

Koulutuspoliittinen jäsenkysely 2010

ProCom – Viestinnän ammattilaiset ry

Koulutuspoliittinen jäsenkysely 2010

Taloustutkimus Oy

Two handwritten signatures in black ink. The first signature is 'Katja Mikkonen' and the second is 'Marjut Naapuri'.

Katja Mikkonen Marjut Naapuri

3.5.2010

SISÄLLYSLUETTELO

• Johdanto	4
• Keskeiset tulokset	6
• Vastaajajoukon taustatiedot	10
• Koulutuspoliittinen jäsenkysely 2010	
• Viestinnän koulutustarjonta ja koulutusorganisaatiot	
• Mahdollisuus kehittää omaa osaamistaan	15
• Esteet oman osaamisen kehittämiseksi	17
• Koulutustarpeen muutokset	19
• Merkittävin tutkinto ja perustelut	22
• Täydennyskoulutuksen diplomien ja titteliön merkitys	25
• Täydennyskoulutuksen tarve-alueet	30
• Koulutusorganisaatioiden tunnettuus	33
• Mielikuvat organisaatioiden koulutustarjonnasta	36
• Osaamisen kehittäminen	
• Nykyinen ja tuleva osaaminen eri alueilla	42
• Tärkeimmät keinot osaamisen kehittämisessä	57
• Sopivin opiskelumuoto	59
• Kehitettävät viestinnän osa-alueet	62
• Muut kehitettävät osa-alueet	63

JOHDANTO 1(2)

- **Tutkimuksen kohderyhmänä on ProComin jäsenistö.**
- **Tutkimuksen avulla kartoitettiin viestinnän koulutukseen ja osaamiseen liittyviä eri asioita. Tavoitteena oli löytää vastauksia mm. seuraaviin kysymyksiin:**
 - Mitä osaamista viestinnän ammattilaiset tarvitsevat?
 - Millaiset osaamisen kehittämisen keinot ovat sopivimpia?
 - Mitä mieltä on viestinnän koulutusorganisaatioista?
- **Tutkimus toteutettiin e-mail-informoituna internetkyselynä 31.3.–13.4.2010 välisenä aikana. ProCom itse lähetti kohderyhmälle sähköpostitse 31.3.2010 kutsun osallistua tutkimukseen. Kutsuja lähetettiin yhteensä 1778 henkilölle. Muistutusposti lähetettiin 8.4.2010.**
- **Kenttätyön aikana 13.4.2010 mennessä 471 henkilöä vastasi tutkimukseen (vastausprosentti 26,5 %).**

JOHDANTO 2(2)

- **Tiedonkeruu ja käsittely:** Tiedonkeruuohjelmistona käytettiin B2BPOL-palvelua, jonka lisenssin ProCom hankki käyttöönsä. ProCom hoiti itse tutkimuksen tiedonkeruun. Taloustutkimus antoi asiantuntijapua ProComille lomakesuunnittelussa ja lomakkeen testauksessa.
- Lomakkeen lopullisista kysymysmuodoista, tutkimuksen toteutuksesta ja lähetyksestä sekä vastaajarekisterin muodostamisesta, hallinnoimisesta ja vastaajapalkkioista vastasi ProCom. ProCom toimitti tiedonkeruun päätyttyä (14.4.2010) datan Taloustutkimukseen, joka raportoi tutkimuksen tulokset. Atk-tulostus tehtiin Taloustutkimus Oy:n laitteistoilla ja ohjelmistoilla. Tuloksia ei ole painotettu.
- **T-testi:** Tulostuksessa käytetään t-testiä, joka testaa kunkin taulukoidun taustamuuttujan kohdalla poikkeako tulos muista vastaajista enemmän kuin mitä satunnaisvaihtelun osuus 95 %:n luotettavuus-tasolla osoittaa. Tähti (*) luvun vieressä osoittaa, että ero on tilastollisesti merkitsevä.
- **Esitetyt kysymykset:** tutkimuksessa esitetyt kysymykset taustatietoineen ovat taulukkoraportin liitteenä. Lisäksi taulukkoraportista löytyvät kaikki poiminnot avoimista ja ”Muu ryhmä” -kysymyksistä.

KESKEISET TULOKSET 1(3)

- **Jäsenistöstä neljällä viidestä (82 %) on ollut mahdollisuus kehittää osaamistaan viimeisen 12 kuukauden aikana.**
- **Yleisimmin koulutusbudjetin niukkuus (62 %) estää oman osaamisen kehittämisen. Moni mainitsee syyksi myös aikapulan (45 %). Osa kokee esteeksi sen, ettei nykyisessä työssä ole mahdollista edetä (19 %) tai sopivan koulutustarjonnan puutteen (19 %). Erittäin harvoin (1 %) kiinnostuksen puute estää osaamisen kehittämistä.**
- **Lähes joka toisen (46 %) koulutustarpeet lisääntyvät paljon tai jonkin verran seuraavan 12 kuukauden aikana. Suurimmalla osalla (49 %) koulutustarpeet kuitenkin pysyvät nykyisellään.**
- **Enemmistöllä jäsenistöstä on taustallaan yliopistotutkinto (47 %). Seuraavaksi yleisimmät tutkinnot ovat Markkinointi-instituutin tiedottajan tutkinto, Mti (14 %) sekä Inforin Viestintäpäällikön koulutusohjelma, ProCom-VPD (8 %).**
- **Viestinnän täydenniskoulutuksen diplomien tai tittleiden merkitys nykyisessä työtehtävässä on vähäinen: lähes joka toisen (46 %) mielestä niiden merkitys on vähäinen tai niillä ei lainkaan merkitystä. Joka neljäs (26 %) pitää niiden merkitystä erittäin suurena tai kokee, että niillä on ainakin jonkin verran merkitystä.**
- **Joka neljännellä (27 %) ei ole lainkaan täydenniskoulutuksen diplomia tai titteliä.**

KESKEISET TULOKSET 2(3)

- Diplomeilla ja tittleillä näyttää olevan suurempi merkitys työhaussa: reilu kolmannes (38 %) diplomin/tittelin saaneista katsoo, että diplomeilla/tittleillä on erittäin suuri merkitys tai ainakin jonkin verran merkitystä. Lähes sama määrä (41 %) on sitä mieltä, että niiden merkitys on vähäistä tai niillä ei ole lainkaan merkitystä.
- Yleisimmin täydennyskoulutusta aiotaan hankkia sosiaalisesta mediasta (58 %). Joka kolmas (33 %) kokee tarvitsevansa lisäkoulutusta strategiaviestinnästä. Joka neljäs (23 %) haluaa ymmärtää paremmin liiketoimintaa ja 16 % aikoo kehittää kansainvälistä viestintäosaamistaan.

Eri koulutusorganisaatioiden koulutustarjonta:

- Parhaiten viestintäalan koulutusorganisaatioista tunnetaan ProCom (98 % tuntee ainakin mediasta, mainoksista tms.) ja Inforin (97 %). Seuraavaksi tunnetuimpia ovat Markkinointi-instituutti (82 %), Koulutus- ja kehittämiskeskus Palmenia (73 %), IIR Finland (69 %), Haaga-Helia ammattikorkeakoulut (67 %) sekä Journalistiliitto (57 %).
- Erittäin monella on omakohtaisia kokemuksia ProComista (86 %) ja Inforista (73 %). Seuraavaksi useimmin ollaan oltu tekemisissä Markkinointi-instituutin (35 %), IIR Finlandin (29 %) sekä Koulutus- ja kehittämiskeskus Palmenian (27 %) kanssa.

KESKEISET TULOKSET 3(3)

- Hyvä hinta-laatu-suhde sopii parhaiten seuraaviin koulutusorganisaatioihin: ProCom Oy (66 % mielestä sopii erittäin tai melko hyvin), Helsingin yliopiston koulutus- ja kehittämiskeskus Palmenia (54 %), Infor Oy (53 %) ja Viestinnän asiantuntijoiden ammattijärjestö TAJ ry (51 %).
- Jäsenistön mielestä Infor Oy ja ProCom Oy tarjoavat selvästi hyödyllisintä koulutusta (87 %/85 %) kuten myös kaikkein ajankohtaisinta koulutusta (83 %/86 %).

Osaamisen kehittäminen:

- Tutkituista osaamisalueista hallitaan parhaiten kirjoittaminen (88 % hallitsee vaativan tason, kehittää ja opettaa muita + on asiantuntija, hallitsee asian itsenäisesti). Seuraavaksi parhaiten hallitaan vuorovaikutustaidot (78 %) ja sisäinen viestintä (72 %).
- Vähiten osaamista ja kokemusta on talous- ja sijoittajaviestinnästä (25 %) sekä vaikuttamisesta/lobbauksesta (24 %).
- Samat yllämainitut osaamisalueet sijoittuvat myös osaamistason huipulle ja hänille arvioitaessa osaamisen tavoitetasoa kahden vuoden kuluttua.
- Verrattaessa tämänhetkistä osaamistasoa tavoitetasoon kahden vuoden kuluttua nähdään, että suurimmat koulutustarpeet ovat seuraavien osaamisalueiden kohdalla: sosiaalinen media, yhteiskunta- ja vastuuviestintä, viestinnän seuranta ja mittaaminen, strateginen viestintä sekä muutosviestintä.

VASTAAJAJOUKON TAUSTATIEDOT 1(2)

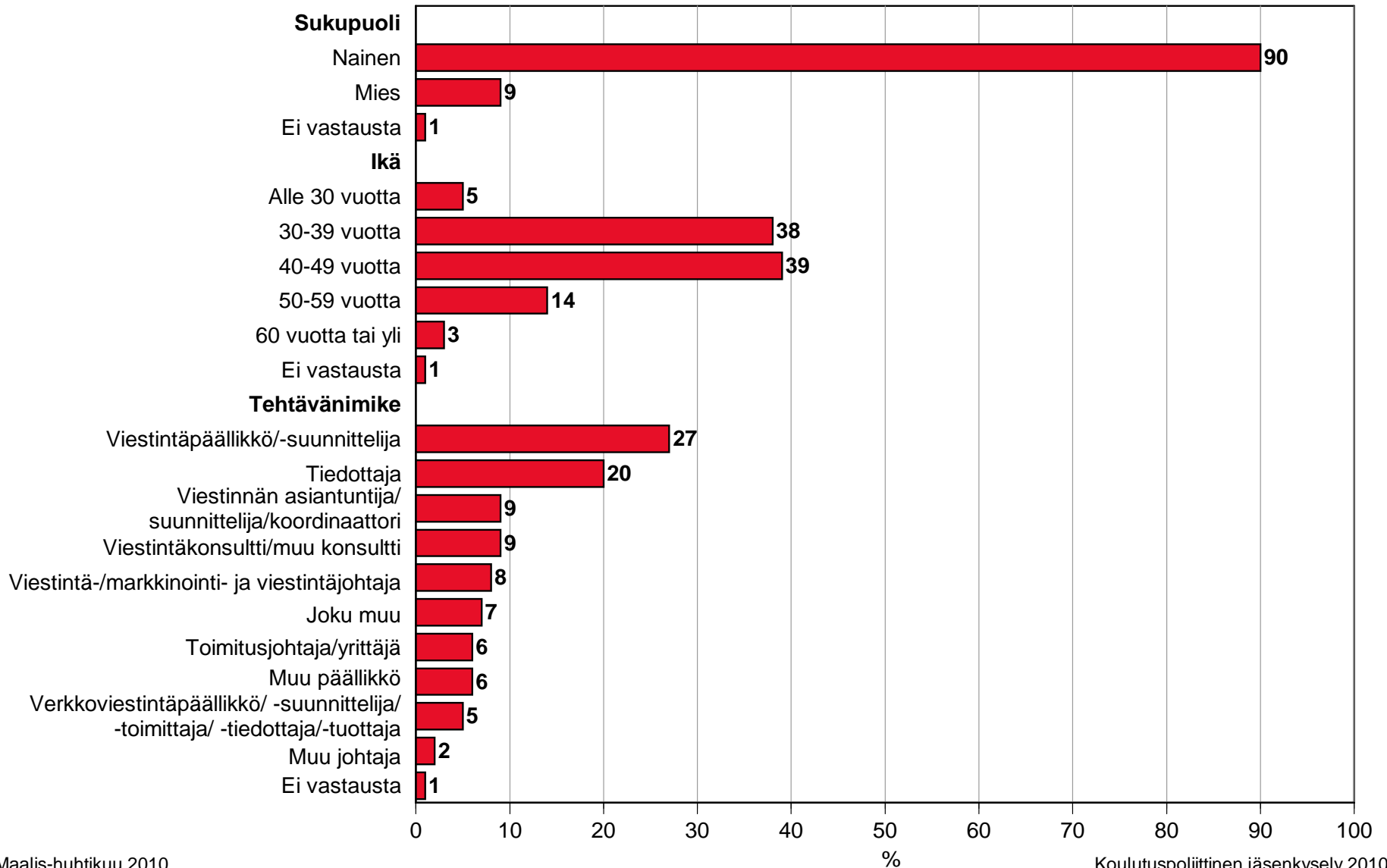
- **Tutkimuksessa jäsenistöstä selvitettiin seuraavat taustatiedot:**
 - *Sukupuoli*
 - *Ikäryhmä*
 - *Tehtävänimike*
 - *Kuinka kauan toiminut viestintäalalla ja nykyisessä tehtävässä*

VASTAAJAJOUKON TAUSTATIEDOT 2(2)

- Tutkimukseen vastanneista (n=471) viestinnän ammattilaisista enemmistö on naisia (90 %).
- Joka neljäs (27 %) on asemaltaan *viestintäpäällikkö- tai suunnittelija* ja joka viides (22 %) on *tiedottaja*.
- Ikäryhmittäin tarkasteltuna kaksi viidestä (38 %) on *30-39-vuotias*, sama määrä (39 %) on iältään *40-49-vuotias* ja joka kuudes (17 %) *yli 49-vuotias*.
- Joka viides (21 %) on toiminut viestintäalalla enintään 5 vuotta, joka kolmas (31 %) 6-10 vuotta ja lähes joka toinen (46 %) yli 10 vuotta.
- Noin puolet (53 %) on työskennellyt nykyisessä tehtävässään enintään 3 vuotta ja vajaa puolet (46 %) 4-vuotta tai enemmän.

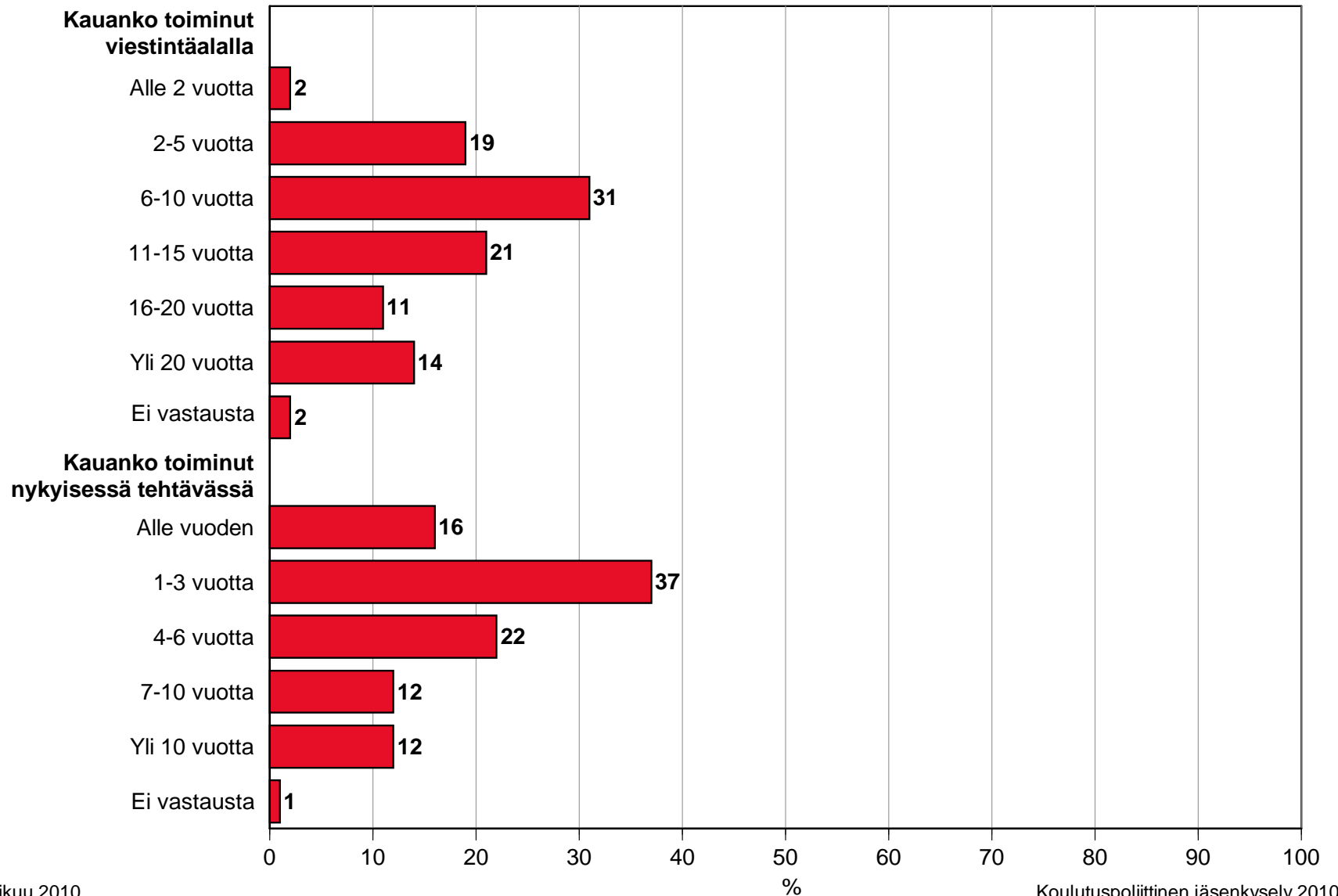
Taustatiedot 1(2)

Kaikki vastaajat, n=471



Taustatiedot 2(2)

Kaikki vastaajat, n=471



Viestinnän koulutustarjonta ja koulutusorganisaatiot

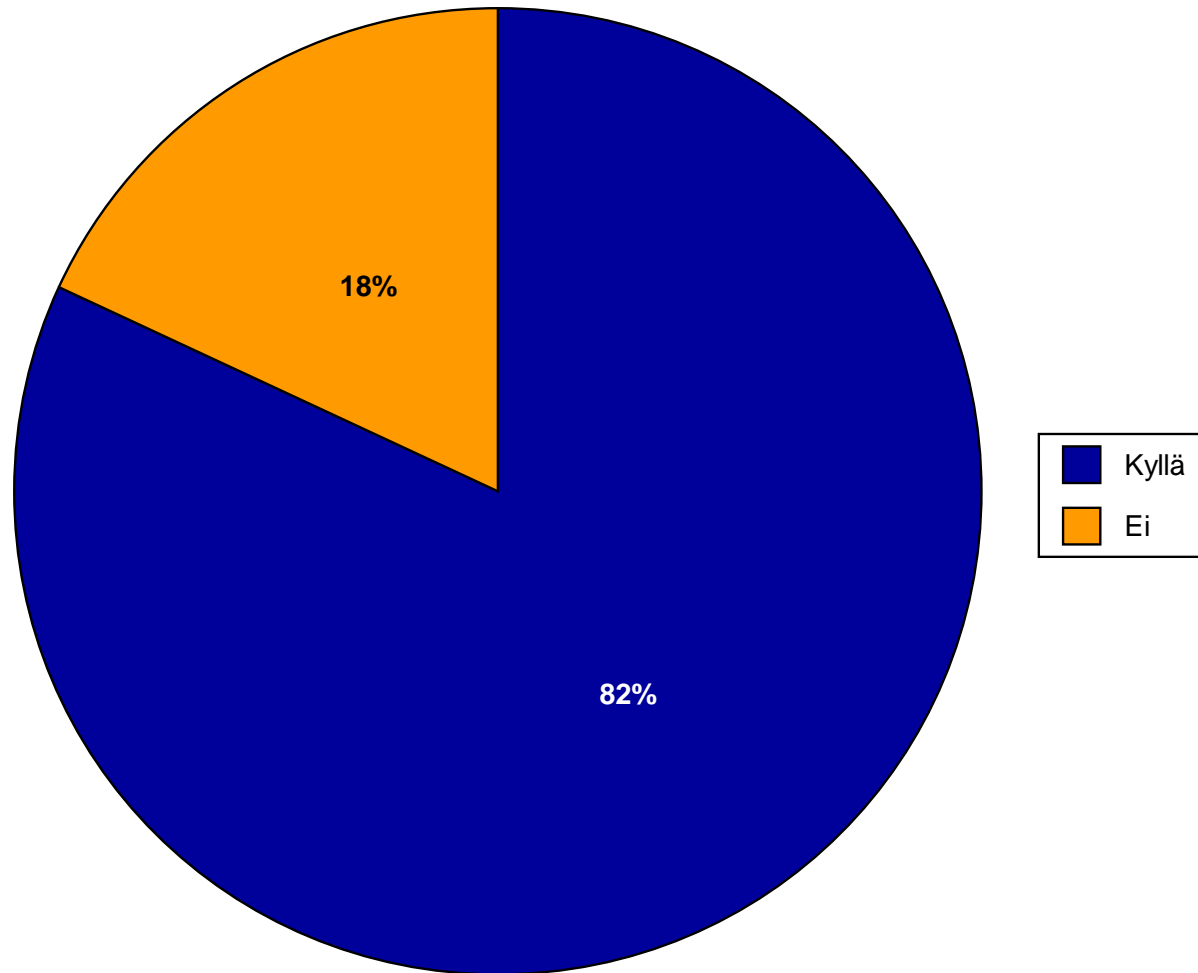
Mahdollisuus kehittää omaa osaamistaan

- Tutkimuksen alussa kaikilta tutkimukseen vastanneilta (n=471) kysyttiin:
 - ***Onko sinulla ollut mahdollisuus kehittää omaa osaamistasi viimeisten 12 kuukauden aikana?***
 - *Kyllä*
 - *Ei*

Neljällä viidestä (82 %) on ollut mahdollisuus kehittää osaamistaan viimeisen 12 kuukauden aikana.

