Digitaalinen kauppa ja kaupan alan osaamistarpeet

KAUPAN LIITTO

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO
UNIVERSITY OF JYVÄSKYLÄ

LUT University

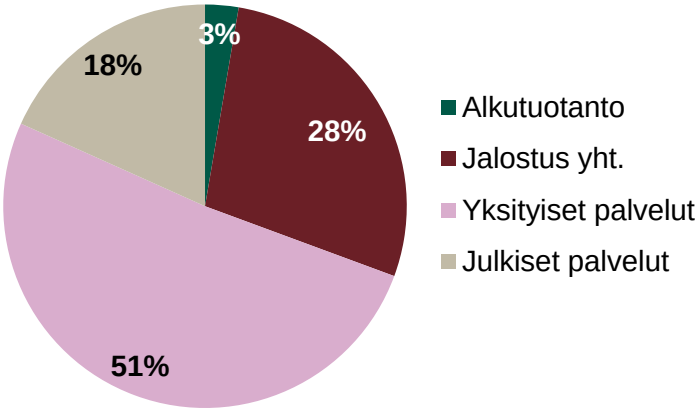
OULUN YLIOPISTO

Tampereen yliopisto

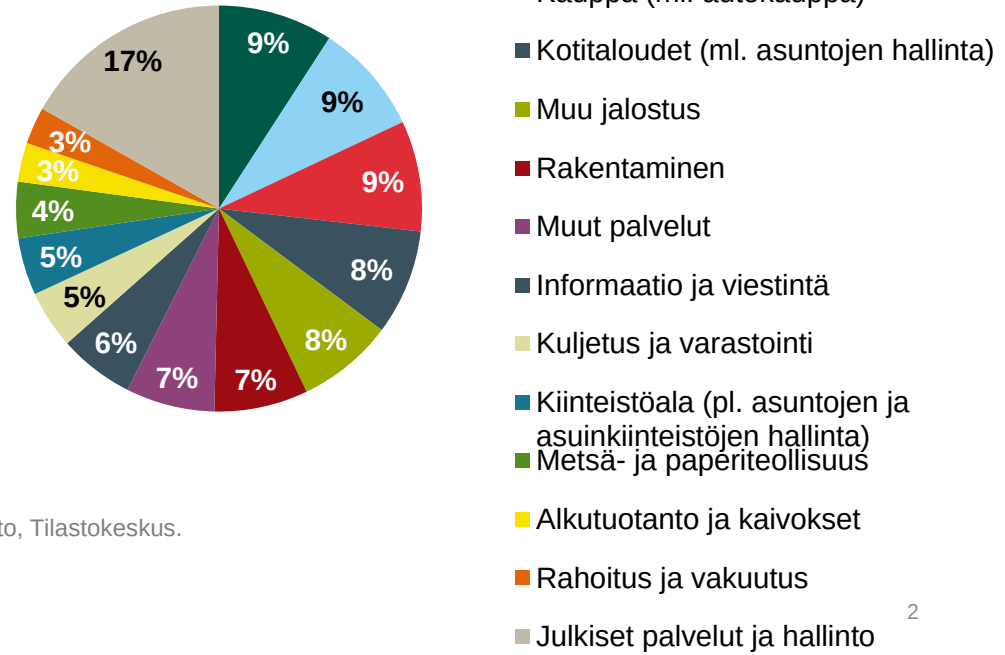
UNIVERSITY OF EASTERN FINLAND

Kauppa on yksi suurimmista toimialoista Suomessa

Bruttoarvonlisäys 2019
Viitevuosi 2015

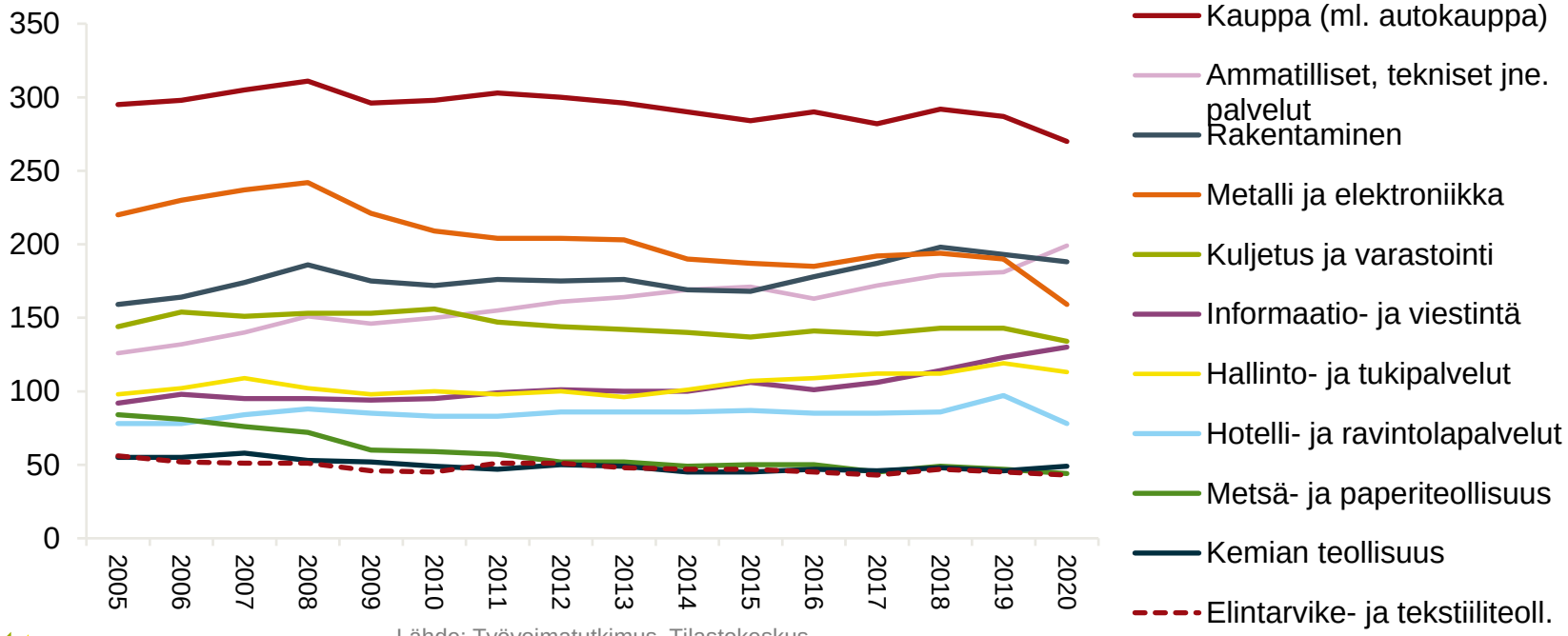


Bruttoarvonlisäys 2019
Viitevuosi 2015



Lähde: Kansantalouden tilinpito, Tilastokeskus.

Kauppa on yrityssektorin ylivoimaisesti suurin työllistäjä



Lähde: Työvoimatutkimus, Tilastokeskus.

Kaupan liiton selvitys v. 2020 yliopistokoulutuksen kehityskohteista

- Tutkimuskysymykset:
  - Millä tavoin vähittäiskaupan yliopistokoulutuksen määrää, laatua sekä tutkimusta voitaisiin kehittää?
  - Miten saada se paremmin kohtaamaan yritysmaailman tarpeet?
- Tarkastelun kohteina olivat **digitaidot**, **liiketoimintaosaaminen**, **vuorovaikutusosaaminen** ja **asiantuntijatyön taidot**
