

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.

TURKU AMK 



Rahoittaja

Jatkuvan oppimisen ja
työllisyyden palvelukeskus

TAI



Viestintä

Heidi Salokangas



MAAKUNTA 31.3.2017 19:10

**Joensuusta lähteneessä
koneessa tekninen vika -
lentäjä palasi kentälle**

Karjalainen

Mita tavoittelet?



Rahoittaja

Jatkuvan oppimisen ja
työllisyyden palvelukeskus



TURKU AMK 

Välitätkö tietoa → asiantuntijuus kasvaa?

Myytkö?

Haluatko lisää tunnettavuutta?

Mikä on sun äänen sävy (tone of voice)?

Lisää seuraajia?



Tiedote



1. Otsikko

2. Julkaisuaika ja julkaisija

3. Ingressi



4. Kuvateksti ja kuvaajatie

5. Leipäteksti

Hyödynnä väliotsikoita

"Sitaatti tekee tekstistä houkuttelevampaa ja
ilmavamman näköistä."

6. Yhteyshenkilöt

7. Linkit ja yhtiöesittely



- STT-tiedotepalvelu

Missä viestiä?



Rahoittaja

Jatkuvan oppimisen ja
työllisyyden palvelukeskus



TURKU AMK 

- Perinteiset mediat
 - maakunta- ja paikallislehdet
 - aikakausi- ja harrastelehdet
 - radio
 - televisio
 - uutiskirjeet
 - suoramarkkinointi
- SoMe
 - vain ne kanavat, missä sun asiakkaat ovat
 - blogi, podcastit, influencerssit
- Hyvä kello kauas kuuluu
 - ilmoitustaulut
 - sukulaiset
 - ystävät/harrastuspiirit/järjestöt/ focus ryhmät
- Akatemia
 - posterit
 - konferenssit
 - artikkelit



17. Haastateltavalla on oikeus saada ennakolta tietää, millaisessa asiayhteydessä hänen lausumaansa käytetään. Hänelle on myös kerrottava, jos haastattelua voidaan käyttää useissa eri välineissä. Haastateltavalle pitää aina kertoa, onko keskustelu tarkoitettu julkaistavaksi vai ainoastaan tausta-aineistoksi.

18. Haastateltavan pyyntöön tarkastaa lausumansa ennen julkaisemista on syytä suostua, jos julkaisuaikataulu sen mahdollistaa. Tarkastamisoikeus koskee vain haastateltavan omia lausumia, eikä sillä saa luovuttaa journalistista päätösvaltaa toimituksen ulkopuolelle.