Onko ollut mahdollisuutta kehittää omaa osaamista viimeisten 12 kuukauden aikana

Kaikki vastaajat, n=471



Esteet oman osaamisen kehittämislle

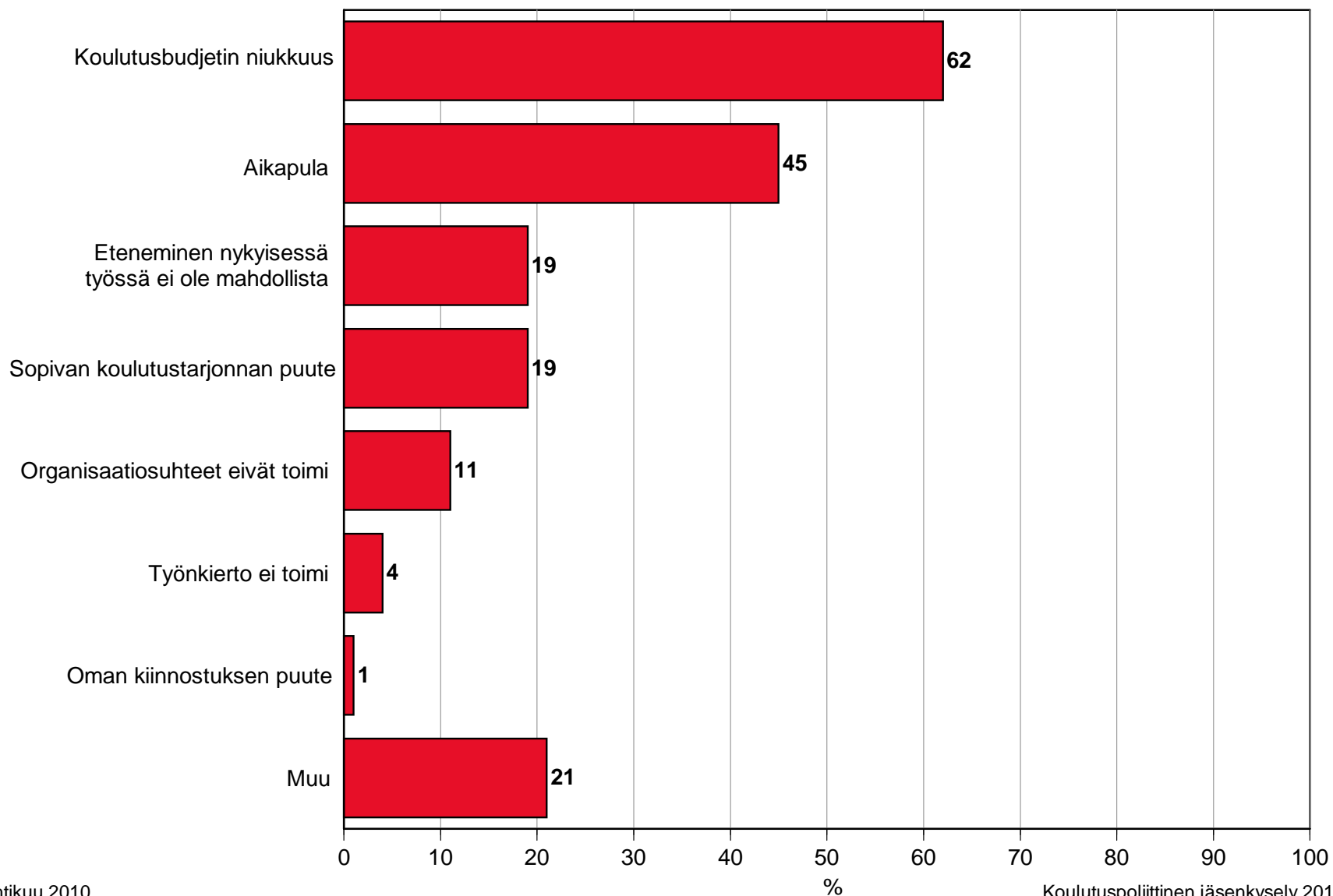
- Niiltä, joilla ei ole ollut mahdollisuutta kehittää omaa osaamista (n=84) kysyttiin:
 - ***Mikä tai mitkä asiat ovat olleet pääasiallisena syynä siihen, että et ole voinut kehittää omaa osaamistasi?***
 - *Aikapula*
 - *Eteneminen työssä ei ole mahdollista*
 - *Koulutusbudjetin niukkuus*
 - *Oman kiinnostuksen puute*
 - *Organisaatiosuhteet eivät toimi*
 - *Sopivan koulutustarjonnan puute*
 - *Työnkierto ei toimi*
 - *Muu, mikä*

Koulutusbudjetin niukkuus (62 %) estää yleisimmin oman osaamisen kehittämisen. Moni mainitsee syyksi myös aikapulan (45 %). Osa kokee esteeksi sen, ettei nykyisessä työssä ole mahdollista edetä (19 %) tai sopivan koulutustarjonnan puutteen (19 %).

Erittäin harvoin (1 %) osaamisen kehittämistä estää kiinnostuksen puute.

Esteet oman osaamisen kehittämiseksi

Ei ole ollut mahdollisuutta kehittää, n=84



Koulutustarpeen muutokset

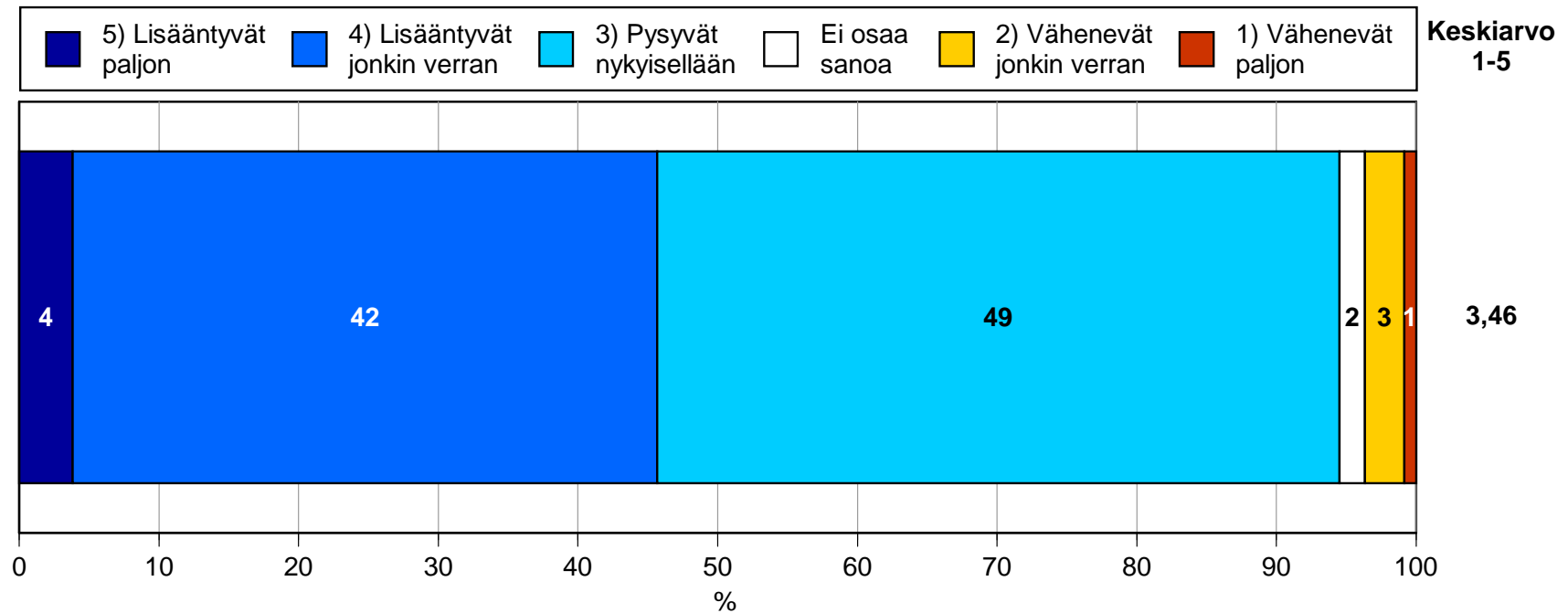
- Kaikilta vastaajilta (n=471) kysyttiin:
 - ***Miten omat koulutustarpeesi muuttuvat seuraavan 12 kk aikana?***
 - *Lisääntyvät paljon*
 - *Lisääntyvät jonkin verran*
 - *Pysyvät nykyisellään*
 - *Vähenevät jonkin verran*
 - *Vähenevät paljon*

Lähes joka toisen (46 %) koulutustarpeet lisääntyvät paljon tai jonkin verran seuraavan 12 kuukauden aikana. Suurimmalla osalla (49 %) koulutustarpeet kuitenkin pysyvät nykyisellään.

Tehtävänimikkeen mukaan tarkasteltuna useimmin koulutustarpeet tulevat lisääntymään seuraavissa ryhmissä: viestinnän asiantuntijat/suunnittelijat/koordinaattorit tai ”joku muu”-ryhmä.

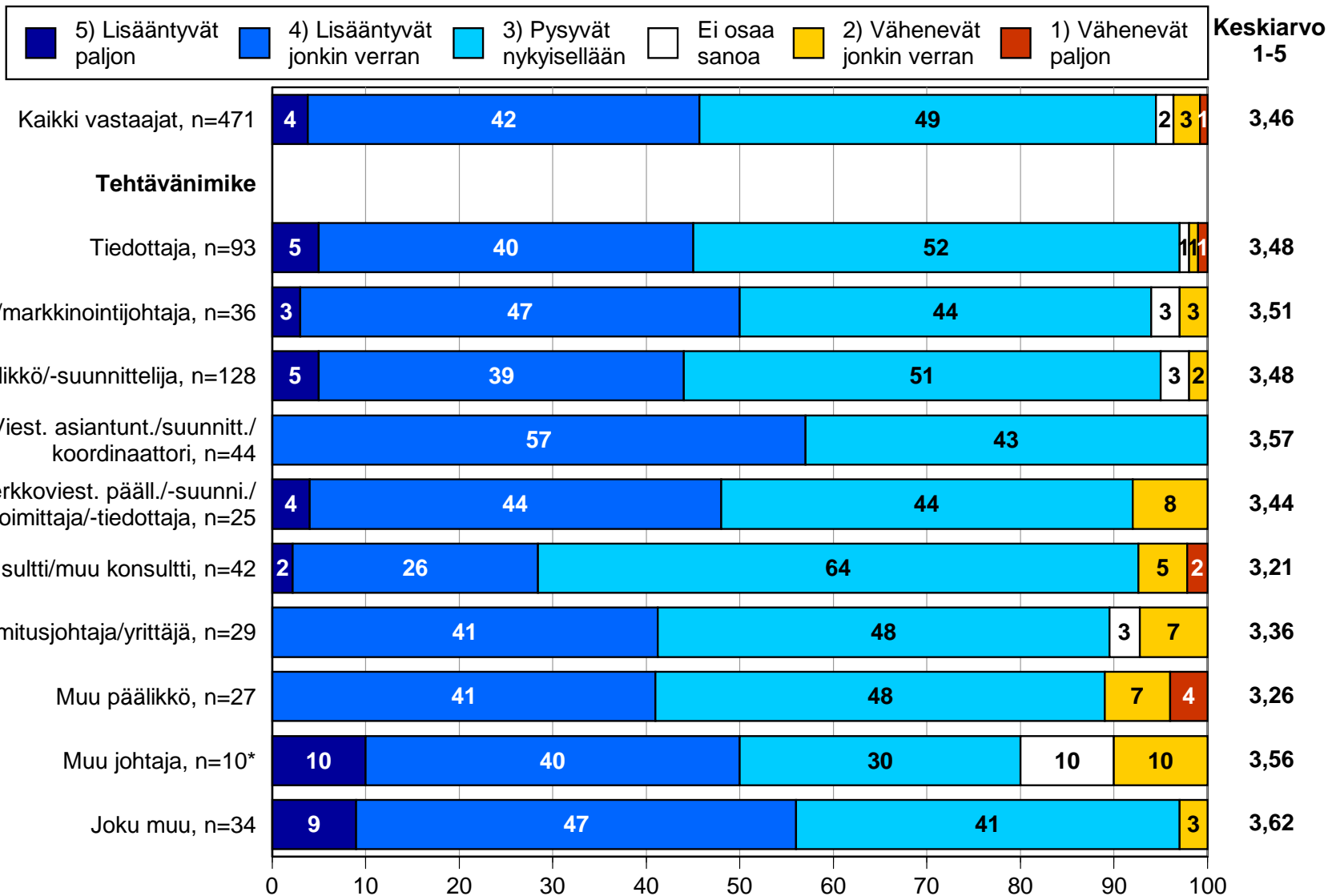
Miten omat koulutustarpeet muuttuvat seuraavan 12 kuukauden aikana

Kaikki vastaajat, n=471



Miten omat koulutustarpeet muuttuvat seuraavan 12 kuukauden aikana

n=kaikki vastaajat



*) pieni vastaajamäärä, tulos suuntaa-antava %

Merkittävin tutkinto

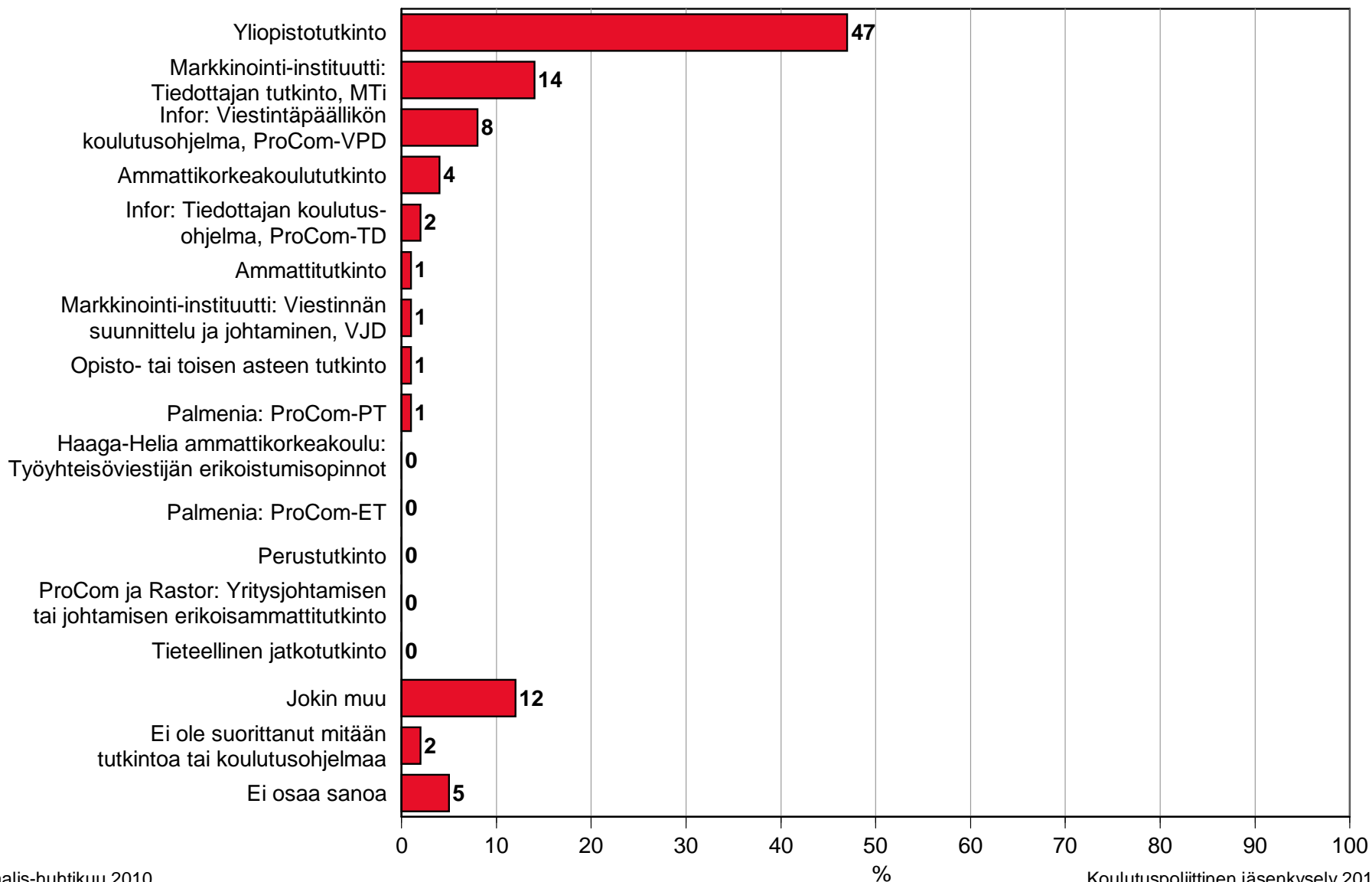
Kaikilta vastaajilta (n=471) kysyttiin:

- ***Kun ajattelet suorittamiasi tutkintoja, mikä niistä on ollut merkittävin viestintäammattilaisen tehtävien kannalta?***
 - *Yliopistotutkinto*
 - *Ammattikorkeakoulututkinto*
 - *Opisto- tai toisen asteen tutkinto*
 - *Ammattitutkinto*
 - *Perustutkinto*
 - *Tieteellinen jatkotutkinto*
 - *Haaga-Helia ammattikorkeakoulu: Työyhteisöviestinnän erikoistumisopinnot*
 - *Infor: Viestintäpäällikön koulutusohjelma, ProCom-VPD*
 - *Infor: Tiedottajan koulutusohjelma ProCom-TD*
 - *Markkinointi-instituutti: Tiedottajan tutkinto, MTi*
 - *Markkinointi-instituutti: Viestinnän suunnittelu ja johtaminen, VJD*
 - *Palmenia: ProCom-PT*
 - *Palmenia: ProCom-ET*
 - *ProCom ja Rastor: Yritysjohdaminen ja johtamisen erikoisammattitutkinto*
 - *Jokin muu, mikä?*
 - *En ole suorittanut mitään tutkintoa tai koulutusohjelmaa*

Suurimmalla osalla jäsenistöstä on taustallaan yliopistotutkinto (47 %). Seuraavaksi yleisimmät tutkinnot ovat Markkinointi-instituutin tiedottajan tutkinto, Mti (14 %) sekä Inforin Viestintäpäällikön koulutusohjelma, ProCom-VPD (8 %).