- Kattava aineisto: 25 haastateltua, 18 haastattelua, 10 yritystä
  - Broman Group, IKEA, Kesko, Marimekko, Musti&Mirri, Verkkokauppa.com, SOK, Stockmann, Tokmanni, Varusteleka sekä muutama yritysyhteisöjen edustaja

Selvityksen toteutti FM Max Liikka.

KAUPAN LIITTO

Tutkimustulokset

- Kaupan alan osaaminen on monipuolista osaamista.
- Kaikille tärkeitä taitoja ovat modernin työelämän taidot:
  - Itsensä johtaminen, jatkuva oppiminen, epävarmuuden ja muutoksen sietäminen, projektityö, yhteistyötaidot ym.
- Yhteistyön tiivistäminen yritysten ja yliopistojen välillä
- Digitaalisen maailman sisällöt opetukseen
  - Esim. digitaalinen kauppa, digimarkkinointi, tiedolla johtaminen, data- ja järjestelmätaidot
  - Osaamista tukevia aloja mm. tietojenkäsittelytiede, tietojärjestelmätiede ja tietojohtaminen
- Tunnettavuuden ja ohjauksen kehittäminen
  - Esim. kaupan alan opintokokonaisuus, tietoisuus työmahdollisuuksista ja ohjaus tukeviin sivuaineisiin ja kursseille

Digitaalinen kauppa

KAUPAN LIITTO

Kiitos!

