 JOHDANTO	5
1.1 Kehittämishankkeen lähtökohta ja tavoitteet	5
2 KAUPANALAN OSAAMISVAATIMUKSET	6
2.1 Työelämän muutokset.....	7
2.2 Myyjien osaamisvaatimukset	9
2.3 Omia kokemuksiani kaupanalalta	11
3 TUOTTEIDEN ESILLELAITTOJEN OPETTAMINEN	12
3.1 Tuotteiden esillelaittojen merkitys	13
3.2 Opetukselliset erot myynnin- ja yrittäjän ammattitutkinnoissa.....	13
3.3 Opetustavat ja oppimisen ohjaaminen	14
3.4 Opetuksen kehittämiskohteita	16
3.5 Opetuksesta saatu palaute opiskelijoilta ja työelämästä	17
4 TYÖELÄMÄÄN SIIRTYNEIDEN OPISKELIJOITTENI NÄKÖKULMIA JA ODOTUKSIA	18
4.1 Opetuskäytänteeni ja opiskelijapalaute.....	18
5 YHTEENVETO JA KEHITTÄMISEHDOTUKSENI	21
LÄHTEET	24
LIITTEET	25

1 Johdanto

Tämän kehittämishankkeen tarkoituksena on kehittää tuotteiden esillelaiton opetusta työelämän tarpeita vastaavaksi kaupanalalla. Tarkoituksena on löytää uusia tai jalostaa jo olemassa olevia opetustapoja vastaamaan työelämän muuttuviin tarpeisiin. Kehittämishankkeessa verrataan myös myynnin ammattitutkinnon ja yrittäjän ammattitutkinnon opetuskäytäntöjä tuotteiden esillelaitoissa kolmessa eri oppilaitoksessa.

Minulla on pitkä työkokemus kaupanalalta ja vähän kokemusta opetustyöstä jonka vuoksi aiheen työstäminen tuntui juuri sopivalta. Halusin saada vahvistusta ajatuksilleni tuotteiden esillelaittojen tärkeydestä osana kaupanalaa ja samalla kartoittaa eri oppilaitoksista miten siellä opetetaan tuotteiden esillelaittoja verraten omaan opetukseeni.

1.1 Kehittämishankkeen lähtökohta ja tavoitteet

Nykyään työelämän myyjien työnkuva on muuntunut. Ennen voitiin puhua kauppojen myyjistä, jotka tekivät myyntityötä suorassa asiakaskontaktissa. Nykyään asiakaspalvelija on osuvampi nimitys kaupanalan työntekijöille. He palvelevat asiakkaita välillisesti esimerkiksi tuotteiden esillelaittojen kautta.

Yrityksen näkökulmasta haetaan tehokkuutta ja katteellista myyntiä. Myymälöissä tuotteiden esillelaittojen merkitys korostuu. Markkinoiden tiukentumisen myötä on myymälöiden pystyttävä erottumaan toisistaan visuaalisten elämysten avulla. Koulutettaville tulevaisuuden kaupanalan asiakaspalvelijoille esillelaittojen tekeminen ei ole itsestäänselvyys. Tuotteiden esillelaittaminen ja visuaalisten elämysten luominen vaatii harjoittelua.

Perustiedot ja tekniikat tulisi saada evääksi työelämään koulutuksen myötä. Työelämään tulevilla työssäoppijoilla ei ole riittävää valmiutta suoriutua tuotteiden esillelaitoista. Erikoistavaramyymälöissä esillelaittoa tarvitaan hyvin paljon.

Päivittäistavarakaupan puolella tämän taidon heikko hallinta ei ole niin voimakkaasti havaittavissa, koska siellä on käytössä hyllynhallintajärjestelmät. Tämä tarkoittaa sitä, että suurimmalla osalla tuotteista on vakiopaikat.

Hankkeen avulla pyrin kehittämään omaa opetustani palvelemaan työelämän muuttuvia tarpeita. Tämä palvelee myös tulevia kaupanalan ammattilaisia. Heidän on näin helpompi siirtyä työelämään, kun heillä on sellaista osaamista, mitä yrityksissä tarvitaan.

Pyrin löytämään mielenkiintoisen ja motivoivan tavan opettaa tuotteiden esillelaittoa osana asiakaspalvelua ja palveluympäristötyöskentelyä.

2 Kaupanalan osaamisvaatimukset

Osaava ja kielitaitoinen työvoima on ajankohtainen kysymys myös kansainvälistyvälle kaupan alalle. Samalla, kun kuluttajat vaativat myyjiltä entistä parempaa palveluosaamista, tarvitaan kaupanalan esimiestehtävissä yhä enemmän liiketoiminta- ja johtamisosaamista. Myös raja tuotteiden ja palvelujen myymisen välillä on sulanut. Nykyaikaisessa kaupanteossa ei välttämättä enää myydä pelkkää tuotetta, vaan kuluttaja saattaa haluta myös ostamaansa tuotteeseen liittyvää neuvontaa, ylläpitoa ja huoltoa. Uudenlaisen osaamisen on paikka tämäkin. (Halonen 2007)

Kuten Tasavallan presidenttimme Tarja Halosen puheesta voidaan poimia kohta ”nykyaikaisessa kaupanteossa ei välttämättä enää myydä pelkkää tuotetta, vaan kuluttaja saattaa haluta myös ostamaansa tuotteeseen liittyvää neuvontaa, ylläpitoa ja huoltoa”. Mielestäni hyvin usein juuri kuluttajien haluamat tuotteeseen liittyvä neuvonta, ylläpito ja erilaiset huolto- ohjeet välittyvät kuluttajille erilaisten esillelaittoratkaisujen kautta. Tämän päivän kuluttajat haluavat mahdollisimman helposti sekä nopeasti ostettavia ja loppuun asti ajateltuja tuotteita ja palveluita. Tuotteiden esillelaitot ovat tässä avainasemassa. Esimerkkinä tuotteiden läheisyyteen sijoitetaan käyttöyhteystuotteita ja hoito-ohjeita paitojen viereen solmiot sekä tietoa kyseisten materiaalien hoidosta.

Kuluttajien ostokäyttäytymisen muuttuminen vaikuttaa myös kaupanalan henkilöstön työhön. Tämän päivän kuluttajat vaativat parempaa palvelua. Toisaalta yritykset haluat enemmän kannattavuutta ja tehokkuutta toimintaansa. Tämä luo paineita työelämässä oleville asiakaspalvelijoille,

mutta myös heitä kouluttaville organisaatioille. Kehityksen mukana tulee pysyä ja koulutuksia tulee räätälöidä yhä lähemmäksi työelämän tarpeita.