Suoritetuista tutkinnoista merkittävin viestintäammattilaisen tehtävien kannalta

Kaikki vastaajat, n=471



Perustelut tutkinnon merkittävyydelle

Niiltä, jotka valinneet edellisessä kysymyksessä vaihtoehdot 1-6 (n=471) kysyttiin:

- ***Tarkentaisitko, mikä oli opintosuuntasasi kyseisessä koulutuksessa ja miksi tämä koulutus oli mielestäsi merkittävin viestintäammattilaisen tehtävien kannalta?***
- **Jäsenistöllä on viestintäammattilaisen tehtävien kannalta katsottuna hyvin monipuolisia opintosuuntia. Valtaosalla korostuu seuraavat syyt:**
 - Kokonaisnäkemysten saaminen, monipuolisuus
 - Käytännön läheisyys, käytännön valmiudet työhön, käytännön taidot, pätevyys työhön
 - Perustiedot ja -taidot sekä ammatillinen identiteetti, teoreettinen pohja ja -viitekehys
 - Yleissivistävä
 - Kyky hahmottaa kokonaisuuksia ja ajatella kriittisesti
 - Hyvä tieteellinen pohja viestinnän ymmärtämiselle
 - Verkostoituminen
- *Kaikki avoimien kysymysten vastaukset on listattu taulukkoraporttiin.*

Täydennyskoulutuksen diplomien ja tittelien merkitys 1(2)

- Kaikilta vastaajilta (n=471) kysyttiin:
 - ***Kuinka suuri merkitys viestinnän täydennyskoulutuksen diplomeilla tai tittleillä (kuten esimerkiksi ProCom-TD, MTi, VJD, VPK...) on nykyisissä työtehtävissäsi?***
 - *Erittäin suuri merkitys*
 - *Jonkin verran merkitystä*
 - *Vähäinen merkitys*
 - *Minulla ei ole viestinnän täydennyskoulutuksen diplomia/titteliä*

Suurin osa (46 %) on sitä mieltä, että diplomeilla tai tittleillä on vähän tai ei lainkaan merkitystä nykyisessä työtehtävässä. Joka neljäs (26 %) pitää niiden merkitystä erittäin suurena tai kokee, että niillä on ainakin jonkin verran merkitystä.

Joka neljännellä (27 %) ei ole lainkaan täydennyskoulutuksen diplomia tai titteliä.

Kysymykseen liittyvä kuva seuraavilla sivuilla.

Täydennyskoulutuksen diplomien ja tittelien merkitys 2(2)

- Niiltä, joilla on viestinnän täydennyskoulutuksen diplomi/titteli (n=345) kysyttiin:
 - ***Kuinka suuri merkitys viestinnän täydennyskoulutuksen diplomeilla tai tittleillä (kuten esimerkiksi ProCom-TD, MTi, VJD, VPK...) on ollut työhaussasi?***
 - *Erittäin suuri merkitys*
 - *Jonkin verran merkitystä*
 - *Vähäinen merkitys*
 - *Ei lainkaan merkitystä*

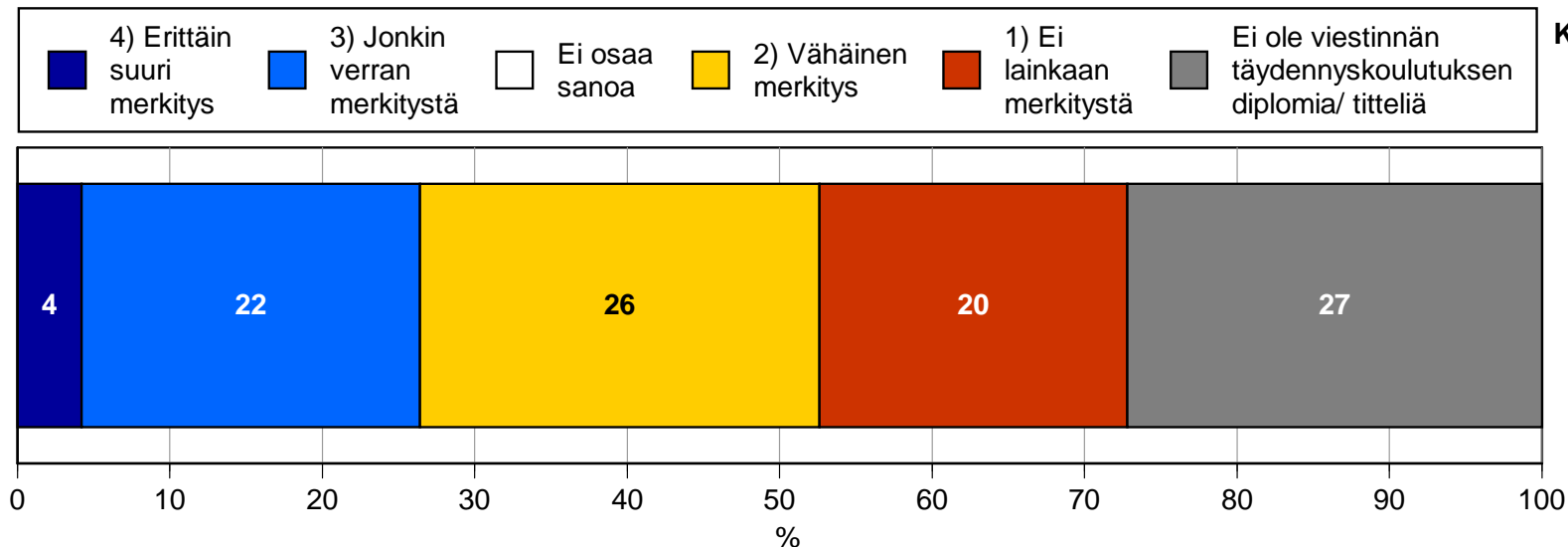
Diplomeilla ja tittleillä näyttää olevan suurempi merkitys työnhaussa: reilu kolmannes (38 %) katsoo, että niillä on erittäin suuri merkitys tai ainakin jonkin verran merkitystä. Lähes sama määrä (41 %) on sitä mieltä, että merkitys on vähäistä tai niillä ei ole lainkaan merkitystä.

Joka viides (21 %) ei osaa arvioida niiden merkitystä tai ei halua vastata kysymykseen.

Täydenniskoulutuksen diplomien ja titteliön merkitys nykyisissä tehtävissä

Kaikki vastaajat, n=471

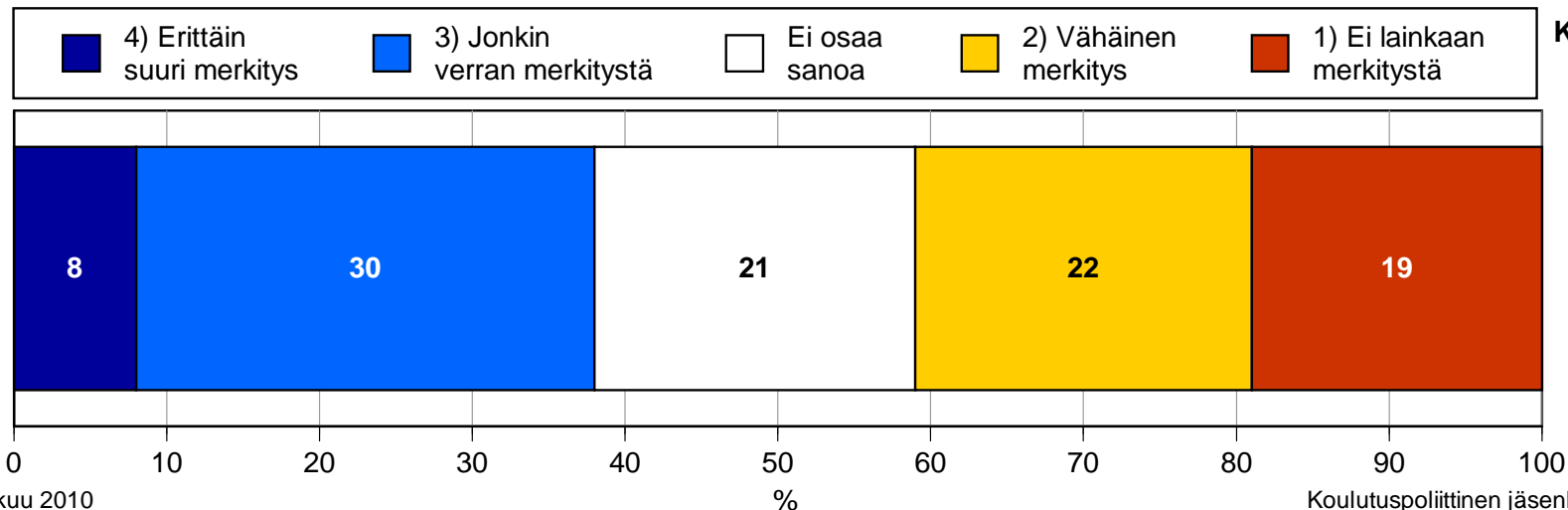
**Keskiarvo
1-4**



Täydenniskoulutuksen diplomien ja titteliön merkitys työnhaussa

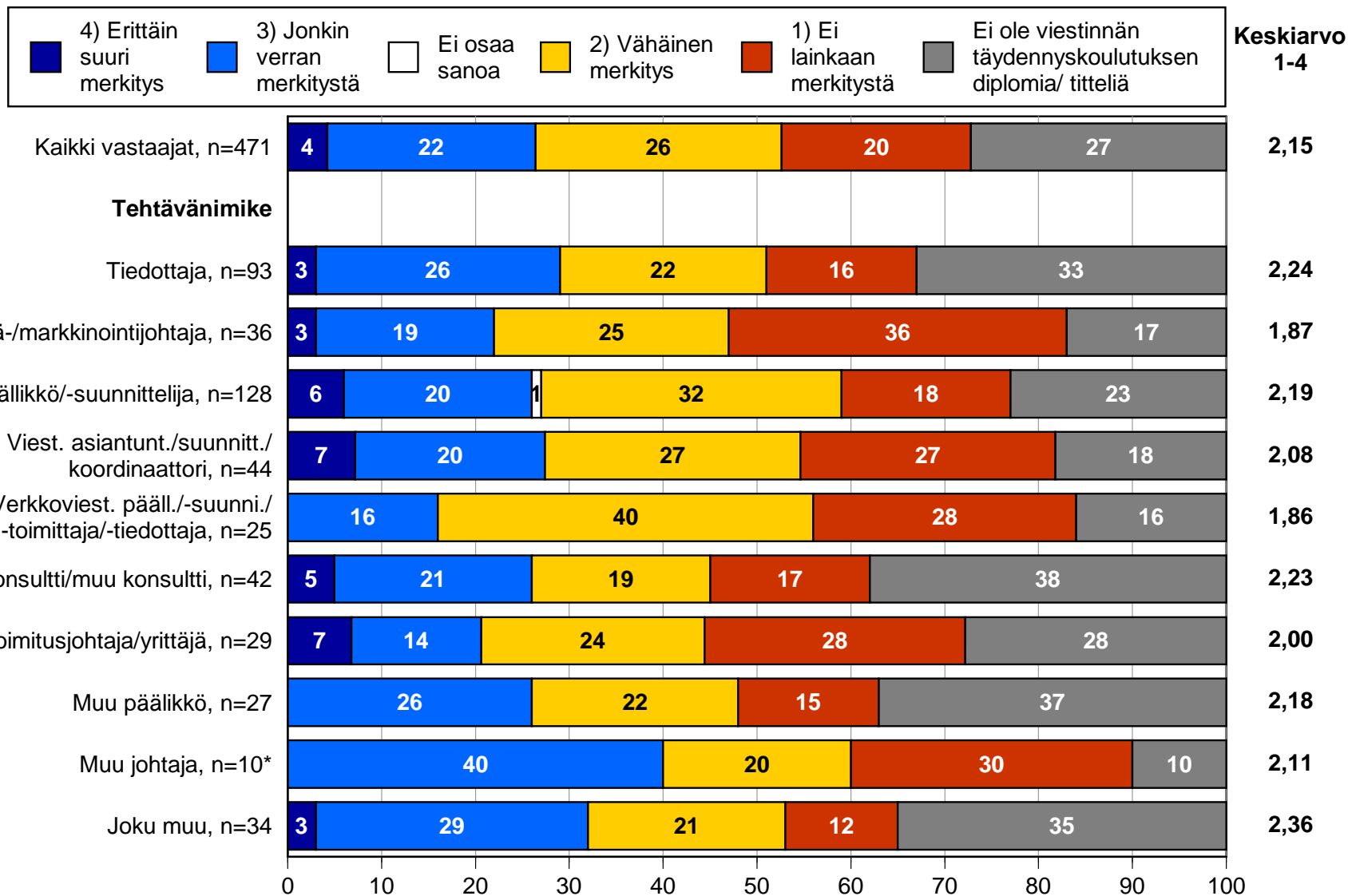
On täydenniskoulutuksen diploma, n=345

**Keskiarvo
1-4**



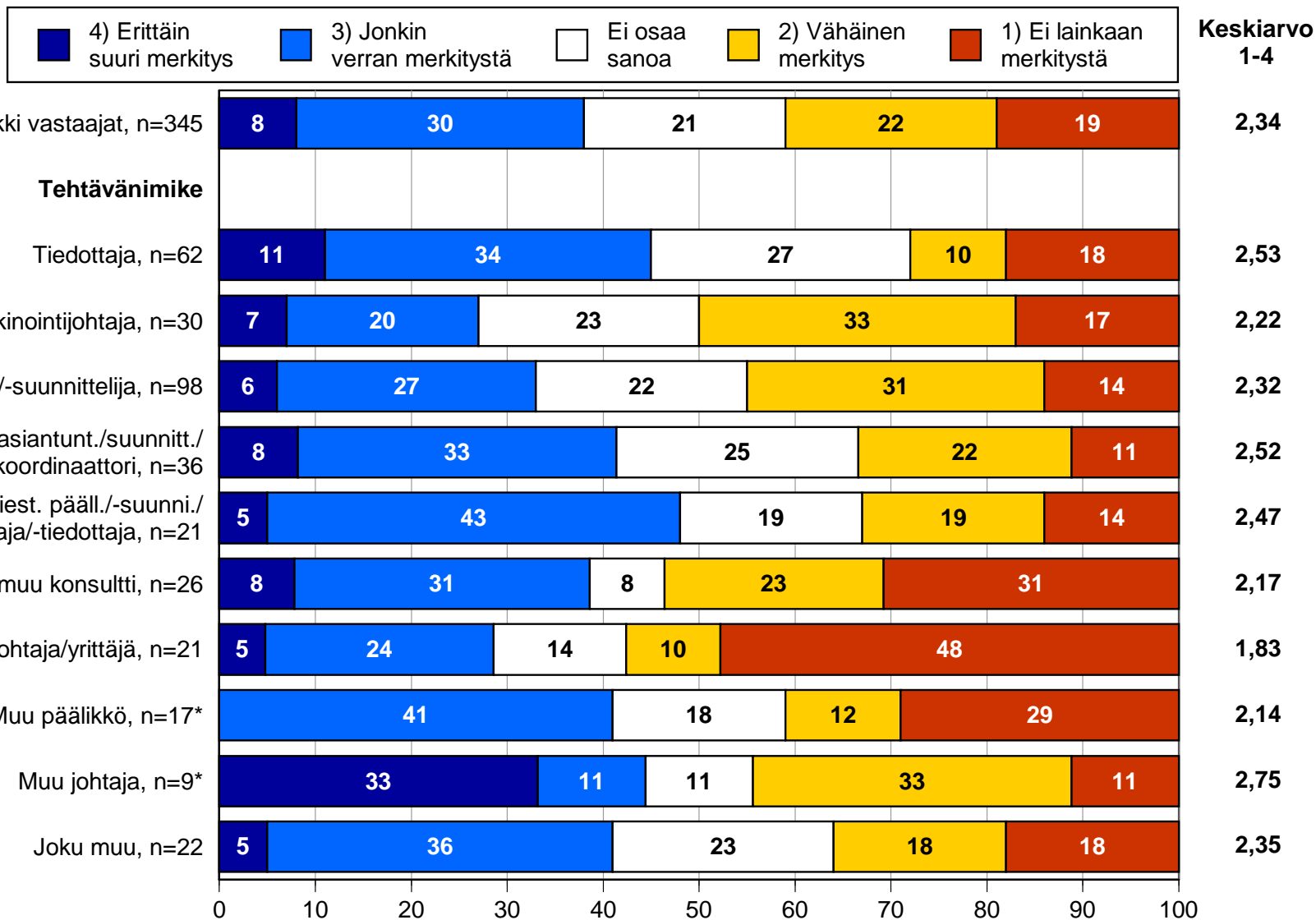
Täydennyskoulutuksen diplomien ja titteliien merkitys nykyisissä tehtävissä

n=kaikki vastaajat



Täydenniskoulutuksen diplomien ja titteliön merkitys työhaussa

n=on täydenniskoulutuksen diploma



Täydennyskoulutuksen tarve-alueet

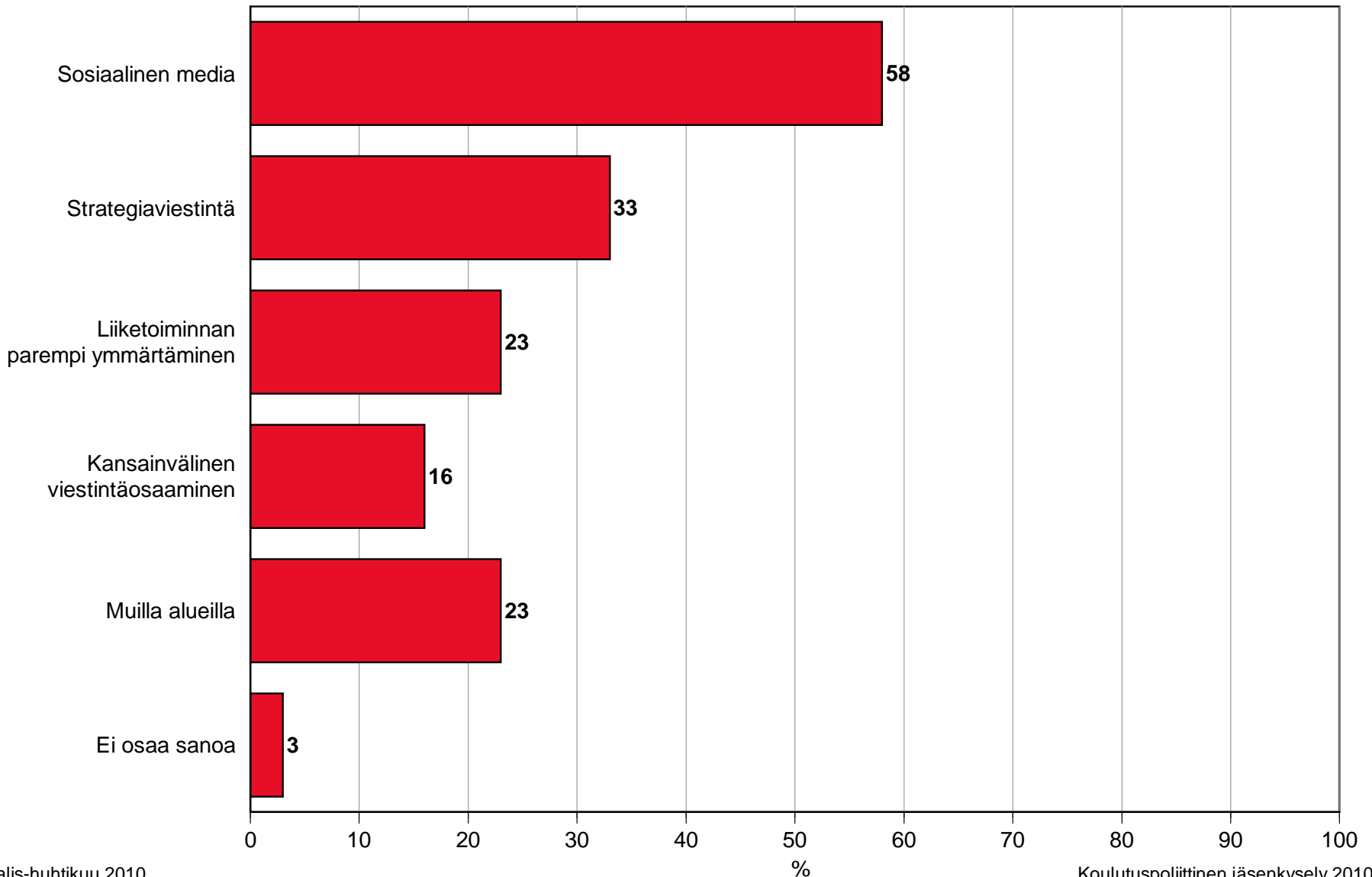
- Kaikilta vastaajilta (n=471) kysyttiin:
 - ***ProComin Viestinnän ammattilainen 2009 -tutkimus osoitti, että tietyillä viestinnän osa-alueilla on suurin tarve jatkokoulutukseen. Millä seuraavista alueista aiot hankkia täydennyskoulutusta seuraavien 12 kuukauden aikana?***
 - *Sosiaalinen media*
 - *Strategiaviestintä*
 - *Liiketoiminnan parempi ymmärtäminen*
 - *Kansainvälinen viestintäosaaminen*
 - *Muilla alueilla, millä?*

Useimmin täydennyskoulutusta aiotaan hankkia sosiaalisesta mediasta (58 %). Joka kolmas (33 %) kokee tarvitsevansa lisäkoulutusta strategiaviestinnästä, joka neljäs (23 %) haluaa ymmärtää paremmin liiketoimintaa ja joka kuudes (16 %) aikoo kehittää kansainvälistä viestintäosaamistaan.

