

Vaasan yliopisto  
UNIVERSITY OF VAASA

# Markkinoinnin työelämävalmiuksien kehittäminen simulaatiopelin avulla

Päivi Borisov & Minna-Maarit Jaskari  
Vaasan yliopisto

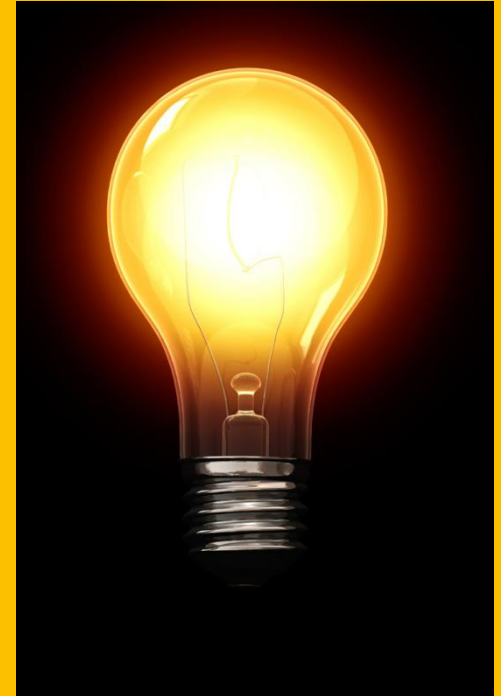
# Miksi simulaatiota?

- Teorian soveltaminen
- Työelämän tilanteiden simulointi (päätöksenteko, monimutkaisten ongelmien käsittely, tiimityö jne.)
- Työelämätaitojen kehittäminen
- "Kädet saveen"



# Kysymyksiä

- Mitä opiskelijat oikein oppivat?
- Onko tehokasta?
- Miten oppiminen tapahtuu?
- Tunteet ja niiden vaikutus oppimiseen?



# Kurssi: Markkinoinnin avainprosessin johtaminen

## Tavoitellut työelämävalmiudet

- Analyttisyys ja kriittinen ajattelu
- Implementoinnin kyvykkyydet
- Suullinen ja kirjallinen ilmaisutaito
- Yhteistyötaidot

## Markkinoinnin kandiohjelman kurssi (2. vuosi)

- Laajuus 6 op.
  - Luennot, vierailijaluento
  - SimBrand peli
  - Peliä tukevat tehtävät: liiketoimintasuunnitelma, väliraportti, reflektioraportti, yhteenvetoluento
  - Tentti



Opiskelijoiden  
reflektiot  
oppimis-  
kokemuksesta

# Tavoitteet

1. Mitä tietoja ja taitoja opittiin?
2. Miten opittiin?
3. Mitä tunteita pelikokemus herätti ?

# Cesim Simbrand

**European Market**

**Information about other teams' products**

Product name	Team Name
Eurohome	Teletasperi
Price, €	263.0
Unit Cost, €	173.2
<b>Sales Last Round (k units)</b>	
Households	704.8
High-End Households	82.4
Companies	142.1
High-End Companies	36.4
Advertising, k €	6500
Channel Investments, k €	3000

**Asian Market**

Administration
European Market 10000 k €
Asian Market 6000 k €

**Products**

Product name	BlueDomus	BlueConatus	BlueUchi	BlueKalsha	BlueDachi	BlueAmicoum
Click to Select Markets	Europe Asia	Europe Asia	Europe Asia	Europe Asia	Europe Asia	Europe Asia
Click to Activate Upgrade	NEW	NEW	NEW	NEW	NEW	NEW
Click to Choose Design	Avant garde	Sport	Classico	Classico	Classico	Sport
Click to Choose Features						
Compactness	110	110	65	100	50	60
Battery life	180	160	105	150	70	100
Review Unit Cost, €	239.7	228.1	186.3	207.0	138.9	161.9
Review Warranty Cost, €	3	3	2	3	1	2
Review Production Line Cost, k €	2000	2000	2000	2000	0	0
Review Capability Usage	88%	81%	50%	55%	29%	41%

# Cesim Simbrand

## Product 1, Europe



**Target market area**  
Europe

**Design**  
Avant garde

**Compactness**  
110

**Battery life**  
180

**Variable Unit Cost Estimate**  
240



Price	This Round	Δ %	Last Round
Sales Price	429.0	-14	499.0 €
Variable Unit Cost	239.7	-8	260.9 €
Unit Margin Before Advertising	189.3	-20	238.1 €