Kaupan liitto
Eteläranta 10
00131 Helsinki

kauppa@kauppa.fi
@kauppafi
kauppa.fi

KAUPAN LIITTO

Digitaalisen kaupan opintokokonaisuus

Rakentuminen käytännössä

KAUPAN LIITTO

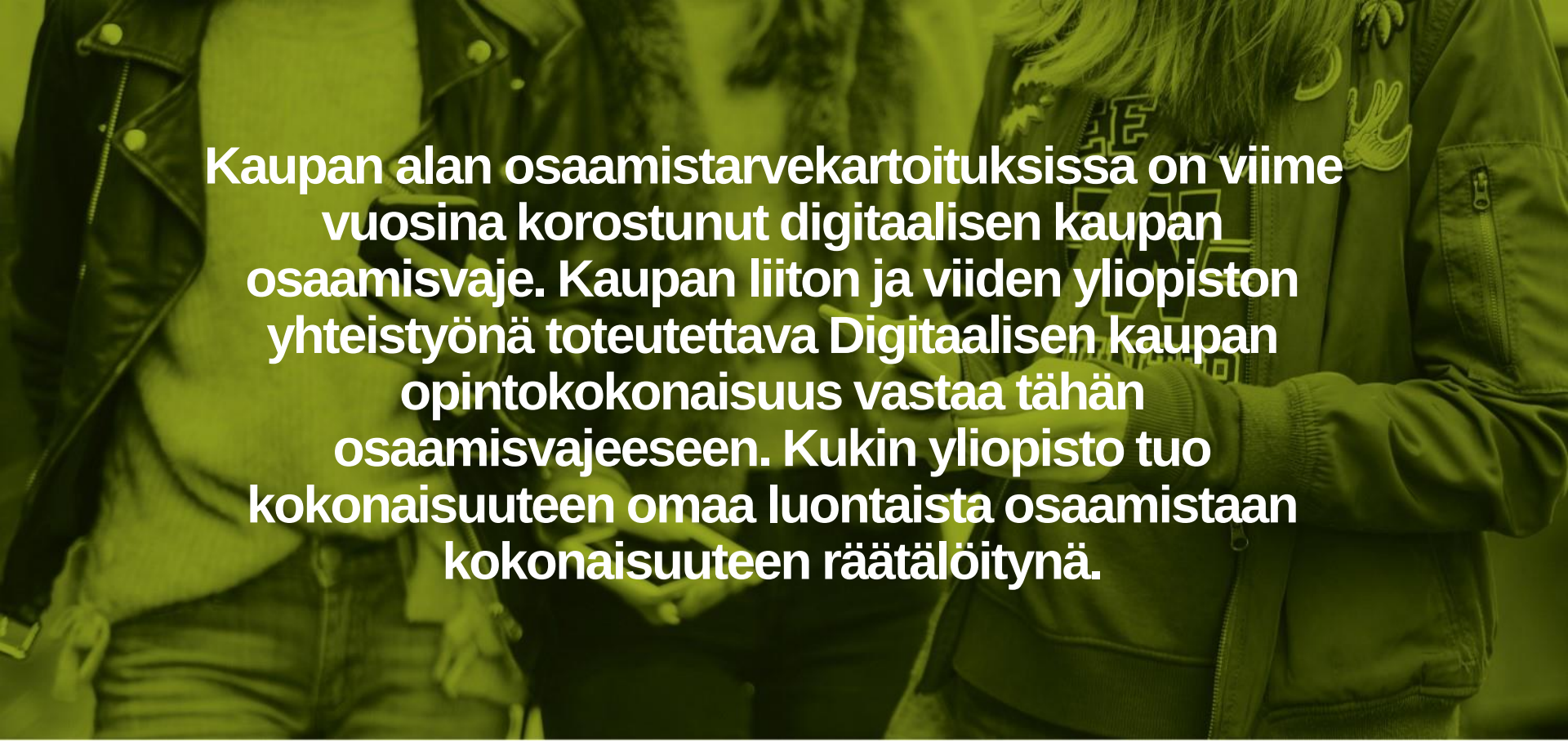
JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO
UNIVERSITY OF JYVÄSKYLÄ