Tehtävänimikkeen mukaan tarkasteltuna tarve strategiaviestinnän täydennyskoulutukselle korostuu merkittävästi seuraavissa ryhmissä: verkkoviestintäpääälliköt/-suunnittelijat/-toimittajat/-tiedottajat/-tuottajat tai viestintäpääälliköt/-suunnittelijat.

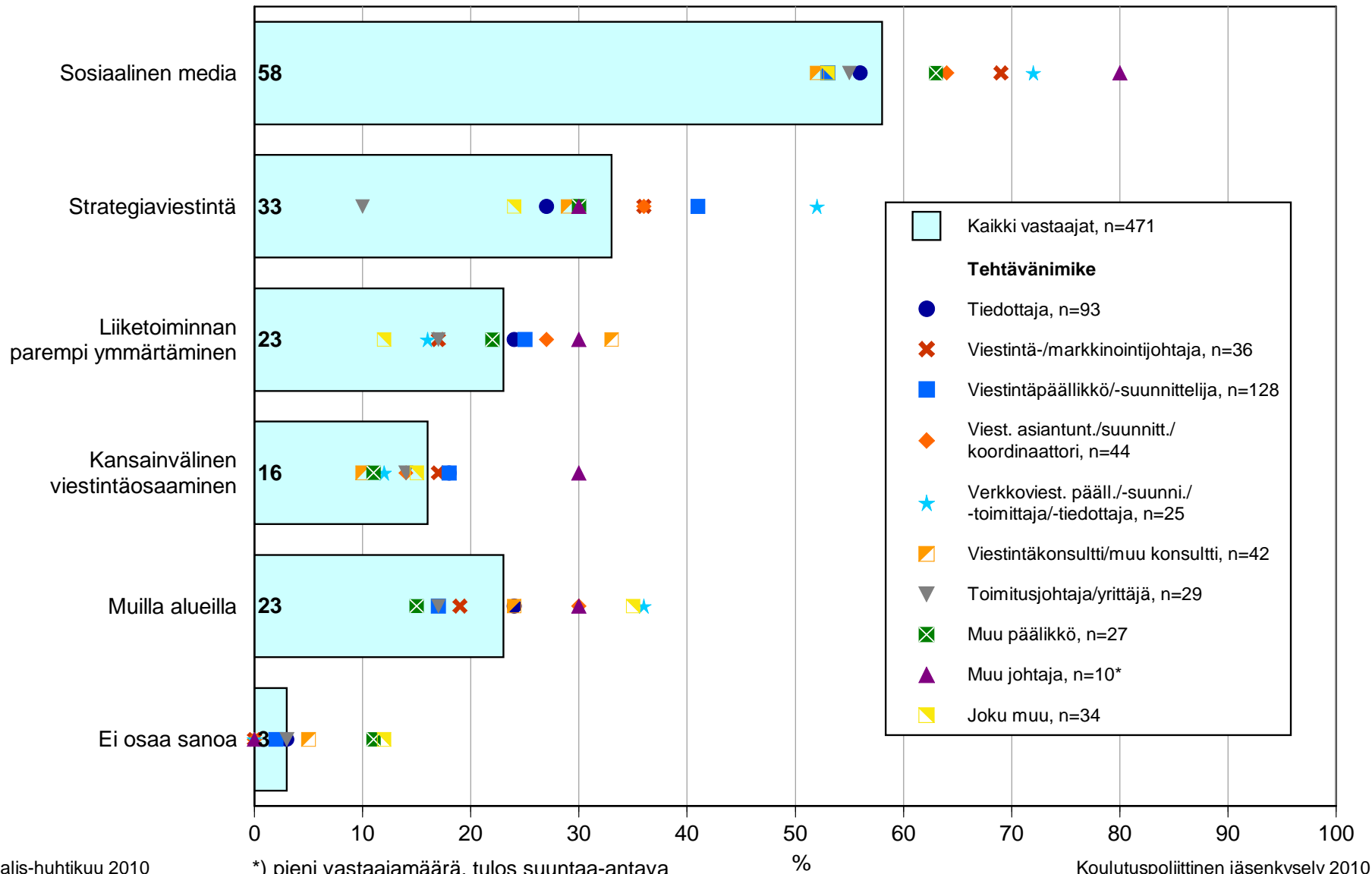
Millä seuraavista alueista aikoo hankkia täydennyskoulutusta seuraavan 12 kuukauden aikana

Kaikki vastaajat, n=471



Millä seuraavista alueista aikoo hankkia täydennyskoulutusta seuraavan 12 kuukauden aikana

n=kaikki vastaajat



Koulutusorganisaatioiden tunnettuus 1(2)

- Kaikilta vastaajilta (n=471) kysyttiin:
 - **Seuraavaksi kysymme, miten hyvin tunnet seuraavia viestinnän täydennyskoulutusta tarjoavia koulutusorganisaatioita?**
 - *Tunnen omakohtaisen kokemuksen (opiskelu/muu yhteistyö) kautta*
 - *Tunnen muuten (mediasta, mainoksista tms.)*
 - *En tunne*
- *Haaga-Helia ammattikorkeakoulu*
- *IIR Finland Oy*
- *Infor Oy*
- *Journalistiliitto*
- *Julkisen alan tiedottajat JAT ry*
- *Jyväskylän yliopiston täydennyskoulutuskeskus*
- *Kauppakamarit*
- *Koulutus- ja kehittämiskeskus Palmenia – Helsingin yliopisto*
- *Mainostajien liitto*
- *MARK – Suomen Markkinointiliitto ry*
- *Markkinointiviestinnän Toimistojen Liitto MTL*
- *Markkinointi-instituutti*
- *ProCom Oy*
- *Rastor Oy*
- *Talentum Koulutus*
- *Viestinnän asiantuntijoiden ammattijärjestö TAJ ry*
- *WSOYPro Oy*

Koulutusorganisaatioiden tunnettuus 2(2)

Kokonaistunnettuus:

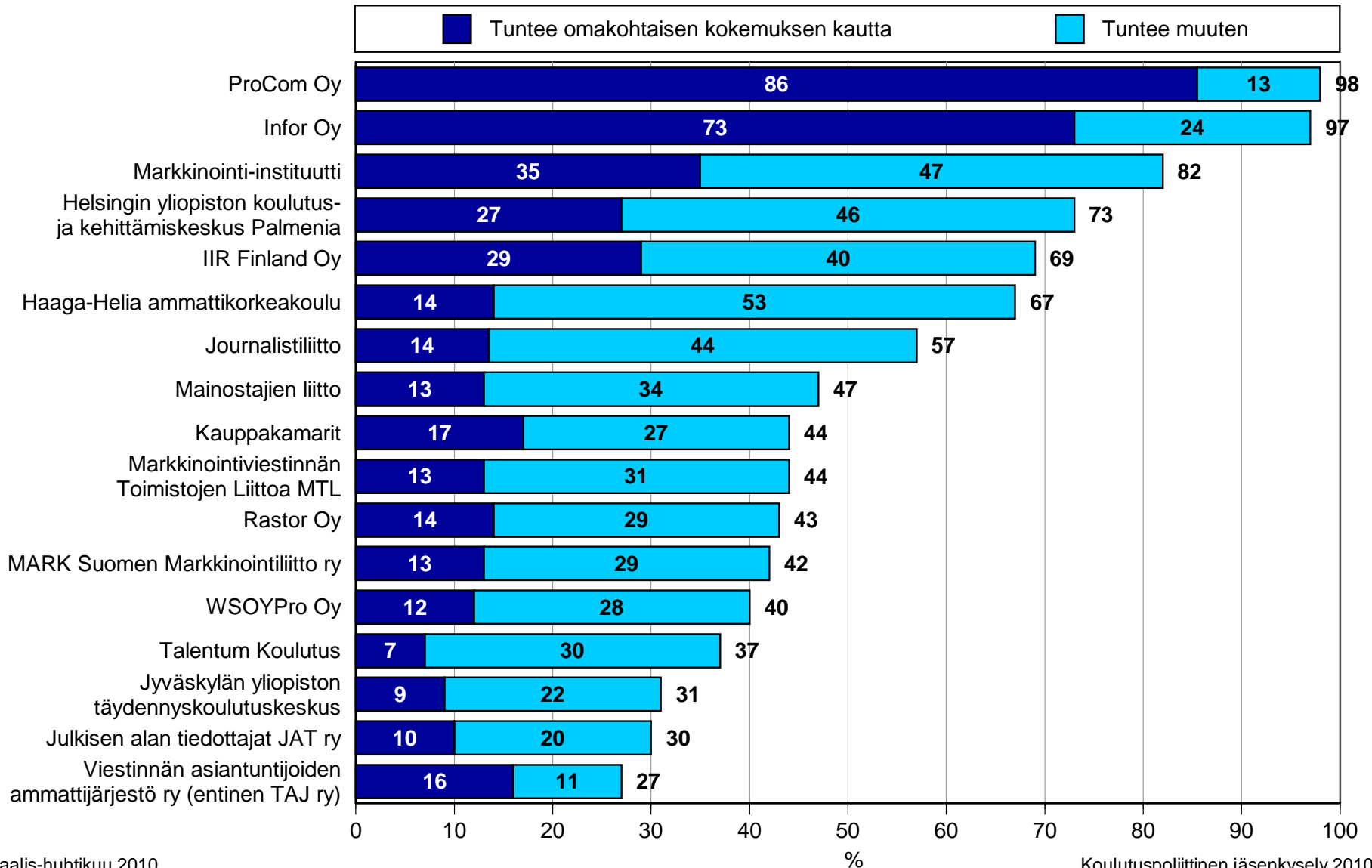
- Käytännöllisesti katsoen kaikki tuntevat ProComin (98 % tuntee ainakin mediasta, mainoksista tms.) ja Inforin (97 %). Seuraavaksi tunnetuimpia ovat Markkinointi-instituutti (82 %), Koulutus- ja kehittämiskeskus Palmenia (73 %), IIR Finland (69 %), Haaga-helia ammattikorkeakoulut (67 %) sekä Journalistiliitto (57 %).
- Heikoiten tunnetaan Viestinnän asiantuntijoiden ammattijärjestö TAJ ry (73 % ei tunne lainkaan), Julkisen alan tiedottajat JAT ry (70 %), Jyväskylän täydennyskoulutuskeskus (69 %) sekä Talentum Koulutus (63 %). Valtaosa ei tunne myöskään seuraavia organisaatioita: WSOYPro (60 %), MARK – Suomen Markkinointiliitto (58 %), Rastor (57 %), Kauppakamarit (56 %), Markkinointi- viestinnän Toimistojen Liitto MTL (55 %) ja Mainostajien liitto (53 %).

Tuttu omakohtaisen kokemuksen kautta:

- Yleisimmin omakohtaisia kokemuksia on ProComista (86 %) ja Inforista (73 %). Seuraavaksi useimmin ollaan oltu tekemisissä Markkinointi-instituutin (35 %), IIR Finlandin (29 %) sekä Koulutus- ja kehittämiskeskus Palmenian (27 %) kanssa.

Koulutusorganisaatioiden tunnettuus

Kaikki vastaajat, n=471



Mielikuvat organisaatioiden koulutustarjonnasta 1(2)

- Niiltä vastaajilta, jotka tuntevat kyseisen koulutusorganisaation kysyttiin:

- ***Miten hyvin mielestäsi seuraavat väittämät sopivat kuvaamaan seuraavien koulutusorganisaatioiden koulutustarjontaa?***

5=Sopii erittäin hyvin, 4=sopii melko hyvin, 3=ei sovi hyvin eikä huonosti, 2=sopii melko huonosti ja 1=sopii erittäin huonosti

- ***Hyvä hinta-laatu –suhde***
- ***Tarjoaa hyödyllistä koulutusta***
- ***Tarjoaa ajankohtaista koulutusta***

Hyvä hinta-laatu-suhde

- Useimmin väittäjä sopii erittäin tai melko hyvin seuraaviin organisaatioihin:
 - *ProCom Oy* (66 %)
 - *Helsingin yliopiston koulutus- ja kehittämiskeskus Palmenia* (54 %)
 - *Infor Oy* (53 %)
 - *Viestinnän asiantuntijoiden ammattijärjestö TAJ ry* (51 %)

Mielikuvat organisaatioiden koulutustarjonnasta 2(2)

Tarjoaa hyödyllistä koulutusta

- Useimmin väittäjä sopii erittäin tai melko hyvin seuraaviin organisaatioihin:
 - *Infor Oy* (87 %)
 - *ProCom Oy* (85 %)
 - *Markkinointi-instituutti* (64 %)
 - *Helsingin yliopiston koulutus- ja kehittämiskeskus Palmenia* (64 %)

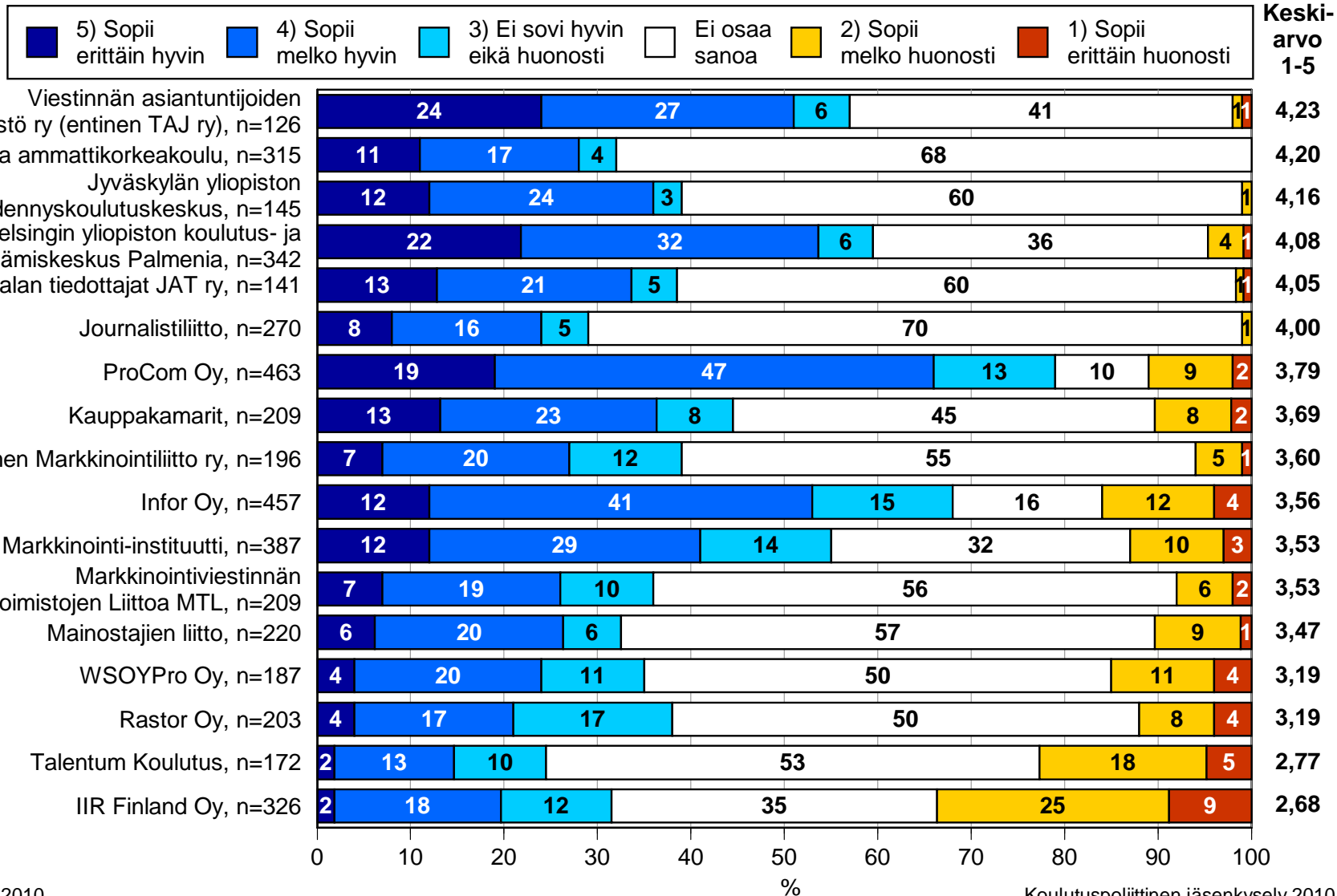
Tarjoaa ajankohtaista koulutusta

- Useimmin väittäjä sopii erittäin tai melko hyvin seuraaviin organisaatioihin:
 - *ProCom Oy* (86 %)
 - *Infor Oy* (83 %)
 - *IIR Finland Oy* (58 %)