	Households		High-End Households	
	This Round	Δ %	Last Round	This Round
Sales Forecast	300.0	1274	21.8	300.0
* Unit Margin	189	-20	238	189
Gross profit	56794	992	5199	56794
- Advertising	3000	n/a	0	4000
Margin After Advertising	53794	935	5199	52794

	Companies		High-End Companies	
	This Round	Δ %	Last Round	This Round
Sales Forecast	0.0	n/a	32.5	0.0
* Unit Margin	189	-20	238	189
Gross profit	0	n/a	7735	0
- Advertising	0	n/a	0	0
Margin After Advertising	0	n/a	7735	0

Channel Investments	This Round	Δ %	Last Round
Total Margin After Advertising	106588	168	39843 k €
- Specialty Stores	600	-50	1200 k €
- Household Appliance Stores	1225	-23	1000 k €
- Department Stores	1350	-25	1800 k €
Margin After Marketing Communication	103413	189	35843 k €



# Cesim Simbrand

Income Statement, Total k €



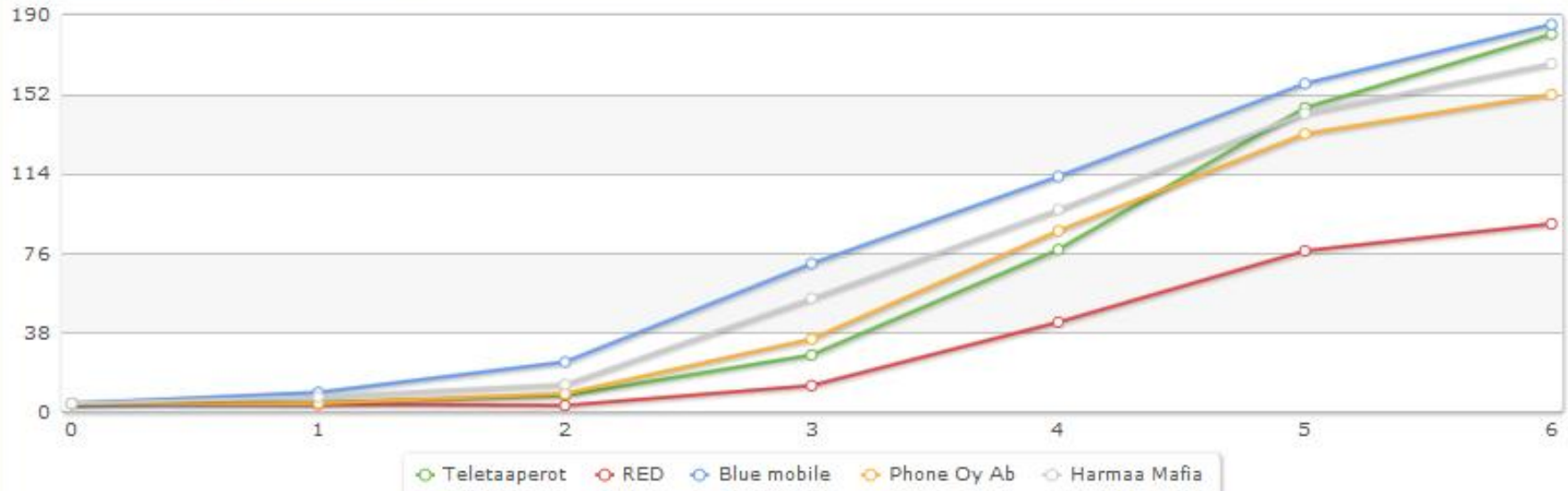
	Teletaaperot	RED	Blue mobile	Phone Oy Ab	Harmaa Mafia
Products sales	1 126 055	870 396	1 100 629	854 489	1 283 849
Repairs sales	32 619	23 137	33 164	18 406	28 213
Variable costs (Products)	750 067	657 469	724 741	520 297	935 715
Variable costs (Repairs)	23 669	19 362	22 109	14 159	20 152
<b>GROSS PROFIT</b>	<b>384 936</b>	<b>216 703</b>	<b>386 943</b>	<b>338 440</b>	<b>366 194</b>
<b>Fixed costs</b>					
Administration	16 000	9 000	16 000	20 000	16 000
Production line costs	6 000	6 000	8 000	4 000	8 000
Advertising	30 000	31 170	37 000	47 810	31 900