2.1 Työelämän muutokset

”Globalisaatio näkyy kaupanalalla muun muassa omistuksen, johtamisen, työntekijöiden, toimintatapojen ja tuotteiden kansainvälistymisenä.

Globalisaation myötä yrityskaupat ovat lisääntyneet ja ulkomaalaistaustaisen työvoiman osuus kaupan henkilöstöstä on noussut. Tuonti on kasvanut, kilpailu kiristynyt, ja muutokset tapahtuvat nopeasti. Uudet kansainväliset ketjut ovat edistäneet Suomessa toiminnan tehostumista. Menestyminen edellyttää selkeitä, toimivia ja innovatiivisia toimintamalleja. Koska suomalaiset toimijat eivät voi kilpailla koolla, on mietittävä tarkkaan, mistä kilpailuetu saavutetaan.” (Elinkeinoelämän keskusliitto 2006, 21)

Osaaminen kansainvälisessä palveluyhteiskunnassamme palvelut 2020 loppuraportissa todetaan, että kaupanalan kansainvälistymisen myötä myös kilpailu on kiristynyt ja toiminta edellyttää uudenlaisia toimintamalleja.

Mielestäni yksi tärkeä toimintamalli on tuotteiden esillelaittaminen ja sitä kautta luoda toimiva innovatiivinen ympäristö johon asiakkaan on helppo tulla ja löytää nopeasti tarvitsemansa tuotteet ja siihen liittyvät oheispalvelut. Oheispalveluista esimerkkinä mainittakoon tuotteiden monikäyttöisyyden hyödyntäminen erilaisten esillelaittojen ja niitä tukevien somistusten avulla.

”Lisääntyvällä maahanmuutolla on vaikutus kaupan palveluihin ja kulutustottumuksiin. Maahanmuuttajat haastavat sekä monipuolisempaan asiakaspalveluun että tuotevalikoimiin.” (Elinkeinoelämän keskusliitto 2006, 21)

Kansainvälistyminen tuo mukanaan haasteita asiakaspalvelijoille kielitaidon osalta sekä tuotetietouden pohjalta. Myös ammattitaitoisen työvoiman saaminen yrityksiin ei ole enää itsestään selvyyttä.

”Asiakaspalvelussa on uusia palvelumuotoja. Sähköinen kauppa lisääntyy ja sen muotoja kehitetään jatkuvasti. Vuonna 2020 kaupankäyntiä tehdään

verkossa suojatuin ja turvallisin yhteyksin.” (Elinkeinoelämän keskusliitto 2006, 22)

Sähköisen kaupan lisääntyminen luo uudenlaiset haasteet muuttuvaan kaupanalaan. Kuluttajien on helppo vertailla erilaisia kaupanalan palveluita kätevästi kotoa käsin. Silloin mielestäni juuri visuaalisella ulkoasulla ja houkuttelevalla tuotteiden esillelaitoilla on suuri merkitys ostopäätöstä tehtäessä. Se on yksi kilpailuetu yrityksille.

Kiire ja ajan puute myyjän työssä on jokapäiväistä arkea. Kiireestä aiheutuvan paineen alla työskenteleminen on usein enemmän henkisesti raskaampaa kuin fyysisesti. Myyjien on oltava monilahjakkuuksia, joiden pitää hallita eri kaupanalueiden työtehtäviä.

Yritykset pyrkivät tänä päivänä lisäämään katteellista myyntiä. Pyrkimys on tehokkuuteen. Tämä tehokkuuksien hakeminen käy ilmi myös valtioneuvoston selonteossa kaupan alalla. Useimmissa kaupan alan työpaikoissa on käytössä erilaisia mittareita, joilla tehokkuutta mitataan ja valvotaan. Työ- ja taukoajan seurantajärjestelmät ovat jo lähes poikkeuksetta jokaisessa kaupanalan yrityksessä. Erilaisille työvaiheille, kuten hinnoittelulle on laskettu tietty aika, joka siihen saa kulua. Asiakaspalveluun valmistava työ vaatii myyjiltä hyvää fyysistä kuntoa.

Tuotekehitys menee huimaa vauhtia eteenpäin. Myyjien on pystyttävä sisäistämään aina uusi tieto ja pystyttävä siirtämään sitä asiakkailleen joko välillisesti tai välittömästi. Asiakkaiden kulutustottumukset ovat muuttuneet vaativimmiksi. Halutaan valmista, joka on helppo ostaa mukaan, kuitenkin kestävän kehityksen arvot pitää täytyä. Ympäristöasiat ovat usean kuluttajan arvoissa ja arvomaailmassa. Eettisten periaatteiden perusteella ostaminen on myös tätä päivää. Myyjän on tiedettävä tuotteesta muutakin kuin käyttöohje ja hinta. Tuotteen alkuperäismaan työntekijöiden olot ja lapsityövoiman osuus kiinnostaa kuluttajia.

Kaupoissa tänä päivänä avautuu harvoin kokopäiväisiä työpaikkoja. Pätkä- ja osa-aika työ ovat kaupanalan arkea.

”Kaupassa työskentely vaatii tietotekniikan osaamista. Tulevaisuudessa tuotteisiin ja palveluihin sekä kontaktiin ja vuorovaikutukseen asiakkaan kanssa liittyy enenevästi teknologiaa. Asiakaslähtöisyys ohjaa toimintaa verkostotaloudessa. Tulevaisuuden asiakaslähtöisyys tarkoittaa ennakoivaa ja innovatiivista toimintaa. Vastuullisuus ja eettisyys ovat entistä merkityksellisempiä. Asiakkaat arvostavat toiminnan läpinäkyvyyttä. Asiakkaiden tiedon tarve kasvaa ja nopea reagointi yleistyy. Myös esteettisyys, visuaalinen houkuttelevuus osana elämyksellisyyden kasvua tulevat tärkeämmiksi. Kauppa osaa yhdistää palvelujen kysynnän ja tarjonnan sekä määrällisesti että laadullisesti. Asiakkaiden tarpeiden tyydyttämisen lisäksi tarpeita ennakoidaan ja niitä myös luodaan.”
(Elinkeinoelämän keskusliitto 2006, 22–24)

Mielestäni teknologin kehittyminen eteenpäin luo muutospainetta myyjien työkuvaan. Uutta teknologiaa on osattava käyttää siten, että siinä pystyy ottamaan huomioon asiakkaiden olemassa olevat tarpeet ja luomaan niitä myös lisää. Verkossa näin ollen on hyvin tärkeää pystyä visuaalisen keinoin viestimään tuotteiden monipuolisia käyttö mahdollisuuksia sekä muita siihen liittyviä asioita esimerkkinä tuotteen hoito- ja huolto-ohjeet sekä niihin liittyvät tuotetakuu kysymykset.

