

Turkka Kuusela

Janne Olin

LIIKETALOUDEN
KOULUTUSOHJELMAN
ALUMNITOIMINNAN
KEHITTÄMINEN

Opinnäytetyö
Liiketalouden koulutusohjelma


Joulukuu 2013




MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU

Mikkeli University of Applied Sciences

KUVAILULEHTI

 MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU Mikkeli University of Applied Sciences		Opinnäytetyön päivämäärä 9.12.2013
Tekijät Turkka Kuusela ja Janne Olin	Koulutusohjelma ja suuntautuminen Liiketalouden koulutusohjelma	
Nimeke Liiketalouden koulutusohjelman alumnitoiminnan kehittäminen		
Tiivistelmä <p>Opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää millaista alumnitoimintaa muissa suomalaisissa ammattikorkeakouluissa harjoitetaan ja tältä pohjalta löytää kehitysmahdollisuuksia Mikkelin ammattikorkeakoulun liiketalouden koulutusohjelman alumnitoiminnalle. Tutkimusongelmana on siis kuinka liiketalouden koulutusohjelman alumnitoimintaa voidaan kehittää. Alaongelmana on kuinka muiden ammattikorkeakoulujen kokemusta ja tietoja voidaan hyödyntää liiketalouden koulutusohjelman alumnitoiminnan kehittämisessä.</p> <p>Opinnäytetyön tutkimuksellinen osuus on toteutettu kvalitatiivisena tutkimuksena. Tutkimuksen ensimmäisessä osiossa tutkimme kuinka suomalaiset ammattikorkeakoulut esittelevät alumnitoimintaansa verkkosivuillaan. Toisessa osiossa valitsimme internettutkimuksen perusteella viisi ammattikorkeakoulua, joiden alumnivastaaville toteutimme sähköpostihaastattelun. Haastatteluissa selvitimme kuinka valitut ammattikorkeakoulut ovat toteuttaneet alumnitoimintansa.</p> <p>Tutkimuksen tuloksista selvisi, että ammattikorkeakouluilla on usein hyvin erilaiset lähestymistavat alumnitoiminnan toteuttamiseen. Alumnitoiminnan laajuus ja organisointitavat vaihtelevat paljon eri ammattikorkeakouluissa. Toisaalta alumneille järjestettävät aktiviteetit ovat melko samanlaisia useassa ammattikorkeakoulussa. Tutkimuksesta selvisi myös se, että mentorointia järjestetään hyvin harvassa ammattikorkeakoulussa ja jos sitä päätetään järjestää, niin mentorointiohjelmaa varten on varattava riittävästi aikaa ja resursseja.</p> <p>Johtopäätöksemme tutkimuksesta on se, että alumnitoiminta on ammattikorkeakouluissa hyvin organisoitua, mutta kärsii henkilöstöressurssien puutteesta. Alumnitoiminnan resurssit kannattaa siis käyttää tehokkaasti ja alumneja tulisi motivoida vapaaehtoiseen toimintaan. Alumnitoiminnan kehittymisen arviointi on erityisen tärkeää alumnitoiminnan toimivuuden kannalta.</p>		
Asiasanat (avainsanat) Alumni, alumnitoiminta, sidosryhmäyhteistyö, mentorointi		
Sivumäärä 60 s. + liitteet 2 s.	Kieli Suomi	URN
Huomautus (huomautukset liitteistä)		
Ohjaavan opettajan nimi Ulla Keto	Opinnäytetyön toimeksiantaja Mikkelin ammattikorkeakoulun liiketalouden laitos	

DESCRIPTION

 <p>MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU Mikkeli University of Applied Sciences</p>		Date of the bachelor's thesis 9 December 2013
Authors Turkka Kuusela and Janne Olin	Degree programme and option Business Management	
Name of the bachelor's thesis Developing the alumni activities for the degree programme of Business Management		
Abstract <p>The objective of this bachelor's thesis was to find out how other Finnish universities of applied sciences managed their alumni programs and on this basis create possibilities to develop an alumni program for the degree programme of Business Management at Mikkeli University of Applied Sciences. The research problem was how to develop an alumni program for degree programme of Business Management. Another problem was how to utilize the experience and knowledge of other universities of applied sciences in developing the alumni program.</p> <p>The research part of the thesis was conducted by qualitative measures. In the first part of the study we inspected the webpages of different Finnish universities of applied sciences and how they introduced their alumni programs. Then we selected five of these universities of applied sciences and conducted an email interview to their alumni representatives. Through these interviews we found out how these universities of applied sciences conducted their alumni programs. Additional research was conducted from the answers.</p> <p>We discovered that universities of applied sciences had multiple different ways to conduct their alumni programs. The programs varied in size and had different organization methods. On the other hand the activities arranged for the alumni were very similar in many of the colleges. We also found out that mentor programs were arranged in very few universities of applied sciences. The ones that did organize mentor programs had collected enough resources and time for the program.</p> <p>The conclusion was that the alumni programs in Finnish universities of applied sciences were well organized, but they suffered from lack of human resources. Therefore, the use of resources should be efficient and institutions should try to motivate the alumni to voluntary cooperation. Measuring the development of alumni programs is essential for the success of the alumni program.</p>		
Subject headings, (keywords) Alumni, alumni relations, interest group cooperation, mentoring		
Pages 60 p. + app. 2 p.	Language Finnish	URN
Remarks, notes on appendices		
Tutor Ulla Keto	Bachelor's thesis assigned by Mikkeli University of Applied Sciences Department of Business Management	

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO	1
2	SIDOSRYHMÄYHTEISTYÖ	2
2.1	Organisaatioiden ja sidosryhmien yhteistyö	2
2.1.1	Organisaatioiden vaikutus sidosryhmiin	3
2.1.2	Sidosryhmien vaikutus organisaatioon	5
2.2	Sidosryhmäsuhteiden ylläpitäminen	7
2.3	Koulutusorganisaation työelämänsuhteet	9
3	KORKEAKOULUJEN ALUMNITOIMINTA	12
3.1	Alumnitoiminnan rakentaminen ja valmistelu	13
3.1.1	Alumnitoiminnan edellytykset	14
3.1.2	Ennakkovalmistelut ja organisointi	16
3.1.3	Alumniyhdistykset	18
3.2	Alumnien aktiviteetit	19
3.2.1	Yleinen toiminta	19
3.2.2	Alumnitilaisuuksien järjestäminen	22
3.2.3	Varainhankinta	23
3.3	Sosiaalisen median käyttäminen alumnitoiminnassa	25
3.4	Mentorointi	26
3.4.1	Mentori ja aktori	26
3.4.2	Mentorointiohjelman järjestäminen	28
3.5	Alumnitoiminnan arviointi ja kehittäminen	30
4	TUTKIMUKSEN TOTEUTUS	33
4.1	Toimeksiantajan esittely	33
4.1.1	Mamk ja liiketalouden laitos	33
4.1.2	Alumnitoiminta Mamkissa ja liiketalouden koulutusohjelmassa	34
4.2	Laadullinen tutkimus	35
4.3	Aineiston hankinta ja analysointi	37
5	ALUMNITOIMINTA SUOMEN AMMATTIKORKEAKOULUISSA	38
5.1	Alumnitoiminnan kuvaus ammattikorkeakoulujen internetsivuilla	39
5.2	Haastateltujen ammattikorkeakoulujen alumnitoiminta	41
5.2.1	Alumnitoiminnan organisointi	41
5.2.2	Alumnien aktiviteetit ja sosiaalinen media	43

5.2.3	Alumnitoiminnan kehittäminen	46
5.2.4	Mentorointi ammattikorkeakouluissa	47
6	ALUMNITOIMINNAN TOTEUTTAMINEN JA KEHITTÄMINEN.....	48
6.1	Johtopäätöksiä tutkimuksen tuloksista	48
6.2	Toimenpidesuosituksset	52
6.3	Luotettavuuden arviointi.....	53
7	LOPUKSI.....	55
	LÄHTEET	57

LIITTEET

- 1 Ammattikorkeakoulujen internetsivuilla esitetty alumnitoiminta
- 2 Haastattelun kysymykset

1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on Mikkelin ammattikorkeakoulun liiketalouden koulutusohjelman alumnitoiminnan kehittämismahdollisuuksien kartoittaminen. Sana "alumni" on latinaa, ja sillä tarkoitetaan kasvattia tai suojattia. Nykyään sillä tarkoitetaan jossain oppilaitoksessa aiemmin opiskellutta henkilöä. Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii Mikkelin ammattikorkeakoulun liiketalouden laitos.

Opinnäytetyömme tutkimusongelma on, kuinka Mikkelin ammattikorkeakoulun liiketalouden koulutusohjelman alumnitoimintaa voidaan kehittää. Alaongelmana on, kuinka muiden korkeakoulujen tietoja ja kokemusta alumnitoiminnasta voidaan hyödyntää Mikkelin ammattikorkeakoulun liiketalouden koulutusohjelman alumnitoiminnan kehittämisessä. Aihe on tärkeä, sillä alumnitoiminta hyödyttää kaikkia toiminnan osapuolia eli opiskelijoita, korkeakoulua ja alumneja itseään.

Tutkimuksellinen osuus tehdään käyttäen avoimia kysymyksiä. Tutkimus on kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus. Toteutamme valitsemillemme korkeakouluille sähköpostihaastattelun, jossa selvitämme, kuinka kyseiset korkeakoulut toteuttavat alumnitoimintansa. Lopuksi vertailemme kyselyn tuloksia ja pohdimme, kuinka niitä voisi käyttää Mikkelin ammattikorkeakoulun liiketalouden laitoksen alumnitoiminnan kehittämiseen ja esitämme toimenpidesuosituksemme opinnäytetyön toimeksiantajalle.

Opinnäytetyön raportti koostuu johdannon lisäksi viidestä pääluvusta. Raportin toinen ja kolmas pääluke muodostaa opinnäytetyön teoreettisen viitekehyksen. Viitekehyksen ensimmäisessä pääluvussa käsitellään sidosryhmäyhteistyötä eli pääasiassa sitä, kuinka korkeakoulut toimivat vuorovaikutuksessa sidosryhmiensä kanssa, mutta myös sidosryhmien välistä vuorovaikutusta yleisesti. Teorian toisessa pääluvussa käsitellään korkeakoulujen alumnitoimintaa eli alumnitoiminnan rakentamista ja valmistelua, alumniaktiiviteetteja, varainhankintaa, alumnitoiminnan arviointia ja kehittämistä sekä mentorointia. Raportin neljännessä luvussa kerromme tutkimuksen toteutuksesta ja sitä seuraavassa luvussa esittelemme tutkimuksesta saamamme tulokset. Opinnäytetyöraporttimme loppuosassa teemme tutkimuksemme perusteella johtopäätökset ja toimenpidesuositukset opinnäytetyön toimeksiantajalle.

Olemme järjestäneet työnjaon niin, että kumpikin saa päävastuun yhdestä teoreettisen viitekehyksen pääluvusta. Turkalla on päävastuu sidosryhmäyhteistyötä käsittelevässä luvussa ja Jannella on päävastuu korkeakoulujen alumnitoimintaa käsittelevässä luvussa. Kaikki muut raportin luvut ja opinnäytetyöhön liittyvän tutkimuksen olemme tehneet yhteistyössä.

2 SIDOSRYHMÄYHTEISTYÖ

Yritysten ja organisaatioiden toiminta on aina suhdeverkostojen ympäröimä. Sidoryhmät ovat yrityksen kanssa vuorovaikutuksessa olevia ryhmiä. Organisaation toiminnan keskiössä olevat sidoryhmäsuhteet muodostavat liiketoiminnan arvon tekemisessä arvokkaan resurssin organisaatiolle. Sidoryhmiä ovat esimerkiksi omistajat, johtajat, henkilökunta, asiakkaat, toimittajat, kilpailijat, rahoittajat, valtio, kunnat ja media. Sidoryhmät vaihtelevat organisaatioilla ajan kuluessa. (Kujala ym. 2012, 114.)

Korkeakoulujen sidoryhmäyhteistyö ei ole uutta. Viime vuosikymmenten muutos yhteiskunnan tiedon tarpeessa on tehnyt korkeakouluista merkittäviä tekijöitä yhteiskunnan teknologisina, taloudellisina ja sosiaalisen kehityksen edistäjinä. Suomessakin korkeakoulujen roolia on korostettu ja niiden yhteiskuntasuhteita vahvistettu. Suomen korkeakouluille ja yliopistoille on annettu enemmän vapauksia työskennellä ja samalla niitä on ohjattu työskentelemään enemmän ulkoisten sidoryhmien kanssa. (Lyytinen ym. 2012, 11.)

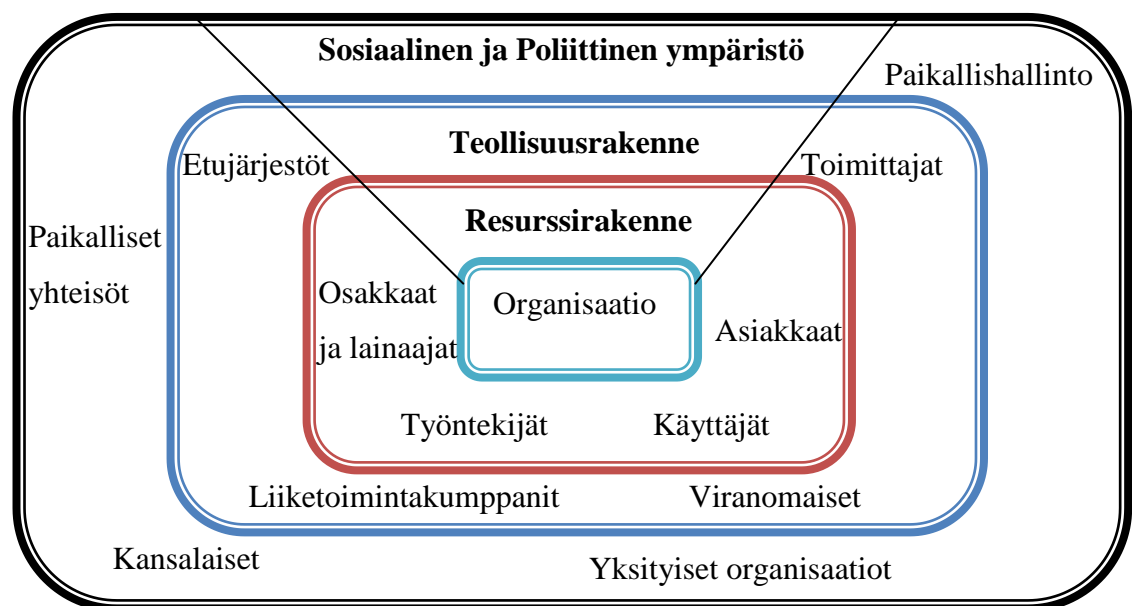
2.1 Organisaatioiden ja sidoryhmien yhteistyö

Sidoryhmiä ovat kaikki ryhmät, jotka ovat organisaation vaikutuksen alaisia ja voivat omalla toiminnallaan vaikuttaa organisaatioon. Organisaatiolle on tärkeä tietää kaikki ryhmät, joihin se voi vaikuttaa ja jotka voivat vaikuttaa siihen. Omistajat olettavat saavansa tuottoa sijoittamalleen pääomalle, ja tuottoon vaikuttaa organisaation menestys. Henkilöstö tekee yrityksen työt, ja jos organisaatiolla menee hyvin, se voi maksaa tulospalkkioita tai korottaa henkilöstönsä palkkoja. Päinvastaisessa tapauksessa henkilöstöä lomautetaan tai jopa irtisanotaan. Organisaation taloudellinen onnistuminen

vaikuttaa suoraan tai epäsuorasti partneriyhteyksiin. Naapuristolla tarkoitetaan kaikkien organisaatioiden toimien lähinaapurustoa. Teollinen toiminta voi vaikuttaa naapurustoonsa negatiivisesti esimerkiksi maaperäongelmilla, veden kulutuksella, vesien ja ilman saastumisella, meluhaitoilla ja lisääntyneellä liikenteellä. Yrityksillä on positiivisia vaikutuksia ympäristöön esimerkiksi paikallisen alueen työllistäjinä. Myös organisaation kotimaa ja sen lainsäädäntö on otettava huomioon. Alihankkijoiden ja toimittajien menestys on osittain riippuvainen organisaation menestyksestä, koska kyseinen organisaatio tilaa niiltä tavaroita ja palveluksia. Organisaatio on B2B-asiakas kyseisille alihankkijoille ja toimittajille. (Juutinen & Steiner 2010, 83 - 85.)

2.1.1 Organisaatioiden vaikutus sidosryhmiin

Organisaatio ei voi vaikuttaa sidosryhmiin, jos se ei ymmärrä sidosryhmien olevan suurempi osa organisaation rakennetta. Sidoryhmät ovat osana organisaation arvon luomista, ylläpitoa ja sen parantelua. Organisaation ja sidoryhmien välinen suhde on tärkeämpi kuin yksittäiset kanssakäymiset sidoryhmien kanssa. Organisaatiot eivät pysty saamaan täyttä arvoa toiminnalleen, jos ne eivät ota huomioon sidoryhmiänsä. Kuviossa 1 havainnollistetaan sidoryhmien osallisuutta organisaation toimintaan. (Post ym. 2002, 7 - 13.)



KUVIO 1. Sidoryhmien paikka organisaation toiminnassa (Post ym. 2002, 10)

Organisaation vaikutettavista sidosryhmistä kannattaa valita ensimmäisenä suurin eli asiakkaat. Asiakassuhde on olemassa, kun asiakkaalla on kontakti organisaatioon esimerkiksi henkilöön, tuotteeseen, toimipaikkaan, järjestelmiin tai henkilökohtaiseen mainontaan. Asiakas on yhteydessä organisaation myynti- tai asiakaspalveluhenkilöistöön, pyytää tarjouksen, tekee tilauksen ja vastaanottaa toimituksen ja maksaa laskun. Asiakkaan tarpeen tyydyttäminen on osa laadun perusasioita. Isoissa organisaatioissa kaikki edelliset asiakastoiminnot on jaettu eri osastoille. (Lecklin 2006, 79 - 80.)