LUT University

OULUN YLIOPISTO

Tampereen yliopisto

UNIVERSITY OF EASTERN FINLAND



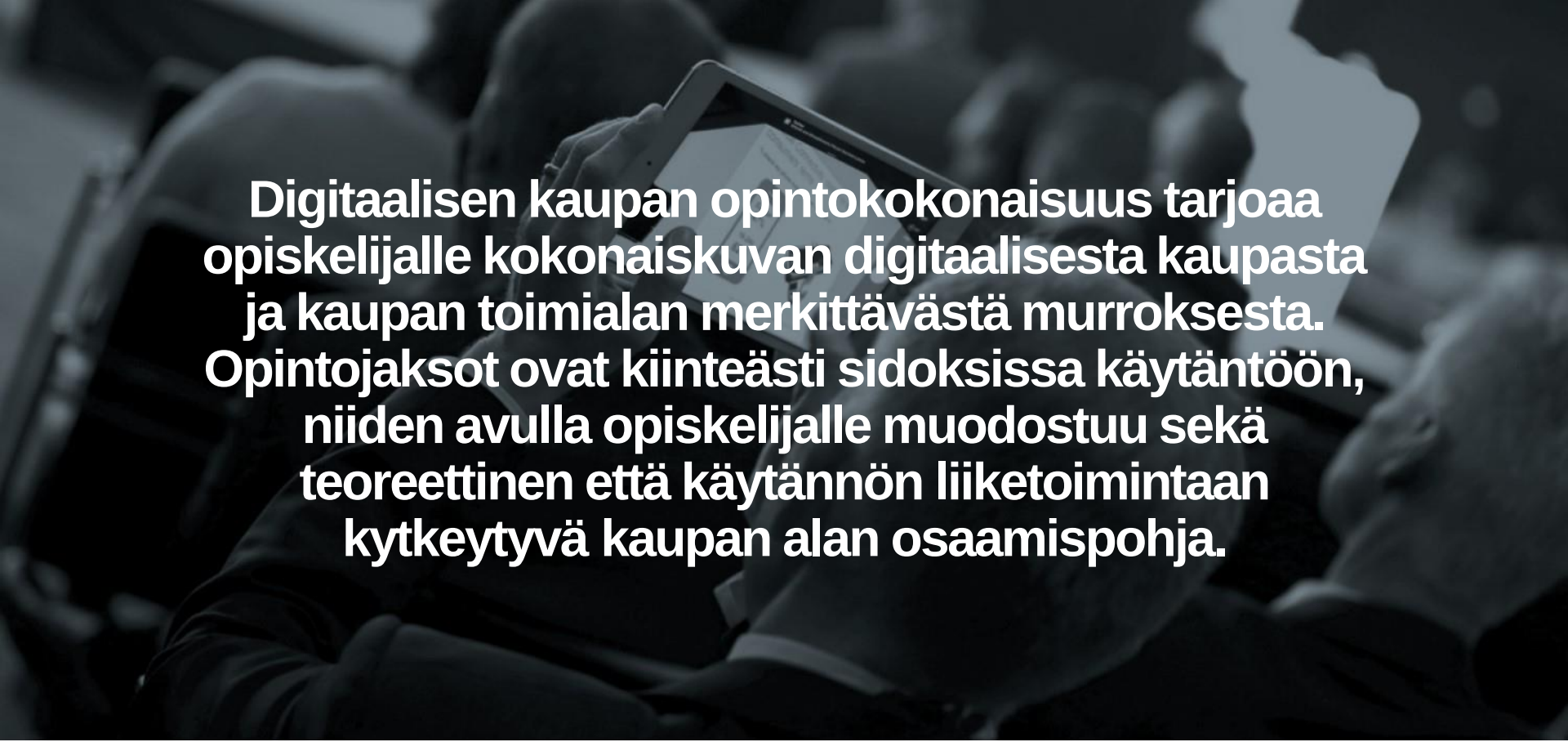
Kaupan alan osaamistarvekartoituksissa on viime vuosina korostunut digitaalisen kaupan osaamisvaje. Kaupan liiton ja viiden yliopiston yhteistyönä toteutettava Digitaalisen kaupan opintokokonaisuus vastaa tähän osaamisvajeeseen. Kukin yliopisto tuo kokonaisuuteen omaa luontaista osaamistaan kokonaisuuteen räätälöitynä.

Käytännön toteutus

- **Järjestäjinä** toimivat Kaupan liiton lisäksi Tampereen yliopisto, Itä-Suomen yliopisto, LUT yliopisto, Jyväskylän yliopisto ja Oulun yliopisto. Hankkeen tukijana toimii myös Helsingin Kauppiaitten Yhdistys r.y.

- **Kohderyhminä** toimivat
  1) kauppatieteellisen koulutusalan opiskelijat
  2) soveltuvien koulutusalojen opiskelijat
  3) kaupan rajapinnassa toimivat osaamistaan täydentävät yksilöt

Opintokokonaisuuden pilottitoteutus käynnistyy tulevana syksynä kokonaan verkossa toteutettavana!