# Cesim Simbrand

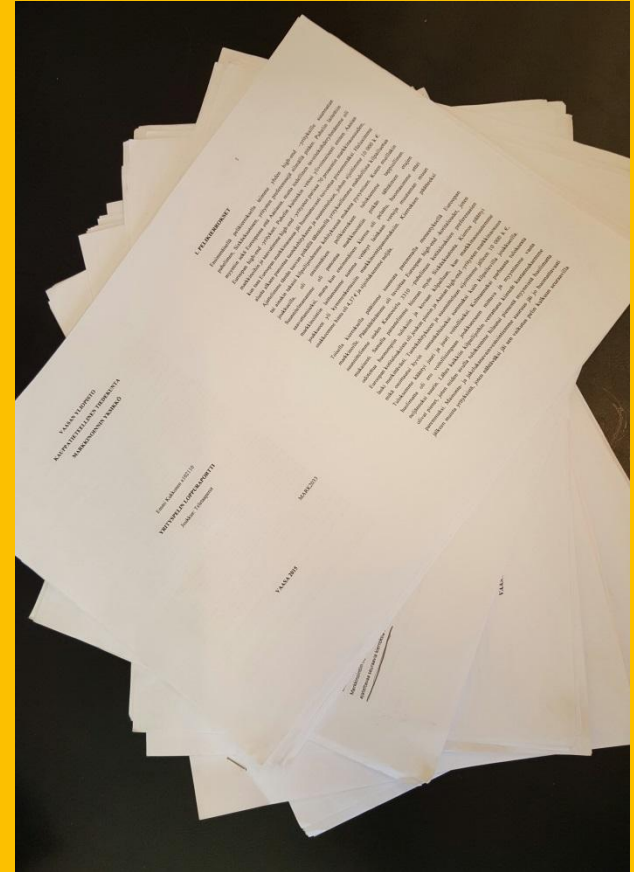
## RATIOS

	Teletaaperot	RED	Blue mobile	Phone Oy Ab	Harmaa Mafia
Gross profit, %	33.2	24.3	34.1	38.8	27.1
Operating profit (EBIT), %	24.7	13.8	24.9	24.3	18.7
Return on sales, %	18.1	10.2	18.4	17.9	13.8
Share price	180.62	89.91	185.25	151.69	166.56



# Metodit

- 36 opiskelijan oppimispäiväkirjaa, jotka oli kirjoitettu pelin aikana ja pelin jälkeen.
  - Lisäksi hyödynnettiin kurssipalautetta ja havainnointia
- Laadullinen sisällönanalyysi



# TULOKSET

# MITÄ? Markkinoinnin tiedot ja taidot

## – Markkinoinnin käsitteet

*Pelissä oppi hyvin tuntemaan ja muistamaan markkinoitinkäsitteitä sekä käytännössä näkemään niiden vaikutuksia*

## – Rakenteelliset viitekehykset

Käsitteiden kombinaatiot

*Jos yrityksellä on myynnin kanssa ongelmia, yleensä koko yritys on ongelmissa*

## – Strategiset periaatteet

*Olimme kohdanneet markkinoinnin perinteisimmän kompastuskiven: segmentoinnin. Yksi tuote ei palvele kaikkia, eikä kaikille voi tarjota kaikkea*