Elinikäisen oppimisen merkitys on korostunut kaupanalalla. Teknologia kehittyy koko ajan ja se tuo omat haasteensa tullessaan. Internetin kautta ostaminen on jo tätä päivää, mutta miten se muuttaa kaupanalaa seuraavan 15- vuoden aikana.

2.2 Myyjien osaamisvaatimukset

Myyjät saavat oppilaitoksissa yleiset perustiedot ja taidot. Myynnin ammattitutkinto muodostuu seuraavasti;

”Myynnin ammattitutkinto muodostuu kahdesta osasta. Ensimmäinen osa on kaikille yhteinen osa Myyntiin valmistautuminen. Toinen osa on tutkinnon suorittajan oman ammatillisen suuntautumisen mukainen osa.

Kuluttajamyynä osaamisala on tarkoitettu henkilöille, jotka myyvät erilaisia

tuotteita tai palveluja yksityishenkilöille vähittäiskaupan alalla esim. päivittäis- tai erikoistavarakaupassa tai palvelualan yrityksessä.

Kuluttajamyynä -osaamisalan tutkinnon osat ovat myyntiin valmistautuminen ja myynti kuluttajille.” (Näyttötutkinnon perusteet 2006)

Ammattitaitovaatimuksissa edellä mainitun tutkinnon osan suorittajan on osattava toteuttaa tavoitteellista ja tuloksellista myyntityötä. Arvioinnin kohteisiin kuuluu mm. tutkinnon suorittajan vastuulla olevien tuotteiden esillepano ja myynnin edistämiseen liittyvän materiaalin esillelaittaminen suunnitelmien mukaisesti.

Yrityksen arvojen ja liike-idean pohjalta muokkautuu myyjien rooli asiakaspalvelijoina työelämässä. Pitää hallita tuotteiden esillelaittaminen ja somistustaidot. Tiukentuneilla markkinoilla selvitäkseen on kauppojen pyrittävä erottumaan erilaisilla visuaalisilla ratkaisuilla. Varsinkin pienillä ja keskisuurilla yksityisillä erikoiskaupanalan yksiköillä erilaiset visuaaliset ratkaisut ovat avainasemassa, kun pyritään erottumaan kilpailijoista ja samalla lisäämään katteellista ja tehokasta myyntiä sitomatta siihen henkilökohtaista asiakaspalvelijaa. Vähittäiskaupan isoilla ketjuilla visuaaliset ratkaisut ovat osa ketjuohjausta. Erilaisten visuaalisten ratkaisujen toteuttaminen vaatii jatkuvaa ajan trendien seurantaä sekä välitöntä reagoimista niihin. Jatkuvan kiireen ja tulospainneiden alla työskentely vaikuttaa työssä jaksamiseen.

Asiakaspalvelutaidot ovat myyjän työn kivijalka. Entisajan henkilökohtaisesta palvelusta palvelu on muuntunut enemmän välilliseksi tuotteiden esillelaittajaksi kuin vuorovaikutteiseksi asiakaspalvelijaksi.

”Kaupanalalla työntekijätehtävissä muita tärkeitä taitoja ovat yhteistyökyky, tiimityötaidot, muutosvalmius, kykyä jakaa omaa ja ymmärtää muiden osaamista sekä ongelmanratkaisukyky. Yhteistyökykyä, tiimityötaitoja sekä kykyä sovittaa osaamisia yhteen tarvitaan, koska kaupan alalla yleinen työskentelytapa on toimia tiimeissä. Muutosvalmius puolestaan korostuu, sillä toimintaympäristön muutokset vaikuttavat kiihtyvällä tahdilla sekä teknisiin mahdollisuuksiin että toimintatapoihin. Jotta työntekijä voisi vastata asiakkaan erilaisiin palvelutarpeisiin mahdollisimman hyvin, häneltä edellytetään

erityisesti ongelmanratkaisukykyä sekä kykyä ymmärtää ja hyödyntää muiden osaamista.” (Elinkeinoelämän keskusliitto 2006, 25)

Elinikäinen oppiminen on jatkuva haaste sekä selviytymiskeino kaupanalalla. Oma työtä pitää pyrkiä kehittämään koko ajan vähemmän aikaa vievään suuntaan ja samalla yrittää nostaa katteellista myyntiä. Työ on jatkuvaa oravanpyörää jonka hallinta vaatii myös koko ajan omien voimavarojen hallintaa.

2.3 Omia kokemuksia kaupanalalta

Erikoistavarakaupanalalla muutos työelämässä viimeisen kymmenen vuoden aikaan on ollut suuri. Kuluttajien kulutustottumukset ovat muuttuneet merkittävästi. Tuotteet ja palvelut halutaan valmiina jo etukäteen ajateltuina kokonaisuuksina. Tuotteista rakennetaan erilaisia tuoteperheitä joihin pyritään saamaan mahdollisimman paljon erilaisia käyttöyhteystuotteita. Palveluita pakataan valmiiksi kokonaisuuksiksi, joissa kuluttaja ostaa palvelun maksimoidun hyödyn itselleen, esimerkkinä joulunviettomatka täydellä yöspidolla erilaisine aktiviteetteineen.

Kulutustottumukset ohjaavat kauppaa ja sen tarjontaa. Kuluttajien tarpeisiin ja odotuksiin on pystyttävä vastaamaan pysyäkseen mukana kiristyvässä markkinoissa. Samalla myös paineet katteelliseen ja kannattavaan yritystoimintaan ovat kasvaneet. On pyrittävä löytämään keinoja, joilla saadaan kuluttajien tarpeet ja odotukset tyydytettyä lisäämättä ja sitomatta siihen enempää työvoimaa.

Erilaiset visuaaliset ratkaisut tarjoavat tähän loistavan mahdollisuuden. Tuotteiden esillelaitot ovat tässä merkittävässä roolissa. Tuotteiden oikea sijoittelu ja niistä tuoteperheiden rakentaminen käyttöyhteystuotteineen ovat avainasemassa. Esillelaittoratkaisut palvelevat tämän päivän kiireistä kuluttajaa. Kaupassa on näin nopea asioida ja samalla saadaan aikaiseksi heräteostoksia. Esillelaittoratkaisuihin on helppo sijoittaa muutakin tuotteisiin liittyvää kuluttajainformaatiota, jonka kuluttaja löytää tuotteiden yhteydestä. Esimerkkinä, viherkasveissa hoito-ohjeet.