Asiakkaat on jaoteltu ulkoisiin ja sisäisiin asiakkaisiin. Ulkoiset asiakkaat ovat tuotteen tai palvelun viimeiset asiakkaat ja toiminnan lopullinen rahoittaja. Sisäiset asiakkaat ovat ketjun välissä olevia asiakkaita, jotka vielä myyvät tuotetta eteenpäin. Monilla organisaatioilla on pitkät asiakasketjut, esimerkiksi kalastustehtaan uistimeen tarvitaan oikeanlaisia materiaaleja ja värejä valmistusprosessiin. Tuotteen viimeinen asiakas on kala, jonka pitäisi syödä uistin, muuten uistin ei täytä laatua, eikä myy enempää kalastajille. Kala ei ajatellut laisinkaan, kuinka monen työvaiheen läpi uistin menee ja kuinka tärkeää se on yritykselle, että se yrittää syödä uistimen. Monet palvelualan organisaatiot sen sijaan eivät tarvitse materiaalia tuotteeseensa viimeiselle asiakkaalle, esimerkiksi koomikko jonkun iltaklubin lavalla voi kehittää vitsit itse. Palveluorganisaatioilla voi myös olla hyvin paljon sisäisiä asiakkaita samalle ulkoiselle asiakkaalle, esimerkiksi lääkärikeskuksessa sama asiakas saattaa joutua tekemisiin ajanvaraussihteerin, hoitajan, lääkärin ja kassan kanssa samaan aikaan, kun jokainen näistä viestii ja toimii keskenään. Organisaatiot vaikuttavat asiakkaisiinsa työllä, jota he asiakkaille tekevät ja työn laadulla. (Lecklin 2006, 80 - 83.)

Kaikkiin sidosryhmiin ei vaikuteta tuotteilla. Toinen merkittävä tapa tuoda organisaation toiminta ja tavoitteet esille sidosryhmille on lobbaus. Lobbauksella organisaatiot pyrkivät vaikuttamaan toisiin organisaatioihin. Lobbaus kuuluu yhteisöviestinnän lajeihin ja sitä käytetään suurimmaksi osin johtamisviestinnässä. Lobbauksessa korostuu viestinnän keinot: henkilökohtaiset tapaamiset, osapuolten väliset neuvottelut, asiantuntijaesitykset, lehtikirjoittelut, tiedotustilaisuudet, kansalaisille suunnatut tiedotuskampanjat jne. Lobbauksessa ei ole kyse ehdokkaan läpi saaminen minkäänlaisista vaaleista ja hänen äänensä vaikuttaminen kiistakysymykseen organisaation kannalta suotuisasti. Lobbauksen tehtäviä on organisaatiostrategian muokkaaminen ja viestiminen eli organisaation tavoitteista neuvottelemine ja suunnan näyttäminen. Lobbauk-

sella pyritään lisäksi yhdistämään sidosryhmät organisaation toimintaan. (Jaatinen 2003, 12 - 15, 27 - 31)

Sidosryhmien kanssa toimimisessa on tärkeää suhteiden luominen. Pelkkä sidosryhmien tarpeiden kuunteleminen ei riitä. Lobbaukseen tulisikin sisältyä vuorovaikutusviestintää, jotta se pystyy yhdistämään sidosryhmät organisaation toimintaan. Ilman vuorovaikutusviestintää lobbaus on vain tyhjää puhetta organisaation omien intressien ja tavoitteiden saavuttamiseksi. (Jaatinen 2003, 27 - 31.)

Ainoa tapa, jolla organisaatio voi onnistuneesti hyödyttää sidosryhmiään on yhteistyön tekeminen sidosryhmien kanssa. Tämän yhteistyön on oltava keskustelua syvempää. Yhteistyö voi liittyä esimerkiksi organisaation eri toimintoihin. Organisaation johto, työntekijät ja asiakkaat voivat esimerkiksi tehdä yhteistyötä jonkin organisaation toiminnon tai tuotteen kehittämiseksi. Sidosryhmien välisen yhteistyön kautta voidaan myös kehittää organisaation yhteisöä parempaan suuntaan. (Freeman & Moutchnik 2013.)

2.1.2 Sidosryhmien vaikutus organisaatioon

Korkeakoulujen ei pitäisi jättää sidosryhmien vaikutusta toiminnastansa huomioimatta. Yksi syy korkeakoulujen perustamiseen alueelle on paikallinen väkirikas ja suosiollinen ympäristö. Korkeakoulujen ja sidosryhmien välisessä yhteistyössä on kiintoisaa se, että niihin vaikuttaa korkeakoulupolitiikka, toiminta-alueen erityispiirteet ja korkeakoulun historia. (Kantanen 2010, 1 - 10.)

Sidosryhmillä on käytössään monia mittareita, joiden mukaan ne arvioivat yhteistyökumppaneita. Kantasen (2008, 2 - 5) mukaan imago on organisaatiosta välittyvä kuva sidosryhmille. Kantanen käyttää väitöskirjatutkimustaan kertoakseen yliopistojen imagon hyödyistä. Hänen määritelmänsä mukaan imagon muodostumiseen vaikuttaa organisaation perustamishistoria, ikä, johtajat, perinteet ja rakenne. Minkä tahansa organisaation perustamisen alku on aina riskialtista aikaa ja vaikka se onnistuisi niin organisaation perustamishistoria vaikuttaa sidosryhmien mielipiteisiin myös tulevaisuudessa. Sidosryhmien näkemys organisaation imagosta saattaa vaihdella huomattavasti riippuen organisaation iästä ja toimialasta. Sidosryhmille organisaation ikä saat-

taa saada sen näyttämään joustamattomalta, itsevarmalta tai rooliaan hakevalta. Tietenkin nuorille organisaatioille tuore imago on hyödyllinen sen toiminnan kannalta.

Organisaation profiili on kuitenkin osittain kuin kaksiteräinen miekka. Sidosryhmillä on sitä vaikeampi saada organisaation imagosta selvää, mitä etäämpänä organisaation toiminta on sidosryhmistä. Tämä vaatii johtajilta imagon määrittelyä joka auttaa antamaan selkeämmän kuvan organisaatiosta sidosryhmille. Ongelma on vain, että sidosryhmät saavat säikkyä terävämpää kuvaa. Varsinkin työntekijöille saattaa tulla pelko, että heidän osuutensa on kohta ohi, jos organisaation strategia ei näytä ottavan heidän osastoaan huomioon. Työntekijät haluavat olla rakentamassa yhteisön tulevaisuutta merkittävällä tavalla, eivätkä halua tehdä sitä tyhjän päälle. (Kantanen 2010, 2 - 5.)

Sidosryhmien ja organisaatioiden välisestä vuorovaikutuksesta seuraa usein organisaation identiteetissä tapahtuvia muutoksia. Jos organisaatio yrittää pitää ulkoisia sidosryhmiään läheisessä suhteessa organisaation kanssa laajentaakseen vaikutusvaltaansa, niin seurauksena on usein muutoksia organisaation identiteetissä. Kuitenkin organisaation työntekijöitä usein painostetaan ottamaan sidosryhmät mukaan heidän päivittäisiin ajatuksiin ja rutiineihin ja ulkoisia sidosryhmiä kannustetaan ajattelemaan itseään yhtenä organisaation osana. (Hatch & Schultz 2002, 990.)

Sidosryhmien tärkeyttä voidaan määritellä kolmen ominaisuuden mukaan: valta, legitimitetti ja kiireellisyys. Mitä enemmän näitä ominaisuuksia löytyy sidosryhmästä, sitä tärkeämpänä organisaation johto pitää tätä sidosryhmää. Tämän jälkeen sidosryhmät voidaan määritellä muiden ominaisuuksien perusteella todellisiin, odottaviin tai piileviin sidosryhmiin organisaation eri strategisissa vaiheissa. (Myllykangas 2009, 168 - 170.)

Ulkopuolisilla sidosryhmillä on monia eri strategioita käytössään, mitä tulee organisaatioiden projekteihin vaikuttamiseen. Niitä on resurssienrakennusstrategia, liittoumienrakennusstrategia, konfliktineskalointistrategia, uskottavuudenrakennusstrategia, kommunikaatiostrategia ja suora toimintastrategia. Resurssienrakennusstrategiasa sidosryhmä pyrkii hankkimaan ja palkkaamaan tärkeitä resursseja kasvattaakseen valtaansa. Liittoumienrakennusstrategiasa sidosryhmä sopii liittoumia muiden sidos-

ryhmien kanssa näyttääkseen uskottavammalta ja vahvemmalta projektin vetäjien silmissä. (Aaltonen 2010, 73.)

Konfliktineskalointistrategiassa sidosryhmä pyrkii suosimaan muita projektin ulkopuolisia tekijöitä ja tavoitteita häiritäkseen projektin toteuttamista. Uskottavuudenrakennusstrategiassa sidosryhmä pyrkii hankkimaan resursseja, jotka saavat heidän väitteet näyttämään uskottavimmilta, esimerkiksi tuomalla luotettavia henkilöitä ja verkostoja oman sidosryhmän puolelle. Kommunikaatiostrategiaa ja suoran toiminnan strategiaa käytetään sidosryhmän näkökulmien tuomiseen projektin tietoisuuteen mahdollisimman nopeasti ja tehokkaasti. (Aaltonen 2010, 73 - 74.)

2.2 Sidoryhmäsuhteiden ylläpitäminen

Symmetrinen viestintä on kehittynyt parhaimmaksi viestinnän malliksi keskustelussa sidosryhmien kanssa. Symmetrisen viestinnän mallin tutkimuksissa on todettu, että symmetrisen viestinnän malli on tehokkaampi ja eettisesti toimivampi kuin sidoryhmäsuhteiden hoidossa käytetyt toiset viestinnän mallit. Symmetrinen viestintä on ollut monen menestyvän organisaation valinta. Symmetrinen viestintä on kehittynyt ajan myötä. Aikaisemmat ammattilaisten soveltavat viestintätavat korostivat organisaatiolle kuuluvien tärkeiden asioiden tiedottamista asiakkaille tai hallintoalamaisten oikeutta saada julkishallinnolta tietoa heitä koskevista asioista. Sidoryhmiltä pyrittiin poimimaan tietoja, joita hyödynnettiin omiin määränpäihin pääsemiseen. Symmetrisen viestinnän malli poikkeaa tästä siten, että siinä otetaan myös huomioon sidosryhmien näkemykset. Symmetrinen viestintä on suosiossa Suomen vuorovaikutuksellisessa yhteisössä. (Jaatinen 2003, 36 - 39.)

Minkään organisaation toiminta ei voi toimia ilman palautetta. Palautteen avulla organisaatio voi olla yhteydessä ympäristössä tapahtuviin muutoksiin ja täten kykenee sopeutumaan muutoksiin omalla tavallaan. Taulukosta 1 selviää seikat, jotka organisaatio joutuu huomioimaan viestinnässään. (Määttänen 2004, 95.)

TAULUKKO 1. Organisaatioon kohdistuvat odotukset viestinnässä (Määttänen 2004, 96)

Kategoriat:	Odotukset yhteistyölle			
Teemat:	Resurssit, toiminnan tehostaminen	Dialogi toiminnan arvoista ja tavoitteista, ymmärrys	Palvelut	Ulkoinen tiedotus ja suhteet sidosryhmiin
	Sisäinen viestintä, proaktiivisuus	Uusien työntekijöiden perehdytys	Neuvotteluihin valmistautuminen	Teknologian kehittäminen

Yksi tärkeä sidosryhmäsuhteita ylläpitävä tekijä on organisaation ja sidosryhmien välinen luottamus. Myllykankaan (2009, 170 - 173) mukaan luottamus on yksi kriittisimpiä tekijöitä sidosryhmien ja organisaation välillä. Luottamus on kuitenkin monitahoinen ilmiö, joten sen rakentaminen on haastavaa organisaatiolle. Luottamus on tärkeä osa organisaatioiden välisiä suhteita ja yhteistoimintaa. Lisäksi luottamus on kumppanuuteen pohjautuvissa suhteissa hyvin tärkeä tekijä. Ihmisten välillä luottamus on helpompaa kuin sidosryhmien ja kasvavan yrityksen tai organisaation välillä. Osittain luottamusta on hankala luoda sen takia, että työntekijät eivät yksin rakenna luottamusta muihin tahoihin, vaan organisaation kasvu ja imago saattaa herättää epäilyjä sidosryhmissä organisaation työntekijöistä huolimatta.

Riskienhallinta on yksi käytäntö sidosryhmäsuhteiden ylläpitämiseen. Tässä normaalisti arvioidaan perinteisten vahinko-, rahoitus- ja operationaalisten riskien lisäksi strategiset riskit. Jotkut organisaatiot ottavat riskienhallinnassa huomioon myös yritysvastuun osa-alueiden, kuten ympäristön ja sosiaalisen ulottuvuuden. Yritysvastuun osa-alueita ei pidä käsitellä liian suurena kokonaisuutena, jolloin todelliset riskitekijät ja liiketoimintamahdollisuudet jäävät huomioimatta. Vuorovaikutus sidosryhmien kanssa auttaa raottamaan mahdollisia riskejä. (Juutinen & Steiner 2010, 89.)

Mahdollisia riskejä on alihankkijoiden ja toimittajien toimintaperiaatteiden, jos asiakkaiden tai yrityskumppanien etiikka paljastuu määritelmien vastaisesti. Tämä saattaa johtaa asiakkaiden kaikkoomiseen tuotteista ja yrityskumppanit saattavat lopettaa yhteistyön ja etsiä parempaa seuraa. Yleinen tämänkaltainen riskitekijä on raaka-aineet, joista on vaikea tietää alkuperää. Seuraava suuri riski on työntekijäjärjestöillä, joilla

on suuri merkitys palkkaneuvotteluissa ja niihin kytkeytyvillä työelämän muutoksilla. (Juutinen & Steiner 2010, 89.)

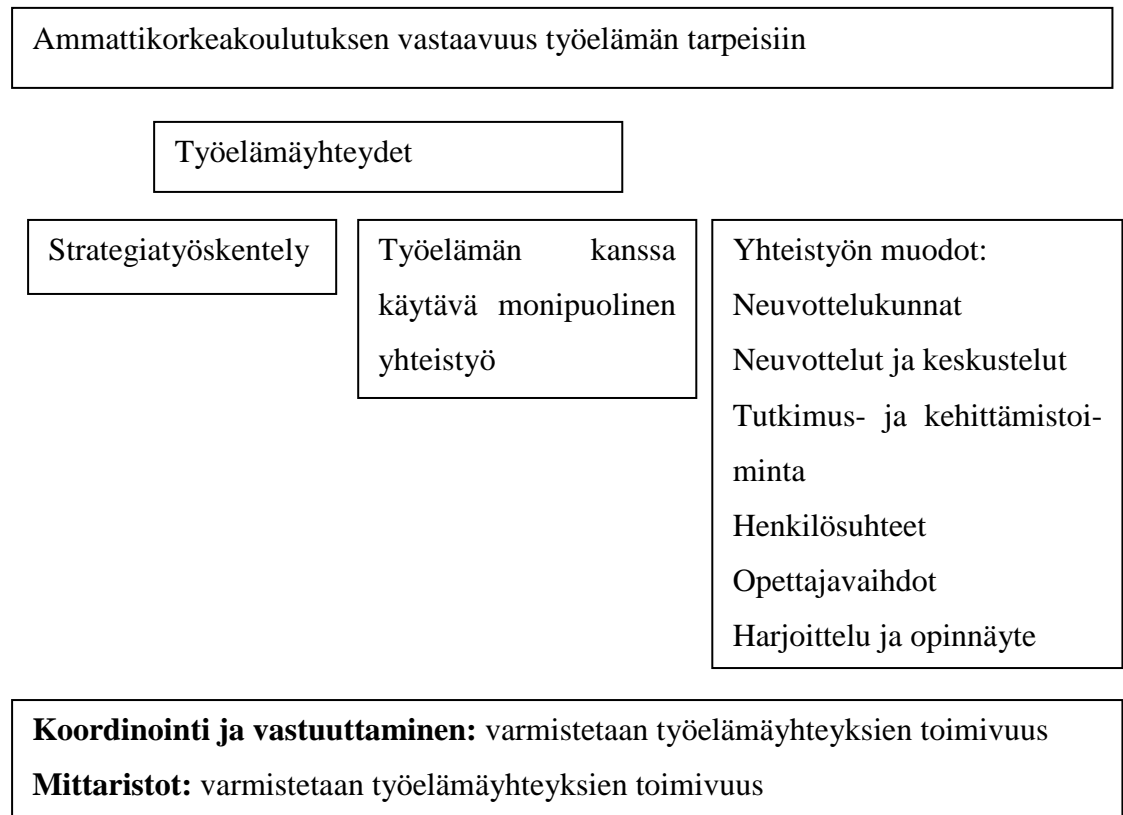
Korkeakoulujen yhteistyö sidosryhmien kanssa on vähäistä Suomessa. Korkeakoulujen tuottaman tiedon ja osaamisen levittäminen alueellisen, kansallisen ja kansainväliseen tietoisuuteen on määritelty korkeakoulujen kolmanneksi tehtäväksi. Suurin osa yliopistoista ja ammattikorkeakouluista lisäisi huomattavasti sidosryhmäyhteistyötä. Ongelmaksi on muodostunut valtion vähäinen tuki kolmannelle tehtävälle. Lisäksi korkeakoulujen ja julkisen sektorin mielestä kolmas tehtävä pitäisi määritellä paremmin, jotta sen toteuttaminen olisi helpompaa. Yliopistot keskittyvät työssään enemmän tutkimukseen ja tieteeseen. Ammattikorkeakoulut pitävät näitä pohjana työlleen, jolle ne hakevat enemmän vaikuttavuutta ja tulostavoitteellisuutta. (Ilmavirta ym. 2012, 7, 37 - 44.)