Digitaalisen kaupan opintokokonaisuus tarjoaa opiskelijalle kokonaiskuvan digitaalisesta kaupasta ja kaupan toimialan merkittävästä murroksesta. Opintojaksot ovat kiinteästi sidoksissa käytäntöön, niiden avulla opiskelijalle muodostuu sekä teoreettinen että käytännön liiketoimintaan kytkeytyvä kaupan alan osaamispohja.

Hankintatoimen ja toimittajasuhteiden johtaminen kaupan alalla
6 op

LUT yliopisto

Sales and Buyer Behaviour in Retailing
6 op

Itä-Suomen yliopisto

Brand Experience in Retailing
5 op

Tampereen yliopisto

Oulun yliopisto

Jakelukanavat ja kaupan ketjuliiketoiminta
5 op

Jyväskylän yliopisto

Digitalisoituva kauppa
5 op

Tampereen yliopisto

Digitaalinen kauppa käytännössä
6 op

Kaupan liitto

Digitaalisen kaupan harjoittelu
6 op

Hankintatoimen ja toimittajasuhteiden johtaminen kaupan alalla
6 op

LUT yliopisto

Sales and Buyer Behaviour in Retailing
6 op

Itä-Suomen yliopisto

Brand Experience in Retailing
5 op

Tampereen yliopisto

39

OPINTOPISTETTÄ

Oulun yliopisto

Jakelukanavat ja kaupan ketjuliiketoiminta
5 op

Jyväskylän yliopisto

Digitalisoituva kauppa
5 op

Tampereen yliopisto

Digitaalinen kauppa käytännössä
6 op

Kaupan liitto

Digitaalisen kaupan harjoittelu
6 op

Kiitos!

Kaupan liitto
Eteläranta 10
00131 Helsinki

kauppa@kauppa.fi
@kauppafi
kauppa.fi

KAUPAN LIITTO

HANKINTATOIMEN JA TOIMITTAJASUHTEIDEN JOHTAMINEN KAUPAN ALALLA

Anni-Kaisa Kähkönen
Professori, KTT
LUT-kauppakorkeakoulu

HANKINTATOIMEN JA TOIMITTAJASUHTEIDEN JOHTAMINEN KAUPAN ALALLA

- Opintojakson merkitys:
  - Hankintojen osuus liikevaihdosta voi kaupan alalla olla jopa 80%
  - Hankintatoimen strateginen asema korostuu yhä enemmän:
    - vaikutus yrityksen kannattavuuteen
    - vastuullisuuden varmistaminen
    - riskien hallinta

➡ *Strategisen hankintojen johtamisen osaajia tarvitaan lisää*

KURSSIN TEEMAT JA SISÄLTÖ

Teema 1:	Johdatus hankintojen johtamiseen		**Sirpa Multaharju** Yliopisto-opettaja, KTT Kurssin vastuuopettaja
Teema 2:	Hankintastrategia, sen elementit ja muodostaminen		**Anni-Kaisa Kähkönen** Professori
Teema 3:	Hankintatoimen taloudellinen merkitys ja johtaminen taloudellisesta näkökulmasta		**Veli Matti Virolainen** Professori
Teema 4:	Vastuullinen hankintojen johtaminen		**Katrina Lintukangas** Professori
Teema 5:	Riskien hallinta hankintatoimessa ja toimitusketjuissa		**Jukka Hallikas** Professori

HANKINTATOIMEN JA TOIMITTAJASUHTEIDEN JOHTAMINEN KAUPAN ALALLA

- Opintojakso tarjoaa ja mahdollistaa:
  - hankintatoimen perusosaamisen
  - ymmärryksen strategisen hankintatoimen merkityksestä kaupan alalla
  - kyvyn analysoida hankintojen vaikutusta yrityksen kannattavuuteen
  - ymmärryksen hankintastrategian keskeisistä elementeistä ja päätöksistä
  - vastuullisen hankintatoimen ja toimittajasuhteiden hallinnan perustyökalut ja –osaamisen
  - kyvyn arvioida hankintatoimeen ja toimitusketjuihin liittyviä riskejä ja työkaluja riskien hallintaan

6 op opintojakso. Opetus: 6.9.– 22.10.2021

LUT University

LAND OF THE CURIOUS

Lisätietoja:
Anni-Kaisa Kähkönen
anni-kaisa.kahkonen@lut.fi
Puh. 040 746 8132

LUT-kauppakorkeakoulu

Sales and buyer behaviour in retailing

-Myynnin ja ostamisen näkökulma kaupanalalla, 6 opintopisteen opintojakso

Saara Julkunen, UEF

Miksi opintojakso nähdään tärkeänä?