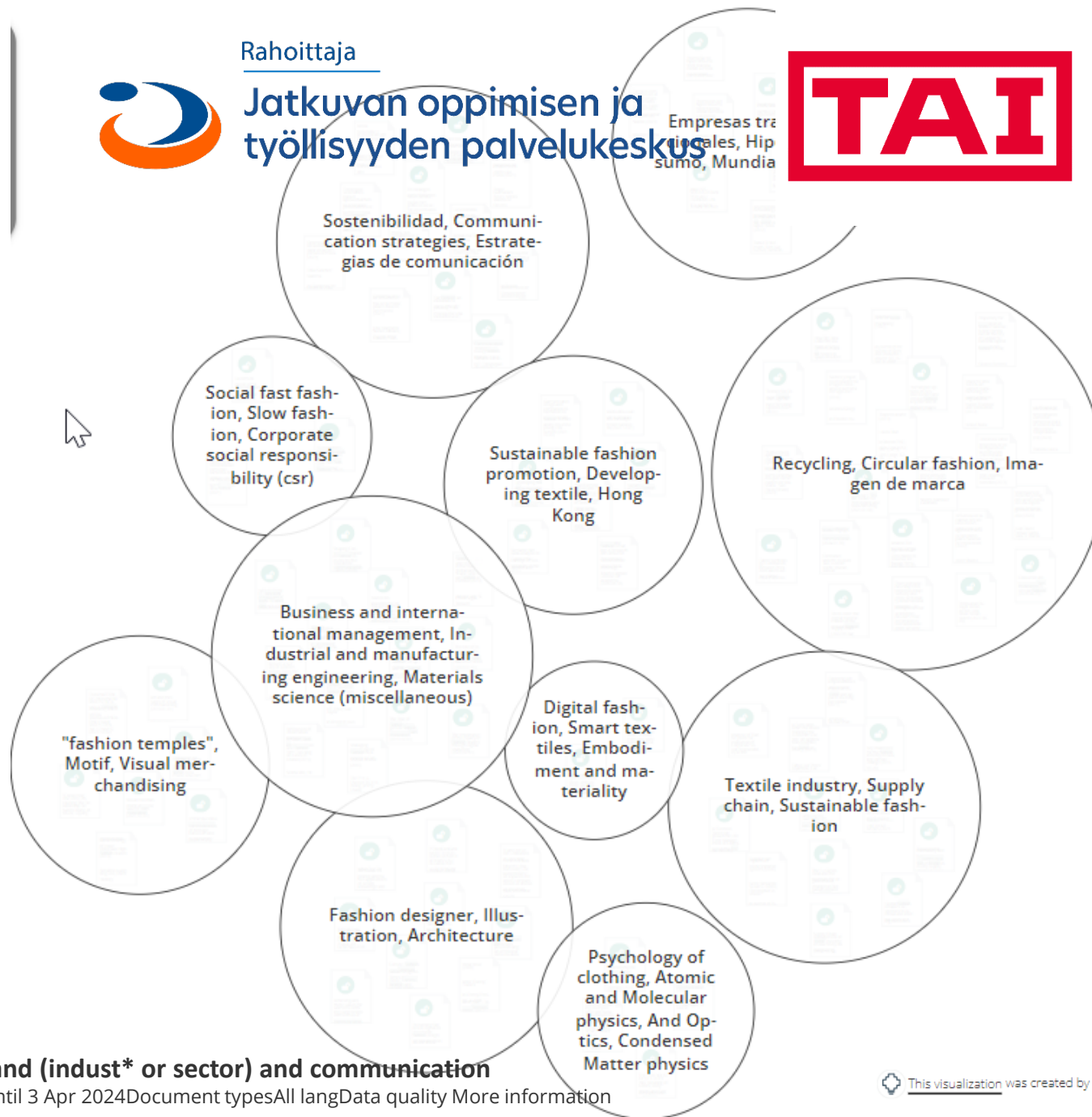
19. Haastateltavan kieltoon julkaista lausumansa tulee suostua vain, jos olosuhteet ovat haastattelun antamisen jälkeen muuttuneet niin olennaisesti, että julkaiseminen olisi selvästi kohtuutonta.



Rahoittaja

Jatkuvan oppimisen ja työllisyyden palvelukeskus

Empresas tra
nacionales, Hip
sumo, Mundia



Knowledge Map of (textile or fashion) and (indust* or sector) and communication

100 most relevant documents Data source: BASE Until 3 Apr 2024 Document types All lang Data quality More information

Rahoittaja
Jatkuvan oppimisen ja
työllisyyden palvelukeskus

Vaikuttajamarkkinointi ja sen tunnus **TAI**;

TURKU AMK 

Vaikuttajamarkkinoinnilla tarkoitetaan yritysten ja vaikuttajien välistä kaupallista yhteistyötä, jonka tavoitteena on yrityksen tuotteiden myynnin edistäminen tai brändin tunnettuuden kasvattaminen. Kaupallinen yhteistyö voi syntyä esimerkiksi siten, että yritys ja vaikuttaja tekevät sopimuksen yrityksen tuotteita koskevasta sisällöntuotannosta.

Vaikuttajamarkkinoinnin lopputuote voi olla esimerkiksi vaikuttajan julkaisema yritystä tai sen tuotteita käsittelevä video-, audio- tai kuvajulkaisu tai blogikirjoitus. Myös ns. brändilähteenä toimimista koskevat samat mainonnan tunnistettavuuden säännöt kuin muutakin vaikuttajamarkkinointia.

(Kilpailu- ja kuluttajavirasto, n.d.)