2.3 Koulutusorganisaation työelämänsuhteet

Ammattikorkeakoulujen tehtävät on määritelty ammattikorkeakoululain 1. luvun 4. §:ssä. Lain mukaan ammattikorkeakoulujen tehtävä on tutkimuksellisiin ja taiteellisiin lähtökohtiin perustuvan korkeakouluopetuksen antaminen, joka vastaa työelämän ja sen kehittämisen vaatimuksiin. Ammattikorkeakoulu kouluttaa opiskelijoista soveltuvia työelämän asiantuntijatehtäviin, tukee opiskelijoiden ammatillista kasvua ja toteuttaa ammattikorkeakouluopetusta niin, että se tukee työelämää ja aluekehitystä. Ammattikorkeakoulun on harjoitettava alueen elinkeinorakenteeseen perustuvaa soveltuvaa tutkimus- ja kehitystyötä sekä taiteellista toimintaa. Ammattikorkeakoululain 1. luvun 5. §:n mukaan ammattikorkeakoulun tulee toimia yhteistyössä oman alueensa elinkeino- ja muun työelämän sekä suomalaisten ja ulkomaalaisten korkeakoulujen kuten myös muiden oppilaitosten kanssa. (Ammattikorkeakoululaki 351/2003.)

Lähtökohtana ammattikorkeakoulujen ja työelämän väliselle yhteistyölle on päämäärä vastata työelämän tarpeisiin koulutuksen avulla. Työelämäyhteydet ovat tärkeä keino työelämän tarpeisiin vastaamisessa. Työelämäyhteyksien merkittävimpiä muotoja ovat strategiayhteistyö ja monipuolinen yhteistyö työelämän kanssa. Monipuoliseen yhteistyöhön kuuluu neuvottelukuntatyöskentely, neuvottelut ja keskustelut, tutkimus- ja kehittämistoiminta, henkilösuhteet, opettajavaihdot sekä työharjoittelut ja opinnäyte-

työt. Kuvio 2 kuvaa ammattikorkeakoulutuksen ja työelämän välisiä yhteyksiä. (Hytinen ym. 2012, 25.)



KUVIO 2. Ammattikorkeakoulun ja työelämän välisten yhteyksien kuvaaminen (Hytinen ym. 2012, 25)

Ammattikorkeakoulut ovat jatkuvasti tekemisissä työelämän kanssa opiskelijoidensa ja omien projektiansa kautta. Ammattikorkeakoulut joutuvat yhdistämään kuitenkin työelämässä opiskelijoille kaksi vaikeaa asiaa. Pitää mahdollistaa opiskelijoille mahdollisuus koulumaiseen opetukseen ja saada opiskelijat ratkaisemaan työpaikan tehtävät konkreettisella tavalla. Näiden kahden eri intressin välillä ammattikorkeakoulun pitää opiskelijoiden ja työnantajan kanssa luoda hyvä kokonaisuus, joka täyttää molempien toiveet. Ammattikorkeakoulut yleensä tekevät työelämän tehtäviä opiskelijoiden harjoittelujen ja oppinäytetöiden kautta. (Kotila & Peisa 2008, 55 - 59.)

Ammattikorkeakoulut pyrkivät strategiatasolla tuottamaan innovaatiota ja tulevaisuuden osaamista. Tulevaisuuden osaamisen tuottaminen voidaan nähdä työelämäyhteytenä, koska ammattikorkeakoulujen tehtävä on havaita työelämän tarpeita ja vastata näihin tarpeisiin koulutuksen avulla. Tulevaisuuden osaaminen on siis eräs ammattikorkeakoulujen korostama työelämäyhteys. Ammattikorkeakoulujen strategiaan kuu-

luu myös yrittäjyys- ja liiketoimintaosaaminen. Tähän strategiaan liittyy yrittäjyyden edistäminen. Ammattikorkeakoulut haluavat luoda alueelleen lisää yrittäjyyttä ja PK-sektorin toimijoita. Yrittäjyyttä voidaan pitää tekijänä, joka lisää ammattikorkeakoulun ja työelämän välisiä yhteyksiä, mutta sitä ei suoranaisesti voi pitää työelämäyhteytenä. Yrittäjyyden korostaminen luo ammattikorkeakoulun toiminta-alueelle lisää työvoimaa, mutta alueen työelämää voidaan myös hyödyntää koulutuksen aikana esimerkiksi työelämä tietoisuuden lisäämisessä. Tämän avulla voidaan kasvattaa koulutuksen arvoa huomattavasti. (Hyttinen ym. 2012, 24.)

Mikkelin ammattikorkeakoulussa liiketalouden laitoksella harjoittelu on opiskelijalle 30 opintopisteen arvoinen 210 opintopisteen koulutusohjelmassa. Harjoittelu ammattikorkeakoulussa on ohjattua. Ohjauksessa mukana ovat opiskelija, harjoittelupaikasta määrätty ohjaaja ja koulutusohjelman ohjaaja. Mamkin liiketalouden laitos käyttää harjoittelussa Harke-kehittämishankkeen yhteisiä suosituksia ja yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon alan suosituksia. Opiskelijalle harjoittelu on tarkoitettu mahdollisuudeksi opitun teorian käytäntöön soveltamiseen ja testaamiseen. Työnantaja saa uuden innovatiivisen harjoittelijan ja rekrytointikanavan. Opiskelija voi löytää molemmille lisää hyötyä, jos hän kehittää opinnäytetyöidean harjoittelupaikan kanssa. (Lindström 2011, 81 - 85.)

Sen lisäksi, että Mikkelin ammattikorkeakoulussa liiketalouden opiskelijat tekevät opinnäytetöitä ja harjoitteluja, tehdään Mikkelin ammattikorkeakoulussa myös projektitöitä. Keskeinen idea projektitöissä on liiketalouden opiskelijoiden työelämän projektien tekemisen oppiminen. Ammattikorkeakoulun projektit on määritelty kertaluontoisiksi, tavoitteellisiksi, ajallisesti määritellyiksi organisoidun työelämän ja koulutuksen yhteistoiminnallisiksi oppimisprojekteiksi. Työelämäprojektit toteuttavat Mikkelin ammattikorkeakoulun alueellista työelämän kehittämistehtävää. (Kähkönen 2011, 61 - 64.)

Suuri osa ammattikorkeakouluista käyttää työsssänsä innovaatioketjustrategiaa. Ketju alkaa perustutkimustyöstä jatkuen soveltavan tutkimuksen kautta organisaatioille, jotka tuovat tiedon käytännönsovelluksina kansalle. Ketju on muodostunut ammattikorkeakouluille luontevaksi tavaksi toteuttaa uuden tiedon ja osaamisen luomista, välittäminen sekä levittämistä ja soveltamista näiden ollessa osa toimintaketjua. Toinen suunnitelma aluekehitystaktiikka on myös hiipinyt innovaatioketjun rinnalle, missä

korkeakoulun alue oppiessa ja tehdessä tutkimustyötä kehitty samalla, kun koko muukin alue. Kyseisiä alueita on kritisoitu liiallisesta yksinkertaisuudesta. (Kotila ja Peisa 2008, 56 - 59.)

Mikkelin ammattikorkeakoulun liiketalouden laitoksen pedagoginen käytäntö toiminnallinen kumppanuus on oppilaitoksen, opiskelijoiden ja työelämän välistä yhteistyötä. Perusta toiminnalliselle kumppanuudelle on vuorovaikutuksellinen ja yhteisöllinen kehittäminen työelämäyhteistyössä. Toiminnallisen kumppanuuden pyritään varmistamaan opiskelijalähtöinen oppimisympäristö ja opiskelijan vastuun korostuminen oppimisessa. Opiskeluympäristönä on aito työelämä ja opiskelijan ohjaamisen tärkeyttä korostetaan hänen oppimisessa. Mikkelin ammattikorkeakoulun tuottama soveltava tutkimus- ja kehitystyö palvelee opetusta sekä vaurastaa alueen kehitystä, elinkeinoja ja työelämää. Kehittämistyötä ja innovaatioita tukevia ajattelutapoja syntyy yhdistämällä opetusta ja tutkimusta. (Kähkönen 2011, 61 - 64.)

Monissa ammattikorkeakouluissa on huomioitu jatkuvasti muuttuva työelämä ja sen tarpeet. Ammattikorkeakoulujen johdolla on käytössään erilaisia keinoja vastata työelämän muutoksiin. Käytettyjä keinoja näihin muutoksiin vastaamiseen ovat opetussuunnitelman pitäminen ajantasaisena, koulutusohjelmien laajoina pitäminen, aikuis- ja täydennyskoulutus sekä työvoimatarpeen hakeminen työelämästä. (Hyttinen ym. 2012, 16.)

3 KORKEAKOULUJEN ALUMNITOIMINTA

Monien maiden yliopistoissa on jo pitkään tehty yhteistyötä alumnien kanssa oppilaitosten virallisten alumniyhdistysten ja -järjestöjen piirissä. Suomessakin on hiljattain alettu ymmärtää alumnien merkitys koulutukselle. (Härkönen 2003, 49.) Hohenthal ym. (2012, 37) kuitenkin toteaa, että kaikissa suomalaisissa korkeakouluissa ei ole vielä ymmärretty alumnitoiminnan hyötyjä ja merkitystä.

Alumnitoiminta tuo mukanaan monenlaisia hyötyjä. Alumnit voivat toimia yhteyshenkilöinä korkeakoulusta valmistuneiden ja korkeakoulun välillä. (Härkönen 2003, 49.) He voivat estää esimerkillään ja kokemuksellaan opintojen keskeyttämisiä ja nopeuttaa opintojen valmistumista motivoimalla opiskelijoita ja jakamalla heille tietoa

omasta alastaan ja alan työllistymismahdollisuuksista. Näitä keinoja käyttämällä he voivat edistää opiskelijoiden urasuunnittelua. (Härkönen 2003, 49; Kauppinen ym. 2011, 54.) Alumnit voivat myös auttaa opiskelijoita verkostoitumaan ja näin auttaa heitä löytämään harjoittelupaikkoja sekä toimeksiantajia opinnäytetöilleen. Motivoituneiden ja ajallaan valmistuvien opiskelijoiden lisäksi korkeakoulut hyötyvät alumnitoiminnasta tekemällä niitä tunnetuksi hyvien käytänteiden ja esimerkkien avulla potentiaalisesti opintojaan aloittaville ihmisille. Lisäksi alumnitoiminnasta hyötyvät alumnit itse saamalla tietoa korkeakoulujen tarjoamista palveluista, kuten jatko-opiskelumahdollisuuksista, ja saamalla mahdollisuuksia koulutuksen kehittämiseen ja tietotaitonsa päivittämiseen. (Härkönen 2003, 49 - 50.)

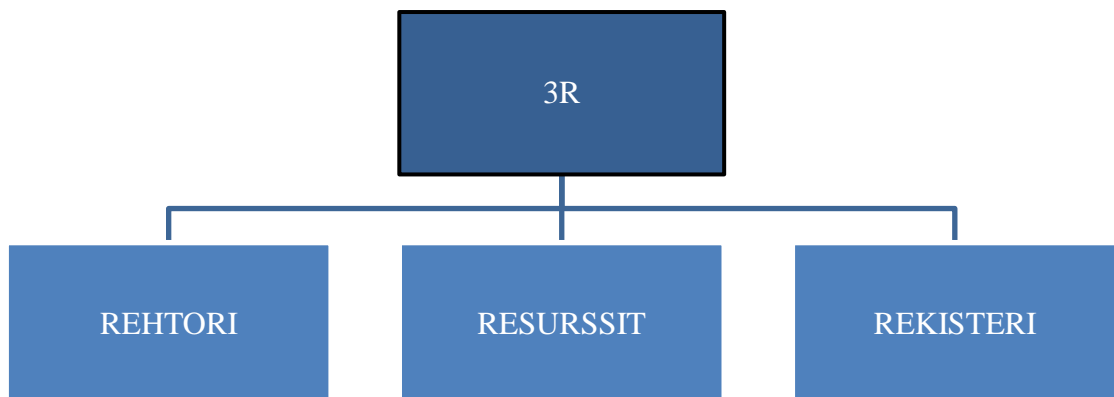
3.1 Alumnitoiminnan rakentaminen ja valmistelu

Alumnitoimintaan sitouttaminen on syytä ottaa huomioon jo opiskelujen alkuvaiheessa, sillä perusteet alumnitoiminnalle luodaan jo opiskeluaikana. Yhdysvalloissa alumnitoiminta on näkyvässä jo siinä vaiheessa, kun mahdollinen tuleva opiskelija on hakemassa korkeakouluun. Alumnit ovat mukana näissä hakutilaisuuksissa ja osallistuvat tulevien opiskelijoiden haastatteluihin. Opiskelujen alkuvaiheessa alumnit osallistuvat erilaisiin tapahtumiin, kuten tervetuliaistilaisuuksiin. Suomessakin korkeakoulut järjestävät tiedotustilaisuuksia vuosittain opiskelijoille. (Hohenthal ym. 2012, 37.)

Alumnitoimintaa rakentaessa on muistettava, että alumnit toimivat vapaaehtois pohjalta ja alumnitoiminnan on tarjottava alumneille itselleen ja näiden edustamille sidoryhmille suoraa hyötyä. Tällaisia hyötyjä voisivat olla esimerkiksi korkeakoulun tarjoama maksuton luentotarjonta, edullinen palvelutarjonta sekä opinnäytetyö- ja harjoittelupankki. (Härkönen 2003, 49 - 50.) On myös muistettava, että alumniyhteisöön kuuluminen itsessään tuottaa alumneille hyötyä, sillä yhteisöön kuulumisen ja yhteisön osana toimimisen on yksi ihmisen perustarpeista. Jos opiskelija saadaan tuntemaan hänen olevan osa yhteisöä, haluaa hän todennäköisemmin säilyttää yhteyden opiskeluiden päätyttyä. Alumnitoiminnan ja alumnien tullessa tutuiksi jo opiskeluaikana, pitää opiskelija luontevana ja jopa itsestään selvänä, että hän on alumni ja on tietoinen sen merkityksestä. Tulevan alumnitoiminnan kannalta tämä opiskelijoiden aikainen sitoutuminen alumnitoimintaan on erittäin tärkeää. (Hohenthal ym. 2012, 37 - 38; Kauppinen ym. 2011, 54.)

3.1.1 Alumnitoiminnan edellytykset

Alumnitoiminnan menestyksekkään toteutumisen tärkeimpiä edellytyksiä kuvaa niin sanottu 3R-malli (kuvio 3). Mallin mukaan alumnitoiminnan ja alumnisuhteiden onnistumisen kannalta tärkeimpiä osatekijöitä ovat rehtori, resurssit ja rekisteri. Mallin mukaan näistä osastekijöistä tärkein on rehtori, jolla tarkoitetaan tässä mallissa todellisuudessa koko korkeakoulun johtoa ja siltä saatua tukea alumnitoiminnalle. Alumnitoiminta nähdään valitettavan usein merkityksettömänä puuhasteluna, jonka tärkein tehtävä on hauskojen tapahtumien järjestäminen. Todellisuudessa alumnitoiminnasta voidaan kuitenkin saada huomattavasti merkittävämpää toimintaa, joka parhaimmillaan vahvistaa työelämäyhteistyötä ja laajentaa korkeakoulun vaikutusvaltaa alueellisesti. Tämän onnistumiseen tarvitaan kuitenkin korkeakoulun johdon tuki, alumnitoiminnan huomioimista korkeakoulun strategiassa ja sille on asetettava tavoitteet osana korkeakoulun toimintaa. Alumnitoiminta ei ole kertaluontoinen projekti, joten siitä on tehtävä osa korkeakoulun jatkuvaa työelämäyhteistyön strategiaa ja toimintatapaa. (Hohenthal ym. 2012, 40 - 41.)



KUVIO 3. Alumnitoiminnan edellytykset (Hohenthal ym. 2012, 40)

Resurssit ovat toinen tärkeä osatekijä. Resursseilla tarkoitetaan tässä sekä taloudellisia että ajankäytöllisiä resursseja. Yleisesti alumnitoiminnalle on korkeakouluissa varattu melko pienet resurssit sekä budjetin että henkilöstön osalta. Näitä resursseja tulisi varata riittävästi alumnitoiminnan organisoimiseen ja koordinoimiseen. Alumnitoiminnalle laadittava jokavuotinen toimintasuunnitelma tulisi koostaa korkeakoulun tavoitteista ja asiakkuuksien hoitamisen tavoitteista käsin. Alumnitoiminnalle tulisikin taata sen vaatimat riittävät resurssit, jotka vastaavat sen painoarvoa korkeakoulun perustehävänä ja työelämäyhteistyön kehittämisen välineenä. (Hohenthal ym. 2012, 41.)

Oikeiden henkilöiden palkkaaminen on takuulla edellytys tulevaisuuden alumnitoiminnan onnistuneeseen johtamiseen. Alumnitoiminnasta vastaavan henkilöstön on ymmärrettävä alumnitoiminnan hoitamiseen liittyvä vastuu ja sitoutumisen tarve. Yksi paikka löytää potentiaalisia henkilöitä alumnitoiminnan hoitajiksi on korkeakoulu itsessään, sillä korkeakoululle jo valmiiksi työskentelevällä henkilöllä on aikaisempaa kokemusta oppilaitoksen työskentelytavoista ja -kulttuurista. (Dolbert 2012, 12.)

Kolmas tärkeä osatekijä alumnitoiminnan menestyksekkäälle toteutumiselle on rekisteri. Alumneille ei voida tarjota toimintaa ja palveluita ilman ajan tasalla olevaa, toimivaa rekisteriä. Toimiva rekisteri on alumnitoiminnan perusedellytys, joka luo hyvän pohjan toiminnalle ja antaa mahdollisuuden hyödyntää monipuolisesti alumnien tietoja toiminnan kehittämiseen. Olisi myös hyödyllistä, jos rekisteri olisi kytketty muihin korkeakoulun järjestelmiin, kuten opiskelijarekisteriin ja asiakkuuksienhallintajärjestelmään. Alumnitoiminnan rekisterin ylläpitoon on olemassa monenlaisia ohjelmia, joista on paljon hyötyä, vaikka parhaat niistä maksavatkin melko paljon. Yhtä ainoa tapaa rekisterin laatumiselle ei ole, vaan se riippuu hyvin pitkälti korkeakoulun tavoitteista. Ajantasaisten tietojen löytyminen alumneista, joiden avulla heidät voi tavoittaa nopeasti, on rekisterin tärkein ominaisuus. Opiskelijat ovat valmiimpia päivittämään tietojaan rekisteriin, mikäli heille on jo opiskeluaikana syntynyt hyvä mielikuva alumnitoiminnasta. (Hohenthal ym. 2012, 41.)