- Myynnin, markkinoinnin ja ostokäyttäytymisen merkitys on keskeinen kaupanalalla
- Toimintojen digitalisoituminen vaikuttaa olennaisesti yritysten strategiseen ja operatiiviseen päätöksentekoon.
- On tärkeää ymmärtää toimintojen ja toimintaympäristön muutosten haasteet ja mahdollisuudet B2C- ja B2B- (kuluttaja- ja yritysasiakassuhteiden) kontekstissa.

Mitä opintojakso pitää sisällään?

- Opintojakso muodostuu viidestä osiosta/moduulista jotka tarkastelevat kaupanalan muutoksia seuraavasti:

  I. **Myynnin ja markkinoinnin suhde**: keskittyy myynnin ja myynnin johtamisen rooliin ja kehitykseen, sekä niiden suhteeseen markkinointiin.

  II. **Myynnin strategiat:** sisältää suunnittelun ja tavoitteiden asetannan, strategiat, taktiikat sekä implementoinnin.

  III. **Ostaminen:** tarkastelee ostokäyttäytymistä ja strategioita B2C- ja B2B-kontekstissa.

  IV. **Myynnin ympäristö:** keskittyy liiketoimintaympäristön ja johtamisen muutoksiin ja vaikutuksiin

  V. **Kansainvälinen myynti:** huomioi kulttuuritekijät, hinnoittelun sekä kansainvälisen kaupan eri muodot

Opintojakson tavoitteet

Opintojakson suoritettuaan opiskelija:

- Ymmärtää tuotannon, myynnin ja markkinoinnin mahdollisuuksia ja haasteita muuttuvalla kaupanalalla.
- Oppii myynnin ja markkinoinnin strategioita sekä osaa määritellä ja implementoida tavoitteita, strategioita ja taktiikoita.
- Saa työkaluja kuluttaja- ja yritysasiakassuhteiden määrittämiseen ja arviointiin.
- Osaa analysoida ja kehittää kaupanalan operatiivisen ja strategisen johtamisen toimintoja myynnin ja ostamisen näkökulmasta.

UNIVERSITY OF
EASTERN FINLAND

Kiitos!

uef.fi

Tampereen yliopisto
Tampere University

Brand experience in retailing, 5 op
(Brändikokemus kaupan alalla), kevät 2022

Palvelujen ja kaupan
tenure track –professori Elina Närvänen
elina.narvanen@tuni.fi

Markkinoinnin professori Hannu Saarijärvi

Opintojakson sisältö ja tavoitteet

- Kaupan alan kilpailu on entistä enemmän brändien ja asiakaskokemusten välistä kilpailua
- Opintojakson suoritettuaan opiskelijalla on **ymmärrys brändin tärkeydestä ja erinomaisten asiakaskokemusten luomisesta** nykypäivän kaupan liiketoiminnan johtamisessa
- Jaksolla tutustutaan **viiden eri teeman kautta** mm. brändin strategiseen johtamiseen sekä erilaisiin fyysisiin ja erityisesti digitaalisiin kosketuspisteisiin (touchpoints), joita asiakkaalla on asiakaspolun (customer journey) aikana
- Kurssin opetusvideot sisältävät **useita käytännön liike-elämän caseja**, joita elävöitetään mm. vierailemalla paikan päällä myymälöissä ja verkkokaupoissa, sekä asiantuntijapaneelin ja haastatteluiden avulla

Tampereen yliopisto
Tampere University

Brand Experience in Retailing

Opintojakson anti opiskelijalle

- Opiskelija omaksuu keskeiset brändikokemuksen johtamisen käsitteet ja oppii johtamaan kokemuksia, jotka luovat asiakkaille arvoa
- Tiedot ja taidot tulevat käyttöön mm. erilaisissa markkinointitehtävissä kaupan alan yrityksissä tai esimerkiksi oman verkkokaupan markkinoinnin suunnittelussa
- Strateginen näkemys brändikokemuksen kehittämisestä on hyödyllinen kaikille asiakaslähtöisessä organisaatiossa toimiville

Tampereen yliopisto
Tampere University

Kiitos!