Uusien kaupanalan ammattilaisten siirtyminen työelämään helpottuisi, jos heillä olisi enemmän valmiutta tuotteiden esillelaittoon. Usein uusilla myyjillä on loistavat välittömät asiakaspalvelutaidot, mutta välilliset vaativat vielä paljon harjoitusta. Olisi hyvä, jos heillä olisi pohjaa tähän jo valmiina työelämään tullessaan. Uusien kaupanalan ammattilaisten koulutuksessa tulisi olla enemmän tuotteiden esillelaittoa ja somistusta, sillä ne taidot tulevat korostumaan tulevaisuudessa kaupanalalla. Tuottavuuden kasvuvaatimukset vain lisäävät työelämän tehokkuuksien hakemista. Henkilökuntamäärät pidetään minimissä ja jokaisella on vastuu oman työnsä kehittämisestä yhä tehokkaampaan suuntaan. Työtehtäviä tulee koko ajan lisää. Oikealla tuotteiden esillelaitoilla ja sijoituksilla pystytään myyjien työn kuormittavuutta helpottamaan ja saamaan helpotusta työperäiseen stressaantumiseen.

Visuaaliset ratkaisut ovat tämän päivän yritysten elinehto ja samalla yksi kilpailukeino. Uusien kaupanalan ammattilaisten siirtyminen työelämään onnistuisi ja helpottuisi jos heidän tiedot ja taidot vastaisivat työelämän tarpeita.

3 Tuotteiden esillelaittojen opettaminen

Tiedot tuotteiden esillelaittojen opetuksiin kartoitin haastattelemalla kolmen erioppilaitoksen opettajia. Oppilaitoksiksi valitsin; Pohjois-karjalan ammattiopiston, Pohjoisen Keski-Suomen oppimiskeskuksen ja Jyväskylän aikuisopiston. Tarkoitukseni oli selvittää onko oppilaitoksissa millaisia tapoja opettaa tuotteiden esillelaittoa ja vastaako annettava opetus työelämän tarpeita.

Pohjois-karjan ammattiopistosta haastattelin opettaja Juhani Kokkosta. Hän on toiminut oppilaitoksessa kaupan ja hallinnon alalla 22 vuotta. Hänen työkokemuksensa kaupan alalla on monipuolinen. Hän on toiminut useissa eri yrityksissä mainonnan hoitajana ja mainospäällikköinä eri puolella Suomea mm. Sokoksissa, Centrum, PKO. Tukholmassa viisi vuotta joista 3 vuotta NK-Åhléns Cityn mainososastolla.

Jyväskylän aikuisopistolta haastatteluuni vastasi kouluttaja Leena Sipilä. Hän on työskennellyt kouluttajana 25 vuotta ja osan siitä ajasta koulutuspäällikkönä ja samalla toiminut myös yrittäjänä. Hänen ja Piia Kolhon omistaman Papiinan koko vaate- ja asustemallistolle on myönnetty maaliskuussa 2008 Design Laatumerkki. Taideteollisuustuotteille kehitetty Laatumerkki on tae korkeatasoisesta muotoilusta ja laadusta sekä yrityksen liiketoimintaosaamisesta. Hänen koulutus taustaansa kuuluu muotoilija AMK ja kotitalousopettaja.

Pohjoisen Keski-Suomen oppimiskeskuksesta haastattelin lehtori Aila Länsimiestä. Hän opettaa asiakaspalvelun ja markkinoinnin lisäksi myös englantia. Hän on toiminut opettajana yli 20 vuotta. Koulutustaustaltaan hän on kauppatieteiden maisteri ja opettaja. Työkokemusta hänelle on kertynyt noin neljä vuotta ennen opettajan työtä josta vuoden kaupan palveluksessa tavaratalossa.

3.1 Tuotteiden esillelaittojen merkitys

Kaikki oppilaitosten edustajat olivat yksimielisiä siitä, että tuotteiden esillelaittaminen on tärkeä osa kaupanalan asiakaspalvelua. Hyvillä ja siisteillä tuotteiden esillelaitoilla on erittäin suuri merkitys sekä myynnin, että asiakaspalvelun kannalta. Tuotteiden esillelaitot luovat asiakkaaseen ostoherätteitä ja kuluttajat löytävät myös tuotteet helposti ilman henkilökunnan apua ja samalla kynnyks heräteostoksiin madaltuu. Tuotteiden esillelaitot kertovat myös tuotteen käyttötarkoituksista ja tavoista sekä siitä mihin niitä voi liittää. Hyvin toteutetut tuotteiden esillelaitot auttavat myös ostopäätöksen tekemisessä ja luovat tiettyä kuvaa yrityksestä.

Benettonin perustaja Luciano Benetton on joskus todennut, että ”tavarahan on herätettävä tunteita ostajassa. 50 % myymälöiden kyvystä houkutella asiakkaita perustuu siihen, miten tavarat oli pantu esille.” (Kokkonen, 2008).

3.2 Opetukselliset erot myynnin- ja yrittäjän ammattitutkinnoissa

Yrittäjien koulutus on pääosin konsultoivaa ja riippuu aina mitä substanssiosaamisalaa opiskelijan yritystoiminta edustaa. Koulutuksen

tarkoituksena on kehittää opiskelijan omaa yritystä eteenpäin. Jos kysymyksessä on kauppa tuotteiden esillelaitto valmiuksien kehittäminen kuuluu olennaisesti mukaan yrittäjän konsultoimiseen. Mielestäni yrittäjän ammattitutkinnossa pääpaino opetuksessa on koko yrityksen kehittämisessä. Tällöin yksittäinen osa-alue jää vähemmälle. Olisi erittäin tärkeää, että myös yrittäjä tuntisi ja osaisi työntekijöidensä työtehtävät esimerkkinä tuotteiden esillelaitot.

Kokemukseni pohjalta myynnin ammattitutkinnossa tuotteiden esillelaittoon panostetaan paljon enemmän sillä siinä jokainen opiskelija kehittää oman toimintaympäristönsä tapoja toimija. Mikäli opiskelija toimii työelämässä, hänellä on oivallinen mahdollisuus kokeilla heti uutta oppimaansa. Sen myötä sieltä voi löytyä juuri hänen yritykseen uusi toimintamalli. Hänen tukena ovat silloin oppilaitoksen vahvat ammattilaiset. Heiltä opiskelijat saavat kehittämisideoita ja ratkaisumalleja.