Rekisterin laatiminen kannattaa miettiä huolellisesti. On harkittava millaisia kenttiä rekisteriin laitetaan, millaisilla hakukriteereillä sieltä voidaan etsiä tietoa ja kuinka rekisterin tietojen ajantasaisena pitäminen voidaan hoitaa vaivattomasti. Tiedot alumnien aktiivisuudesta tulisi käydä ilmi rekisteristä. Sieltä tulisi selvittää kuinka paljon alumni haluaa käyttää aikaansa korkeakoulun hyväksi ja haluaako hän toimia esimerkiksi luennoitsijana, mentorina tai työelämäprojekteissa. (Hohenthal ym. 2012, 42.) Alumnirekisteristä olisi hyvä löytyä vähintään tiedot alumnien kodin ja työpaikan osoitteista ja puhelinnumeroista sekä heidän sähköpostiosoitteet. (Branth & Regan 2002, 5). Dolbertin (2002, 8) mukaan alumnien kanssa olisi järkevää pyrkiä "elektrooniseen suhteeseen", jotta he aktiivisesti päivittäisivät alumnirekisterissä olevia tietojaan todennäköisemmin.

3R-mallia on mahdollista täydentää myös neljännellä R:llä, raameilla. Raamit merkitsevät korkeakoulun tehtävän ja toimintaympäristön asettamia raameja, alumnitoimin-

taan vaikuttavia asioita ja alumnitoiminnan suuntaviivoja ja kehittymistä. Ammattikorkeakouluja pidetään keskeisenä organisaationa alueen työelämän osaamisen kehittämisessä. Ammattikorkeakoulujen tehtäviin kuuluu osaavan työvoiman kouluttaminen alueen työelämän tarpeisiin ja jo valmistuneiden opiskelijoiden osaamisen ylläpito ja kehittäminen. Korkeakoulun säilyttäessä yhteyden alumneihin, hyötyvät siitä molemmat osapuolet. (Hohenthal ym. 2012, 42; Väyrynen 2012.)

3.1.2 Ennakkovalmistelut ja organisointi

Alumnitoiminnan onnistumisen kannalta on ennen toiminnan aloittamista tehtävien ennakkovalmistelujen huolellinen toteuttaminen tärkeää. Ennen toiminnan aloittamista on tarpeen laatia selkeä tavoiteaikataulutettu suunnitelma, otettava talous huomioon laatimalla selkeä budjetointi, sovittava työnjako eri sidosryhmien kesken, tehtävä selkeä hankkeen sisäinen vastuunjako sekä nimettävä alumniyhteyshenkilöt. (Härkönen 2003, 49 - 50.)

Opiskelijoista tulisi pyrkiä kouluttamaan tulevia alumneja mahdollisimman aikaisessa vaiheessa. Heille tulisi aktiivisesti tarjota mahdollisuuksia toimia alumniensa kanssa. Yhteistyö opiskelijoiden kanssa johtaa myös tyytyväisiin alumneihin. Opiskelijoille on tehtävä selväksi mikä alumniensa rooli on ja millaista vastuuta alumnina toimimisesta seuraa. Elinikäisen osallistumisen periaatteen luominen on tärkeä tavoite alumnitoimintaa rakennettaessa. Suhteiden luominen alumniensa ja korkeakoulun välille on tärkeää. Alumneja tulisi arvostaa heidän kaikissa rooleissaan ja kaikenlaista osallistumista alumnitoimintaan tulisi kannustaa. Yhteisöön kuulumisen on yksi ihmisen perustarpeista, joka pitäisi ottaa huomioon alumnitoiminnan rakentamisessa ja järjestettäessä alumniensa keskinäistä toimintaa. (Fulbright Center 2012, 7 - 8.)

Korkeakoulun henkilöstölle tulee tiedottaa ennen hankkeen aloitusta siitä, mistä alumnitoiminnassa on kyse. Opettajille ja muulle koulutushenkilöstölle on tiedotuksen avulla selvitettävä alumnitoiminnan tavoitteet ja millaista toimintaa siihen liittyy. Toiminnan uskottavuutta lisää tiedon helppo saatavuus hankkeesta, joten oppilaitoksen opintotoimisto, vahtimestarit, puhelinkeskukset ja muut yhteyshenkilöt ovat tietoisia alumnitoiminnan vastuuhenkilöistä ja toimitiloista. (Härkönen 2003, 51.)

Korkeakoulujen alumnitoiminta voidaan organisoida monin eri tavoin. Suomalaisissa korkeakouluissa alumnitoiminta on organisoitu joko keskitetysti, hajautetusti, keskite-
tysti ja alumniyhdistyksen kautta tai ainoastaan alumniyhdistyksen kautta. Taulukossa
2 käsittelemme alumnitoiminnan eri organisointitapoja. (Hohenthal ym. 2012, 39.)

TAULUKKO 2. Tavat organisoida alumnitoiminta (Hohenthal ym. 2012, 39)

	Rahoitus	Toiminta	Resurssit	Organisaatio
Keskitetty	Korkeakou- lun perusra- hoitus, oma budjetti	Korkeakoululäh- töistä ja keskitettyä	Palkattu toi- minnan vetä- jä, päätoimi- nen tai osa- aikainen	Huomioitu kor- keakoulun orga- nisaatiossa, toi- mintasuunnitel- ma ja alumnistra- tegia
Hajautettu	Korkeakou- lun rahoitus, ei omaa bud- jettia, rahoit- us muiden toimintojen kautta	Ei keskitettyä ohja- usta, koulutusaloil- la ja kampuksilla omaa toimintaa.	Vastuu mo- nella toimi- jalla, usein pienet resurs- sit	Ei asemaa kor- keakoulun orga- nisaatiossa
Keskitetty ja alum- niyhdistys	Korkeakou- lun perusra- hoitus ja jä- senmaksut, budjetti	Korkeakoululäh- töistä, alumnit vah- vasti mukana toi- minnassa	Palkattu toi- minnan vetä- jä, päätoimi- nen tai osa- aikainen	Huomioitu kor- keakoulun orga- nisaatiossa
Alumniyh- distys	Jäsenmaksut ja mahdoli- sesti korkea- koulun rahoit- us	Alumni- lähtöistä., Korkeakoulun osuus ohjauksesta riippuu sen myön- tämästä rahoituk- sesta	Palkattu tai vapaaehtoi- nen toimin- nan vetäjä	Vain korkeakou- lun kanssa tiivis- tä yhteistyötä tekevät huomioi- tu organisaatios- sa. Kaikilla ei yhteyttä korkea- kouluun

Korkeakoulun tulisi valita oma tapansa organisoida alumnitoiminta sen mukaan mil-
laiset sen tavoitteet ovat alumnitoiminnan suhteen. Jos korkeakoulu haluaa käyttää
alumnitoimintaa työelämäsuhteidensa kehittämiseen, tulisi korkeakoulun ja alumni-
toiminnan suhde olla läheinen. Tässä tapauksessa alumnitoiminnan tavoitteiden tulisi
liittyä tiiviisti korkeakoulun työelämäyhteistyön strategiaan ja toteutustapoihin. (Ho-
henthal ym. 2012, 39.)

3.1.3 Alumnyhdistykset

Alumnyhdistyksillä on kolme mahdollista erilaista hallintotapaa. Nämä tavat ovat itsenäinen, puoli-itsenäinen ja riippuvainen hallintotapa. Itsenäiset alumnyhdistyksen saavat joko hyvin vähän tai ei ollenkaan rahoitusta korkeakoululta. Johtokunta määrittää itsenäisen alumnyhdistyksen ottaman suunnan ja päättää yhdistyksen rahoituksesta. Itsenäinen alumnyhdistys ei kuitenkaan ole koskaan täysin riippumaton korkeakoulustaan ja yhdistyksen täytyy pitää suhteita yllä korkeakoulun hallintoon. Puoli-itsenäinen alumnyhdistys saa osan rahoituksestaan korkeakoululta, mutta hankkii suurimman osan rahoituksestaan itse jäsenmaksujen ja myyntien avulla. Riippuvaiset alumnyhdistykset ovat käytännössä korkeakoulun yksiköitä. Ne saavat kaiken tai suurimman osan rahoituksestaan korkeakoululta ja vastaavat ainoastaan korkeakoulun johdolle. Riippuvaisella alumnyhdistyksellä saattaa olla vapaaehtoisista koostuva hallitus, mutta sen rooli on lähinnä neuvoa antava todellisen päätäntävällän ollessa korkeakoululla. (Dolbert 2002, 2.)

Alumnyhdistysten hallitukset ovat joko päätäntävaltaisia itsenäisten ja puoli-itsenäisten yhdistysten tapauksessa tai neuvoa antavia riippuvaisten yhdistysten tapauksessa. Päätäntävaltaiset hallitukset määrittävät yhdistyksen tehtävän, vision, tavoitteet ja päämäärän. Lisäksi niillä on joitain luottamuksellisia yhdistyksen budjettiin liittyviä vastuita, vaikka hallitus ei välttämättä päätäkään yhdistyksen koko budjetista. Alumnyhdistykset pystyvät yleensä löytämään hyviä vapaaehtoisia, mutta niiden hyödyntäminen on usein haasteellista riippuen vapaaehtoisten elämäntilanteesta. Eri elämäntilanteissa olevilla alumneilla on erilaisia intressejä. Kolmekymppiset alumnit voivat olla kiireisiä urien ja perheiden kanssa, joten heillä ei ole välttämättä ylimääräistä aikaa alumnitoiminnalle. ”Vakaammissa” elämänvaiheissa olevilla alumneilla on todennäköisesti huomattavasti enemmän aikaa vapaaehtoiselle toiminnalle. (Dolbert 2002, 4.)

Suomalaisten ammattikorkeakoulujen alumnyhdistykset ovat ilmoittaneet päämääräkseen yhteistyön edistämisen työelämän, ammattikorkeakoulun ja alumnienvälillä sekä korkeakoulututkintojen tunnettavuuden lisäämisen. Lisäksi yhdistykset ovat kertoneet tavoitteikseen sen, että ammattikorkeakoulu kykenee ja haluaa käyttää yhdistysten jäsenten tietoja ja taitoja opetuksen sekä tutkimus-, kehitys- ja innovaatiotoiminnan kehittämisen apuna sekä opiskelijoiden tukemisessa heidän opiskeluaikanaan. Kontak-

tien tarjoaminen erilaisten tapahtumien ja verkostojen kautta oli myös yksi alumniyhdistyksien tavoite. Monet alumniyhdistykset pitävät itseään edunvalvojina korkeakoulujen entisille opiskelijoille. (Hopia & Laitinen-Väänänen 2010, 9.)

3.2 Alumnien aktiviteetit

Alumnitoiminnasta voidaan tehdä osa korkeakoulun markkinointia tai se voi pysyä itsenäisenä yksikkönään. Molemmissa malleissa alumnit saadaan sitoutumaan korkeakoulun toimintaan ja kehittämiseen luomalla aktiviteetteja, jotka ovat alumnien itse kehittämiä ja ideoimia. (Härkönen 2003, 53.) Yleinen käsitys on, että alumneille tulisi järjestää mahdollisimman paljon erilaista toimintaa. Aikaa ja resursseja voi säästää siten, että alumnitoiminnasta vastaavat keräävät tietoa tapahtumista, luennoista ja muusta merkittävästä, joita järjestetään jo yliopistoissa ja korkeakouluissa. Useimmat korkeakoulut järjestävät tapahtumia, jotka kiinnostavat alumneja ja joihin he ovat tervetulleita oppilaitosten puolesta. Alumnitoiminnan käynnistäminen ei siis tarkoita valtavien voimavarojen uhraamista, vaan jo valmiiksi olemassa olevista aktiviteeteista voidaan valita sellaisia, joihin alumnit voivat osallistua. (Alumnitoiminta Suomessa syksyllä 2004, 23.) Alumneille sopivia toimintatapoja voidaan selvittää myös kyselyillä, joissa voidaan tiedustella esimerkiksi heidän kokemuksia alumnitoiminnasta, kehittämisideoita ja mikä kannustaisi aktiiviseen alumnitoimintaan (Härkönen 2003, 49 - 50).

3.2.1 Yleinen toiminta

Alumnitoimintaan voi liittyä myös sellaisia tapahtumia, joita ei välttämättä erikseen järjestetä yliopistoilla tai ammattikorkeakouluissa. Esimerkkejä tällaisista tapahtumista ovat vuosikurssitapaamiset ja "luokkakokoukset". Tällaisten tapahtumien järjestämisestä aloite tulee yleensä alumnilta tai ryhmältä alumneja. Oppilaitoksen tai ainejärjestön alumnikoordinaattorin tai muun yhteyshenkilön tehtävänä on avustaa käytännön järjestelyissä. Oppilaitoksesta riippumattoman, alumnien oman toiminnan osuus on yleensä yhdistysmuotoisessa alumnitoiminnassa suurempi. (Alumnitoiminta Suomessa syksyllä 2004, 23.)

Alumniaktiiviteettien suunnittelussa on järkevää ottaa huomioon erilaisten alumnien eroavaisuudet. Alumnit voidaan jakaa erilaisiin ryhmiin esimerkiksi iän perusteella ja suunnitella heille eri tapahtumia sen mukaan minkälainen toiminta kutakin kohderyhmää kiinnostaa. Nuorille alumneille voisi siis esimerkiksi järjestää enemmän urheilu- ja viihdepainotteisia tapahtumia, kun taas vanhemmille alumneille voidaan pitää "virallisempia" tilaisuuksia, kuten koulutuksellisia tapahtumia ja puhetilaisuuksia. (Fulbright Center 2012, 8.)

Jatko- ja täydennyskoulutus voi olla yksi alumnitoiminnan aktiiviteeteista. Ihmisten odotetaan nykyajan yhteiskunnassa kouluttautuvan jatkuvasti ja pitävän yllä jo aiemmin hankittuja tietoja. Erityisesti työelämässä on tärkeää opiskella uusia asioita ja kehittää itseään. Nämä asiat ovat tärkeimpiä syitä mikä saa alumni kiinnostumaan entisestä opiskelupaikastaan. Useimpien korkeakoulujen jatko- ja täydennyskoulutuksen ensisijainen kohderyhmä on entiset opiskelijat. Myös useille alumneille on helppoa palata entiseen opiskelupaikkaan jatko- tai täydennyskoulutukseen. Alumneille voidaan suunnata pitkäkestoista ja mahdollisesti maksullista jatko- ja täydennyskoulutusta sekä lyhyempiä luentosarjoja, opintoretkeä ja luentoja. Tämänkaltaisia vähemmän muodollisia oppimistilaisuuksia ei välttämättä tarvitse suunnata ainoastaan alumneille, mutta on tärkeää, että tarjolla olevista luennoista tiedotetaan heille. (Alumnitoiminta Suomessa syksyllä 2004, 24.)

Alumnit voivat avustaa kokemuksellaan koulutuksen ja opetuksen kehittämistä. Alumneilta saa kokemukseen perustuvaa tietoa siitä, mitkä asiat ovat hyödyllisiä työelämän kannalta ja kuinka näitä taitoja kannattaisi opettaa korkeakouluissa. Heiltä saa myös tietoa mistä aiheissa heillä on ollut tarvetta saada työelämän täydennyskoulutusta. Useat korkeakoulut keräävät vastavalmistuneilta opiskelijoilta palautetta opiskelun soveltuvuudesta ja laadusta työmarkkinoille. Palautetta on kuitenkin usein hyödyllistä saada muutama vuosi valmistumisen jälkeen, kun kokemusta työelämästä on kertynyt jo enemmän. Koulutusta kehitettäessä on hyödyllistä saada selville, kuinka alumnit kokevat koulutuksensa laadun joitakin vuosia valmistumisensa jälkeen ja vertailla sitä vastavalmistuneiden alumnien kokemuksiin. (Alumnitoiminta Suomessa syksyllä 2004, 24; Tervonen 2012, 48.)

Alumnit ovat suuri apu uusien opiskelijoiden rekrytoinnissa ja heillä voi olla suuri vaikutus uusien opiskelijoiden hakumääriin. Tämä on erityisen tärkeää nykymaail-

massa, jossa kilpailu opiskelijoista on vuosi vuodelta kovempaa ja uusien opiskelijoiden hankkiminen on entistä vaikeampaa. Erityisesti ammattikorkeakoulujen on pohdittava, kuinka nostaa tunnettavuutta ja koulutuksen arvostusta uusien opiskelijoiden keskuudessa. Alumnit voivat avustaa tässä kertomalla uusille opiskelijoille tietoa ja kokemuksia oppilaitoksestaan, vastata moniin kysymyksiin ja näin helpottaa opiskelupaikan valintaa. Tämä voidaan toteuttaa esimerkiksi järjestämällä info-tilaisuuksia, joihin kutsutaan alumneja puhumaan abeille, haastatteleamalla heitä abeille lähetettävään lehteen tai tiedotteeseen tai laittamalla korkeakoulut verkkosivuille alumniin kirjoittamia tarinoita urapoluistaan. (Alumnitoiminta Suomessa syksyllä 2004, 25.)