Tampereen yliopisto
Tampere University

Digitaalinen kauppa käytännössä, 6 op, kevät 2022

Leevi Parsama
Verkkokaupan asiantuntija

Elina Närvänen
Palvelujen ja kaupan tenure track -professori

Opintojakson sisältö ja tavoitteet

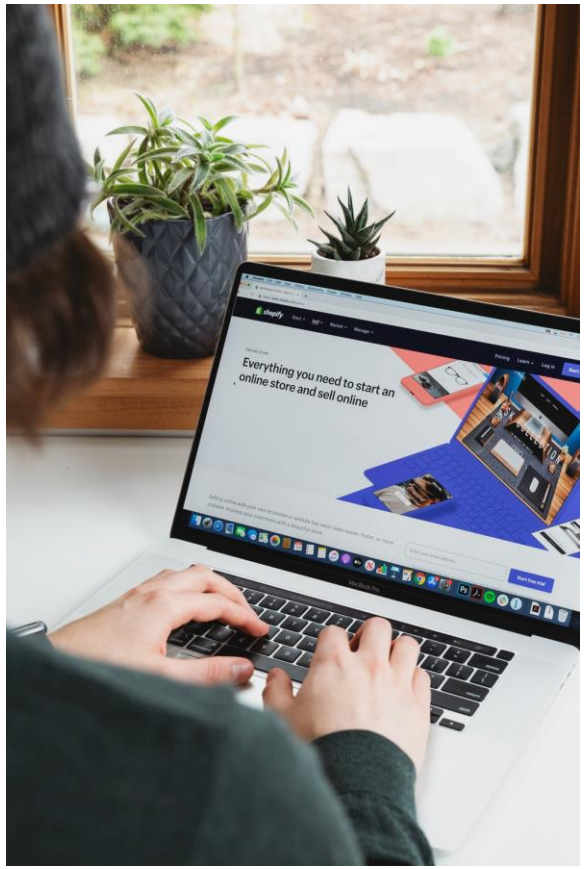
- Intensiivijaksolla tutustutaan **verkkokauppa-asiantuntija Leevi Parsaman opastuksella** digitaalisen kaupan arkeen, keskeisiin toimintoihin ja käytännön liiketoiminnan toteuttamiseen
- Tärkeässä roolissa ovat **vierailevat digitaalisen kaupan edelläkävijäyritysten puhujat**, jotka tuovat omia kokemuksiaan monelta eri toimialalta ja eri kokoisista yrityksistä
- Opintojakson suoritettuaan opiskelijalla on **käytännön tietotaitoa verkkokaupan liiketoimintamalleista, muutostrendeistä, ja menestystekijöistä**.
- Jakso käsittelee myös **verkkokaupan teknologioita, verkkokauppa-analytiikkaa, ja tiedolla johtamista**

Tampereen yliopisto
Tampere University

Digitaalinen kauppa käytännössä

Opintojakson anti opiskelijalle

- Opiskelijat saavat realistisen kuvan digitaalisen kaupan mielenkiintoisista uravaihtoehdoista ja työtehtävistä Suomessa tai ulkomailla
- Harjoitustehtävässä opiskelijat pääsevät luomaan oman verkkokaupan ja soveltamaan myös opintokokonaisuuden muiden kurssien avulla hankittuja tietoja ja taitoja käytännössä
- Opiskelijan strateginen ajattelu, esiintymistaidot ja liiketoiminta- sekä asiakaslähtöinen ajattelu kehittyvät



Tampereen yliopisto
Tampere University

Kiitos!

Digitalisoituva kauppa

Heikki Karjaluoto, professori, Jyväskylän yliopisto

KAUPAN LIITTO

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO
UNIVERSITY OF JYVÄSKYLÄ

LUT University

OULUN YLIOPISTO

Tampereen yliopisto

UNIVERSITY OF EASTERN FINLAND

Opintojakson sisältö

- Kurssilla käsitellään kaupan alan digitalisaatiota kolmesta näkökulmasta:

1) digitaalisaatio kaupan alan *strategiassa*
2) digitalisaatio kaupan alan *markkinoinnissa*
3) digitalisaatio kaupan alan *ostokäyttäytymisessä*

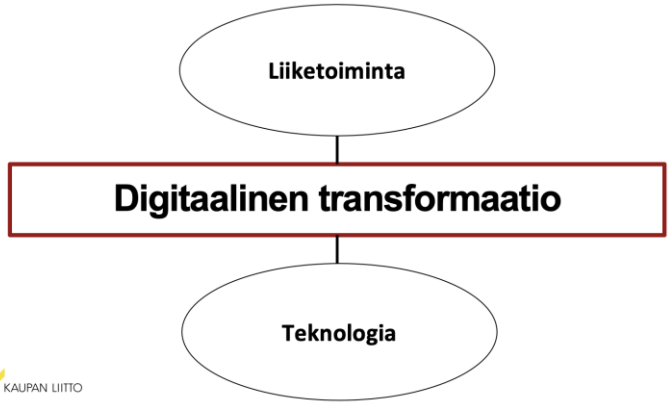
Kurssilla käydään läpi sekä strategisen että taktisen tason asioita, joita kaupan alan toimijat kohtaavat implementoidessaan digitaalista markkinointia.

