

A thick, yellow diagonal bar starts from the bottom left and extends towards the top right, partially overlapping the text area.

# Vastuullisuus tekstiili- ja muotialalla -koulutuskokonaisuus

Koulutus on rahoitettu Euroopan unionin elpymis- ja palautumistukivälineellä (RRF), joka on EU:n elpymisvälineen (Next Generation EU) suurin ohjelma. Rahoituksen on myöntänyt Jatkuvan oppimisen ja työllisyyden palvelukeskus. Palvelukeskus edistää työikäisten osaamisen kehittämistä ja osaavan työvoiman saatavuutta. Palvelukeskuksen toimintaa ohjaavat opetus- ja kulttuuriministeriö sekä työ- ja elinkeinoministeriö.

# Vastuullinen verkkokauppa ja sisällöntuotanto

Tehtäviä sekä Instagrammin vastuullisuusviestintätutkimuksia

# Ennakkotehtävä: Visuaalinen ilme

- Kaiva nyt esiin aikaisemmin tekemäsi kilpailijakartoitus, joki oli ohjeistettu näin ja palautettu jo huhtikuussa 2024 osan projektikurssia.
- *‘Pohdi omaa tuotettasi tai palvelua, jota varten olet projektisuunnitelman tehnyt tai millä osallistut Paimion muotiviikoille.*
- *Listaa ranskalaisin viivoin:*
- *Ketkä asiakkaasi ovat?*
- *Ketkä käyttävät tuotettasi/palveluasi ja miksi?*
- *Onko käyttäjä, asiakas- ja maksava asiakas sama?*
- *Ketkä ovat kilpailijoitasi?*
- *Pyri listaamaan ainakin 30 kilpailijaa ja hinta, millä he myyvät vastaavaa tuotetta/palvelua.’*

- Apukysymyksiä:
  1. **Kohderyhmä:** Kenelle mainos on suunnattu? Onko se suunnattu tietylle ikäryhmälle, sukupuolelle, tai kiinnostuksen kohteelle?
  2. **Viesti ja sisältö:** Mitä mainos yrittää viestiä? Onko viesti selkeä ja helposti ymmärrettävä?
  3. **Visuaalisuus ja design:** Miten mainos on visuaalisesti suunniteltu?
  4. **Kieli ja sävy:** Millainen kieli ja sävy mainoksessa on käytössä? Onko se humoristinen, vakava, informatiivinen vai tunteisiin vetoava?
  5. **Tekniset tiedot:** Sisältääkö mainos kaikki tarvittavat tekniset tiedot tuotteesta tai palvelusta?
  6. **Erottavuus:** Miten mainos erottuu kilpailijoiden mainoksista?
  7. **Eettisyys ja vastuullisuus:** Onko mainos eettisesti ja vastuullisesti tehty?

- Kilpailu- ja kuluttajavirasto
- 
- Pohdi seuraavaksi analyysisi jälkeen, mikä on oman brändisi unelmakuva ja millaisen visuaalisen ilmeen brändillesi haluat? Voi visiosi lisäksi tueksi kuvia ja tehdä vaikka Pinterest taulun tms.
- 
- Palauta kuvakaappaus ennen seuraavaa lähipäivää alle.

# Yksilötehtävä: Oma visuaalinen ilme

- Palauta tähän vapaamuotoinen kuva/esitys, jossa kerrot yrityksesi visuaalisesta ilmeestä tai vaikka otat kuvan itse, ilmeestä jota haluaisit tehdä omalle brändillesi.
- Muista perustella, miksi tämä on sinulle tärkeää.

# Koulutuksessa läpikäytyt tutkimukset

- Bulmer, S., Palakshappa, N., Dodds, S., & Harper, S. (2024). Sustainability, brand authenticity and Instagram messaging. *Journal of Business Research*, 175, 114547. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114547>
- Dourado, P., Llovet, C., & Ortega Fernández, E. (2024). Communicating sustainability: The Iberian challenge for authorial fashion brands. *Corporate Communications: An International Journal*, ahead-of-print(ahead-of-print). <https://doi.org/10.1108/CCU-12-2023-0179>
- Marcella-Hood, M. (2023). Augmenting sustainable fashion on Instagram. *Sustainability*, 15(4), 3609. <https://doi.org/10.3390/su15043609>
- Milanesi, M., Kyrdoda, Y., & Runfola, A. (2022). How do you depict sustainability? An analysis of images posted on Instagram by sustainable fashion companies. *Journal of Global Fashion Marketing*, 13(2), 101–115. <https://doi.org/10.1080/20932685.2021.1998789>
- Skinner, E. A., Le Busque, B., Dorrian, J., & Litchfield, C. A. (2023). #sustainablefashion on Instagram: A content and network analysis of user-generated posts. *Journal of Consumer Behaviour*, 22(5), 1096–1111. <https://doi.org/10.1002/cb.2182>
- Testa, D. S., Bakhshian, S., & Eike, R. (2021). Engaging consumers with sustainable fashion on Instagram. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 25(4), 569–584. <https://doi.org/10.1108/JFMM-11-2019-0266>