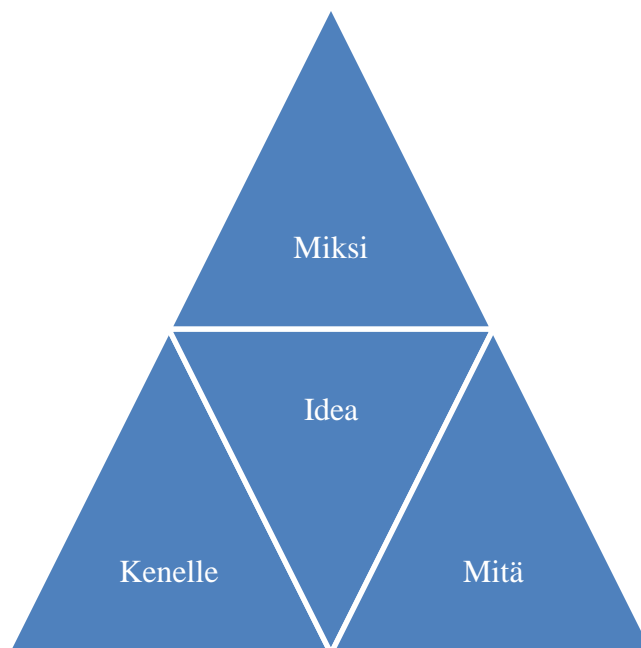
Useassa korkeakoulussa alumnitoiminta on linkitetty oppilaitoksen rekrytointipalvelujen yhteyteen, jotka hyötyvät monin tavoin toimivasta alumniverkostosta. Alumnit voivat avustaa valmistuneita tai lähellä valmistumista olevia opiskelijoita löytämään työharjoittelupaikkoja, gradu- ja lopputyöpaikkoja sekä avoimia työpaikkoja. He voivat myös toimia harjoittelun ohjaajina tai puhua tapahtumissa, joiden tarkoitus on orientoida opiskelijoita työelämään. Yhteistyön avulla työnantajat saavat yhteyksiä potentiaalsiin työntekijöihin ja opiskelijoiden on helpompi löytää haluamansa harjoittelupaikka. Alumniin on helpompi tarjota työharjoittelu- ja lopputyöpaikkoja opiskelijoille, joilla on samankaltainen tausta kuin heillä itsellään, koska tällöin heidän on helpompi arvioida mitä tulokkaalta odotetaan. Alumniin kokemusta voidaan hyödyntää rekrytointipalveluissa myös siten, että alumnit kertovat, kuinka eri opintosuuntaukset ja koulutusvaihtoehdot kannattaa esitellä työnantajalla ja kuinka heidän oma työuransa on alkanut. Lisäksi alumnit voivat jakaa vinkkejä esimerkiksi ansioluettelon ja työhakemusten laadintaan ja olla mukana puhumassa rekryjen järjestämällä työelämäkursseilla. (Alumnitoiminta Suomessa syksyllä 2004, 27; Jaakola 2008, 645.)

Muita tapoja järjestää alumneille aktiviteetteja on esimerkiksi käyttää heitä luennoitsijavieraina. Alumnit ovat elävä kontakti työelämään ja heillä on erityisosaamista, joka helpottaa asiantuntevien vierailuluentojen järjestämistä. Lisäksi alumnit voivat olla mukana järjestämässä vuosijuhlia ja kampuspäiviä, joiden yhteydessä voidaan pitää luentoja ja seminaareja. Joillakin korkeakouluilla on myös tapana valita vuosijuhlan, yliopistopäivien tai vastaavan yhteydessä vuoden alumni. Vuoden alumni on kunnianosoitus ja arvonimi mittavan elämäntyön tehneelle alumnille, tärkeälle tutkijalle tai muuten menestyneelle oppilaitoksen kasvatille. Vuoden alumni on yleensä ainakin paikallisesti tunnettu henkilö ja on mahdollisesti toiminut oppilaitoksensa tunnetta-

vuuden lisäämiseksi ja koulutuksen arvostuksen kasvattamiseksi. Valinnalla voidaan parantaa oppilaitoksen tunnettavuutta ja kiinnittää huomiota koulutuksen korkeaan laatuun. (Alumnitoiminta Suomessa syksyllä 2004, 25, 28.)

3.2.2 Alumnitilaisuuksien järjestäminen

Suunniteltaessa tapahtumaa tulisi miettiä kolmea strategista peruskysymystä: miksi, kenelle ja mitä (kuvio 4). "Miksi" kuvaa tapahtuman tavoitetta. Tapahtuman järjestäjien tulisi miettiä huolellisesti, miksi tapahtuma järjestetään ja mitä järjestäjä haluaa viestiä tapahtumassa. Tapahtuman tavoitteen tulisi olla järjestäjien mielessä tapahtumaa suunniteltaessa. (Vallo & Häyrinen 2008, 93 - 94.) Härkösen (2003, 53) mukaan alumnitilaisuuksia tulisi järjestää vähintään kerran vuodessa. Niiden tarkoituksena on vahvistaa alumnien ja korkeakoulun suhdetta sekä luoda alumneille mahdollisuuksia verkostoitua. Hohenthal ym. (2012, 44) kertovat alumnitapahtumien innostavan alumneja ja tuoneen aidosti uutta sisältöä ja ajatuksia heidän töihinsä tapahtumista saadun palautteen ansiosta.



KUVIO 4. Strategisen kolmion kysymykset (Vallo & Häyrinen 2008, 93)

"Kenelle" on toinen suunnitteluvaiheessa vastaan tuleva peruskysymys, joka kuvaa tapahtuman kohderyhmää. Tapahtuman järjestäjien on mietittävä, minkälainen heidän kohderyhmänsä on, kuinka hyvin he tuntevat kohderyhmän, missä kohderyhmän yh-

teystiedot on saatavilla ja kuinka saada järjestäjien haluama viesti perille heidän kohderyhmälleen. (Vallo & Häyrynen 2008, 94.) Härkönen (2003, 53) toteaa tilaisuuksien järjestämisessä olevan useita vaihtoehtoja ja ehdottaa, että kohderyhmät voidaan järjestää jakamalla alumnit koulutusohjelmittain tai aloittain. Hohenthal ym. (2012, 44) huomauttavat alumnien aikataulujen ja tarpeiden huomioonottamisen tärkeydestä ja siitä, että tapahtumat tulisi järjestää iltaisin.

"Mitä" on tapahtuman suunnitteluvaiheen viimeinen strateginen peruskysymys, joka tarkoittaa tapahtuman luonnetta ja virallisuusastetta eli mitä kaikkea itse tapahtuma sisältää ja ollaanko järjestämässä asia- viihde- vai yhdistelmä tapahtumaa. Suunniteltaessa näitä seikkoja täytyy miettiä, millainen tapahtuma olisi sopiva halutulle kohderyhmälle ja tavoitteelle. (Vallo & Häyrynen 2008, 94.) Alumnitilaisuuksissa voidaan esimerkiksi pitää luentoja, joiden sisältönä on alumnitoiminnan tavoitteiden painottaminen alumneille ja opiskelijoille tai vaihtoehtoisesti voidaan järjestää alumnigaala, joka pidetään esimerkiksi lukuvuoden avajaisten yhteydessä (Härkönen 2003, 53). Tapahtumien tulisi olla rentoja ilmapiiriltään säilyttäen kuitenkin tietyn ammattimaisuuden ja innovatiivisuuden tunteen (Hohenthal ym. 2012, 44).

3.2.3 Varainhankinta

Varainhankinta eli fundraising tulee monelle mieleen, kun puhutaan alumnitoiminnan amerikkalaisista juurista. Monien korkeakoulujen tausta-ajatuksena alumnitoimintaa käynnistäessä on juuri ulkopuolisen rahoituksen hankkiminen. Euroopassa ja erityisesti Pohjoismaissa pidetään kuitenkin alumnien ja oppilaitoksen välisen suhteen rakentamista ensisijaisena tavoitteena. Mahdollisten varainhankintakampanjoiden käynnistäminen tulee vasta myöhemmin ajankohtaiseksi. Varainhankinnalla ei tarkoiteta ainoastaan yksittäisten alumnien antamaa rahallista tukea oppilaitokselle, vaan erityisesti yritysten antamaa tukea oppilaitokselle. Yhteyden ottaminen yrityksen johtavassa asemassa olevaan alumniin onkin hyvä tapa lähestyä yritystä. (Alumnitoiminta Suomessa syksyllä 2004, 27.)

Alumneja voidaan pitää korkeakoulun tärkeimpänä yleisönä. Opiskeluaikana heille on muodostunut vankka emotionaalinen side oppilaitokseen, joka mahdollisesti jatkuu koko elämän ajan. Useat ihmiset haluavat taata samanlaisen kokemuksen muille ihmi-

sille ja täten alumnit ovatkin korkeakoulujen varainhankinnan tärkein kohderyhmä. Oppilaitoksen alumnit toimivat myös eräänlaisina viestinviejinä, jotka voivat levittää tietoa varainhankinnasta muille potentiaalisille lahjoittajille. (Fulbright Center 2012, 15.)

Varainhankinnan onnistuminen vaatii toimivaa strategiaa. Onnistumisen kannalta on tärkeää, että korkeakoulun johto on sitoutunut varainhankintaan. Johdon täytyy myöntää toimintaan riittävästi resursseja sekä toimia myös eräänlaisina puolestapuhujina ja julkisina kasvoina korkeakoululle. Korkeakoulun johdon on osallistuttava varainhankinnan priorisointiin ja siihen liittyvien päätösten tekemiseen. On esimerkiksi päätettävä minkälaista ulkopuolista rahoitusta ei kerätä ja minkälaisilta ulkopuolisilta lahjoittajilta ei oteta vastaan lahjoituksia. (Fulbright Center 2012, 17.)

Sosiaalinen media ja muut viestinnälliset kanavat ovat tärkeässä roolissa varainhankinnan välineenä. Korkeakoulun viestintä on varainhankinnasta vastaavien keskeisin sisäinen yhteistyökumppani. Viestinnällisin keinoin luodaan mielikuva korkeakoulusta sen ulkopuolella toimiville tahoille ja luodaan kontakti potentiaalsiin lahjoittajiin. Jatkuvan viestinnän avulla tätä kontaktia voidaan ylläpitää. Viestinnässä onnistuminen vaatii kohderyhmien intressien ja heidän käyttämien viestintävälineiden tuntemista. Rinnakkaisten viestintävälineiden käyttö voi olla hyödyllistä viestinnän kannalta, mutta on tärkeää koordinoida viestejä niin, etteivät rinnakkaiset viestintävälineet aiheuta mahdollisia päällekkäisiä viestejä ja näin kuormita viestien vastaanottajia. (Fulbright Center 2012, 19.)

Internetissä luodut suhteet sellaisten ihmisten välillä, joilla on samankaltaiset kiinnostuksenkohteet voivat johtaa tarkoituksellisten ja kestävien internetyhteisöiden syntymiseen. Korkeakoulut voivat omalta osaltaan helpottaa tämänkaltaisten yhteisöjen luomista alumneille, joissa he voivat verkostoitua muiden alumnien kanssa ja keskustella yhteisistä kiinnostuksenkohteistaan. Tämä voi johtaa lisääntyneisiin lahjoituksiin varainhankinnassa ja suurempaan vapaaehtoisosallistumiseen alumnitoiminnassa yleisesti. Muiden alumnien kanssa luodut yhteyden voivat myös ajan myötä vahvistaa alumnien yhteydentunnetta korkeakouluunsa. (Farrow & Yuan 2011, 448.)

3.3 Sosiaalisen median käyttäminen alumnitoiminnassa

Sosiaalisen median palveluita on olemassa tusinoittain tai jopa sadoittain ja uusia ilmestyy jatkuvasti. Minkä tahansa organisaation on valittava tarkasti käyttämänsä sosiaalisen median palvelut, sillä niihin kaikkiin ei voi millään osallistua, koska palveluissa aktiivisena pysyminen on yksi onnistumisen perusedellytyksistä. Oikean palvelun valitseminen mihin tahansa tarkoitukseen riippuukin tavoitellusta kohderyhmästä ja viestistä mikä halutaan antaa. Jokainen sosiaalisen median sovellus houkuttelee yleensä tietynlaisia ihmisiä. (Kaplan & Haenlein 2010, 65.)

Internetin sosiaalisissa palveluissa käytettävä teknologia muuttuu jatkuvasti. Tämän takia on haasteellista pysyä perillä uusimmista palveluista ja sivustoista. Ihmisten vuorovaikutustoimintaa ajava peruskäyttäytyminen muuttuu kuitenkin hyvin vähän, joten on mahdollista ymmärtää mikä tekee verkossa tapahtuvasta vuorovaikutuksesta onnistunutta. (Fulbright Center 2012, 10.)

Sosiaalisen median sovelluksilla on tiettyjä teknologisia käyttömahdollisuuksia, jotka erottavat ne muun tyyppisistä sähköisen viestinnän muodoista, kuten sähköpostista ja elektronisista uutiskirjeistä. Sosiaalinen media voi olla kustannuksiltaan vähäinen viestinnän väline, jonka avulla organisaatiot voivat lisätä alumnitoiminnan osallistumisastetta. Pienten kustannusten lisäksi sosiaalinen media on hyvin tehokas työkalu, koska pelkästään sosiaalisen median yhteisöön osallistuminen voi vaikuttaa ihmisen käyttäytymiseen. Käyttäytymiseen vaikuttavia tekijöitä ovat teknologian suurista käyttömahdollisuuksista seuraavat vaikutukset, toistuvasta vuorovaikuttamisesta seuraava sosiaalinen velvollisuudentunto ja emotionaalisesta läheisyydestä seuraava sisäistyminen. (Farrow & Yuan 2011, 460.)

Alumneille laaditun sosiaalisen median yhteisön ylläpitäjän kannattaa käyttää omaa nimeään. Alumnit haluavat nähdä hänet vertaisenaan, ei luotettuna auktoriteettina tai instituution edustajana. Sosiaalinen media tulisikin siten nähdä sitouttamistyökaluna eikä ainoastaan välineenä oppilaitoksen mainostamiselle. Sosiaalista mediaa voi käyttää erilaisten luentojen, artikkelien ja webcastien eli verkkoesitelmien jakamiseen. Alumneilta kannattaa kysyä millä tavoin he haluavat vastaan ottaa näitä tietoja ja räätälöidä käytettyjä sosiaalisen median työkaluja sen mukaan. (Fulbright Center 2012, 10.)

3.4 Mentorointi

Alumnitoiminnan yhteydessä voidaan aloittaa mentoriohjelma. Mentorointi on vanha tapa, jonka avulla voidaan edistää nuoren ihmisen kasvua ja kehitystä. Sana "mentor" tulee kreikan kielestä ja tarkoittaa viisasta ja uskottua neuvonantajaa. Mentoriohjelman avulla voidaan lisätä opiskelijoiden työelämätuntemusta ja valmiuksia, mikä madaltaa kynnystä opiskelun ja työelämän välillä. Mentoritoiminta voidaan järjestää siten, että tuoreet alumnit toimivat aktoreina, eli mentoroitavina ja pitkään työelämässä olleet alumnit heidän mentoreinaan. (Alumnitoiminta Suomessa syksyllä 2004, 26; Härkönen 2003, 55.) Alumniverkosto voi esimerkiksi järjestää halukkaille opiskelijoille lyhyitä mentorointijaksoja kerran vuodessa (Riita-Pajunen 2011, 136).

3.4.1 Mentori ja aktori

Mentorointia voidaan pitää ensisijaisesti kehittävänä vuorovaikutussuhteena. Se voi olla myös toimintaa, jolle on asetettu tavoite ja tietyt noudatettavat periaatteet. Mentoringin ja mentoroitavan välille muodostuu vuorovaikutussuhde, joka on luonteeltaan kehittävä, huolehtiva, osallistuva ja auttava. Suhteessa mentori investoi aikaansa, tietämystään ja vaivannäköä avustaakseen mentoroitavaa kehittämään kasvuaan, tietämystään ja taitojaan. Mentori reagoi mentoroitavan elämän kannalta kriittisiin tarpeisiin keinoin, jotka parantavat hänen saavutuksiaan ja toimintaansa tulevaisuudessa. (Juuseila ym. 2000, 14 - 15.) Bozeman & Feeney (2007, 731) määrittelee mentoroinnin prosessiksi, jossa siirretään tietoa, sosiaalista pääomaa ja psykologista tukea vastaanottajalle, joka kokee ne oleelliseksi työn, uran tai ammatillisen kehittymisen kannalta. Leskelän (2005, 22, 26) mukaan mentorointisuhde on ihmisen varhaisaikuisuuden yksi kehitykselle tärkeimmistä ja monimutkaisimmista ihmissuhteista, johon liittyy usein mentorin ja aktorin välillä voimakkaasti vaikuttava molemminpuolinen, tunnepohjainen sitoutuminen.

Mentori on henkilö, jolla on paljon kokemusta työelämästä ja joka haluaa jakaa tietonsa ja taitonsa alalle tuleville henkilöille. Mentorin tehtävänä on jakaa tietoa ja opastaa tiettyjen taitojen, käyttäytymisen ja toimintatapojen oppimisessa. Hyvällä mentorilla on vuorovaikutustaitoja, hän kuuntelee arvostelematta ja on valmis jakamaan ohjeita ja neuvoja. Hänen tulisi haluta aidosti auttaa muita oppimisessa ja ammatillaiseksi

kasvamisessa, sekä toimia aidosti omana itsenään vuorovaikutusprosessissa. (Härkönen 2003, 56; Opetushallitus 2012.) Mentorin tulisi olla myös itse halukas arvioimaan uudelleen omia ajattelutapojaan ja osaamistaan sekä hänellä tulisi olla halua kehittyä ja oppia uusia asioita (Riita-Pajunen 2011, 125). Haikolan (2009, 72) mukaan avoin ja luottamuksellinen suhde on mentoroinnin perusta eikä kumpikaan osapuoli ole suhteen esimies.

Mentorin saamat hyödyt mentorointisuhteesta ovat moninaiset. Hänen saamia hyötyjä ovat esimerkiksi uudenlaisen sisällön tuleminen työhön, motivaation, arvostuksen ja itsetunnon kasvaminen sekä verkostoitumismahdollisuudet aktorin kautta. Lisäksi mentori voi oppia uusia asioita toimiessaan aktorin kanssa, kuten vuorovaikutus- ja johtamistaitoja. Aina mentorointisuhde ei ole mentorin kannalta kuitenkaan täysin hyödyllinen. Rasitteiksi voi tulla ajan puute, kateus muissa työntekijöissä tai kiusaantuneisuus, pettymykset ja luottamuksen menetys epäonnistuneissa mentorointisuhteissa. (Leskelä 2005, 31 - 32.)

Aktori on mentoroinnin osapuolista ammatillisesti kokemattomampi henkilö, joka haluaa suunnitella ja kehittää uraansa hyödyntämällä mentorin kokemusta. Aktori on tyypillisesti itsensä kehittämistä haluava ja motivoitunut opiskelija. Hän on kiinnostunut oppimaan ja hänellä on valmiudet vaihtaa näkemyksiä ja kokemusta häntä kokeneemman mentorin kanssa. Hyvä aktori on laatinut itselleen tavoitteet ja hänellä on tahtoa saavuttaa ne. Aktorin tulisi olla valmis antamaan palautetta ja myös kritiikkiä mentorilleen. Myös aktorilta vaaditaan hyviä vuorovaikutustaitoja ja valmiutta vastaanottaa palautetta. (Härkönen 2003, 57; Mentorointi 2010.)