KAUPAN LIITTO

Opintojakson tavoitteet

Kurssin suoritettuaan opiskelija osaa:

- ***Selittää mitä digitalisaatio ja digitaalinen transformaatio tarkoittaa ja miten se vaikuttaa kaupan alaan***
- ***Analysoida digitaalisen transformaation vaikutuksia ostokäyttäytymiseen***
- ***Kehittää markkinoinnin ja myynnin strategioita vastaamaan paremmin asiakkaiden muuttuneita ostopäätösprosesseja***



Jakelukanavat ja kaupan ketjuliiketoiminta

KAUPAN LIITTO

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO
UNIVERSITY OF JYVÄSKYLÄ

LUT University

OULUN YLIOPISTO

Tampereen yliopisto

UNIVERSITY OF EASTERN FINLAND

Jakelukanavat ja kaupan ketjuliiketoiminta

Digitaalisen kaupan opintokokonaisuuden julkistustilaisuudessa 15.6.2021

Timo Pohjosenperä, tutkijatohtori

Osaamistavoitteet

- Jakelukanavat ja kaupan ketjuliiketoiminta -kurssin käytyään opiskelija tunnistaa jakelukanaviin liittyvät toiminnot, virrat ja prosessit sekä pystyy määrittämään jakelun tavoitteet logistiikan ja kaupan liiketoiminnan näkökulmasta.
- Opiskelija osaa arvioida kaupan liiketoimintamalleja sekä ymmärtää kaupan ja logistiikan taloudellisen ja yhteiskunnallisen merkityksen.
- Opiskelija tunnistaa jakelutoimintojen keskinäisiä vuorovaikutuksia ja pystyy analysoimaan niiden vaikutuksia yrityksen toimintaan.

Sisältö

- Kurssilla tarkastellaan jakelukanavien rakenteellisia, toiminnallisia ja sosiaalisia tekijöitä ja toimintamalleja.
- Tutustutaan logistisiin toimintoihin, niiden koordinointiin, kanavajäsenten rooleihin ja tehtäviin sekä kaupan toimintamalleihin (esim. franchising, osuuskunnat, e-kauppa, monikanavainen jakelu).
- Jakelukanavien toimintojen vuorovaikutuksia ja suunnittelutehtäviä tarkastellaan myös havainnollistavien laskennallisten esimerkkien avulla.

Digitaalisen kaupan harjoittelu

Yritykset mukana toteutuksessa

KAUPAN LIITTO

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO
UNIVERSITY OF JYVÄSKYLÄ

LUT University

OULUN YLIOPISTO

Tampereen yliopisto

UNIVERSITY OF EASTERN FINLAND

Sisältö ja tavoitteet

- Harjoittelu vastaa vähintään yhden kuukauden työskentelyä digitaaliseen kauppaan liittyvissä tehtävissä
- Tavoitteena on, että opiskelija:
  1) Soveltaa opintokokonaisuudesta saatuja tietoja ja taitoja työelämän käytännön tilanteissa
  2) Kehittää ymmärrystään harjoitteluorganisaation toiminnasta ja sitä ohjaavista periaatteista
  3) Kehittää työelämätaitojaan

Sovelletaan osaamista yhdessä!

Opiskelijalle

Harjoittelu mahdollistaa opintokokonaisuudessa opittujen tietojen ja taitojen soveltamisen käytännössä, työkokemuksen kartuttamisen sekä työelämäyhteyksien luomisen. Parhaimmillaan harjoittelu voi avata uusia näkymiä opiskelijoiden urapoluille.

Työnantajalle

Harjoittelu tarjoaa työnantajalle tilaisuuden tarjota kohtaamispaikan opiskelijan ja työnantajan välille. Harjoittelijan palkkaaminen lisää työnantajan tunnettuutta. Opiskelija tuo mukanaan tuoreen näkökulman työelämään sekä ajantasaista tietoa digitaalisesta kaupasta.

Moona Naakka

Koulutussuunnittelija
Kaupan liitto

moona.naakka@kauppa.fi
046 921 0857
moonanaakka
kauppa.fi