3.3 Opetustavat ja oppimisen ohjaaminen

Haastattelemissani oppilaitoksissa orientoidutaan tuotteiden esillelaittoihin kognitiivisen oppimiskäsityksen täydellisen oppimisprosessin mallin mukaisesti. Opettaja orientoi luennon avulla ja jakaa materiaalin. Luennoilla opiskellaan perusasioita kuten tekniikkaa, sommittelua ja väriharjoituksia. Yritysvierailuilla on tärkeä osa oppimisessa. Vierailujen aikana opiskelijoita ohjataan oppimisen ja ajattelun aktivoimiseen konstruktivisen oppimiskäsityksen mukaan.

Tärkeimmäksi opetustavaksi nousi jokaisessa oppilaitoksessa käytännön harjoitukset. Käytännön harjoituksia toteutettiin oppilaitoksissa, yrityksissä sekä työssäoppimisjaksoilla. Oppilaitoksissa opiskelijat suunnittelevat ryhmissä toteutuksensa, hankkivat tarvikkeet tai lainaavat ne yhteistyöyrityksiltä. Mielestäni tässä toteutuu sosiokonstruktivinen oppimiskäsitys. Opiskelijat oppivat tiimeissä, heille ei anneta valmiita ratkaisuja vaan oppiminen on yhteisöllinen rakennusprosessi jossa

sisäistetään ja ulkoistetaan opittua, arviointi on monipuolista: itsearviointia, vertaisarviointia ja kouluttajan arviointia keskustellen.

”Sosiokonstruktivismi on kehittynyt konstruktivisesta oppimisenäkemyksestä. Sosiokonstruktivistinen oppimisenäkemys on tietoteoreettinen käsitys tiedosta ja oppimisesta, ja siinä korostetaan vuorovaikutusta ja sosiaalisia suhteita oppimisessa. Tämän oppimisenäkemysten mukaan oppiminen konstruoidaan eli rakennetaan vuorovaikutuksessa toisten kanssa.”

(Kauppila 2007, 48)

Yksi haastattelemistani oppilaitoksista on luopunut kokonaan harjoituksista koululla. Orientoinnin jälkeen opiskelijat hankkivat itse tuotteiden esillelaiton harjoituspaikan kaupungin yrityksistä. Kysymyksessä ei ole työssäoppiminen vaan perusharjoitus tuotteiden esillelaitossa oikeassa työympäristössä. Opettaja kiertelee koko ajan yritysten välillä ja opastaa siellä missä on tarvetta, niin että hänen ja yrittäjien mielestä lopputulos on hyvä. Tapa on todettu heidän oppilaitoksessaan kaikkia osapuolia paremmin hyödyntäväksi kuin oppilaitoksessa tehdyt perusharjoitukset. Mielestäni tällainen käsitys oppimisesta on humanistinen. Siinä korostuu kokemuksellisuus ja luovuus jota tuotteiden esillelaiton toteuttaminen vaatii sekä itseohjaavuus kun opiskelijoiden pitää itse hakea harjoituspaikka tuotteiden esillelaitolle.

”Humanistinen oppimiskäsitys ei aseta kovin tiukkoja vaatimuksia opetussuunnitelmalle. Humanistisen oppimiskäsityksen keskeinen oppimismalli on kokemuksellinen oppiminen. Se painottaa kokemusten ja elämysten merkitystä opetuksessa, myös aikuiskoulutuksessa.”

(Kauppila 2007, 30)

Oppimisesta ei haluta tehdä tylsää teoreettista ulkolukua. Yhdessä oppilaitoksista ei ole vuosin pidetty tenttejä, vaan on pyritty siihen, että opiskelija hankkii tietoa ja käytännön caseja. Näissä tiedon sisäistämisen arviointi sitten tapahtuu. Mielestäni mitä lähemmäs työelämää opetus ja oppiminen saadaan niin, se vuorovaikutteisesti palvelee molempia osapuolia. Opiskelijoiden ymmärrys kasvaa, miksi jotain kannattaa tehdä tietyllä tavalla ja

mikä merkitys sillä on yrityksentoiminnalle. Esimerkkinä näyteikkunaan tuotteiden esillelaittaminen ja siihen lisänä liitettävä somistusmateriaali. Näyteikkuna on yrityksenkäyntikortti, jossa se viestii asiakkailleen, mitä yritys tarjoaa. Tuotteiden valinta ja somittelu on siihen hyvin tärkeää. Vastaavasti yrityksillä on tiedossa millaista tulevaa työvoimaa on tarjolla ja he voivat omalta osin osallistua opiskelijoiden oppimisen etenemiseen ja ohjaamiseen.

3.4 Opetuksen kehittämiskohteita

Jokainen haastateltujen oppilaitosten opettaja panostaisi enemmän käytännön harjoitteluun oikeassa myymäläympäristössä. Edellytyksenä onnistuneeseen opetukseen ovat luonnollisesti pätevät ja aiheesta innostuneet opettajat sekä koulun johdon ymmärrys siihen, että tuotteiden esillelaittoihin liittyviä kursseja ylipäättään on. Kokkonen on huomionnut asian toimiessaan Taitaja-kisoissa somistustyön tuomarina useita vuosia. Joillakin oppilaitoksilla on useita opintoviikkoja visualisointia, kun taas heikoimmissa tapauksissa ainoastaan yksi opintoviikko. Tällainen ero mielestäni näkyy ilman muuta opiskelijoiden tasoeroina.

Esillelaittojen oppimisen mielekkyyden vuoksi sen tulisi aina liittyä johonkin kontekstiin, vaikka mainoskampanjaan. Lähtökohtana onnistuneelle oppimiselle on riittävä tietopohja. Opiskelijan tulee hallita väriopin, valaistuksen ja somittelun perusasiat. Tiedon hallinta auttaa työssä onnistumista. Nuorien opiskelijoiden ja aikuisten opiskelijoiden eroavuus opetuksen näkökulmasta eroaa juuri tietopohjan eli teorian osalta. Nuoret opiskelijat oppivat parhaiten tekemällä ja kokemalla, kun taas aikuisopiskelijat haluavat enemmän tietopohjaa eli teoriaopetusta. Eroavaisuus johtuu pitkälti aikuisopiskelijoiden työvuosien tuomasta käytännön kokemuksesta. He haluavat vahvistusta teoriasta olemassa olevalle tiedolleen ja käytänteilleen.

Toki tuotteiden esillelaittoa voi oppia myös luokkahuoneissa. Tuotteiden esillelaittoon liittyy läheisesti myös erilainen asiakasviestintä, joka pitää sisällään hinta- ja muita tuotteeseen liittyviä tietoja kuten käyttöohjeet. Asiakasviestinnän oppimiseen tarvittavat taidot ja tiedot on hyvä olla valmiina ennen oikeaa myymäläympäristö harjoittelua. Nämä taidot ovat tekstaustaito ja tietotekniikan käyttömahdollisuuksien tunteminen.