****7.**** Esittele projektin viestintäsuunnitelma.



Rahoittaja

Jatkuvan oppimisen ja työllisyyden palvelukeskus

TAI

- Yleistä

Viestintäsuunnitelma on tärkeä osa projektisuunnitelmaa. Se määrittää, miten projektista viestitään projektin sisäisille ja ulkoisille sidosryhmille.

Viestintäsuunnitelman tavoitteet

Viestintäsuunnitelman tavoitteena on varmistaa, että kaikki projektin osapuolet ovat tietoisia projektin tavoitteista, etenemisestä ja tuloksista.

Viestintäkohderyhmät

Viestintäsuunnitelmassa on määriteltävä, kenelle projektista viestitään. Projektin sisäisiä sidosryhmiä ovat esimerkiksi projektiryhmän jäsenet, projektipäällikkö ja muut organisaation työntekijät. Projektin ulkoisia sidosryhmiä ovat esimerkiksi asiakkaat, asiakkaat, yhteistyökumppanit ja viranomaiset.





- Viestintäkanavat
 - Viestintäsuunnitelmassa on määriteltävä, mitä viestintäkanavia käytetään projektin eri sidosryhmien tavoittamiseksi. Yleisiä viestintäkanavia ovat esimerkiksi sähköposti, puhelin, kokoukset, verkkosivut ja sosiaalinen media.
- Viestintäsuunnitelman sisältö
 - Viestintäsuunnitelmassa on määriteltävä, mitä tietoja projektista viestinnässä kerrotaan. Tietoja voivat olla esimerkiksi projektin tavoitteet, eteneminen, tulokset ja riskit.
 - Viestintäsuunnitelman toteutus
 - Viestintäsuunnitelmassa on määriteltävä, miten viestintäsuunnitelmaa toteutetaan. Tämä sisältää esimerkiksi viestinnän vastuiden määrittämisen ja viestintämateriaalien laatimisen.
 - Viestintäsuunnitelman liitteet
 - Viestintäsuunnitelmaan voi liittää esimerkiksi viestinnän aikataulun, viestintämateriaalien luettelon ja viestinnän arvioinnin menetelmät.

Lähteet

- Julkisen sanan neuvosto. (n.d.). *Journalistin ohjeet*. Julkisen Sanan Neuvosto. <https://jsn.fi/journalistin-ohjeet/>
- Kilpailu- ja kuluttajavirasto. (n.d.). *Vaikuttajamarkkinointi sosiaalisessa mediassa*. Kilpailu- ja kuluttajavirasto. Retrieved April 3, 2024, from <https://www.kkv.fi/kuluttaja-asiat/tietoa-ja-ohjeita-yrityksille/kuluttaja-asiamiehen-linjaukset/vaikuttajamarkkinointi-sosiaalisessa-mediassa/>
- Kilpailu- ja kuluttajavirasto. (2019). *Vaikuttajamarkkinointi sosiaalisessa mediassa*. Kilpailu- ja kuluttajavirasto. <https://www.kkv.fi/kuluttaja-asiat/tietoa-ja-ohjeita-yrityksille/kuluttaja-asiamiehen-linjaukset/vaikuttajamarkkinointi-sosiaalisessa-mediassa/>
- Maps, O. K. (n.d.). *Open Knowledge Maps - Your guide to scientific knowledge*. Open Knowledge Maps. Retrieved April 3, 2024, from <https://openknowledgemaps.org/>
- Rohkea Creative. (n.d.). *Brändiarkkityypit – Löydä brändiarkkityypisi ja näe, mikä tekee yrityksestäsi kiinnostavan*. Rohkea Creative. Retrieved April 3, 2024, from <https://rohkeacreative.com/brandiarkkityypit>
- Vesala, O. (n.d.). *Opi hyvä tiedotteen rakenne – lataa maksuton tiedotepohja*. Retrieved April 3, 2024, from <https://www.viestintapalvelut.fi/blogi/rakenna-toimiva-tiedote-lataa-maksuton-tiedotepohja>
- Wiio, O. (2013). *Wiion lait*. Osmo A. Wiion Muistosivusto. <https://web.archive.org/web/20130304072320/http://osmo.wiio.net/wiion-lait/>