Väitteiden sopivuus eri koulutusorganisaatioille

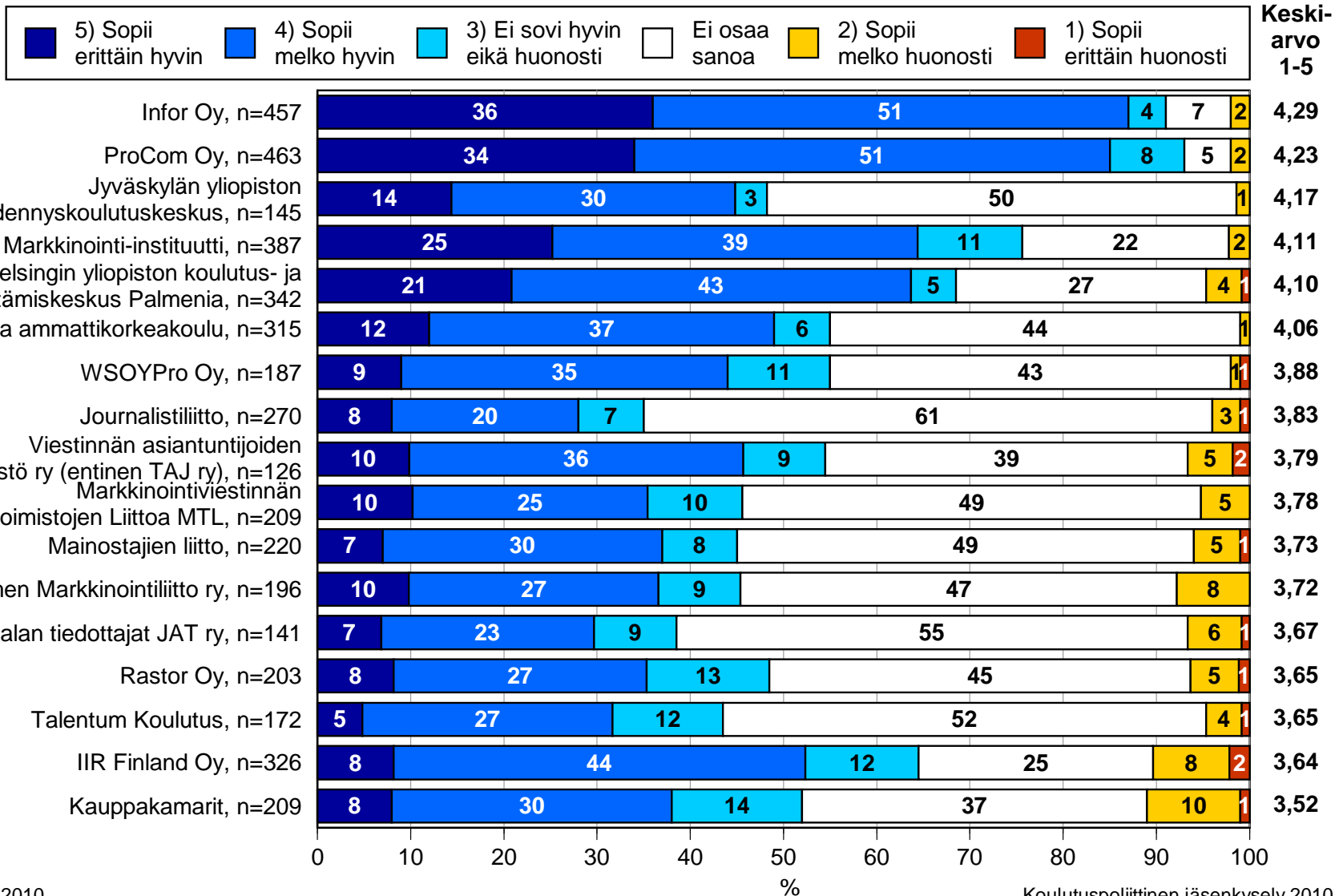
Hyvä hinta-laatu -suhde

n=tuntee yrityksen



Väitteiden sopivuus eri koulutusorganisaatioille
 Tarjoaa hyödyllistä koulutusta

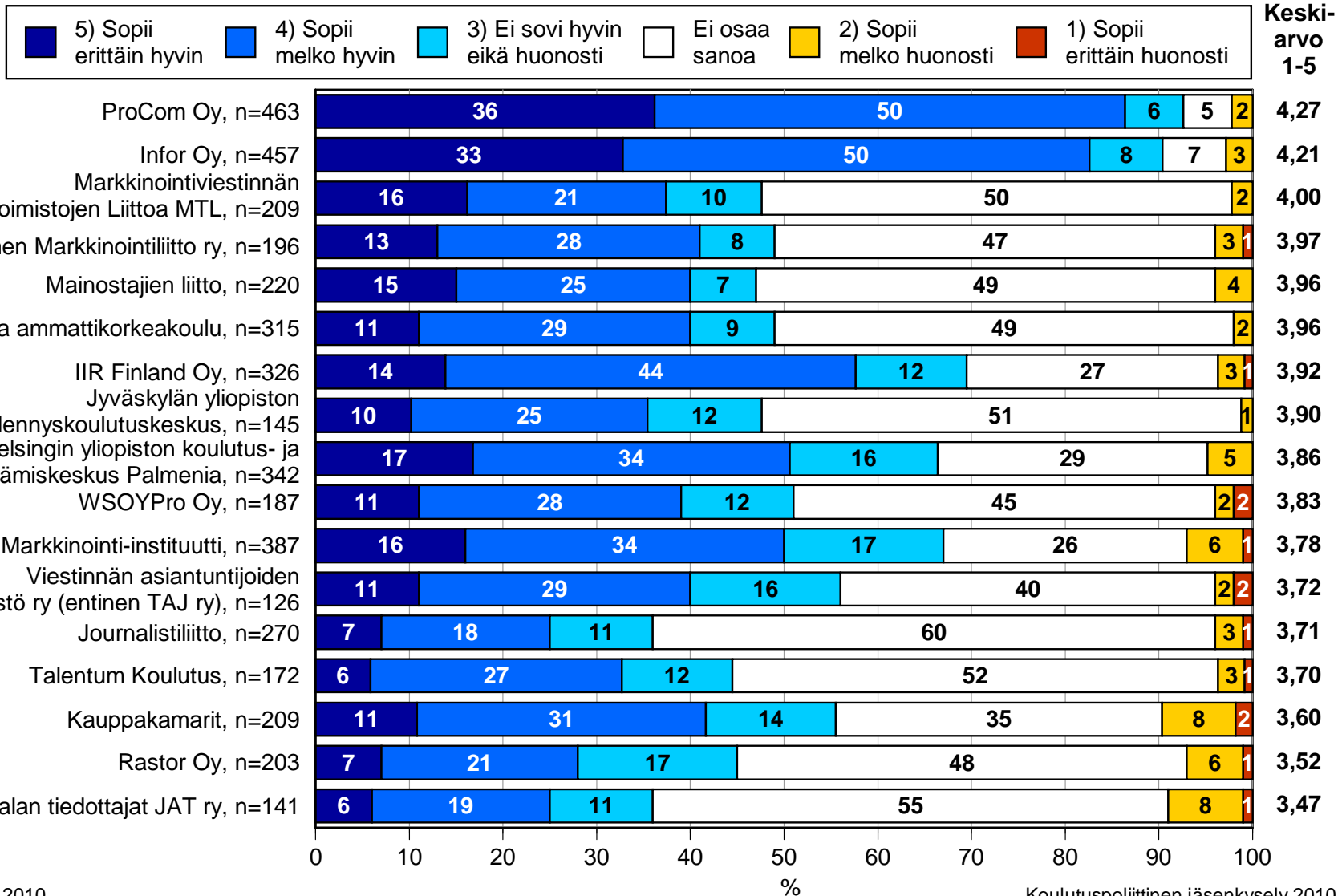
n=tuntee yrityksen



Väitteiden sopivuus eri koulutusorganisaatioille

Tarjoaa ajankohtaista koulutusta

n=tuntee yrityksen



Osaamisen kehittäminen

Vastaajille kerrottiin, että tässä osiossa käsitellään viestinnän ammattilaisille tärkeitä osaamisalueita. Vastaajia pyydettiin arvioimaan kullakin alueella:

- nykyistä osaamistaan sekä
- tulevaa osaamisen tarvetta

Nykyinen ja tuleva osaaminen eri alueilla 1(2)

- **Arvioi nykyinen osaamisesi sekä mikä osaamisesi taso tulisi olla seuraavilla osa-alueilla kahden vuoden kuluttua** (Asteikolla: 5 = hallitsen vaativan tason, kehitän ja opetan muita, 4 = asiantuntija, hallitsen asian itsenäisesti, 3 = osaan asian, mutta tarvitsen tukea, 2 = tunnen perusteet ja rutiinit, 1 = minulla on jonkin verran osaamista, 0=ei osaamista/kokemusta)
 - *Brändi- ja markkinointiviestintä*
 - *Yhteiskuntavastuuviestintä*
 - *Yhteisö- tai työnantajakuvan kehittäminen*
 - *Verkkoviestintä*
 - *Sosiaalinen media*
 - *Liiketoimintaosaaminen*
 - *Projektinhallinta ja -johtaminen*
 - *Viestintätaitojen kouluttaminen, valmennus*
 - *Visuaalinen viestintä*
 - *Julkaisujen teko*
 - *Kirjoittaminen*
 - *Työelämän esiintymistaidot*
 - *Vuorovaikutustaidot*
 - *Sidosryhmäsuhteiden hoito*
 - *Mediasuhteiden hoito*
- *Johtamis- ja esimiesviestinnän tukeminen valmentamalla muita*
- *Omat johtamis- ja esimiesviestintätaidot*
- *Viestinnän suunnittelu ja johtaminen*
- *Kansainvälinen viestintä*
- *Kulttuurienvälinen viestintä*
- *Kriisiviestintä*
- *Muutosviestintä*
- *Sisäinen viestintä*
- *Strateginen viestintä*
- *Viestinnän seuranta ja mittaaminen*
- *Ennakointi ja luotaus*
- *Talous- ja sijoittajaviestintä*
- *Vaikuttaminen (esim. lobbaus)*

Nykyinen ja tuleva osaaminen eri alueilla 2(2)

Nykyinen osaaminen:

- Kirjoittaminen hallitaan selvästi parhaiten tutkituista osaamisalueista (88 % hallitsee vaativan tason, kehittää ja opettaa muita + on asiantuntija, hallitsee asian itsenäisesti).
- Seuraavaksi parhaiten hallitaan vuorovaikutustaidot (78 %) ja sisäinen viestintä (72 %).
- Useimmin osaamista tai kokemusta puuttuu seuraavilla osa-alueilla: Talous- ja sijoittajaviestintä (25 %) sekä vaikuttaminen, lobbaus (24 %).

Osaaminen kahden vuoden kuluttua:

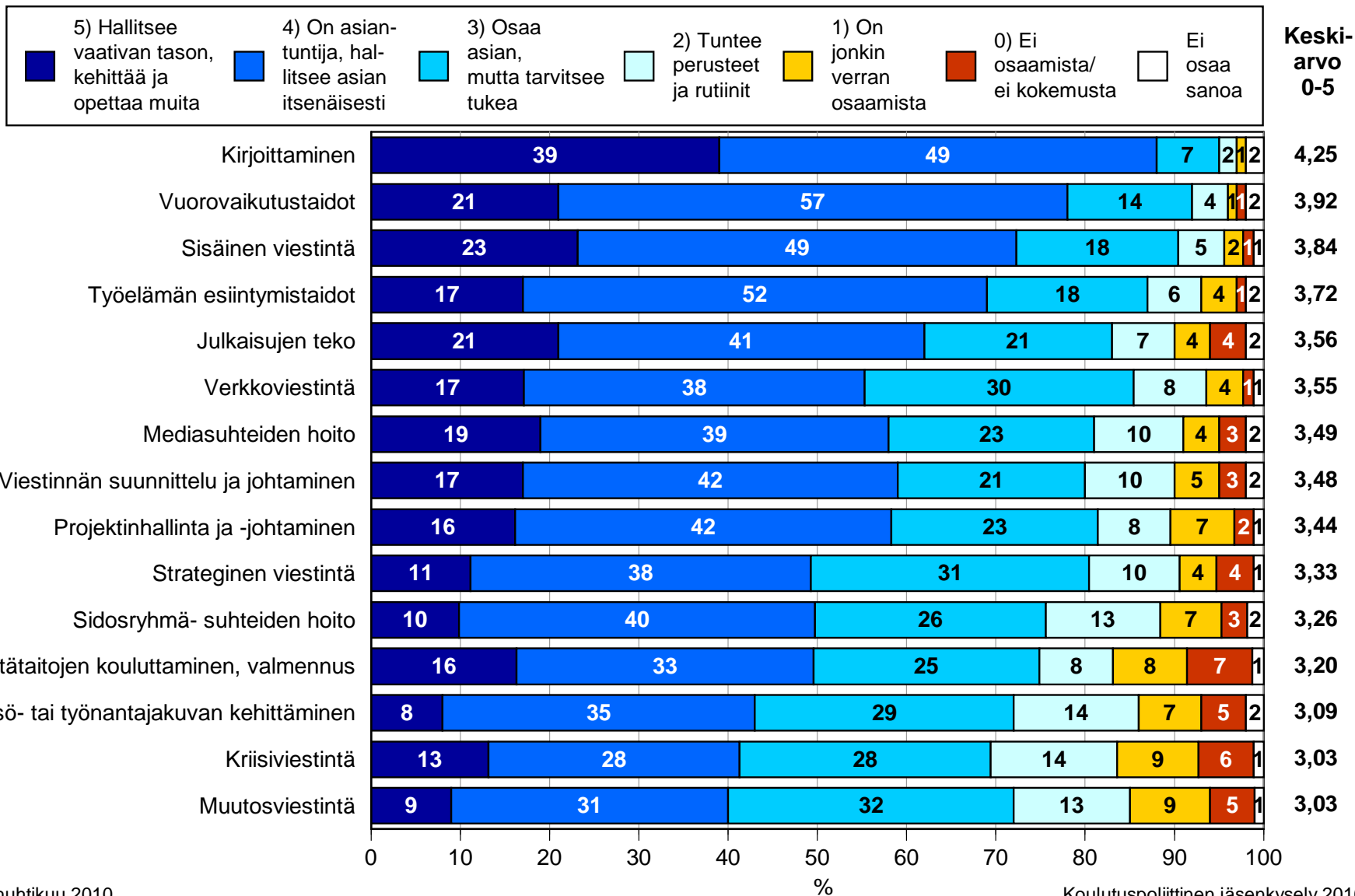
- Samat yllämainitut osaamisalueet sijoittuvat myös osaamistason huipulle ja hännille arvioitaessa osaamisen tavoitetasoa kahden vuoden kuluttua.

Suurimmat aukot osaamisessa nyt verrattuna kahden vuoden kuluttua:

- Suurin aukko tämänhetkisen osaamisen ja tavoitetason kesken on seuraavilla osa-alueilla: sosiaalinen media (24 % vrt. 78 % hallitsee vaativan tason, kehittää ja opettaa muita + on asiantuntija, hallitsee asian itsenäisesti), yhteiskunta- ja vastuuviestintä (22 % vrt. 59 %), viestinnän seuranta ja mittaaminen (32 % vrt. 66 %), strateginen viestintä (49 % vrt. 82 %) sekä muutosviestintä (40 % vrt. 73 %).

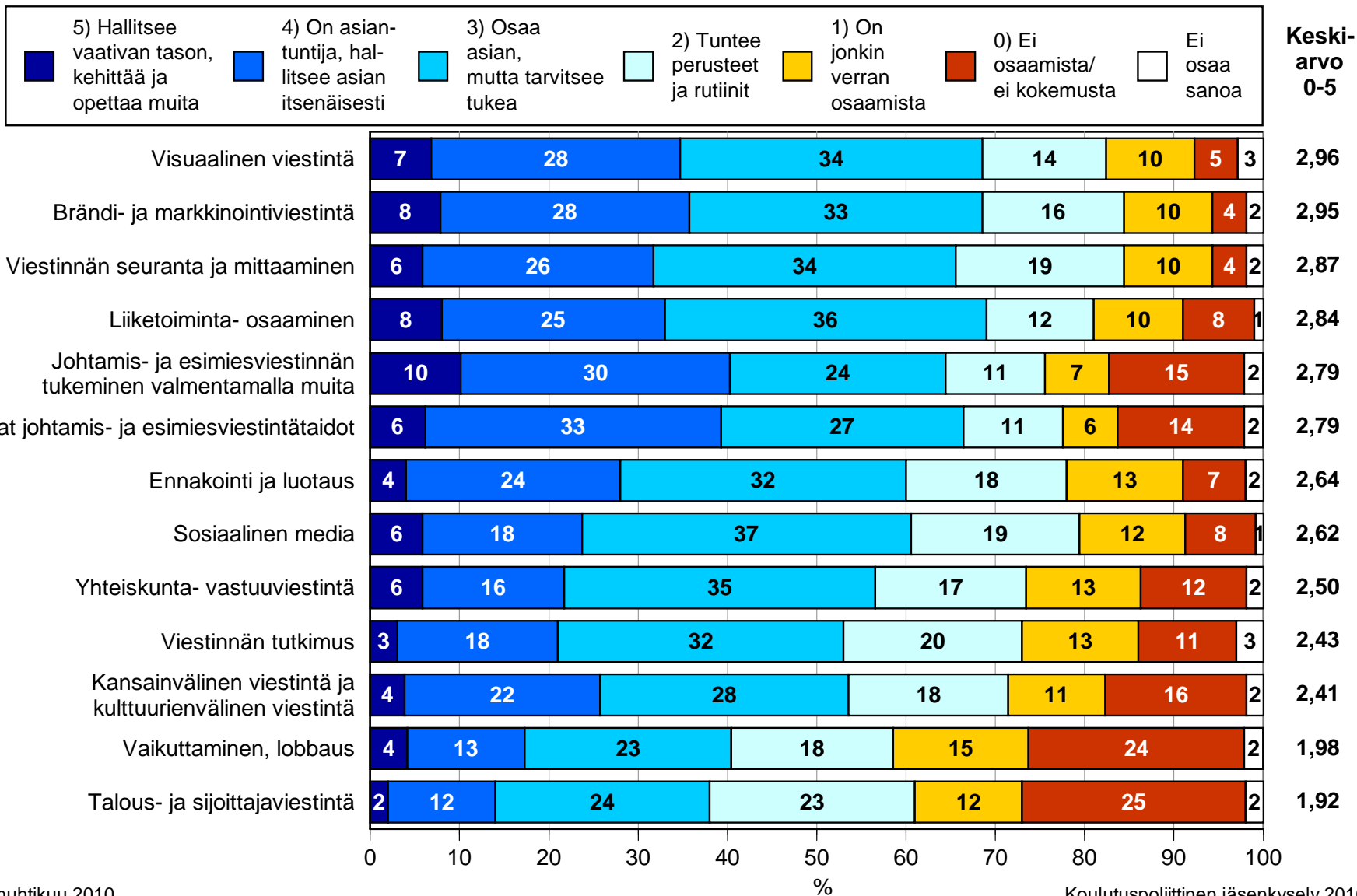
Nykyinen osaaminen seuraavilla alueilla 1(2)