” Kaupassa työskentely vaatii tietotekniikan osaamista. Tulevaisuudessa tuotteisiin ja palveluihin sekä kontaktiin ja vuorovaikutukseen asiakkaan kanssa liittyy enenevästi teknologiaa. Kaupan alalla ei enää riitä, että osataan myydä tuotetta tai palvelua. Jokaisen palveluketjuun osallistuvien on ymmärrettävä teknologian merkitys. Kaikissa oppilaitoksissa on annettava opiskelijoille valmiudet käyttää ja soveltaa tietoteknisiä ratkaisuja. Tietotekniikan ja teknologian opetuksessa on pysyttävä ajan hermolla, jotta myös tuleviin haasteisiin voidaan vastata.” (Elinkeinoelämän keskusliitto 2006, 22)

Mielestäni suurimman haasteen tulevaisuudessa asiakaspalvelun opetukseen tuo juuri huimaa vauhtia kehittyvä tietotekniikka ja teknologia. Verkkokaupan yleistyessä tärkeäksi osaksi kaupan alaa, myös tietoteknisten valmiuksien on pysyttävä ajan mukana visuaalisuutta unohtamatta.

Tuotteiden esillelaittojen oppiminen perustuu harjoitteluun. Olisi hyvin tärkeää, että opiskelijat pääsisivät suunnittelemaan ja toteuttamaan hyvinkin erilaisia kokonaisuuksia erilaisten teemojen ympärille. Näin pystyttäisiin oppimaan ja toimimaan luovasti erilaisissa tiloissa ja tilanteissa. On aivan eri asia suunnitella ja toteuttaa näyteikkunan somistus kuin vastaavilla tuotteilla myymälän sisäinen esillelaitto.

3.5 Opetuksesta saatu palaute opiskelijoilta ja työelämästä

Haastattelemieni oppilaitosten opiskelijoilta tullut palaute on ollut positiivista jokaisessa oppilaitoksessa. Opetus on herätellyt heissä paljon ajatuksia, se on saanut pohtimaan merkitystä tuotteiden esillelaittoon syvällisimmin. He ovat ymmärtäneet, kuinka moninainen merkitys asialla on tuotteiden myynnin kannalta.

Tuotteiden esillelaiton opetuksesta pidetään hyvin paljon johtuen juuri sen käytännön läheisyydestä. Ongelmaksi on noussut opetuksessa ohjaus ajan puute. Nuoret opiskelijat haluavat saada heti opettajan palautetta. Yli 20 opiskelijan ryhmissä henkilökohtaisen palautteen antamista rajoittaa

opetusajan rajallisuus. Aikuiset opiskelijat työskentelevät itsenäisemmin ja he arvostavat ja haluavat myös vertaispalautetta.

Työelämästä tullut palaute haastattelemiini oppilaitoksiin on ollut pääosin positiivista, myös yritysten asiakkaat ovat myös kiinnittäneet huomiota hyviin somistuksiin. Somistukset ja esillelaitot ovat herättäneet huomiota, jolloin voidaan todeta niiden toimineen hyvänä markkinointivälineenä myymälässä. Oppilaitoksista on myös pyydetty opiskelijoita tekemään yrityksiin somistuksia.

Ajankäyttö oikeassa myymäläympäristössä on työelämässä haaste. Oppilaitoksessa ja työssäoppimisjaksoilla käytettävä aika suunnitteluun ja toteutukseen on huomattavasti pidempi, kuin toimiessa työelämässä. Tämä tulee monelle opiskelijalle yllätyksenä heidän siirtyessään työelämään. Tästä mielestäni kannattaisi opiskelijoita muistuttaa sekä työelämän vaatimustasoon ja työrytmiin opiskelijat kannattaisi myös ennakolta valmistaa.

4 Työelämään siirtyneiden opiskelijoitteni näkökulmia ja odotuksia

Tein kyselyn omille myynninammattitutkinnon suorittaneille aikuisopiskelijoille. Opiskelijat ovat siirtyneet työelämään 2006–2007 välisenä aikana. Suunnittelin opetuksen hyvin lähelle työelämän tarpeita ja toteutin sitä oikeassa myymäläympäristössä jossa teimme perusharjoituksia. Kyselyyn osallistui vain osa opiskelijoista (15), johtuen kyselyn suorittamisesta heidän ammattiin valmistumisen jälkeen.

Suurimmat odotukset opiskelijoilla oli jo työelämässä hankitun taidon vahvistus suhteessa teoriapohjaan. Aikuisopiskelijat eivät odottaneet saavansa, kuin oleellisimman tiedon. Heillä oli avoin mieli kaikin puolin opetuksen suhteen.

4.1 Opetuskäytänteeni ja opiskelijapalaute

”Humanistis-kokemuksellinen oppimiskäsitys korostaa sitä, että jokainen opiskelija tuo oppimiseen mukanaan omat, ainutlaatuiset kokemuksensa, jotka parhaimmillaan monipuolistavat ja laajentavat oppimisen kohteena olevia

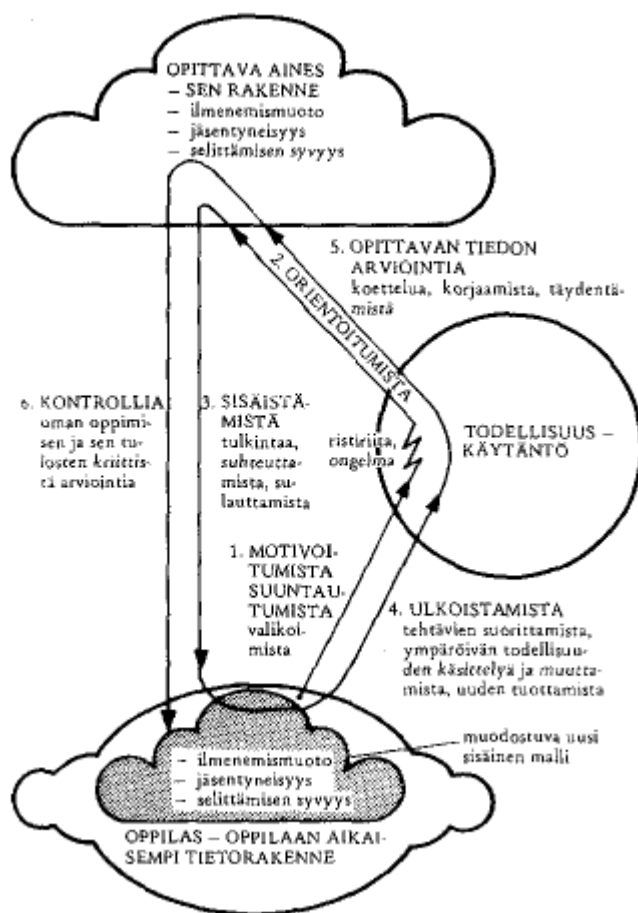
asioita. Humanistinen ja sosiokonstrukttiivinen oppimisenäkemyks jakaa keskenään käsityksen, että vaikka kokemukset ovatkin henkilökohtaisia, ne voidaan jakaa muiden opiskelijoiden ja opettajien kanssa.”