Mentorointisuhde on monin tavoin hyödyllinen aktoreille ja aktorin organisaatiolle. Aktoria mentorointisuhde hyödyttää lisäämällä ammattitaitoa, ammatillista kasvua ja työssä viihtymistä, jotka auttavat hänen urakehitystään. Itsevarmuuden ja motivaation lisääntyminen, tulevaisuuden ja tavoitteiden selkiytyminen, vähäisempi stressi, tietojen ja taitojen kehittyminen, henkisen tuen saaminen, verkostojen laajentuminen ja palautteen saaminen ovat muita esimerkkejä aktorin saamista hyödyistä. Organisaatio hyötyy mentoroinnista saamalla potentiaalisia tulevia mentoreita. Monesta mentoroitavasta on tullut myöhemmin taitava ja motivoitunut mentori. Lisäksi organisaatio saa maineen paikkana, johon hakeutuu innostuneita ja motivoituneita yksilöitä ja jossa kannustetaan elinikäistä oppimista. (Juusela ym. 2000, 50; Leskelä 2005, 30.)

3.4.2 Mentorointiohjelman järjestäminen

Mentoroinnin periaatteita voidaan hyödyntää tutkinto-opiskelussa ja työllistämisen edistämisessä. Mentorointiohjelmaan osallistumalla opiskelija saa yhteyksiä työelämään ja kuulee kokemuksia opiskelemastaan ammatista. Opiskelujen alussa tapahtuvassa mentoroinnissa tulisi keskittyä ammattialan tunnistamiseen ja alaan tutustumiseen. Harjoittelun aikana tapahtuvasta mentoroinnista opiskelija saisi aidon peilauspinnan, jonka avulla voisi käsitellä työn arjessa tapahtuvia kokemuksia. Opiskelujen loppuvaiheessa opiskelijaa voitaisiin mentoroinnin avulla tukea siirtymisessä työelämään. (Riita-Pajunen 2011, 134 - 135.)

Mentorointiohjelma voidaan toteuttaa korkeakouluissa joko keskitetysti opintoasiain toimiston osana tai hajautetusti koulutusohjelmien järjestämänä, vapaasti valittavien opintojen osana. Ohjelman tarkoituksena on antaa opiskelijalle kaikki mahdollinen tuki itsensä kehittämiseen kokeneemman mentorin avustuksella. Mentorin ja aktorin välinen suhde ei ole tiukasti säännelty, vaan he saavat melko vapaasti muovata siitä sellaisen kuin haluavat. (Härkönen 2003, 58.)

Opiskelijoiden mentorointi alkaa normaalisti syyslukukauden alussa opiskelijoiden ja mentorien haulla ja kestää vähintään seuraavan kevätlukukauden loppuun. Mentoroinnin kohderyhmänä ovat normaalisti 2. ja 3. vuosikurssin opiskelijat, mutta myös juuri valmistumassa olevat voivat osallistua ohjelmaan. Opiskelijan kannalta hyödyllisin ajankohta mentoroinnin aloittamiseen on opiskelujen puoliväli, koska silloin hänen on vielä mahdollista muokata opintomodulien valintoja ja suuntautumisvaihtoehtoja. Mentorointi auttaa myös opinnäytetyön aiheen valinnassa ja valmistumisen jälkeen alkavan uran suunnittelussa. (Härkönen 2003, 58.)

Mentorointiohjelman alkaessa kannattaa laatia kirjallinen mentorointisopimus. Sopimuksesta tulisi käydä ilmi mentoroinnin tavoitteet ja tarkoitus, joista mentoroinnin osapuolet ovat yhdessä keskustelleet etukäteen. Yhteisesti mietittyihin tavoitteisiin on kummankin osapuolen helpompaa sitoutua. Mentorointiohjelman sisällön lisäksi kannattaa sopia käytännöistä, pelisäännöistä ja yhteydenpitotavoista. Sopimuksen lisäksi kannattaa tehdä suunnitelma, jota varten mietitään mentoroinnin teemat ainakin ensimmäisen tapaamisen osalta ja kuinka tapaamisiin valmistaudutaan, laaditaan etene-

missuunnitelma ja keinot mentorointiprosessin arviointiin ja seuraamiseen. (Riita-Pajunen 2011, 127.)

Härkönen (2003, 58) kertoo esimerkin mentorointiohjelmasta Turun ammattikorkeakoulusta, jossa opiskelijat voivat hakea syksyllä vapaasti valittavalle opintojaksolle "Mentorointi - henkilökohtainen ammatillinen tuki". Mentorointiohjelmaan hakijoilta pyydetään kirjallinen perustelu hakeutumisestaan ohjelmaan, jonka perusteella heidät haastatellaan ja heidän joukostaan valitaan mentorointiin pääsevät. Tärkeintä on, että osallistujat ovat halukkaita ja tietävät mistä mentoroinnissa on kyse. Mentorointi kestää kuusi kuukautta marraskuun alusta, jonka jälkeen mentoriparit voivat halutessaan jatkaa mentorisuhdetta omatoimisesti.

Yksi mentoriohjelman vaativimmista ja tärkeimmistä vaiheista on mentorien ja aktorien valinta. Molempien osapuolten motivoituneisuus ja intressien samankaltaisuus on mentoroinnin kannalta olennaisen tärkeää. Mentorin ja aktorin henkilökemioiden tulisi myös olla yhteensopivia, jotta toiminnasta saadaan mahdollisimman paljon hyötyä. Aktorin ominaisuudet voivat jopa vaikuttaa mentorin päätökseen ryhtyä mentoriksi ja mielikuviin mentoroinnin hyödyistä. Mentorin päätökseen vaikuttaa siis aktorissa nähtävä kehityspotentiaali. Myös aktorin persoonallisuus, motivaatiotekijät, pätevyys, halukkuus oppimiselle ja rakentavan palautteen saamiselle sekä tarve mentoroinnille vaikuttavat mentorin päätökseen ryhtyä mentoroimaan juuri kyseistä aktoria. Mentoroinnin suunnittelija tekee ohjausryhmän kanssa mentoriparien valinnat haastateltuaan ensin kaikki mentorit ja aktorit. Erityisesti tulisi kiinnittää huomiota koulutukseen ja ammatilliseen suuntautumiseen, tulevaisuuden toiveisiin ja intresseihin, sukupuoleen, ikään, persoonallisuuteen ja osapuolten omiin toivomuksiin mentoriparistaan. Aktori tai mentori voivat halutessaan etsiä tai ehdottaa itselleen mentorointiparia. (Härkönen 2003, 59; Leskelä 2005, 33).

Mentorointiprosessin roolien, vastuiden ja velvollisuuksien tunnistaminen on seikka, jota kannattaa painottaa opiskelijamentoroinnin suunnittelussa. Opiskelijat pitäisi saada sitoutumaan ja motivoitumaan mentorointiin niin ettei prosessia pidettäisi vain opintopisteitä kerryttävänä suorituksena. Pehdyttämällä opiskelijat lyhyesti mentorointiin voisivat he nähdä ohjelman mahdollisuudet. Täten mentoroinnista saataisiin kiinnostumaan juuri ne opiskelijat, joilla on motivaatiota ja kiinnostusta sitoutua prosessiin. Opiskelijamentoroinnissa kannattaa ottaa huomioon se, että opiskelijan rooli

poikkeaa aktorin roolista siinä mielessä, että opiskelijan täytyy todistaa oppimansa asiat opintosuorituksin, kun taas aktori on vastuussa ensisijaisesti itselleen. (Riita-Pajunen 2011, 135.)

3.5 Alumnitoiminnan arviointi ja kehittäminen

Alumnitoimintaan investoiminen on strateginen sitoumus korkeakoululta, jonka hyödyt tulevat ilmi usein vasta pitkällä tähtäimellä. Korkeakoululla on tietysti myös odotuksia toiminnan lyhyen tähtäimen hyödyistä. Kehitykselle on asetettava jonkinlaiset mittarit, joilla voidaan seurata operaatioiden edistymistä ja kuinka alumnitoiminnan kehitys toimii pitkän tähtäimen tavoitteiden saavuttamisen hyväksi. Aloittaessaan alumnitoimintaa monet instituutiot näkevät toiminnan odotetut hyödyt hyvin kapeasta näkökulmasta: mukana olevien alumnien määrästä. Alussa korkeakouluilla on yleensä taipumus toivoa samanlaisia tuloksia kuin parhaimmat yliopistot saavat tekemättä kuitenkaan vertailuja investointien, henkilökunnan ja resurssien eroista. (Fulbright Center 2012, 26.)

Eräs hyödyllinen keino alumnitoiminnan arviointiin on koota joukko muita korkeakouluja ja verrata niihin omaa toimintaa. Joukkoon kuuluvien korkeakoulujen tulisi olla kooltaan ja resursseiltaan samankaltaisia kuin oma korkeakoulu, mutta olisi hyödyllistä sisällyttää joukkoon myös sellaisia korkeakouluja, joiden toiminta on jossain määrin kehittyneempää ja jollaiseksi haluaisit oman korkeakoulun alumnitoiminnan kehittyvän. Joukon koko kannattaa pitää helposti hallittavana, sopiva tarkasteltavien korkeakoulujen määrä on viiden ja kahdentoista välillä. Kannattaa myös pitää yhteyttä näissä korkeakouluissa työskentelevien kollegojen kanssa ja pyytää heitä tiedonvaihtoon. (Branth & Regan 2002, 3.)

Useimmissa suomalaisissa korkeakouluissa alumnitoiminnan suunnittelu, toteuttaminen ja arviointi ovat samojen henkilöiden vastuulla. Eri yksiköitä eri tehtäville ei ole olemassa, vaan operaation kaikkia tehtäviä hoitaa muutama henkilö. Korkeakoulun sisäinen vapaaehtois pohjainen verkostoituminen ei ole riittävää ollakseen onnistunutta. Alumnitoiminnan ja sen kehityksen tulisikin ehdottomasti olla suuremman asiantuntijaryhmän vastuulla, kuin se on tänään. (Fulbright Center 2012, 26.)

Alumnitoiminnan kehittymisen tulee alkaa pitkän tähtäimen suunnittelulla, ja sen on oltava systemaattista, ryhmäpainotteista ja eettistä. Ylimmän hallinnon ja erityisesti rehtorin tuki on olennaista alumnitoiminnan kehittymisen kannalta. Hallinnon sitoutumisen tulee näkyä toiminnan kehittämiseen tehtävissä sijoituksissa: onnistumiseen tarvitaan ammattilaisia ja muita resursseja. Datajärjestelmät ja datan hallinta ovat tärkeä osa onnistunutta varainhankintaa. Infrastruktuuria tarvitaan onnistumisen tukemiseen. (Fulbright Center 2012, 27.)

Koska alumnitoiminta vaatii suuria investointeja saavuttaakseen tuloksia, on selvää, että toiminnalle on asetettava realistisia tavoitteita. Riittäväillä resursseilla ja selkeällä suunnittelulla voidaan saavuttaa selvää kehitystä alumnitoiminnassa, jos tavoitteet ovat selkeät ja organisaation jäsenillä on niistä riittävä ymmärrys. Alumnitoiminnassa on käytettävä erilaisia strategioita sen mukaan, millaiset asetetut tavoitteet ovat. On tärkeää arvioida uudelleen, muuttaa tai lopettaa sellaiset toiminnot, jotka eivät johda haluttuun lopputulokseen. (Fulbright Center 2012, 26; Branth & Regan 2002, 3.)

Järjestyksen pitäminen on tärkeää alumnitoiminnan hallinnoimisessa. Kannattaa seurata kaikkea mahdollista alumnitoimintaan liittyvää tietoa. Hyvien muistiinpanojen pitäminen tietojen sijainnista on tärkeää siltä varalta, jos alumnitoimintaa hoitavat henkilöt vaihtuvat. Tämä varmistaa sen, että uudet vastuuhenkilöt ovat ajan tasalla kaikista tiedoista. Alumnitoiminnasta saadut tiedot kannattaa koostaa ja analysoida raportiksi. Näin toiminnan laadulle voidaan asettaa kiintopisteitä ja näin parantaa toimintaa kokonaisuudessaan. (Branth & Regan 2002, 4.) Alumnitoiminnan sidosryhmiin liittyvän tiedon systemaattinen seuraaminen ja rekisteröiminen on erittäin tärkeää. Tiedon jatkuva mittaaminen ja raportointi, edistyksen seuraaminen sovitujen muuttujien avulla sekä raportteihin perustuvan kehityksen tulisi olla tavallista alumnitoiminnan onnistumisen arvioinnissa ja kehittämisessä. (Fulbright Center 2012, 28.)

Korkeakoulun alumnitoiminnan aktiviteeteille kannattaa asettaa mittareita niiden arvioimiseen aktiviteettien eri vaiheissa (kuviot 5). Alumnien tyytyväisyysaste on yksi avainmittareista arvioimaan alumnitoimintaan liittyvien ohjelmien onnistumista. Tyytyväisyysastetta voidaan mitata kyselyissä esimerkiksi sellaisilla kysymyksillä kuin "suositteletko?", "tekisitkö uudestaan?" ja "osallistuisitko?". Mikäli korkeakoulun alumnitoimintaan liittyy varainkeruuta, niin alumnien osallistumisaste siihen on hyvä mittari toiminnan arviointiin. Oma etu on usein yksi tärkeimmistä motivaatioista osal-

listua alumnitoimintaan. Korkeakoulun tulisi siis suunnitella alumnitoiminta huomioiden erilaiset yleisöt, segmentit ja sidosryhmät. (Fulbright Center 2012, 30 - 31.)

Sellaisten alumnien määrä, joihin voidaan ottaa yhteyttä

- Osoitteet
- Puhelinnumerot
- Sähköpostiosoitteet

Sitoutuminen ja osallistuminen

- Tapahtumat (luokkakokoukset, seminaarit yms.)
- Ohjelmat
- Vastuuhenkilöt
- Alumnien ilmoitusten määrä (lehdissä ja Internetissä)
- Tiedotuslehtien laatiminen
- Profiilien päivitykset
- Suositukset muille ihmisille

Varainhankinta

- Alumnien antamat lahjoitukset
- Alumnien osallistumisaste

Vapaaehtoiset

- Vapaaehtoisten määrä
- Vapaaehtoistyön tuntimäärä (mentorointi, esitysten pitäminen yms.)
- Vastuuhenkilöt

Opiskelijoiden osallistuminen

KUVIO 5. Alumnitoiminnan onnistumisen mittaamisen osa-alueet (Fulbright Center 2012, 31)

Alumnitoiminnan tasoa on valvottava aktiivisesti, jotta se pysyisi jatkuvasti laadukkaana. Toimintaa voidaan valvoa monella tavalla, esimerkiksi laatimalla kyselyjä opiskelijoille, opetushenkilöstölle ja alumneille. Tulisi myös tehdä säännöllisesti arvioita siitä, kuinka hyvin alumnitoiminnalle asetettuja tavoitteita on saavutettu. Toiminnalle laadittua budjettia on arvioitava vertaamalla sitä toteutuneisiin talouslukuihin. (Härkönen 2003, 54.)

4 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

Tutkimuksemme tavoitteena on kartoittaa keinoja, joilla Mikkelin ammattikorkeakoulun liiketalouden laitoksen alumnitoimintaa voitaisiin kehittää. Käsittelemme tässä luvussa tutkimuksen toteutusta. Aluksi kuvailemme toimeksiantajaa eli Mikkelin ammattikorkeakoulun liiketalouden laitosta ja sen nykyistä alumnitoiminnan. Seuraavaksi kerromme laadullisesta tutkimuksesta ja perustelemme, miksi valitsimme tämän tutkimusmenetelmän. Lopuksi esittelemme, kuinka olemme hankkineet tutkimusaineistomme ja analysoimme aineiston.

4.1 Toimeksiantajan esittely

Toimeksiantajamme on Mikkelin ammattikorkeakoulun liiketalouden laitos. Liiketalouden laitoksella on kolme eri koulutusohjelmaa: liiketalouden koulutusohjelma, englanninkielinen Business Management -koulutusohjelma sekä yrittäjyyden ja liiketoimintaosaamisen koulutusohjelma. Tässä tutkimuksessa keskitymme ensisijaisesti liiketalouden koulutusohjelman kehittämismahdollisuuksien kartoittamiseen.

4.1.1 Mamk ja liiketalouden laitos

Mikkelin ammattikorkeakoulu on Kaakkois-Suomen Ammattikorkeakoulu Oy:n omistama 4500 opiskelijan oppilaitos, jonka kampukset sijaitsevat Mikkelissä ja Savonlinnassa. Mamkissa koulutetaan opiskelijoita seitsemällä eri koulutusalueella, joilla on 18 AMK-tutkintoon ja 9 ylempään AMK-tutkintoon johtavaa koulutusohjelmaa. Vuosittain Mamkissa aloittaa opinnot 720 opiskelijaa ja 400 aikuisopiskelijaa. (Mikkelin ammattikorkeakoulu 2013b.)

Liiketalouden laitos on aktiivinen yhteistyökumppani alueella toimivien yritysten ja organisaatioiden kanssa (Toimintasuunnitelma 2013, 3). Liiketalouden laitoksen visiona on saavuttaa asema, jossa se tunnetaan Mamkin sisäisesti ja maakunnallisesti liiketoimintaosaamisen asiantuntijana. Tärkeimpinä toiminnallisina tavoitteinaan laitos pitää koulutusohjelmien hakijamäärien lisääntymistä, koulutusprosessin ja ohjauksen kehittämistä, tutkintotavoitteiden saavuttamista ja TKI-toiminnan kehittämistä.

Yhteistyön Kymenlaakson ammattikorkeakoulun odotetaan kasvavan ja koulutusohjelmien profiilien kytkeytyvän elinkeinoelämän tarpeisiin ja aluekehitykseen. (Toimintasuunnitelma 2013, 2.)

Taloushallinnon osaajien tarve on lisääntymässä Etelä-Savon maakunnan alueella kasvavan työvoimatarpeen johdosta. Mamkin onkin edellytetty lisäävän taloushallinnon koulutusta vastaamaan työvoimatarvetta. Liiketalouden laitoksella toimintaympäristön muutokset ovat tuoneet haasteen uudistaa tutkintoon johtavaa koulutusta ja kehittää maksullista täydennyskoulutusta. Markkinoinnin opetuksessa on tavoite korostaa entistä enemmän myynti- ja asiakasosaamisen tarvetta. (Toimintasuunnitelma 2013, 2.)

