

## Ennakkotehtävä, mainonnan suunnittelu

- Hakukohde: Medianomi (AMK) mainonnan suunnittelu
- Kevään yhteishaku 2025

Turun ammattikorkeakoulun mainonnan suunnittelun hakukohteen ennakkotehtävään sisältyy kolme tehtävää (Tehtävä 1: Mainonnan luova suunnittelu, Tehtävä 2: Konseptointi sekä Tehtävä 3: Mainoskampanjan suunnittelu). Hakukohteeseen hakevan tulee palauttaa vastaukset ennakkotehtävän kaikkiin tehtäviin. Puutteellinen tehtävävastaus tarkoittaa koko ennakkotehtävän hylkäämistä. Hakukohteen valintaryhmä arvioi ennakkotehtävän asteikolla hyväksyty/hylätty.

Hakijana sinun tulee laatia ennakkotehtävävastaus itsenäisesti ilman ulkopuolista apua tai ohjausta, ellei tehtävänannossa toisin ohjeisteta. Turun ammattikorkeakoulun henkilökunta ei tarkenna ennakkotehtäviä eikä anna niistä palautetta.

Tehtävissä on määritelty tehtävänanto ja toteutustapa sekä ilmoitettu arviointikriteerit. Älä merkitse tehtävävastauksiin omaa nimeäsi, syntymäaikaasi tai henkilötunnustasi, äläkä liitä niihin kuvaa itsestäsi, ellei tehtävänannossa toisin ohjeisteta. Ennakkotehtävävastaukset arvioidaan anonyymisti, ennakkotehtävien arvioijat eivät näe hakijoiden henkilötietoja.

Ennakkotehtävän hyväksytysti suorittaneet hakijat kutsutaan 22.5.2025 järjestettävään valintakokeeseen.

### Ennakkotehtävän ohjeet

#### Tehtävä 1: Mainonnan luova suunnittelu

##### Tehtävänanto

Mainonnan suunnittelussa luovuus on erilaista kuin pelkässä artistipainotteisessa luovassa teollisuudessa: mainonnassa työn tavoitteet ja säännöt määrittää työn tilaaja eli asiakas.

Luova idea mainoksessa tulee liittyä asiakkaan tavoitteisiin sekä pohjautua asiakkaan markkinointistrategiaan. Hyvä luova idea esittää tutun asian uudella ja oivaltavalla tavalla tai pyrkii vaikuttamaan vastaanottajan mielikuvaan, esimerkiksi muuttamalla aiempia käsityksiä tai vahvistamalla haluttua brändi-identiteettiä.

Etsi kaksi (2) esimerkkiä mainoskampanjoista ja analysoi niiden onnistumista kytköksessä mainostavan yrityksen tuotteeseen tai palveluun.

Esimerkki 1: Valitse mainoskampanja, joka on mielestäsi onnistunut. Perustelee, miksi koet kampanjan olevan hyvin toteutettu ja miten mainonnan konsepti liittyy yrityksen tuotteeseen tai palveluun.

Esimerkki 2: Valitse mainoskampanja, jossa kytkös mainostettavaan tuotteeseen tai palveluun ei mielestäsi ole selkeä. Perustelee, mikä kampanjassa heikentää tätä yhteyttä.

Kuvitukset: Käytä esimerkkien tukena kuvia tai kuvakaappauksia kampanjoista.

### Arviointiperusteet

- Tiedonhaun ja jäsentämisen taito
- Argumentointitaito
- Visuaalisen vaikuttamisen keinot
- Kirjallisen vaikuttamisen keinot
- Mediakanavan ymmärrys

### Toteutustapa

- Laadi työsi siten, että se koostuu 2-sivuisesta PDF-tiedostosta. Yhden sivun koko on A4.
- Valmista dokumentti niin, että 1. sivulla on esimerkki hyvästä mainoskampanjasta ja analyysi ja 2. sivulla on esimerkki heikosta kampanjasta ja analyysi.
- Tallenna tehtävä PDF-tiedostona, tiedoston maksimikoko 30 MB
- Nimeä palautettava tiedosto seuraavasti: MASU\_1.pdf

## Tehtävä 2: Konseptointi

### Tehtävänanto

Vuonna 2022 Lacoste lanseerasi kampanjan, joka sai inspiraationsa Lacosten monipuolisesta käyttäjäkunnasta. Kampanjassa näkyy kaksi hyvin erilaista henkilöä, jotka kohtaavat – ja heillä on molemmillaan sama Lacosten vaate. Tutustu kampanjaan täällä:

<https://www.dandad.org/awards/professional/2023/236754/unexpected-encounters/>

Olet mainonnan suunnittelijana suuressa mainostoimistossa ja saat tehtäväksesi jalkauttaa tämän kampanjan Suomeen. Mieti, millaisia kohtaamisia meillä Suomessa olisi: millaisia ihmisiä, mihin kohtaamiset sijoittuisivat ja mitä niissä tapahtuisi?

Ideoi ja luonnostelet kolme (3) erilaista konseptin mukaista mainosta. Toteutustapa on vapaa – asiakkaasi ymmärtää, että nämä eivät ole valmiita lopputuotoksia vaan havainnollistuksia. Voit käyttää esim. valokuvaa, kuvanmuokkausta, luonnostelua lyijy- tai värikynällä tms.

Anna kampanjalle nimi suomeksi. Perustelet lyhyesti ja ytimekkäästi jokainen mainos.