Kaikki vastaajat, n=471



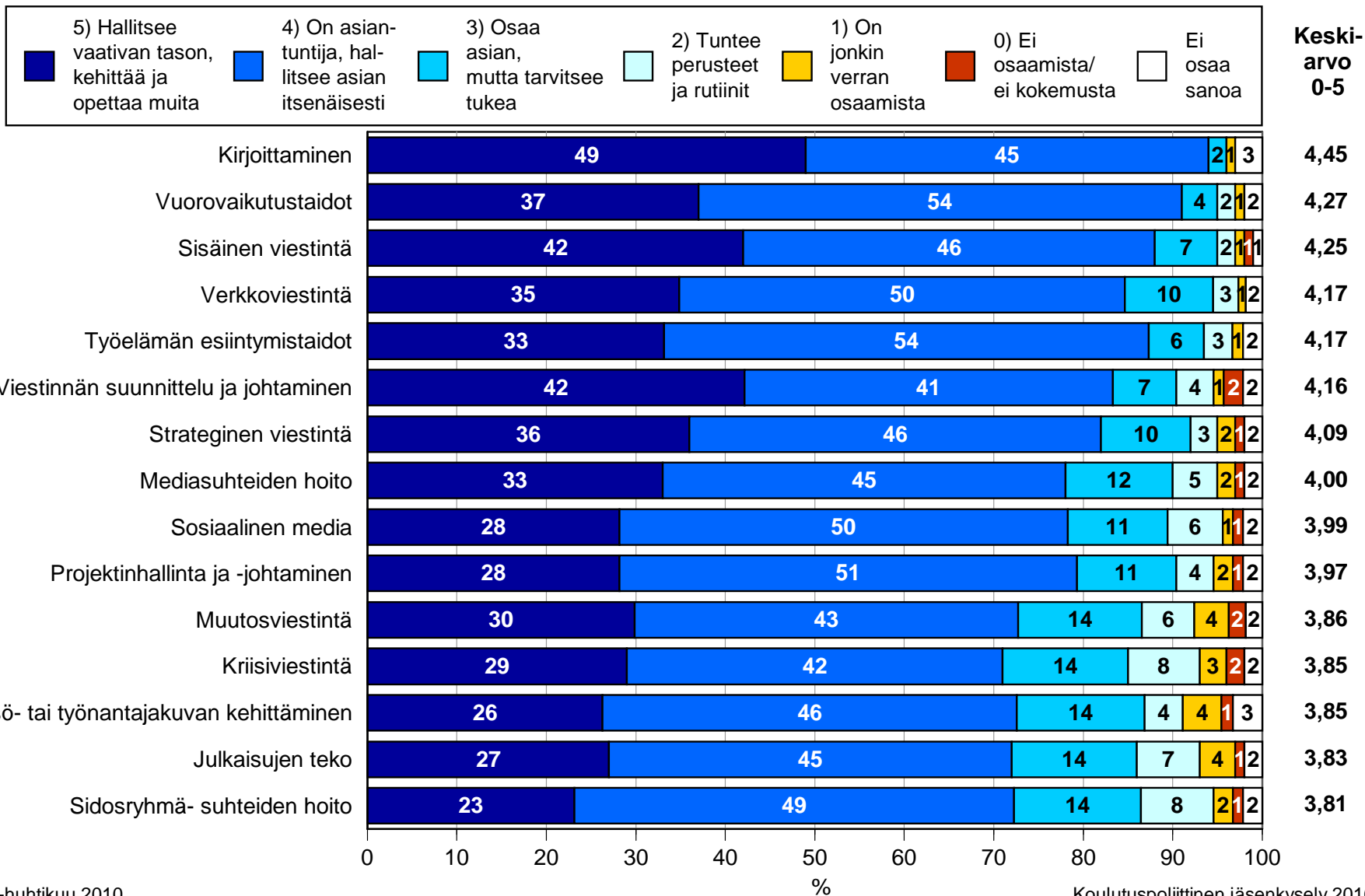
Nykyinen osaaminen seuraavilla alueilla 2(2)

Kaikki vastaajat, n=471



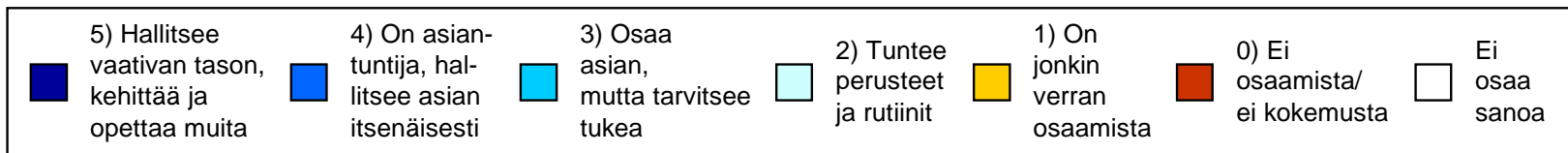
Tuleva osaaminen seuraavilla alueilla 1(2)

Kaikki vastaajat, n=471

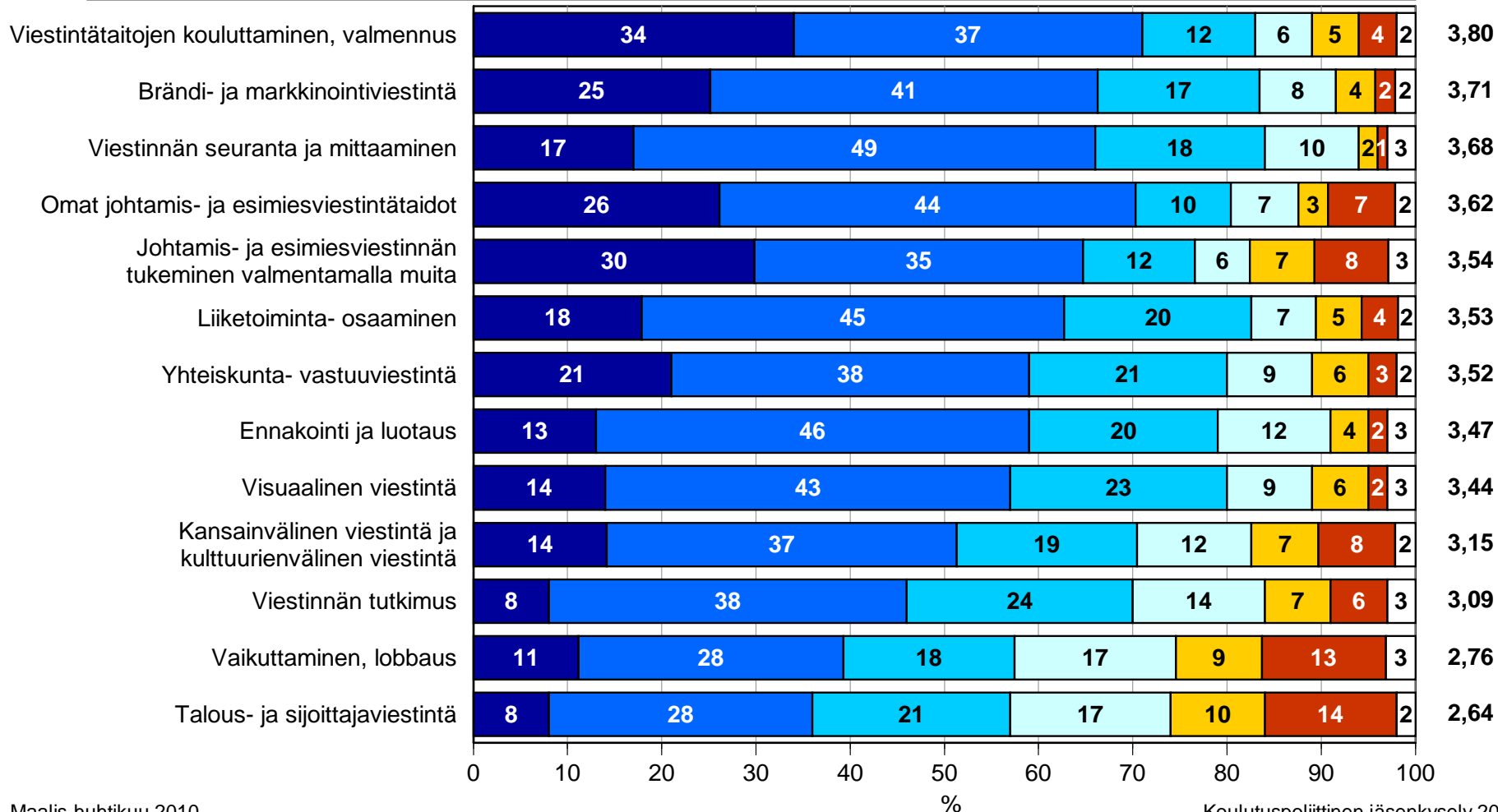


Tuleva osaaminen seuraavilla alueilla 2(2)

Kaikki vastaajat, n=471

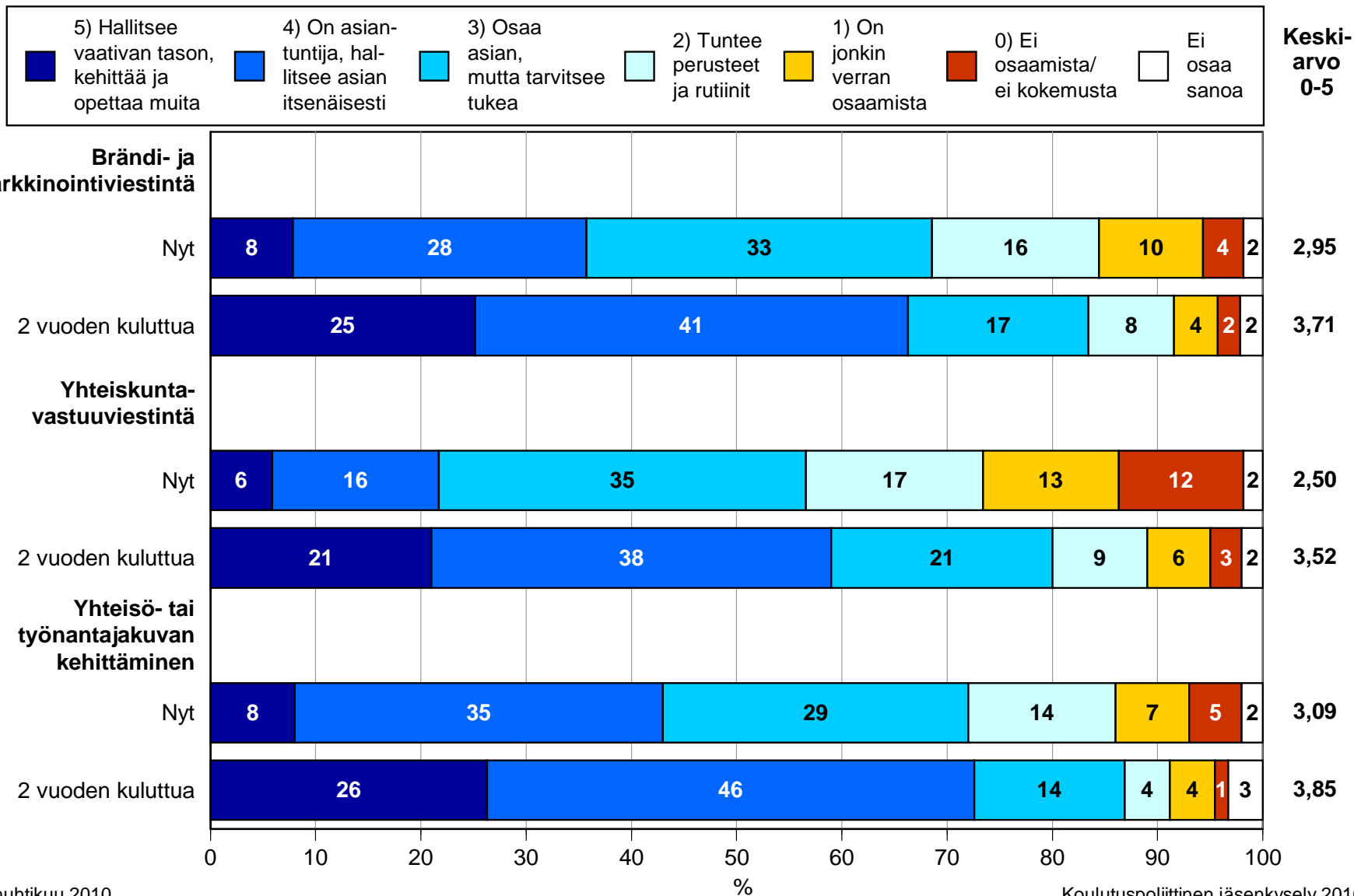


Keskiarvo 0-5



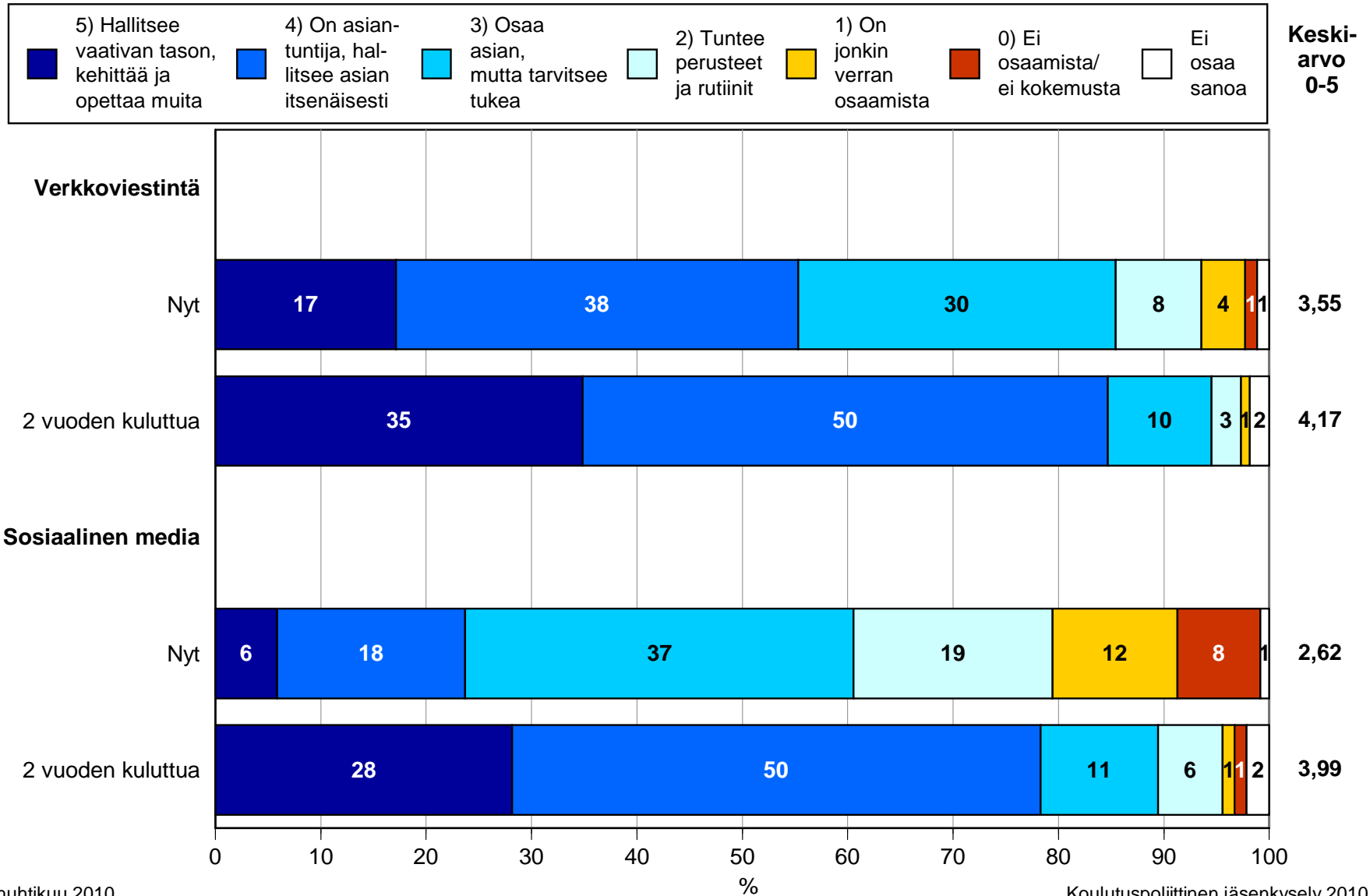
Nykyinen ja tuleva osaaminen seuraavilla alueilla

Kaikki vastaajat, n=471



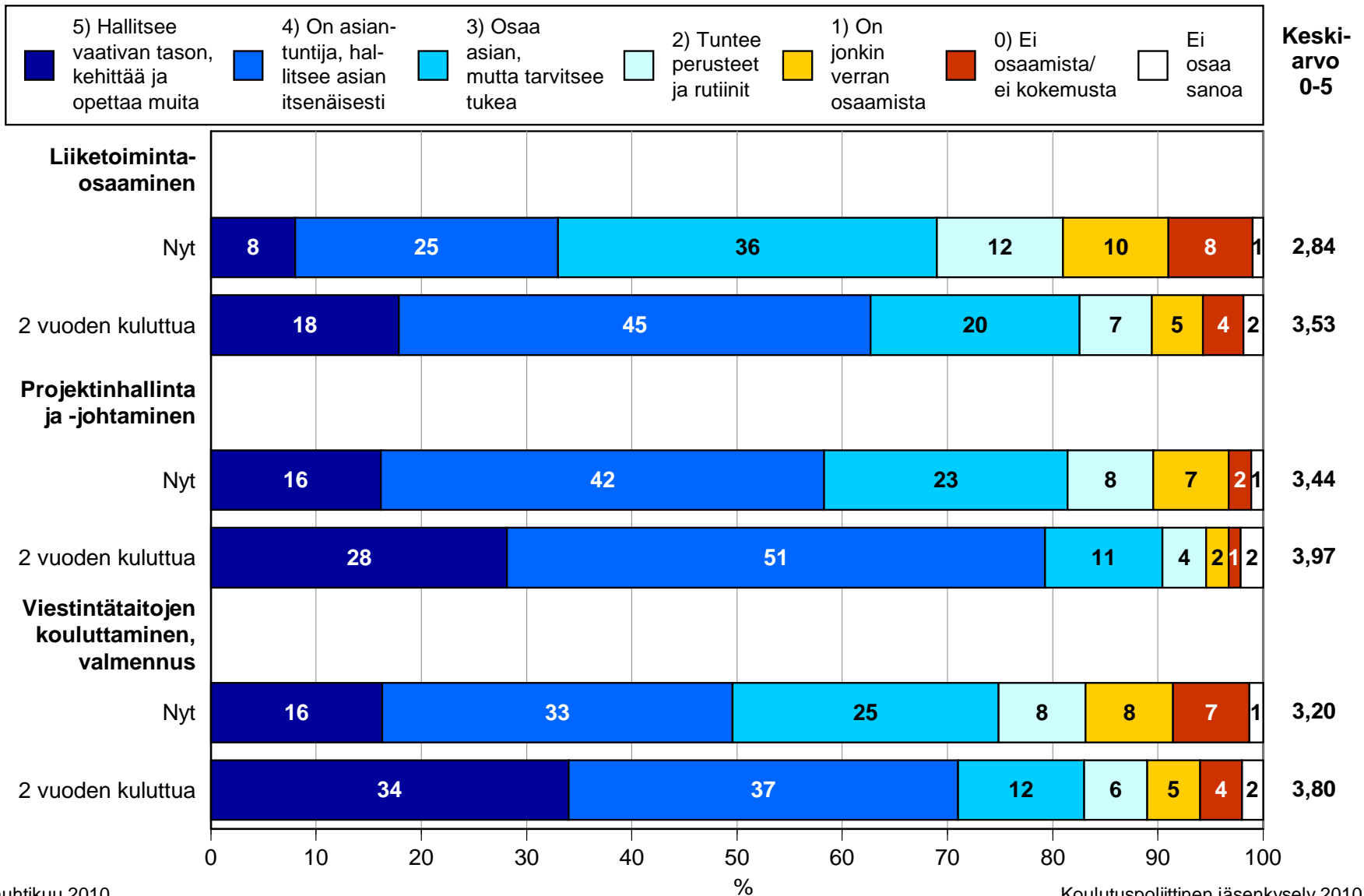
Nykyinen ja tuleva osaaminen seuraavilla alueilla