Koulutuksen määrällisessä suunnittelu- ja kehittämistyössä liiketalouden laitos pitää tärkeänä huomioida lähitulevaisuuden muuttuvat tilanteet ja ennakoida alueellisen tai muun rakenteellisen yhteistyön vaikutusta aloituspaikkoihin. Syksyllä 2013 liiketalouden koulutusohjelmassa oli 75 nuorten aloituspaikkaa ja 32 aikuisten aloituspaikkaa. Samaan aikaan Business Management -koulutusohjelmassa oli 20 nuorten aloituspaikkaa ja 10 kaksoistutkintopaikkaa. Koulutusohjelmassa opiskelee lisäksi kymmeniä vaihto-opiskelijoita. Yrittäjyyden ja liiketoimintaosaamisen koulutusohjelmassa oli 20 aloituspaikkaa. (Toimintasuunnitelma 2013, 5 - 6.)

4.1.2 Alumnitoiminta Mamkissa ja liiketalouden koulutusohjelmassa

Mikkelin ammattikorkeakoulu pitää alumnirekisteriä, johon voi liittyä kuka tahansa oppilaitoksen entinen opiskelija. Tähän mennessä rekisteriin on liittynyt yli tuhat alumnia. Rekisteriin voi liittyä helposti ammattikorkeakoulun internetsivuilla täyttämällä liittymislomakkeen. Rekisteröitymällä alumni saa oppilaitokselta tietoa erilaisista koulutuksista, avoimen ammattikorkeakoulun opinnoista, ammatillisista erikoisopinnoista sekä ylemmistä AMK-tutkinnoista. Mamkin internetsivuilta voi myös käydä lukemassa eri koulutusohjelmien alumnien uratarinoita, joissa he kertovat kokemuksistaan oman alansa opinnoista. (Mikkelin ammattikorkeakoulu 2013a.)

Liiketalouden koulutusohjelma on ollut mukana alumnitoiminnan kehittämisessä jo noin kymmenen vuoden ajan. Koulutusohjelmassa katsotaan, että alumnitoiminta edis-

tää opiskelijoiden motivaatiota ja urasuunnittelua. Liiketalouden laitos on laatinut alumnitoiminnasta kehittämissuunnitelman, jossa painotetaan opiskelijoiden sitouttamista alumnitoimintaan jo opiskeluaikana, jotta alumninyhteistyö olisi jatkossakin toimivaa. (Kauppinen ym. 2011, 54.)

Uratarinoiden kerääminen on 2000-luvun alussa alkanut liiketalouden koulutusohjelman alumnitoiminnan perinne. Uratarinoissa alumnit kertovat työurastaan valmistumisensa jälkeen ja antavat opiskelijoille vinkkejä suuntautumisvaihtoehdoista sekä kertovat, mitä vastavalmistuneilta tradenomeilta odotetaan työelämässä. Vuosittain vuodesta 2006 alkaen järjestetyt alumnipaneelit ovat toinen pitkään käytössä ollut alumninyhteistyön muoto liiketalouden koulutusohjelmassa. Paneeleita varten toisen vuoden opiskelijat laativat heitä kiinnostavia kysymyksiä opiskelijavastaavan johdolla. Kaksi tapahtuman juontajina toimivaa opiskelijaa laatii kysymysten perusteella teemoittain etenevän sisällön paneelille. Vuosittain paneeliin osallistuu 6 - 8 alumnia, jotka ovat opiskeluaikanaan erikoistuneet liiketoimintaosaamisen eri osa-alueisiin. Paneeliin osallistuvat opiskelijat ja koulutusohjelman henkilöstö saavat tietoa työelämässä vaaditusta osaamisesta ja mahdollisuuksista edetä uralla. (Kauppinen ym. 2011, 54 - 55.)

Liiketalouden koulutusohjelman ja alumnien yhteistyössä pyritään noudattamaan win-win-periaatetta eli toimintatapaa, josta hyötyvät alumnitoiminnan kaikki osapuolet. Opiskelijat saavat alumnien kautta toimeksiantoja projektiopintoihin, aiheita opinnäytetöihin ja tietoa harjoittelupaikoista sekä avoimista työpaikoista. Muutaman vuoden välein liiketalouden opiskelijat tekevät projektityönä kaikille alumneille postitettavan alumnilehden, jonka tavoitteena on alumnitoiminnan kehittäminen niin, että yhteistyöstä hyötyisivät kaikki osapuolet entistä enemmän. Alumneilta saadaan tietoa alumnitoiminnan, opetussuunnitelman ja yksittäisten jaksojen kehittämiseksi. (Kauppinen ym. 2011, 55.)

4.2 Laadullinen tutkimus

Laadullinen tutkimus on risteys, josta voi valita monta suuntaa. Laadullista tutkimusta kutsutaan myös kvalitatiiviseksi tutkimukseksi. Laadullinen tutkimus tarjoaa rajattomasti eri tapoja tutkia ilmiötä ja mahdollisia väyliä etenemiseen on runsaasti. Ongelma laadullisessa tutkimuksessa onkin valinnanvapaus. Laadullinen tutkimus ei ole sen

tärkeämpää materiaalia, kun määrällinen tutkimus. Tutkimuksella ei voi koskaan selvittää ja kertoa koko ilmiön alkuperää, mutta perusteellisen tutkimuksen avulla voidaan saavuttaa monipuolista tietoa ja syventää ymmärrystä tutkittavasta aiheesta. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006, 5 - 6.)

Laadullinen ja määrällinen tutkimus on kuvattu vastakkaisiksi suuntauksiksi. Näin ne osittain ovatkin, laadullinen tutkimus tutkii materiaalista, mistä voi saavuttaa monta ratkaisua ja määrällisessä yleensä on vain harvoja tietoja, jotka pitää kertoa tutkimuksen antaneelle. Laadullista ja määrällistä tutkimusta voidaan pitää toisiaan täydentävinä. Laadullista tutkimusta pidetään pehmeänä, positiivisena ja kriittisenä. Laadullisessa tutkimuksessa joutuu kuitenkin perustelemaan tutkimuksessa tehdyt valinnat. (Tuomi & Sarasjärvi 2002, 66 - 70.)

Opinnäytetyöhömmä liittyvä tutkimus on tapaustutkimus. Tapaustutkimukseen kuuluu monet työmaailmasta saadut tehtävät ja niihin voi myös lukea monet projektit, ja kehittämisen- tai arviointitutkimukset. Tapaustutkimus voidaan toteuttaa monella eri tavalla. Lisäksi on ajateltu, että kaikki laadulliset tutkimukset ovat tapaustutkimuksia. Tapaustutkimukseen voi käyttää sekä laadullista että määrällistä aineistoa, mutta tutkimuksen arvioinnissa käytetään yleensä laadullisen arvioinnin asteikkoa, ellei sitten tapaustutkimuksen materiaali ole kokonaan määrällisen tutkimuksen aineistoa. Tapaustutkimus valitaan usein menetelmäksi, kun halutaan tietää kohde syvällisemmin ja havaita siihen liittyviä olosuhteita. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006, 43 - 44.)

Tutkimuksemme on toteutettu laadullisena tutkimuksena. Tutkimuksen on tarkoitus avata kehityssuuntauksia Mamkin liiketalouden koulutusohjelman alumnitoimintaan. Kyseessä on tapaustutkimus. Olemme valinneet tapaustutkimukseemme laadulliset menetelmät, koska tutkimme ja haastattelemme ammattikorkeakoulujen ja mahdollisesti muiden korkeakoulujen alumnitoiminnan vastaavia henkilöitä. Tutkimuskohteita ei ole niin paljon, että kannattaisi tehdä määrällistä tutkimusta. Olemme valinneet korkeakoulut tutkimusjoukoksi toimeksiantajan suosituksesta.

4.3 Aineiston hankinta ja analysointi

Laadullista tutkimusta aloitettaessa on aluksi päätettävä aineiston keräämiseen liittyvät asiat. Täytyy harkita, kuinka aineisto hankitaan, millaista sen pitäisi olla, millainen määrä aineistoa on riittävästi, kuinka tutkittavat kohteet tulisi valita ja onko aineisto edustavaa. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006, 47.) Yleisimmät laadullisen tutkimuksen aineiston keruuseen käytetyt keinot ovat haastattelu, kysely, havainnointi ja erilaisiin dokumentteihin perustuva tieto. Tutkittavasta ongelmasta ja tutkimusresursseista riippuen näitä keinoja voidaan käyttää joko vaihtoehtoisina, rinnakkain tai eri tavoin yhdisteltyinä. Voidaan yleistää, että tutkittaessa orientoivaa käyttäytymistä eli erilaisia aikomuksia käyttäytyä tietyn tavoin, on aineistonkeruu parasta järjestää kysymyksiin perustuen. Toisaalta tutkimuskohteen ollessa selvä vuorovaikutuskäyttäytyminen on aineistonkeruu soveliainta järjestää havainnointeihin perustuen. (Tuomi & Sarajärvi 2003, 74.)

Aineiston keruuseen käytetyn menetelmän valitseminen ei ole yksinkertaista, koska samoja tutkimusongelmia voidaan lähestyä hyvinkin erilaisista näkökulmista. Yhtä ainoa sopivaa menetelmää ei ole olemassa. Tutkimuksen alussa on valittava tietty näkökulma tai yhdistettävä useita näkökulmia. Suunniteltaessa tutkimusaineiston hankintaa on otettava huomioon ajalliset ja taloudelliset resurssit. Jos aineiston hankintaan käytetään paljon aikaa ja voimavaroja, voi aineiston analysointi jäädä hyvin vaikeaksi. Aineiston keruuta suunniteltaessa on otettava huomioon omat taidot, mihin on kykenevä, mitä hallitsee ja mitä pystyy oppimaan kyetäkseen tutkimuksen tekemiseen. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006, 48.)

Oma tutkimusaineistomme liittyy eri korkeakoulujen internetsivuilla käsiteltävään alumnitoimintaan. Olemme tutkineet kaikkien suomalaisten ammattikorkeakoulujen internetsivuja ja etsineet niistä alumnitoimintaa käsittelevät osiot. Analysoimme näiden osioiden sisällöt niin, että selvitämme millaista alumnitoimintaa on missäkin korkeakoulussa ja laadimme analyysin perusteella taulukon, josta selviää kunkin ammattikorkeakoulun alumnitoiminta (liite 1). Analyysissä huomioimme erityisesti, onko tarkastellulla korkeakoululla alumniyhdistystä tai alumnirekisteriä, järjestetäänkö alumnitoiminnan yhteydessä jatko- ja täydennyskoulutusta tai mentorointia sekä onko alumneilla omaa julkaisua tai blogia. Viimeisenä listasimme alumnitoiminnassa mukana olevien alumnien saamat erilaiset edut.

Analyysin perusteella valitsimme viisi ammattikorkeakoulua, joiden alumnitoiminta vaikutti tutkimusongelmamme ratkaisun kannalta soveliaimmalta. Valintaan vaikuttivat korkeakoulujen alumnitoiminnan laajuus ja kuinka se oli esitelty niiden internetsivuilla. Tutkimuksen kohteeksi valitut korkeakoulut ovat Tampereen, Turun ja Oulun seudun ammattikorkeakoulut, Metropolia ammattikorkeakoulu ja Laurea ammattikorkeakoulu. Valituille korkeakouluille lähetimme sähköpostilla avoimet kysymykset (liite 2). Kysymyksien tavoitteena oli selvittää kuinka valitsemamme korkeakoulut ovat toteuttaneet alumnitoimintansa ja millaisia kokemuksia ja mielipiteitä heillä on erilaisista alumnitoimintaan liittyvistä osa-alueista. Saamaamme aineistoa analysoimme tutkimusongelmaamme perustuen. Yritimme löytää aineistosta keskeiset seikat ja toistuvia teemoja, jotka koimme hyödyllisiksi tutkimusongelman ratkaisun kannalta.

Haastatteluun vastattiin määräaikaan mennessä neljästä eri ammattikorkeakoulusta. Vastaajat olivat Oulun seudun ammattikorkeakoulun eli Oamkin, Tampereen ammattikorkeakoulun eli TAMKIn sekä Metropolia ja Laurea ammattikorkeakoulujen alumnitoiminnasta vastaavat henkilöt. Analysoimme näitä neljää haastattelua seuraavassa luvussa. Analyysin toteutimme teemoittelumenetelmällä eli pyrimme löytämään haastatteluista esille nousevia yhteisiä piirteitä.

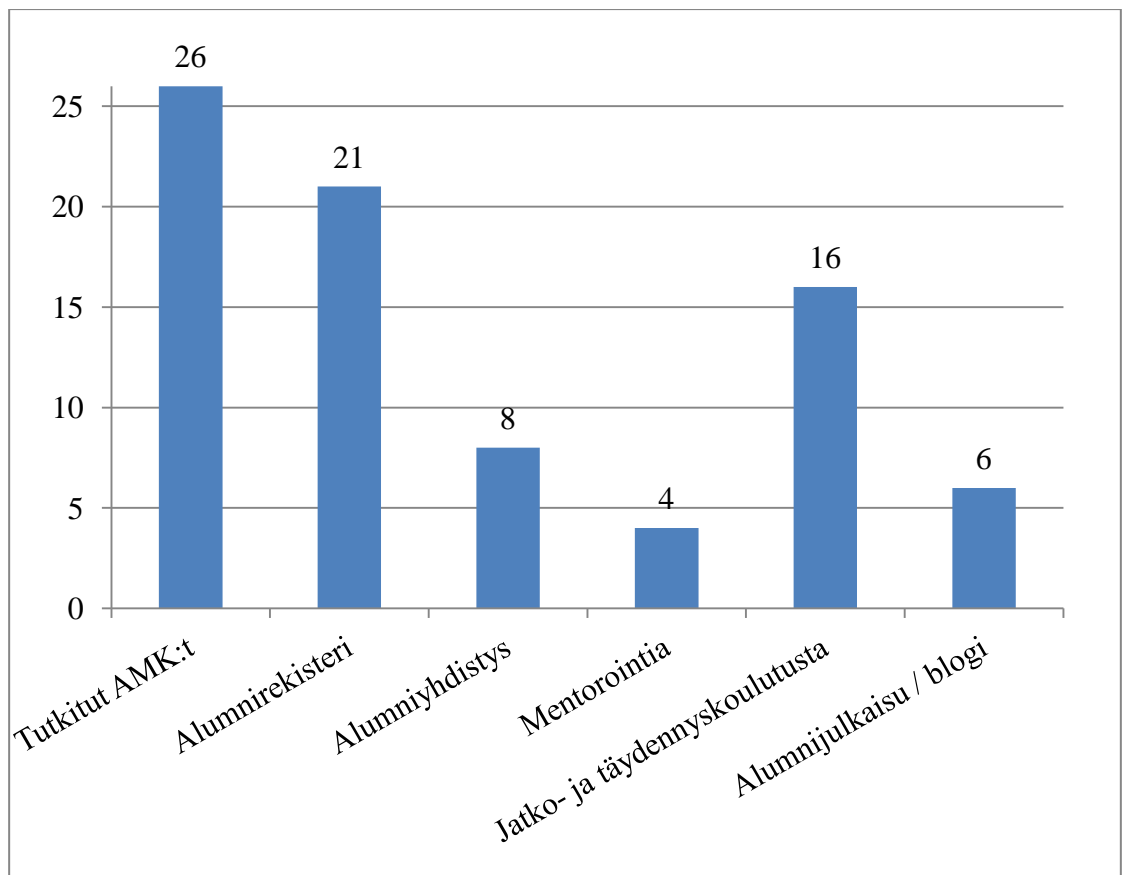
Haastatteluista tuli myös ilmi joitain sellaisia seikkoja, joista halusimme saada lisää tietoa. Nämä seikat liittyivät sosiaalisen median käyttöön alumnitoiminnan apuna ja erään korkeakoulun internetsivuilta löytyviin alumnitoimintaan liittyviin esittelyihin ja videopätkiin. Tämän johdosta päätimme tehdä lisää tutkimusta siitä, kuinka ammattikorkeakoulut hyödyntävät sosiaalista mediaa alumnitoimintansa apuna sekä siitä minäkalaisia esittelyjä ja videopätkiä korkeakoulun internetsivuilta löytyy.

5 ALUMNITOIMINTA SUOMEN AMMATTIKORKEAKOULUISSA

Tässä luvussa esittelemme tutkimuksestamme saadut tulokset. Ensimmäiseksi kerromme mitä saimme selville tutkiessamme ammattikorkeakoulujen internetsivuilla esiteltyä alumnitoimintaa. Lopuksi esittelemme ammattikorkeakoulujen alumnivas-
taaville tehtyjen haastattelujen tulokset.

5.1 Alumnitoiminnan kuvaus ammattikorkeakoulujen internetsivuilla

Lähes kaikilla suomalaisilla ammattikorkeakouluilla on alumnitoimintaa, mutta sen laajuus vaihtelee melko paljon ammattikorkeakouluittain. Suurissa kaupungeissa sijaitsevilla oppilaitoksilla vaikuttaisi olevan keskimäärin laajempaa alumnitoimintaa, kuin pienten paikkakuntien ammattikorkeakouluilla. Yleisesti alumnitoiminta vaikuttaa kuitenkin hyvin organisoidulta ja lähes kaikilta alumnitoimintaa järjestäviltä ammattikorkeakouluilta löytyy rekisteri, johon alumnit voivat liittyä (kuvio 6).



KUVIO 6. Alumnitoimintaan liittyvät toiminnot ammattikorkeakouluissa (liite 1)

Useat ammattikorkeakoulut ilmoittavat alumnitoimintansa tavoitteeksi korkeakoulun ja sieltä valmistuneiden alumnien välisen vuorovaikutussuhteen kehittämisen, josta hyötyvät suhteen molemmat osapuolet. Korkeakoulut kertovat alumnitoiminnan lisäävän niiden näkyvyyttä ja vaikutusta toiminta-alueellaan ja parantavan mahdollisuuksia koulutuksensa kehittämiseen. Toinen usein esille tuleva tavoite on suhteiden kehittäminen korkeakoulun sekä työ- ja elinkeinoelämän välillä. Tämän kerrotaan lähentävän opiskelua ja työelämää ja siten edistävän työllistymistä.