(Kauppila 2007, 31)

Kun toteutettuja tuotteiden esillelaittoja ja somistuksia havainnoidaan mm. kuvien avulla ja käsitellään reflektoiden, syntyy monipuolisia kokemuksia ja tilanteita joiden avulla oppijan on helpompi sisäistää asiaa ja oppiminen tapahtuu helpommin ja ymmärrettävämmin.

Humanistis-kokemuksellinen oppimiskäsitys korostaa sitä, että jokainen opiskelija tuo oppimiseen mukanaan omat, ainutlaatuiset kokemuksensa, jotka parhaimmillaan monipuolistavat ja laajentavat oppimisen kohteena olevia asioita. Tämä toimi juuri hyvin aikuisopiskelijoilla.

Opetukseni eteni täydellisen oppimisen mallin mukaisesti, johtuen käytettävissä olevasta ajasta. Motivoin ja orientoitin opiskelijoita teoretiedon pohjalta. Muokkasimme aikaisempaa ajattelu- ja toimintamallia jota opiskelijoilla oli entuudestaan heidän jo toimiessa työelämässä. Tämän tiedon ja taidon ulkoistimme oikeassa toimintaympäristössä eli teimme käytännön harjoitukset oikeiden teemojen ympärille työelämässä. Tarkastelimme yhdessä esillelaittoratkaisuja ja niiden toimivuutta yrityksissä. Arvioimme tehtyjä esillelaittoja hyödyntäen vertaispalautteen ja kehitimme oppimisprosessia eteenpäin.



KUVIO 2. Oppimisen malli, oppimisen vaiheet ja oppimisprosessi (Engeström 1992, 49)

Engeströmin (1992) oppimisen mallin mukaisesti oppimisprosessi ja täydellinen oppiminen muodostuvat erilaisista oppimisvaiheista, jotka ovat seuraavat:

1. Motivoituminen; tietoisien sisällöllisen mielenkiinnon herääminen
 2. Orientoituminen; muodostetaan ennakkokuva, orientaatioperusta oppisisällöstä
 3. Sisäistäminen: aikaisemman ajattelu- ja toimintamallin muokkaamista
 4. Ulkoistaminen: soveltaminen todelliseen toimintaympäristöön
 5. Arviointi: uuden toimintamallin toimivuuden kriittinen tarkastelu
 6. Kontrolli: oppimisprosessin arviointi ja kehittäminen
- (Engeström 1992, 45.)

Opiskelijoiden mielestä tärkein asia oli käytännön läheisyys. He kokivat omaksuvansa paremmin asioita, kun ne on sidottu oikeaan toimintaympäristöön ja se teki samalla opetuksesta heille mielenkiintoisen. Monet opiskelijat olisivat halunneet tämän kaltaisia harjoituksia enemmän. Eräs opiskelija ehdottikin sitä ihan omaksi oppiaineeksi.

Haastatelluissa opiskelijoissa tuli esiin sama piirre aikuisopiskelijoista, kuin muissakin haastatelluissa oppilaitoksissa eli haluttiin enemmän teoria-opetusta pohjaksi. Värioppia ja esillelaittojen suunnittelua toivottiin enemmän. Tästä voidaankin päätellä heille yhteiseksi piirteekseen juuri pitkän käytännön kokemuksen. Moni koki käytännön harjoituksen kautta omaksuneen esillelaittojen merkityksen ja tarkoituksen herättää asiakkaan huomio tuotteisiin ja luomaan tarpeen ostaa niitä.

Käytännön harjoitteiden jälkeen välittömästi tehdyt reflektoinnit koettiin hyväksi, myös vertaisarviointi koettiin tärkeäksi.

Opiskelijat alkoivat katsoa tuotteiden esillelaittoja ihan eri tavalla, kuin ennen. He saivat koulussa oppimaansa varmistuksen siitä, miten oikea-aikainen ja tapainen tuotteiden esillelaittaminen vaikuttaa tuotteiden myyntiin. Tämä vahvisti heille oppimaansa.

Koulutus toi myös uusille kaupanalan ammattilaisille varmuutta ja rohkeutta tuoda omia näkemyksiä ja ideoita tuotteiden esille laittoon. Täydellisen oppimisen mallin mukaisesti he ottivat käyttöön uuden ajattelu- ja toimintamallin ja muokkasivat sitä oman toimintaympäristönsä tarpeita vastaavaksi. Heidän oli oppimansa pohjalta helpompi asettua työelämään sekä soveltaa oppimaansa todelliseen toimintaan ympäristöön sekä kriittisesti tarkastella sen toimivuutta ja kehittää sekä arvioida itseään eri aikajaksona olemassa olevien trendien mukaisesti.

5 Yhteenveto ja kehittämissuositukseni

Tarkastelemalla sekä opetuksen, että oppimisen näkökulmasta tuotteiden esillelaittojen opetusta niistä voidaan löytää yhtenäisyyksiä joiden avulla opetustapoja ja oppimiskäytänteitä voidaan edelleen kehittää. Opetusta

ohjaavat aina opetussuunnitelmat. Sisältöihin voi kuitenkin jokainen opettaja itse vaikuttaa.

Opiskelijoiden pitäisi päästä suunnittelemaan, toteuttamaan ja arvioimaan tuotteiden esillelaittoja oikeassa toimintaympäristössä. Näin olisi mahdollista saada jo oppimalleen vahvistus sen toimivuudesta oikeassa toimintaympäristössä. Vertaispalautteen antamista tulisi saada enemmän mukaan opetukseen. Tämä kehittäisi myös opiskelijoiden omaa taitoa itsearviointiin jota he tulevat työelämässä tarvitsemaan. Aikuisopiskelijoiden tietopohjan opetukseen tulisi varata enemmän aikaa ja vastaavasti nuorten opiskelijoiden käytännön harjoitteita tulisi olla teoriaopetusta enemmän.