Kaikki vastaajat, n=471



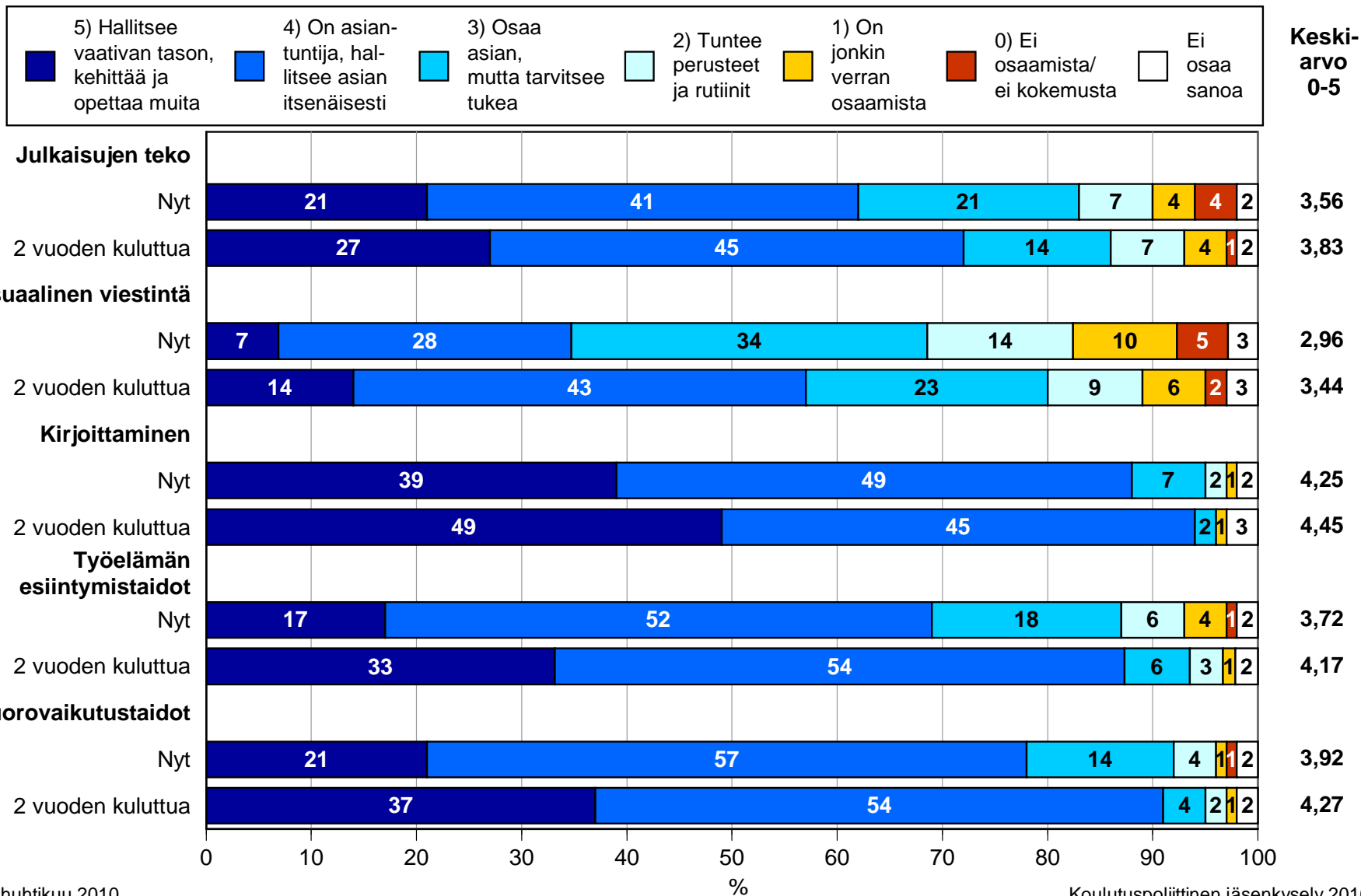
Nykyinen ja tuleva osaaminen seuraavilla alueilla

Kaikki vastaajat, n=471



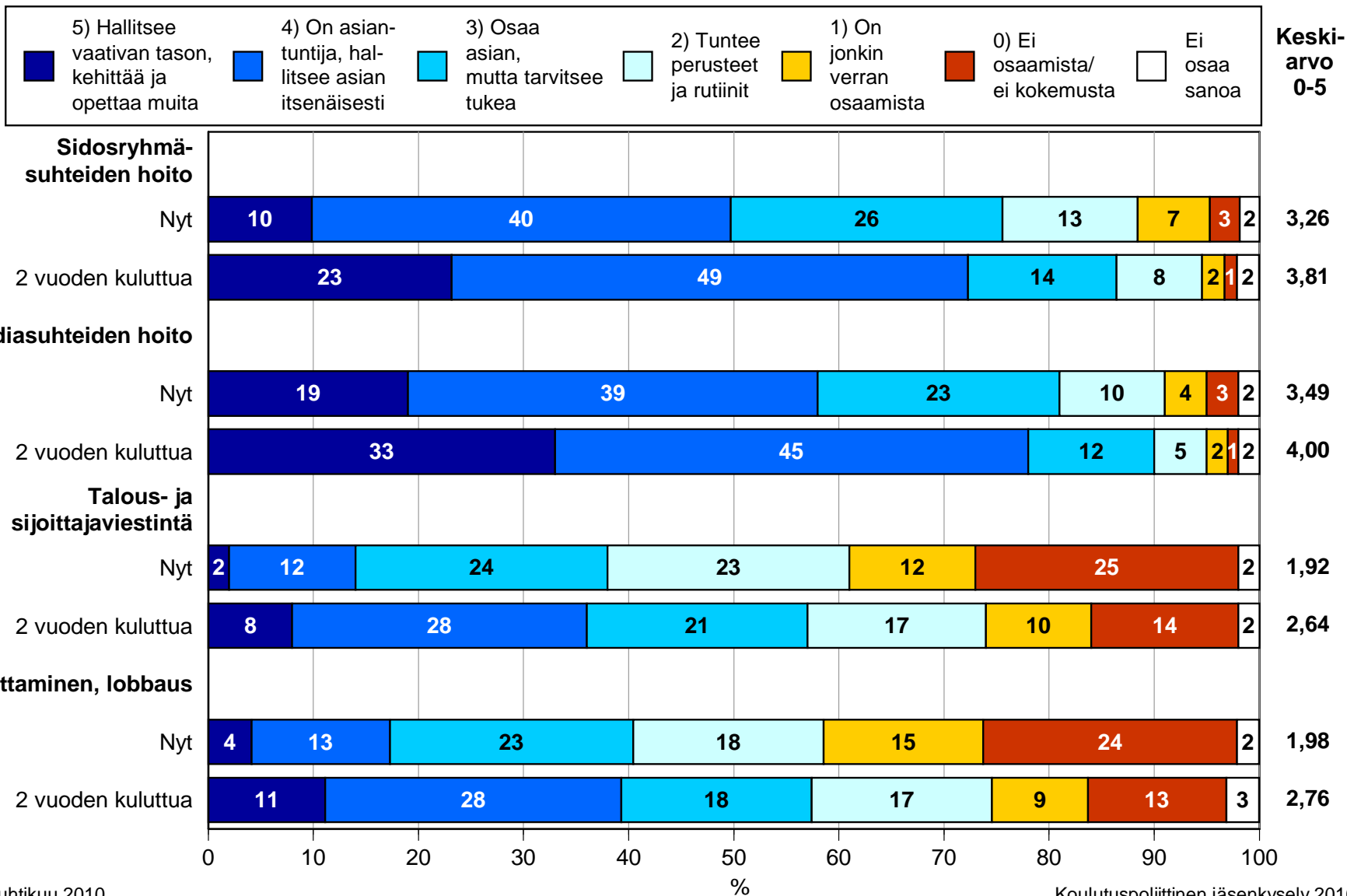
Nykyinen ja tuleva osaaminen seuraavilla alueilla

Kaikki vastaajat, n=471



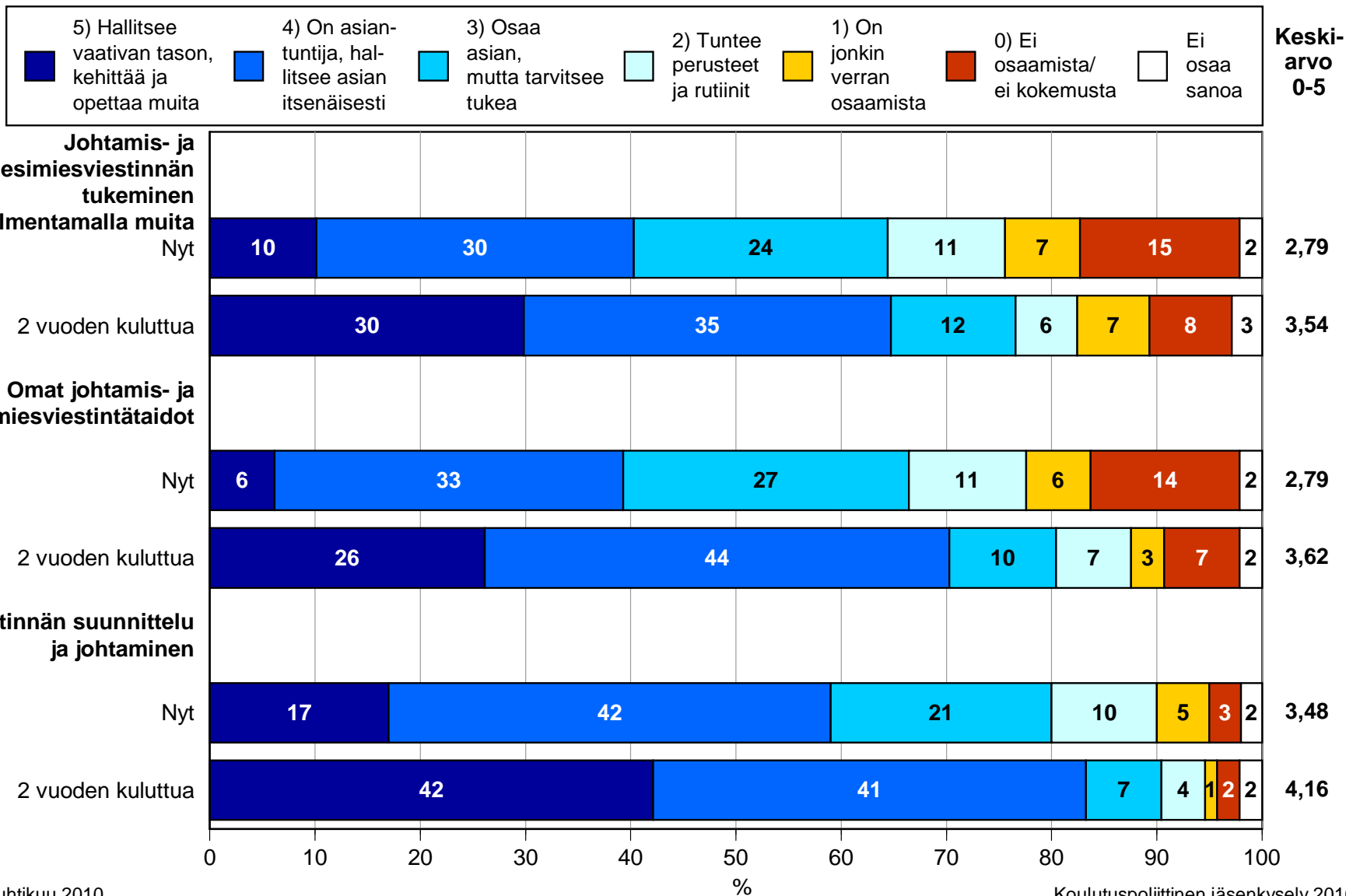
Nykyinen ja tuleva osaaminen seuraavilla alueilla

Kaikki vastaajat, n=471



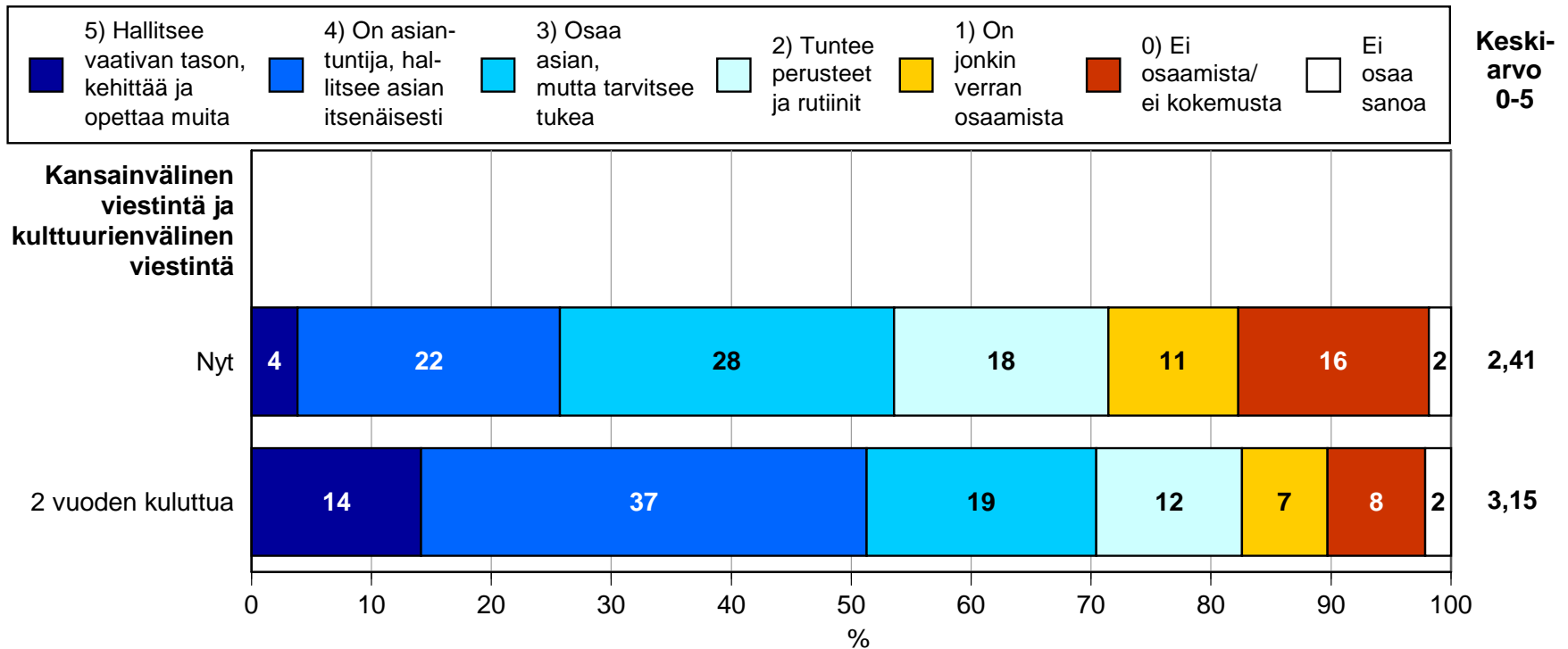
Nykyinen ja tuleva osaaminen seuraavilla alueilla

Kaikki vastaajat, n=471



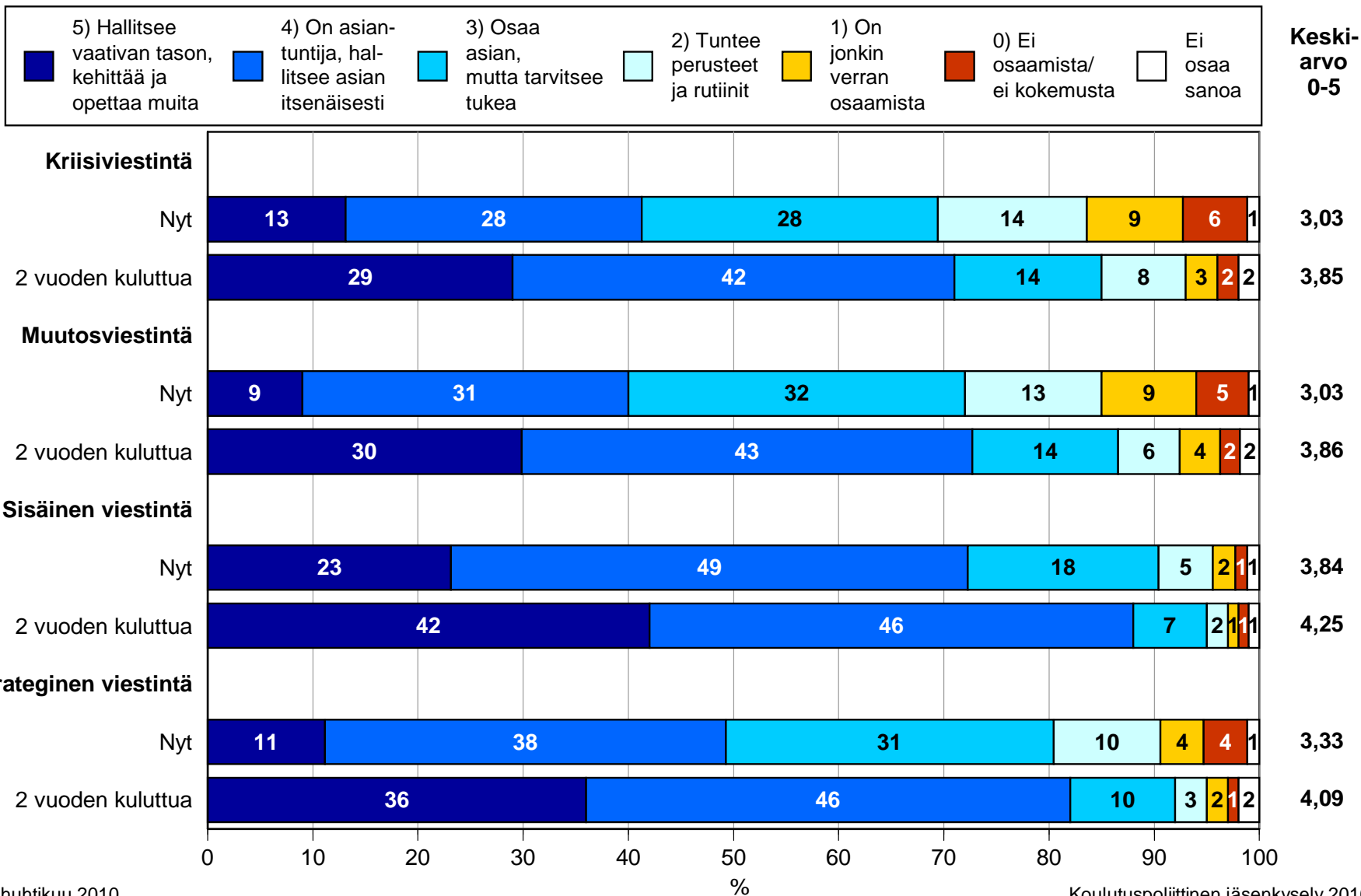
Nykyinen ja tuleva osaaminen seuraavilla alueilla

Kaikki vastaajat, n=471



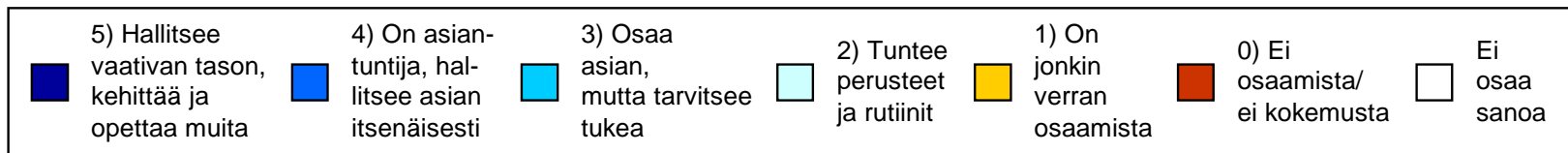
Nykyinen ja tuleva osaaminen seuraavilla alueilla

