

KURSSIT

YET-104 Asiakaslähtöinen tuotekehitys elintarvikealalla (aiemmin Ideasta tuotteeksi) 5 op	2
YET-107 Laatujohtaminen elintarvikealalla 5 op	3
EKM102 Digitaalinen markkinointi elintarvikealalla 5 op	5



**YET-104 Asiakaslähtöinen tuotekehitys elintarvikealalla (aiemmin Ideasta
tuotteeksi) 5 op**

Tentti, syksy 2014

Vastaa kaikkiin:

1. STT-tekijät ja elintarvikkeiden tuotekehitys. Pohdi, minkälainen merkitys eri tekijöillä on tällä hetkellä (maassamme).
2. Miten kehitettävän tuotteen käyttäjälle tärkeitä ominaisuuksia voi pyrkiä selvittämään?
3. Mitä tarkoitetaan tuotteiden lisäarvoilla? Mitä hyötyä niistä on? Kenelle?
4. Mistä syistä uutuustuote voi epäonnistua?



YET-107 Laatujohtaminen elintarvikealalla 5 op

Tentti, kevät 2017

1. Itsearviointi ja laadun kehittäminen (Lecklin)
2. Mitä tarkoitetaan laatukustannuksilla? Kerro esimerkein, miten ne syntyvät ja miten niihin voidaan vaikuttaa. (Lecklin)

Tentti, kevät 2/2014

1. Kuvaile benchmarkingia. Miten se toteutetaan ja miten sitä voidaan hyödyntää organisaatiossa. (Lecklin)
2. Mitä tarkoitetaan laatukustannuksilla? Kerro esimerkein, miten ne syntyvät ja miten niihin voidaan vaikuttaa. (Lecklin)

Tentti, kevät 1/2014

Tentin kaksi kysymystä kirjasta:

Lecklin, O. 2006. Laatu yrityksen menestystekijänä. Talentum. 408 s. (Huomaa, että kysymykset ovat täysin samat kuin tentissä 11.5.2012)

1. Pohdi asiakastyytyvääisyyttä, -tyytymättömyyttä ja -uskollisuutta, sekä asiakastyytyvääisyyden mittaamista ja mittaustekniikoiden käyttöä (Lecklin)
2. Itsearviointi ja laadun kehittäminen (Lecklin)

Tentti, syksy 2012

1. Asiakasarvojen arvohierarkia ja arvomuutosten ennakointi. Esitä jokin sovellus. (Lecklin)
2. Asiakkaan kokema kokonaislaatu. Miten tähän voidaan vaikuttaa? (Lecklin)

Tentti, kevät 2012

Tentin kaksi kysymystä kirjasta Lecklin, O. 2006. Laatu yrityksen menestystekijänä. Talentum. 408 s.



1. Pohdi asiakastyytyväisyyttä, -tyytymättömyyttä ja -uskollisuutta, sekä asiakastyytyväisyyden mittaamista ja mittaustekniikoiden käyttöä (Lecklin)
2. Itsearviointi ja laadun kehittäminen (Lecklin)



EKM102 Digitaalinen markkinointi elintarvikealalla 5 op

Tentti, syksy 2022

Pyri rajoittamaan vastauksesi keskeisiin asioihin ja pyri max yhden sivun vastaukseen per kysymys.

Vastaa lyhyesti seuraaviin:

- 1a) Miten määrittelisit digitaalisen markkinoinnin? (3 p.)
- 1b) Mitä tarkoittaa SEM ja mistä osista SEM koostuu? (3 p.)
- 1c) Mitä on parasosiaalinen vuorovaikutus (parasocial interaction)? (3 p.)
- 1d) Mitä tavoitellaan digitaalisen markkinoinnin funnelilla/suppilomallilla? (3 p.)
- 1e) Mitä kaikkea voidaan innovoida (kategoriat/innovaation arkkityypit)? (3 p.)

Vastaa vain kolmeen (3) essee kysymykseen.

- 1) Mikä on digitaalisen markkinoinnin viitekehys? (Salon luento). (15 p.)
- 2) Mistä asioista hyvä asiakaskokemus muodostuu ruokakaupassa? Miten perinteisen ruokakaupan asiakaskokemusta voisi verrata verkossa/netissä ostamiseen? (Vierailuluento KTT Arhi Kivilahti) (15 p.)
- 3) Määrittele SERP. Miten hakukone kuten Google toimii? (15 p.)
- 4) Vierailuluennolla KTT Hanna Reinikainen kertoo 5+1 vastuullisen vaikuttajamarkkinoinnin teesiä. Mitä nämä ovat ja esittele ne lyhyesti esimerkin avulla. (15 p.)
- 5) Miten dataa käytetään ennakoivassa markkinoinnissa? (Salon luento + Jarkko, luennon viimeiset pari diaa) (15 p.)