Tuotteiden esillelaittojen opetuksessa ja oppimisessa jatkuva yhteistyö alueen yrityselämän kanssa kehittäisi opetusta työelämän tarpeita palveleviksi. Myös uusien kaupanalan ammattilaisten sujuvampi siirtyminen työelämään näin mahdollistuisi. Kaupanalan opettajien tulisi verkostoitua, jolloin saavutettaisiin samansuuntainen opetussisältö eri oppilaitoksissa. Eri oppilaitoksissa toimii vahvan ammattitaidon omaava opettajakunta. Heidän ammattitaitonsa ja näkemyksensä yhdistäminen projektimuotoisesti kehittäisi kaupanalaa eteenpäin ja yhdenmukaistaisi opetusta maassamme.

Yhteistyön lisääminen lähialueen kaupanalan yritysten kanssa pitäisi opetuksen tason lähellä työelämän vaatimuksia. Samaisten yritysten kanssa olisi mahdollista tehdä yhteistyötä myös ihan käytännön työharjoituksina. Opiskelijat voisivat mennä opettajan johdolla toteuttamaan yrityksiin erilaisia tuotteiden esillelaittoja ikkunasomistuksista myymäläesillelaittoihin. Tämä palvelisi myös työnantajia heidän etsiessään uusia alan ammattilaisia heille työhön.

Käytännön harjoituksia on myös mahdollista toteuttaa oppilaitosympäristössä. Tätä varten oppilaitoksen kannattaa hankkia riittävä määrä erilaista tarveaineistoa, kuten tuotteita ja niitä tukevaa somistusmateriaalia esimerkiksi korokkeita. Näyteikkunoiden rakentaminen oppilaitoksen auloihin tai käytävälle lisäisi myös viihtyvyyttä oppilaitoksen tiloissa ja samalla opiskelijat saisivat tehdä ensimmäiset harjoitustoteutukset turvallisessa oppilaitosympäristössä.

Näihin ikkunoihin opiskelijat voisivat suunnitella erilaisia kampanjoita ja toteutuksia. Tuotteet opiskelijat voisivat lainata lähialueen yrityksiltä ja luoda yhteistyöverkostoja työelämän suuntaan. Näyteikkunatoteutukset palvelisivat myös yrityksiä erinomaisina markkinointipaikkoina.

LÄHTEET

Elinkeinoelämän keskusliitto. Palvelut 2020 – Osaaminen kansainvälisessä palveluyhteiskunnassa.

http://www.ek.fi/ek_suomeksi/ajankohtaista/tutkimukset_ja_julkaisut/ek_julkais_uarkisto/2006/18_10_2006_Palvelut2020_loppuraportti.pdf

Engeström, Yrjö.1992. Perustietoa opetuksesta. Helsinki.

Valtiovarainministeriö ja Valtion painatuskeskus.

<http://ethesis.helsinki.fi/julkaisut/kas/kasva/pg/tertsunen/2luku.html> 2.4.2008

Hannula, Kaija 2007 Jyväskylän ammattikorkeakoulu, ammatillinen opettajakorkeakoulu, Oppimiskäsityksistä oppimisen ohjaamiseen.

Kauppila, Reijo A.2007 Ihmisen tapa oppia. Jyväskylä PS-kustannus.

Kokkonen Juhani – Pohjois-Karjalan ammattiopisto, haastattelu 22.1.2008.

Länsimies Aila - Pohjoisen Keski-Suomen oppimiskeskus, haastattelu 18.2.2008.

Näyttötutkinnon perusteet. Myynnin ammattitutkinto 2006. Opetushallitus.

http://www.edu.fi/julkaisut/maaraykset/naytot/myynnin_at.pdf

Sipilä Leena – Jyväskylän aikuisopisto, haastattelu 13.3.2008

Tasavallan presidentti Tarja Halonen 2007. Kaupan työ ja tulevaisuus-seminaari. Finlandia-talo 8.11.2007.

<http://www.presidentti.fi/netcomm/news/showarticle.asp?intNWSAID=66559>

LIITTEET

Kysymyslomake oppilaitoksien opettajille

1. Onko mielestäsi tuotteiden esillelaittaminen tärkeä osa asiakkaan palvelemista? Miksi
- 2.
3. Eroavatko opetusmenetelmät myynnin ammattitutkinnossa ja yrittäjän ammattitutkinnossa asiakaspalvelun osalta?
4. Millaisilla opetusmenetelmillä tuotteiden esillelaittoa ja somistusta opetetaan oppilaitoksessanne?
5. Millainen on oma oppimiskäsityksesi? esim. konstruktivinen, humanistinen jne.
6. Miten kehittäisit tuotteiden esillelaiton ja somistuksen opetusta?
7. Oletteko saaneet opiskelija palautetta tuotteiden esillelaittoon ja somistukseen sekä niiden opetukseen liittyen? Millaista
8. Oletteko saaneet työelämästä palautetta liittyen tuotteiden esillelaittojen ja somistuksen opetukseen? Millaista
9. Vapaita ajatuksia suuntaa ja toiseen
10. Voinko liittää nimesi lähdeluetteloon?
11. Asemasi organisaatiossanne ja kuinka kauan olet toiminut opettajana?
12. Kuinka paljon sinulla on työelämä kokemusta sekä millainen on pohjakoulutuksesi ennen opettajan uraasi?

Kysymyslomake työelämään siirtyille opiskelijoille

1. Millaiset odotukset sinulla oli asiakaspalvelun opetuksestani?
2. Opetukseni oli hyvin käytännön läheistä, tuntuiko se helpolta vai vaikealta tavalla opiskella tuotteiden esillelaittoa? Perustele
3. Kaipasitko enemmän teoria opetusta? Miksi?
4. Työelämään siirryttyäsi, vastasiko opetukseni työpaikan tarpeita?
5. Helpottiko opetustapani työskentelyäsi työpaikallasi? Miksi?
6. Onko mielestäsi tuotteiden esillelaitto tärkeä osa asiakaspalvelua? Miksi?
7. Millaisten esillelaitto taitojen opettamista jäit kaipaamaan, taitoja joita olisit tarvinnut työelämässä?
8. Mitä jättäisit pois asiakaspalvelun opetuksestani?
9. Vapaita omia ajatuksia puoleen ja toiseen; esillelaitoista tärkeänä osana asiakaspalvelua kaupan alalla, Ovatko ne vai eivät ja miksi mielestäsi?
10. Mahdollisia työnantajasi toiveita tuotteiden esillelaittojen opetuksen kehittämiseksi työelämälähtöiseen suuntaan? Mitä pitäisi opettaa tai jättää pois.