Kaikki vastaajat, n=471

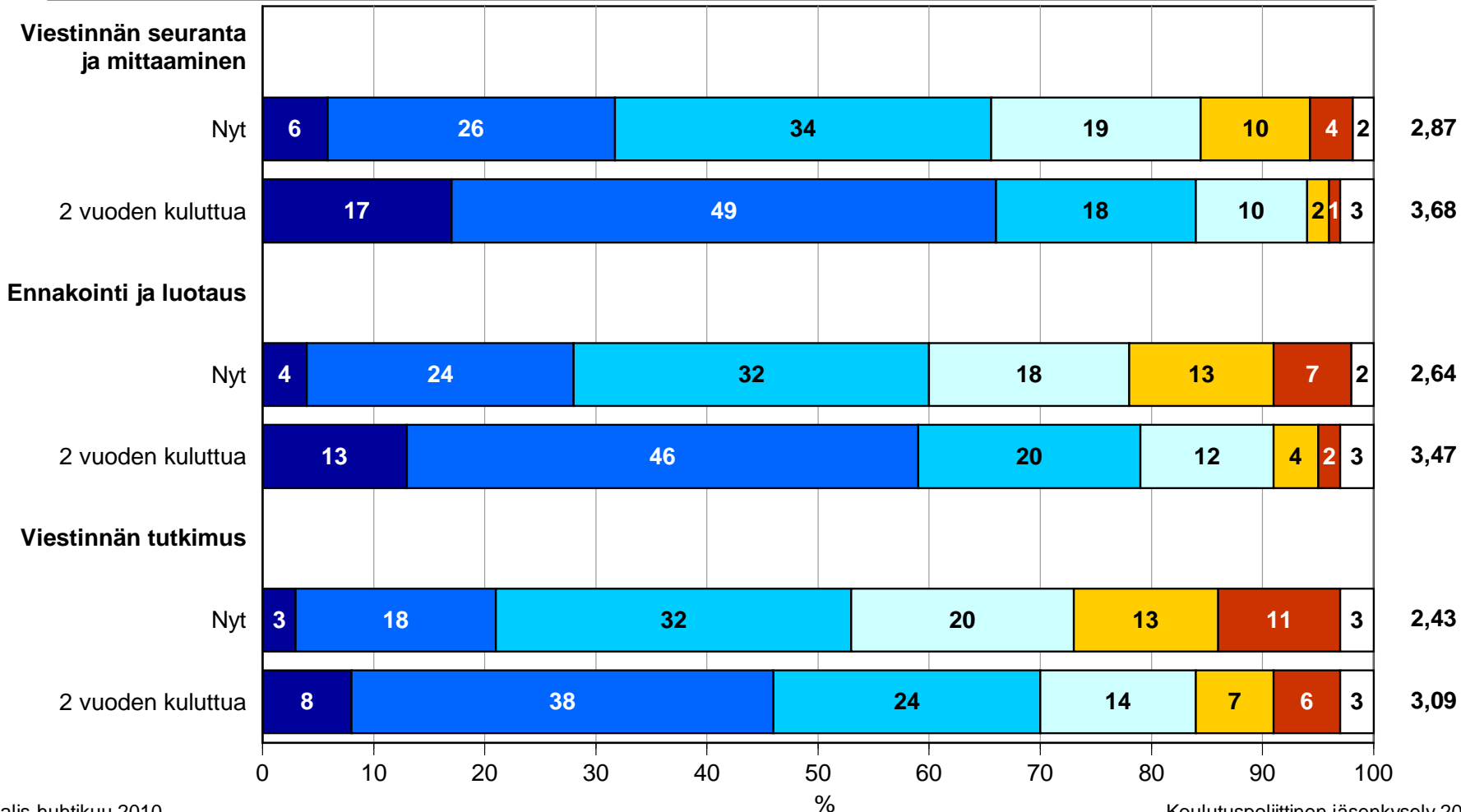


Nykyinen ja tuleva osaaminen seuraavilla alueilla

Kaikki vastaajat, n=471



Keskiarvo 0-5



Tärkeimmät keinot osaamisen kehittämisessä

Kaikilta vastaajilta (n=471) kysyttiin:

- **Mitä pidät tärkeimpinä keinoina oman osaamisesi kehittämisessä?**

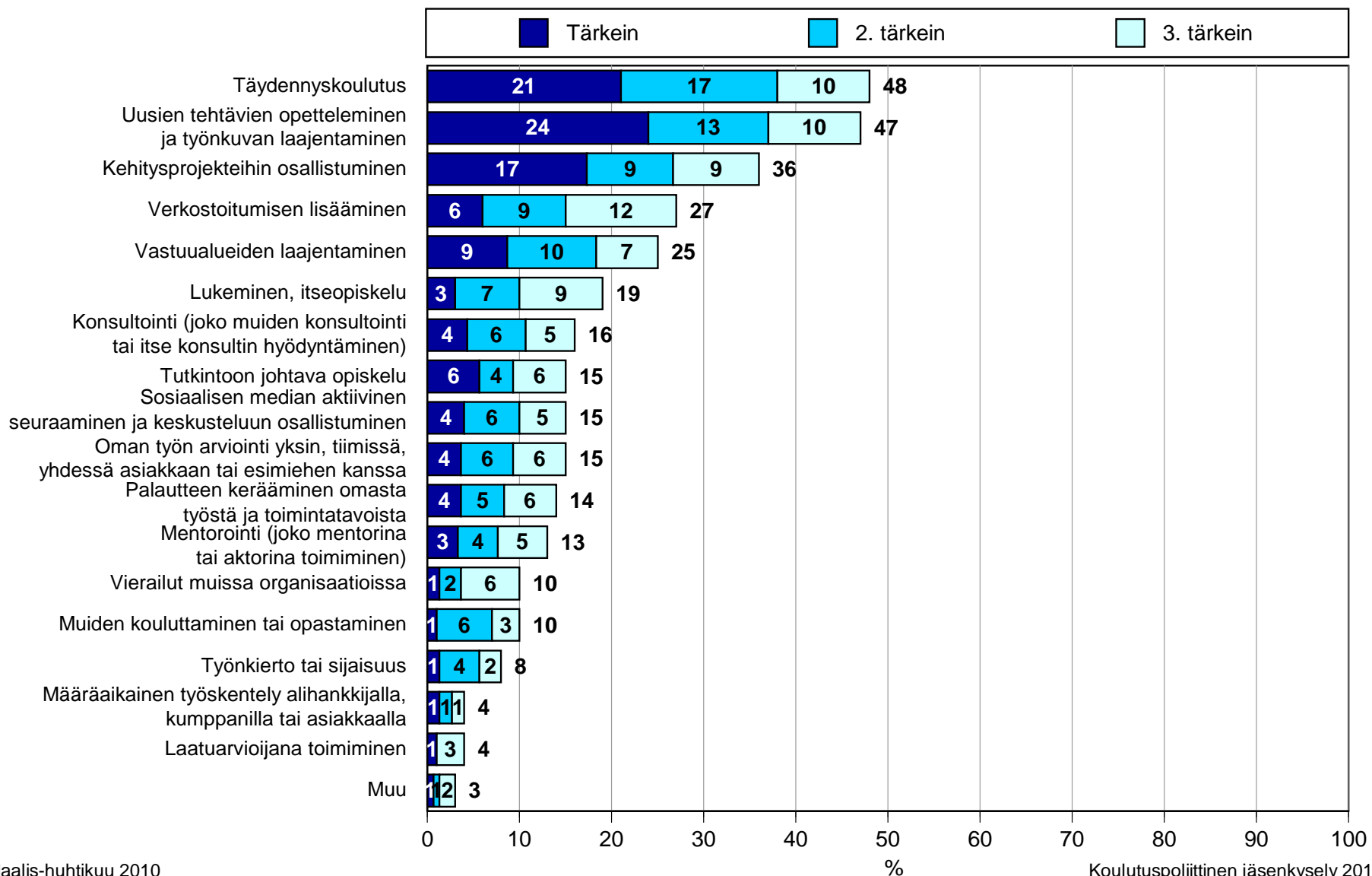
Valitse KOLME keinoa tärkeysjärjestyksessä.

- Kehitysprojekteihin osallistuminen
- Tutkintoon johtava opiskelu
- Konsultointi (muiden tai itse)
- Työnkierto tai sijaisuus
- Laatuarvioijana toimiminen
- Täydennyskoulutus
- Lukeminen, itseopiskelu
- Uusien tehtävien opetteleminen ja työnkuvan laajentaminen
- Mentorointi (mentorina tai aktorina)
- Vastuualueiden laajentaminen
- Muiden kouluttaminen tai opastaminen
- Verkostoitumisen lisääminen
- Määräaikainen työskentely alihankkijalla kumppanilla tai asiakkaalla
- Vierailut muissa organisaatioissa
- Muu, mikä?
- Oman työn arviointi yksin, tiimissä, yhdessä asiakkaan, esimiehen kanssa
- Palautteen kerääminen omasta työstä ja toimintatavoista
- Sosiaalisen median aktiivinen seuraaminen ja keskusteluun osallistuminen

Tärkeimpinä keinoina oman osaamisen kehittämisessä pidetään täydennyskoulusta (48 % pitää 1.- 3. tärkeimpänä) sekä uusien tehtävien opettelemista ja työnkuvan laajentamista (47 %). Hieman yli kolmannes (36 %) kokee myös kehitysprojekteihin osallistumisen tärkeänä.

Kolme tärkeintä keinoa oman osaamisen kehittämisessä

Kaikki vastaajat, n=471



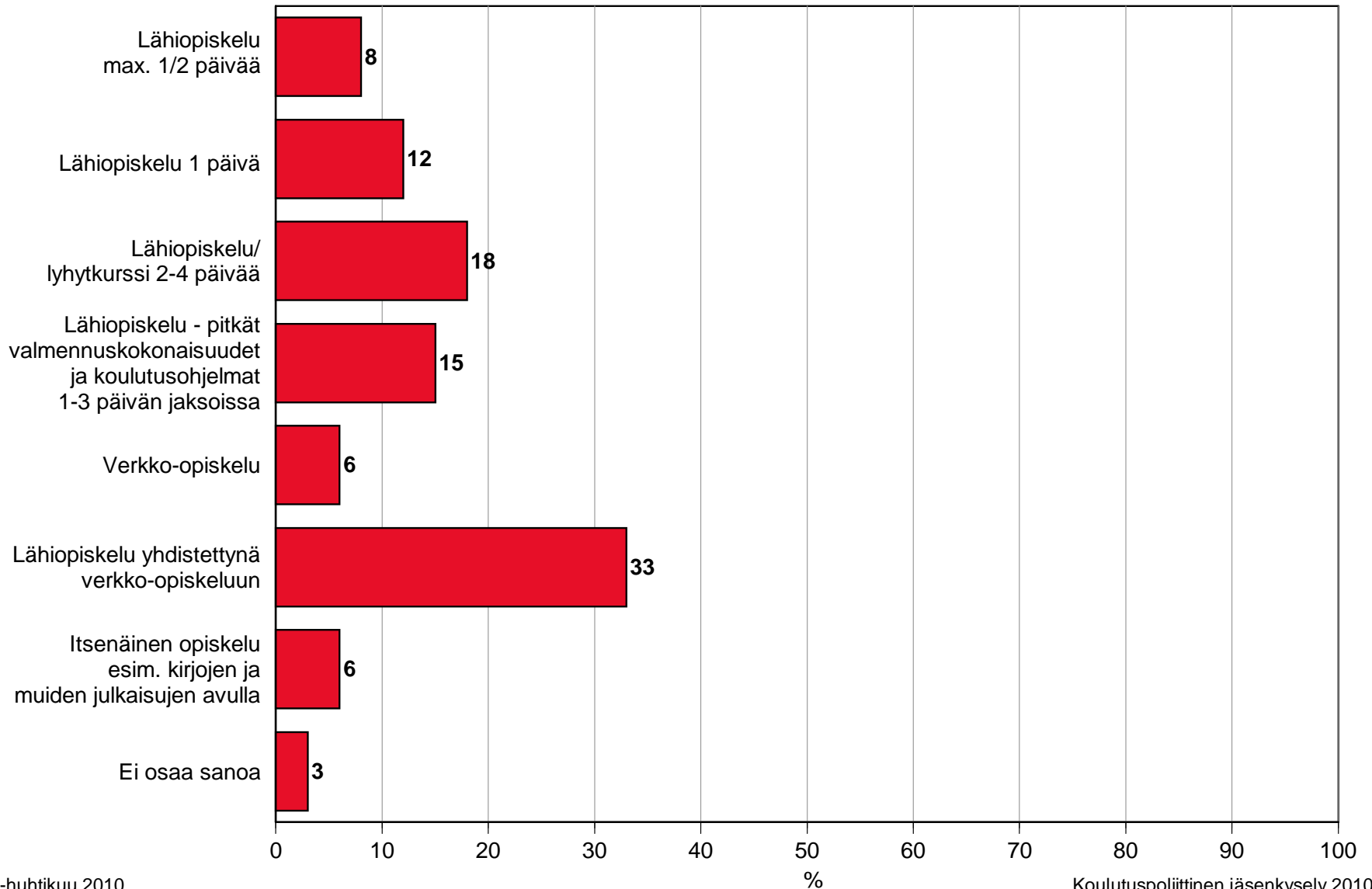
Sopivin opiskelumuoto

- Kaikilta vastaajilta (n=471) kysyttiin:
 - **Mikä seuraavista opiskelumuodoista sopii sinulle parhaiten?**
 - Lähiopiskelu ½ päivää
 - Lähiopiskelu 1 päivä
 - Lähiopiskelu - lyhytkurssi 2-4 päivää
 - Lähiopiskelu - pitkät valmennuskokonaisuudet ja koulutusohjelmat 1-3 päivän jaksoissa
 - Verkko-opiskelu
 - Lähiopiskelu yhdistettynä verkko-opiskeluun
 - Itsenäinen opiskelu esim. kirjojen ja muiden julkaisujen avulla

Joka kolmannelle (33 %) sopisi parhaiten lähiopiskelu yhdistettynä verkko-opiskeluun. Joka viides (18 %) kannattaa lähiopiskelua 2-4 päivän lyhyenä kurssina ja 15 % lähiopiskelua, jossa on pitkät valmennuskokonaisuudet ja koulutusohjelmat 1-3 päivän jaksoissa.

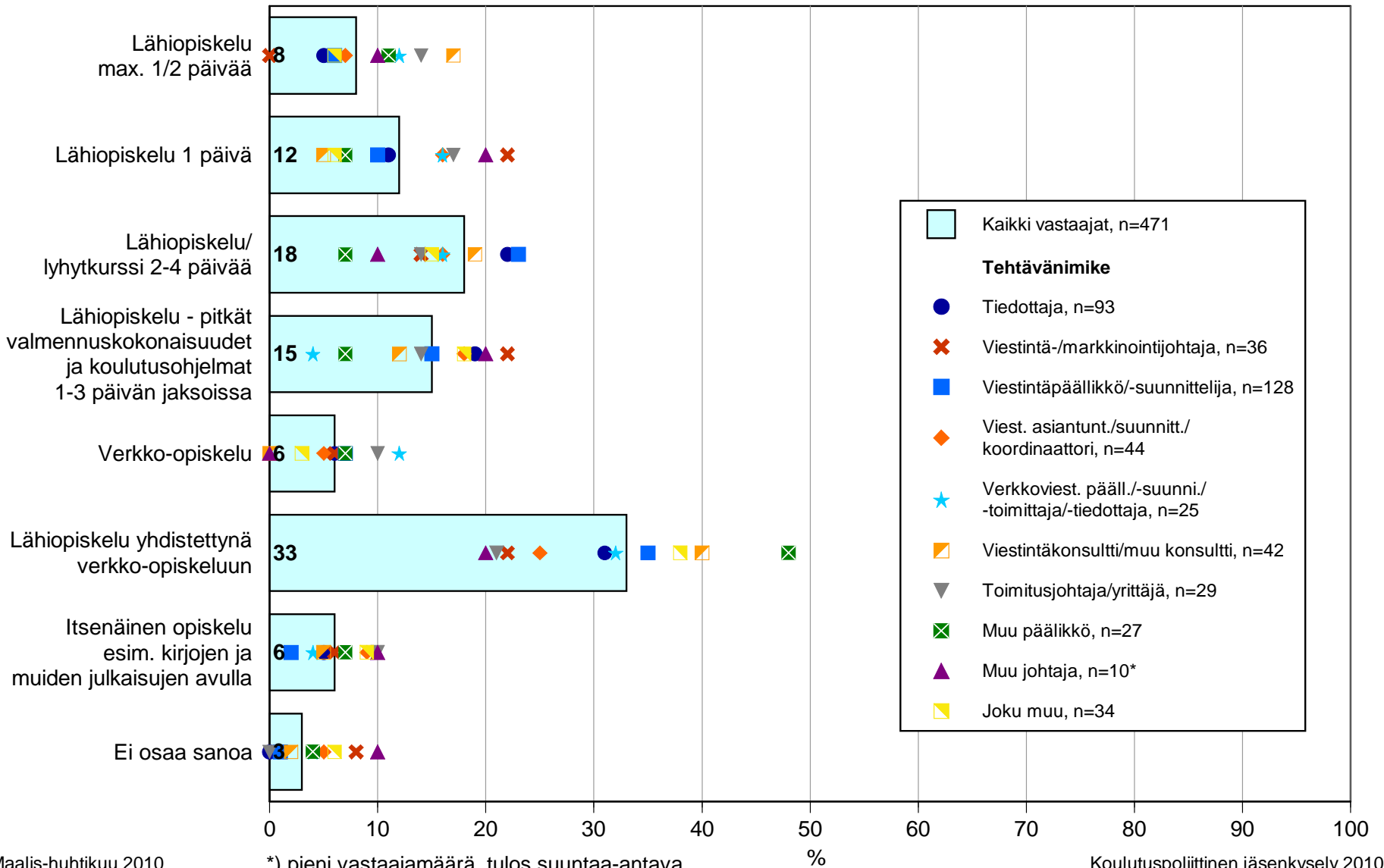
Sopivin opiskelumuoto

Kaikki vastaajat, n=471



Sopivin opiskelumuoto

n=kaikki vastaajat



Kehitettävät viestinnän osa-alueet

- Kaikilta vastaajilta (n=471) kysyttiin:
 - **Millä viestinnän osa-alueella/-alueilla haluaisit henkilökohtaisesti kehittää itseäsi (riippumatta organisaatiosi tavoitteista)? Avoin kysymys**

Yleisimmin halutaan kehittyä seuraavilla osa-alueilla:

- Sosiaalinen media
- Strateginen viestintä

Moni haluaa kehittää osaamistaan myös seuraavilla osa-alueilla:

- Verkkoviestintä
 - Viestinnän johtaminen ja suunnittelu
 - Muutosviestintä
 - Esimies- ja johtamistaidot
 - Esiintyminen
 - Kirjoittaminen
 - Kansainvälinen viestintä
- *Kaikki avoimien kysymysten vastaukset on listattu taulukkoraporttiin.*

Muut kehitettävät osa-alueet

- Kaikilta vastaajilta (n=471) kysyttiin:
 - ***Entä millä muulla/muilla alueilla, ei välttämättä viestintään liittyvillä, haluaisit henkilökohtaisesti kehittää itseäsi (riippumatta organisaatiosi tavoitteista)? Avoin kysymys***

Muita kehitettäviä alueita mainitaan mm.

- **Kielitaito**
 - **Esiintymistaidot**
 - **Esimiestyöskentely ja vuorovaikutustaidot**
 - **Liiketalouteen ja –toimintaan liittyvä osaaminen ja ymmärtäminen**
 - **Sosiaalinen media**
 - **Projektihallinta- ja johtaminen**
 - **Talousasioihin liittyvä osaaminen, taloushallinto**
- *Kaikki avoimien kysymysten vastaukset on listattu taulukkoraporttiin.*