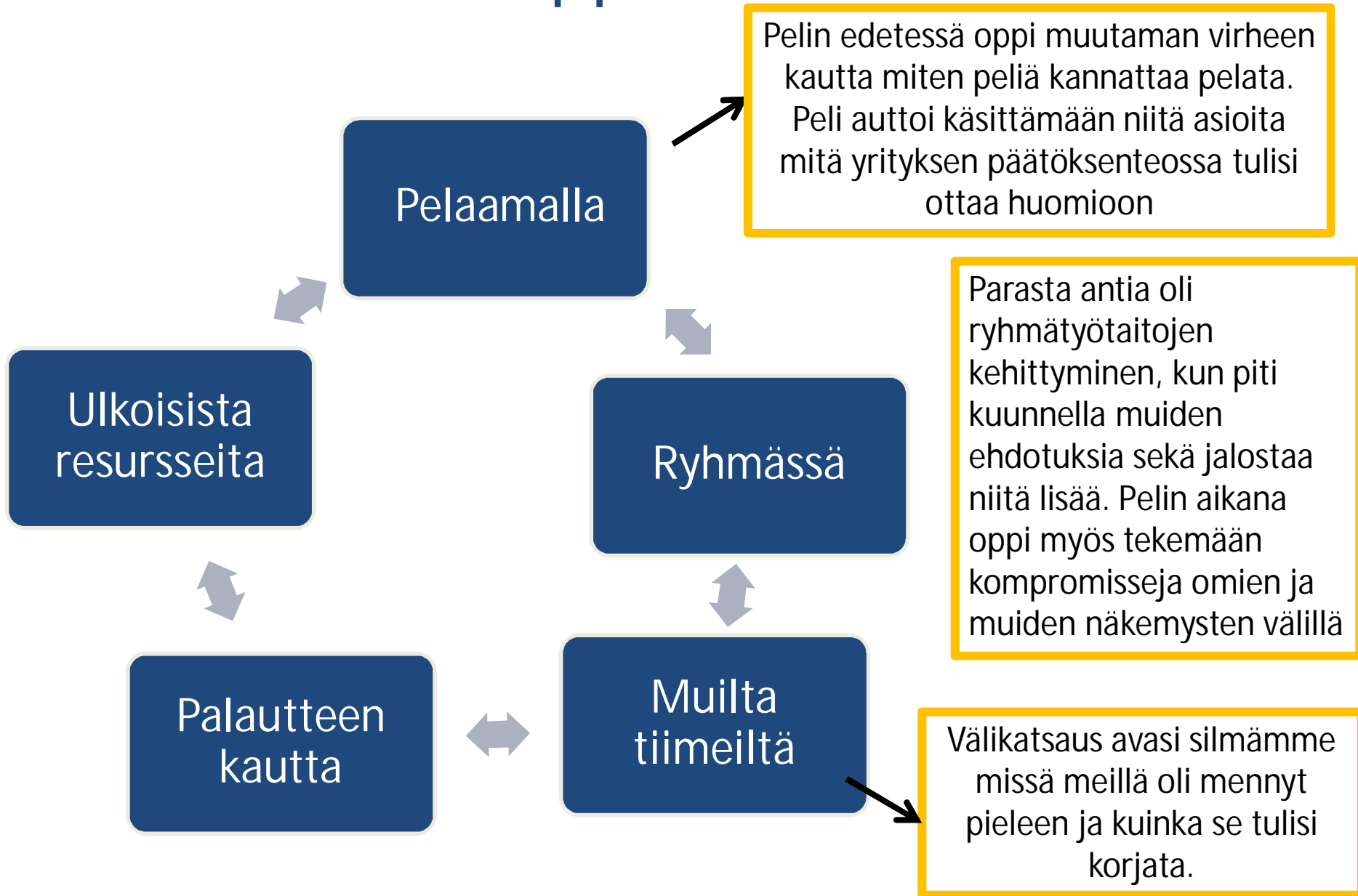
## – Holistinen ymmärrys

*Tässä pääsi hienosti näkemään käytännön kautta, kuinka erilaiset yritystoiminnan osa-alueet vaikuttavat yrityksen menestykseen.*

## – Analyyttiset taidot

*Peli opetti paljon siitä, kuinka tärkeää on kilpailijoiden ja markkinoiden alituinen seuraaminen ja ennustaminen.*

# MITEN? Oppimista eri tavoilla



# TUNTEET



- Sekä **positiivisia** että **negatiivisia** tunteita
- Tunteet **vaihtelivat** peilin eri vaiheissa
  - Alkuvaihe à turhautumista, pettymystä, innostusta
  - Pelin aikana ja jälkeen pääasiassa positiivisia, mutta myös negatiivisia tunteita
    - à innostus, kilpailuhenkisyys, halu menestyä, hauskuus
      - *Innolla odotti pelikierroksen jälkeisiä tuloksia ja seuraavien päätöksien tekemistä*
    - à Pettymys, luovutus
      - *Peli oli kuitenkin sijoituksesta aiheutuneesta pettymyksestä huolimatta erittäin opettava kokemus ja valotti päätöksenteon ja liiketoiminnan vaihtoehtojen laajuutta yritysmaailmassa*

# Tavoitellut työelämävalmiudet

- Analytyttöisyys ja kriittinen ajattelu
- Implementoinnin kyvykkyydet
- Suullinen ja kirjallinen ilmaisutaito
- Yhteistyötaidot





# Mahdollisuudet ja haasteet

- Peli useimmille erilainen, innostava, motivoiva, käytäntöä opettava ja hauska tapa oppia asioita
- Kilpailu lisää motivaatiota. Yleensä.
- Yrityksen ja erehdyksen kautta oppiminen
- Työelämävalmiuksien harjoittelu

## Opettajan rooli tärkeä

- Kokonaisuuden suunnittelu, mm. oppimista tukevat tehtävät ja oppimisprosessin tukeminen
- Opiskelijoiden sitouttaminen ja kannustaminen
- Negatiivisten tunteiden käsittely? Sparrausta heikommin menestyville/kaikille? Motivaation ylläpitäminen?
- Arviointi?