### **Arviointiperusteet**

- Konseptuaalinen ajattelu
- Markkinointiviestinnällinen näkemys
- Luovan ideoinnin ja oivaltamisen taito
- Argumentaatio

### **Toteutustapa**

- Laadi työsi siten, että se koostuu 2-sivuisesta PDF-tiedostosta. Yhden sivun koko on A4.
- Valmista dokumentti niin, että 1. sivulla on luonnokset mainoksista ja 2. sivulla on kampanjan nimi sekä perustelut mainoksille.
- Tallenna tehtävä PDF-tiedostona, tiedoston maksimikoko 30 MB
- Nimeä palautettava tiedosto seuraavasti: MASU\_2.pdf

## **Tehtävä 3: Mainoskampanjan suunnittelu**

### **Tehtävänanto**

Makaronilla on imago-ongelma: se nähdään lastenruokana. Ostajakunta on lähinnä pienten lasten vanhemmat, jotka ostavat makaronia helpoksi lastenruoaksi. Lingon Tosi Hyvä Makaroni haluaa tavoitella uutta kohderyhmää ja laajentaa makaronin kysyntää. Valmistaja haluaa brändätä Lingon Tosi Hyvän Makaronin pois “lasten ruoka” -kategoriasta.

Tutkimuksissa on löydetty uusi, otollinen kohderyhmä: 16–23-vuotiaat uteliaat virtuaaliseikkailijat, pelaajat, striimaajat ja heidän katsojansa Suomessa.

Pelaajia on monenlaisia – ammuntapeleistä pitävistä aina rennompia pelejä pelaaviin. Tälle kohderyhmälle yhteisöllisyys on tärkeintä ja yhteisössä hyvä idea leviää helposti omalla painollaan. Tämä kohderyhmä usein syö pelatessaan rouskuvia välipaloja, kuten sipsejä ja pähkinöitä, mutta äänekkäät syötävät voivat joskus häiritä pelikokemusta äänen takia. Heille luontaisia medioita ovat mm. Discord, YouTube, Twitch ja TikTok.

Tutustu kohderyhmään ja ideoi mainoskampanja, jolla kohderyhmä saadaan kiinnostumaan Lingon Tosi Hyvästä Makaronista.

Esittele kampanjasi niin, että siitä välittyy oivalluksesi, kampanjaideasi sekä vähintään kolme (3) luonnosta kampanjan toteutuksesta.

Oivallus:

Hyvä mainoskampanja pohjautuu oivallukseen kohderyhmästä. Tutki kohderyhmän elämää, kulttuuria, medioita ja minkälaista sisältöä he kuluttavat. Pyri löytämään uniikki näkökulma. Mieti myös kohderyhmän näkökulmaa tuotteeseen: mikä Lingon Tosi Hyvässä Makaronissa puhuttelisi juuri heitä?

Kampanjaidea:

Hyvä kampanjaidea ponnistaa oivalluksesta. Kerro ideasi ytimekkäästi ja perustele, miksi se toimisi kohderyhmässä. Panosta kampanjan nimeen: iskevä kampanjanimi auttaa herättämään kohderyhmän kiinnostuksen. Nimi voi olla yksi sana tai lause. Se voi olla kehotus (Just do it), toteamus (#betterwithpepsi) tai aivan uusi keksitty sana.

Kampanjan toteutus:

Miten ja missä kampanja näkyy? Onko siinä perinteisiä mainoksia? Videoita? Vaikuttajia? Tapahtuma? Brändistuntti tai uusi keksintö? Hyvä kampanja ei tarvitse tätä kaikkea, joskus yksi hyvä mainos tai muu luova ratkaisu riittää. Havainnollista ytimekkäästi kirjoittamalla ja myös visuaalisesti, miten kampanjaideasi herää eloon. Tee vähintään kolme (3) esimerkkiä.

### **Arviointiperusteet**

- Luova ideointikyky
- Idean toimivuus ja tavoitteellisuus
- Markkinointiviestinnällinen näkemys
- Tiedonhaun ja jäsentämisen taito
- Visuaalisen ja kirjallisen vaikuttamisen keinot
- Mediakanavan ymmärrys

### **Toteutustapa**

- Laadi työsi siten, että se koostuu 3-sivuisesta PDF-tiedostosta. Yhden sivun koko on A4.
- Sisällytä esitykseesi oivallus, kampanjaidea ja vähintään kolme (3) luonnosta kampanjan toteutuksesta.
- Tallenna tehtävä PDF-tiedostona, tiedoston maksimikoko 30 MB

- Nimeä palautettava tiedosto seuraavasti: MASU\_3.pdf

## Ennakkotehtävän palautusohje

Palauta ennakkotehtävä tämän ohjeen mukaisesti laadittuna verkkolomakkeella

<https://turkuamk.e-lomake.fi/lomakkeet/1073/lomake.html>

25.3.2025 klo 15.00 mennessä. Muilla tavoin, esimerkiksi sähköpostitse toimitettuja tai myöhästyneitä tehtävävastauksia ei oteta vastaan eikä arvioida.

Noudata annettua ohjeistusta ja pyydettyä tiedostoformaattia sekä ilmoitettua tehtävätiedoston maksimikokoa.

Huomioi, että ennakkotehtävän palauttaminen edellyttää vahvaa tunnistautumista (Suomi.fi-tunnistautuminen). Voit tunnistautua suomalaisilla pankkitunnuksilla, varmennekortilla tai mobiilivarmenteella. Lisätietoa vahvasta tunnistautumisesta saat täältä <https://www.suomi.fi/ohjeet-ja-tuki/tunnistus>. Mikäli sinulla ei ole mahdollisuutta Suomi.fi -tunnistautumiseen, ota yhteyttä osoitteella [taideakatemian.opiskelijavalinta@turkuamk.fi](mailto:taideakatemian.opiskelijavalinta@turkuamk.fi)