

Tutkijan datapalvelujen markkinointi

Avoimen tieteen Tutkimusaineistojen avoimuus asiantuntijaryhmän
Tutkijan datapalvelujen markkinointi –työryhmä

Työpaja Avoimen tieteen syyspäivillä 8.12.2020

Pauli Assinen

Tavoite ja ohjelma

Tavoitteet

- Tietoa ensi vuoden työskentelystä
- Tietoisuus markkinoinnin viitekehyksen osa-alueista
- Kunkin osallistujan omat tavoitteet

Ohjelma

1. Avaus
2. Tavoitteet, tuotokset, vaikuttavuus - alustus työskentelylle
3. Datapalvelut markkinoinnin viitekehyksessä
4. Tauko
5. Keskustelu
6. Yhteenveto

Tavoitteet, tuotokset ja vaikuttavuus

- Tunnistaa hyviä käytäntöjä (kansallisesti ja kansainvälisesti), joilla tutkijat
 - saadaan tietoisiksi olemassa olevista palveluista,
 - kokeilemaan/käyttämään palveluja,
 - antamaan palautetta palveluista,
 - osallistumaan palvelujen kehittämiseen laajemmin
- Selvittää taustatietoa hyvien käytäntöjen tunnistamiseksi
- Dokumentoida hyvät käytännöt käyttäen Avoimen tieteen hyvät käytännöt jakoon! -lomaketta
- Viestiä työryhmän työskentelystä laajemminäytännöistä

Markkinoinnin viitekehys

Markkinointimix 8 Ps

- Product; tuote tai palvelu
- Price; hinta
- Place; myyntipaikka, jakelutie, saatavuus
- Promotion; markkinointiviestintä
- People; ihmiset
- Principle; arvot, periaatteet...?
- Process; prosessi(t)
- Performance; suoriutuminen (miten meni?)

Lähde: Wikipedia

8.12.2020

Tutkijan datapalvelujen markkinointi -työryhmän työpaja
Avoimen tieteen syyspäivillä / Pauli Assinen



Lisätietoja

Pauli.Assinen@helsinki.fi

orcid.org/0000-0002-2420-5276

Datapalvelut markkinoinnin viitekehyksessä

Markkinoinnin osa-alue	Datapalvelujen markkinoinnin haaste / hyvä käytäntö / kysymys / kommentti
Product; tuote	
Price; hinta	
Place; myyntipaikka, jakelutie, saatavuus	
Promotion; markkinointiviestintä	
People; ihmiset	
Principle; arvot, periaatteet...	
Process; prosessi(t)	
Performance; suoriutuminen (miten meni?)	