Ammattikorkeakoulut pyrkivät houkuttelemaan alumneja mukaan alumnitoimintaan luettelemalla lukuisia alumniensa saamia hyötyjä toiminnasta. Yhteydenpito vanhojen opiskelukavereiden kanssa ja verkostoitumismahdollisuudet omien ja muiden alojen alumniensa kanssa on yleisimmin mainittu alumnitoimintaan liittymisestä seuraava etu. Useat ammattikorkeakoulut kannustavat alumneja mukaan alumnitoimintaan tarjoamalla heille jatko- ja täydennyskoulutusta. Monet oppilaitoksen toivovat alumneja mukaan myös koulutuksen kehittämiseen, jonka seurauksena korkeakoulusta valmistuu entistä osaavampia potentiaalisia työntekijöitä alumniensa työyhteisöihin. Alumnitoiminta nostaa myös alumniensa tutkintojen arvostusta joidenkin ammattikorkeakoulujen mukaan.

Suurin osa ammattikorkeakouluista hoitaa alumnitoimintaansa itse, mutta kahdeksassa ammattikorkeakoulussa alumnit ovat perustaneet alumniyhdistyksen, jotka vastaavat alumnitoiminnasta vaihtelevalla laajuudella (kuviot 6). Joissain oppilaitoksissa alumniyhdistys vaikuttaisi hoitavan alumnitoimintaa lähes täysin yksin, kun taas toisissa vastuu alumnitoiminnasta on jakautunut korkeakoulun ja alumniyhdistyksen välille. Korkeakoululla on kuitenkin aina vähintään yhteyshenkilö, joka pitää kontaktia alumniyhdistykseen. Lisäksi osassa ammattikorkeakouluista alumnitoiminta vaikuttaisi olevan keskitettyä, kun taas osassa eri koulutusohjelmilla on oma alumnitoimintansa.

Alumnitoimintaan liittyvää mentorointia järjestetään hyvin harvassa ammattikorkeakoulussa (kuviot 6). Ainoastaan neljä ammattikorkeakoulua ilmoittaa internetsivuillaan järjestävänsä mentorointia, joista yksi järjestää sitä alumniyhdistyksen kautta kansainvälisille opiskelijoille. Mentoroinnin harvinaisuus voi tosin osittain johtua siitä, että kaikki eivät pidä siitä alumnitoimintaan liittyvänä ja järjestävät erillisiä alumnitoimintaan liittymättömiä mentorointiohjelmia.

Jatko- ja täydennyskoulutusta tarjotaan alumneille lähes kaikissa alumnitoimintaa harjoittavissa ammattikorkeakouluissa (kuviot 6). Joissain oppilaitoksissa alumnit saavat alennusta näistä kursseista ja avoimen amk:n kursseista. Muita yleisiä alumniensa saamia etuja ovat muut alennukset, erilaiset alumnijulkaisut, uutiskirjeet ja tiedotteet sekä ura- ja rekrytointipalvelut.

Ammattikorkeakoulut pyrkivät hyvin monilla erilaisilla houkuttimilla verkostoitumaan alumniensa kanssa. Jotkut ammattikorkeakoulut ovat päätyneet kehittämään suh-

teitaan alumneihin sosiaalisen median kautta. Monet ammattikorkeakouluista valitsevat myös yhden alumneistansa vuoden alumniksi. Suurimmassa osassa tapauksia alumnitoiminnasta kertovat sivut pyrkivät myös puhuttelemaan sinulle kyseisestä ammattikorkeakoulusta valmistuneena opiskelijana. Monet ammattikorkeakoulut pyrkivät myös viestinnän keinoin pitämään yhteyttä alumneihinsa.

Korkeakoulut pyrkivät pitämään seminaareja ja luentoja alumneille. Monissa ammattikorkeakouluissa toivotaan alumneja myös asiantuntijoiksi tapahtumiin työelämän edustajina. Lisäksi ammattikorkeakoulut joilla on alumniyhdistys, pyrkivät järjestämään alumneille myös rennompia tapahtumia, esimerkiksi pikkujoulujuhlia, illallisia ja erilaisia urheilutapahtumia.

5.2 Haastateltujen ammattikorkeakoulujen alumnitoiminta

Tässä luvussa analysoidaan haastatteluista saatuja tietoja. Haastattelun kahdessa ensimmäisessä kysymyksessä (liite 2) selvitimme kuinka kauan ammattikorkeakouluilla on ollut alumnitoimintaa ja kuinka laajoja heidän alumnirekisterinsä ovat. Vastanneista ammattikorkeakouluista Laurealla on ollut pisimpään alumnitoimintaa, noin 15 vuotta. Laurean alumnirekisteri oli myös kaikista suurin yli tuhannella jäsenellään. Seuraavaksi vanhinta alumnitoiminta oli Metropoliasissa, se aloitettiin edeltävän Stadia-oppilaitoksen aikaan vuonna 2002. Metropolian alumniyhdistyksen jäsenrekisterissä on noin 900 jäsentä. Oamkin alumnitoiminta on alkanut huhtikuussa 2004 ja heidän alumnirekisterinsä on pienin noin 500 jäsenellään. TAMKissa alumnitoiminta on alkanut viimeisimpänä, vuonna 2006. He eivät ilmoittaneet alumnirekisterinsä tarkkaa määrää, mutta kertoivat hakeneensa alumnirekisteriinsä enemmänkin laatua kuin määrää.

5.2.1 Alumnitoiminnan organisointi

Alumnitoiminta voidaan organisoida korkeakoulussa monilla eri tavoilla. Eri organisointitavoilla on erilaisia etuja verrattuna muihin tapoihin, joten päätettäessä organisointitapaa on otettava huomioon alumnitoiminnalle asetetut tavoitteet. Kysymyksillä 3, 4 ja 5 (liite 2) pyrimme selvittämään kuinka alumnitoiminta on organisoitu eri am-

mattikorkeakouluissa. Ensimmäisenä tavoitteena oli ottaa selville kuinka keskitettyä alumnitoimintaa ja minkälaista yhteistyötä ammattikorkeakoulu tekee mahdollisen alumniyhdistyksen kanssa. Toinen tavoite oli selvittää onko alumnitoimintaa palkattu hoitamaan osa-aikaisesti tai kokopäiväisesti työntekijöitä.

Ammattikorkeakoulun alumnitoimintaa voidaan organisoida joko keskitetysti tai hajautetusti, jolloin jokaisella koulutusohjelmalla on oma alumnitoimintansa. Mikäli ammattikorkeakoululla on alumniyhdistys, niin yhdistys voi hoitaa alumnitoimintaa joko itsenäisesti tai yhteistyössä korkeakoulun kanssa. Oamkill ja Metropolialla alumnitoiminta on kokonaan alumniyhdistyksen organisoimaa, joista Metropolialla on koulutusohjelmakohtaisia sovellutuksia alumniyhteistyöstä. Oamkin alumniyhdistys saa korkeakoululta vuosittain toiminta-avustusta ja yhdistys edustaa kaikkia koulutusaloja. Oamkin henkilöstökin voi liittyä ja osallistua yhdistyksen toimintaan. Laurean ja TAMK:n alumnitoiminta on organisoitu yhteistyössä alumniyhdistyksen kanssa ja TAMKissa opiskelijoiden työnvälityspalvelut tekevät osana työtään alumnitoiminnan kehittämistä. TAMK:n alumnitoiminnassa on mukana ohjausryhmä, jonka jäseniin kuuluu opetushenkilöstöä, koordinaattori, alumniyhdistyksen puheenjohtaja, korkeakoulupalveluiden johtaja ja aikuiskoulutusjohtaja. Metropoliaa lukuun ottamatta korkeakoulujen alumnitoiminta on selkeän keskitettyä. Oamkin alumnivastaava kertoo alumniyhdistyksen toiminnasta seuraavasti.

"Yhdistyksen toimintaa johtaa yhdistyksen vuosikokouksessa valitsema hallitus. Yhdistyksen jäseneksi tulee hakea ja hallitus hyväksyy uudet jäsenet kokouksissaan."

Alumnitoimintaa hoitamaan voidaan palkata työntekijöitä osa-aikaisesti tai kokoaikaisesti tai toiminta voidaan hoitaa kokonaan vapaaehtoisvoimin. Tavallisesti keskitettyyn alumnitoimintaan on palkattu toiminnanvetäjä ja hajautetussa toiminnassa vastuu on jakautunut usealle henkilölle. Alumniyhdistyksen toiminnanvetäjä voi olla palkattu tai vapaaehtoinen.

Kolmella ammattikorkeakoululla on yksi henkilö palkattuna joko kokoaikaisesti tai osa-aikaisesti. Metropolian alumnitoimintaa hoitamaan palkatun kokoaikaisen työntekijän toimenkuvaan kuuluu toimia puolelta työajasta alumniyhdistyksen toiminnanjohtajana. Toinen puoli hänen työajastaan kuluu alumnikoordinaattorin roolissa. TAMKissa osa-aikaisesti alumnitoimintaa hoitaa rekrytointipalvelun koordinaattori. Oamkill ei

ole henkilöitä palkattuina suoraan alumnitoiminnan hoitoon, mutta heillä on työntekijöitä, joiden toimenkuvaan liittyy alumniyhteistyö.

Alumniyhdistysten toiminta on alumnilähtöistä ja korkeakoulun vaikutus yhdistykseen vaihtelee korkeakouluittain. Kaikkien haastatteluun vastanneiden korkeakouluilla on alumniyhdistys. Alumniyhdistysten ja korkeakoulujen suhteet ovat monipuolisia ja yhteistyön laajuus vaihtelee melko paljon. Yhteistä kaikille korkeakouluille on se, että alumniyhdistyksen kanssa järjestetään erilaisia tilaisuuksia ja tapahtumia. Alumniyhdistykset osallistuvat myös korkeakoulun markkinointiin ja tiedotukseen sekä järjestävät alumnien ja opiskelijoiden välisiä tapaamisia. TAMKin alumnivastaava kertoo korkeakoulun ja yhdistyksen yhteistyöstä seuraavasti:

"Tilaisuudet ja tapahtumat, alumnitoiminnan ohjausryhmässä mukana. Yhteinen alumnirekisteri"

5.2.2 Alumnien aktiviteetit ja sosiaalinen media

Alumnit ovat hyvä resurssi koulun kehittämiseksi ja tapahtumille. Alumneille järjestetään tapahtumia, heitä toivotaan mukaan markkinointiin ja he näkyvät sosiaalisessa mediassakin. Kysymyksillä 6, 7, 8 ja 9 (liite 2) haimme vastauksia haastateltavien ammattikorkeakoulujen alumneille tarjottavista aktiviteeteista, heidän ja opiskelijoiden välisestä yhteistyöstä, alumnien osallistumisesta markkinointiin ja alumnitoiminnan näkyvyydestä sosiaalisessa mediassa. Ensimmäisenä tavoitteena oli selvittää alumneille tarjottavat tapahtumat ja mahdollisuudet sekä alumnien yhteistyö opiskelijoiden kanssa. Toinen tavoite näillä kysymyksillä on selvittää alumnitoiminnan näkyvyys markkinoinnissa ja sosiaalisessa mediassa.

Tapahtumat ovat hyvä tapa vahvistaa korkeakoulun ja alumnien välistä suhdetta ja antaa mahdollisuuden alumneille verkostoitua. Kaikki alumnitapahtumat eivät ole korkeakoulun vastuulla, vaan alumnien ylläpitämä alumniyhdistys järjestää nämä. Kaikkien vastaajien korkeakoulut tai niiden alumniyhdistykset ovat pyrkineet järjestämään tapahtumia. Järjestettävien alumnitapahtumien määrä vaihtelee korkeakouluittain. TAMKissa järjestetään alumnitapahtumia koko ammattikorkeakoulun laajuisesti

ja pienempiä koulutusohjelmittain. Erinäköisiä tapahtumia ovat vuosijuhlat, vuoden alumnin valinta, erilaiset harrastustapahtumat sekä vuosikokoukset.

Alumneista voi olla suuri apu opiskelijoille. Alumnit voivat avustaa ammattikorkeakoulun opiskelijoita löytämään harjoittelupaikan, opinnäytetyöaiheen tai tulevan työpaikan. Alumnit voivat toimia opiskelijalle myös harjoitteluohjaajana tai käydä tapahtumissa kertomassa työelämästä opiskelijoille. Alumneille on helppoa tarjota opiskelijoille harjoittelupaikkaa ja lopputyötä, kun he tietävät enemmän opiskelijan taustasta.

Kaikilla paitsi Metropolialla järjestettiin alumni- ja opiskelijoiden välisiä tapahtumia. Metropoliasakin koulutusohjelmat saattoivat kutsua alumneja kertomaan urastaan ja työstään. Kaikista selkeimmin järjestettyjen tapahtumien kirjon saa selville TAMK:n vastauksessa.

”Asiantuntijuuden vaihto, seminaarit, tilaisuudet, orientaatioviikoilla mukana uratarinoilla, mukana myös tapahtumissa, yritysvierailut alumniyrityksiin, koulutusohjelmien neuvottelukunnissa jäsenenä.

Yhteiset työelämäcaset (Proakatemia), alumnikummit eli mentorit, yhteiset juhlat/synttärät”

Kilpailu opiskelijoista on kiristynyt. Alumnit ovat tärkeä resurssi korkeakouluille koulutuksensa markkinoinnissa mahdollisille uusille opiskelijoille. Alumnitoiminta lisää ammattikorkeakoulun tunnettavuutta ja arvostusta. Alumnit voivat antaa haastatteluja abeille lähetettävään lehteen tai tiedotteeseen ja ammattikorkeakoulut voivat pyytää alumneilta kertomuksia heidän urapoluistaan oppilaitoksen verkkosivuille.

Haastatteluihin vastanneet ammattikorkeakoulut ovat kehittäneet hyvin monia erilaisia tapoja käyttää alumneja markkinoinnin apuna. Alumneja on haastateltu, esitelty verkkosivuilla ja videopätkissä ja heitä on pyydetty kertomaan lukiolaisille AMK-opinnoista. Alumnihaastatteluja käytetään varsinkin yhteishakuun liittyvissä asioissa. TAMKissa alumnit tekevät yhteistyötä Proakatemian toiminnan kanssa. Seuraavassa lainauksessa Laurea-ammattikorkeakoulun alumnihaastattelusta markkinoinnin kanssa.

”esittelyjä verkkosivuilla, videoclipejä, ovat työelämäedustajia luennoilla”

Laurealla on seitsemän eri yksikköä ja niissä omat koulutusohjelmansa, joiden esitteilyissä alumnit kertovat opiskelukokemuksistaan, opiskeluun liittyvistä käytännön asioista ja kuinka he ovat hyötyneet opiskelusta kyseisissä koulutusohjelmissa. Sivustoilla on myös muutaman minuutin pituisia videoita, joissa alumnit ja vanhemmat opiskelijat kertovat kokemuksistaan Laureassa opiskelusta. Alumnit myös kertovat videoilla opiskelujen jälkeen alkaneesta urasta.

Sosiaalisen median palvelujen määrä on kasvanut runsaasti viime aikoina eikä se vaikuta olevan lähdössä mihinkään. Jokainen sosiaalisen median palvelu houkuttelee erilaisia ihmisiä ja korkeakoulun pitää tarkasti harkita mihin niistä alumnitoiminnalla osallistuu. Korkeakoulujen ja alumnitoimintajärjestöjen pitää myös muistaa olla siellä aktiivisina, sillä se on yksi ehto sosiaalisessa mediassa olemisessa.

Alumnitoiminnassa käytettävistä sosiaalisen median työkaluista yleisin on Facebook, joka on mainittu kaikkien haastateltavien vastauksissa. Oamkillä on myös oma alumnijärjestön blogi ammattikorkeakoulun sivuilla. Metropolia on lähtenyt etsimään sosiaalisen median mahdollisuuksia seuraavan esimerkin mukaan:

”FB, Twitter, LinkedIn ja Pinterest otettu käyttöön, jälkimmäinen vasta kokeilussa, avattu vuonna 2013”

Sosiaalisessa mediassa ovat näkyvissä alumniyhdistykset ja niiden toiminta, ammattikorkeakoulujen roolin ollessa pienempi. Tarkastelun kohteena olivat alumniyhdistysten Facebook-, Twitter-, LinkedIn- ja Pinterest-ryhmät. Osa sosiaalisen median ryhmistä oli yksityisiä, joten kaikkia niitä emme päässeet tutkimaan.

Toiminta oli odotetusti laajinta Facebookissa, jossa jokaisen ammattikorkeakoulun alumniyhdistyksellä oli edustusta. LinkedIn oli seuraavaksi suosituin, joka oli kolmen alumniyhdistyksen käytössä. Twitteristä löysimme kaksi alumniyhdistystä. Metropolian alumniyhdistys oli ainoa, jonka käytössä oli Pinterest.

Yleisin sosiaalisen median käyttötarkoitus näytti olevan erilaisista tapahtumista ja tilaisuuksista ilmoittaminen alumniyhdistysten jäsenille. Näissä ilmoituksissa kerrottiin lyhyesti kaikki olennaiset tiedot tapahtumista. Toinen yleinen käyttötarkoitus sosiaalisen median ryhmissä oli kaikenlaisen hyödyllisen tiedon ja uutisten levittäminen.

Ryhmistä löytyi esimerkiksi ilmoituksia avoimista työpaikoista ja tietoa jatkokoulutusmahdollisuuksista.

5.2.3 Alumnitoiminnan kehittäminen

Alumnitoiminnan jatkuva mittaaminen ja arviointi ovat hyödyllisiä tapoja varmistaa toiminnan jatkuvuus ja laatu myös tulevaisuudessa. Alumnitoiminnan onnistumisen mittaamiseen on useita lähestymistapoja. Yleisimpiä tapoja mitata alumnitoiminnan onnistumista ovat alumnirekisterin koko ja sieltä löytyvät tiedot, alumnien sitoutuminen ja osallistumisaste erilaisiin aktiviteetteihin, vapaaehtoisten osallistujien määrä ja opiskelijoiden osallistumisaste. Selkeillä tulevaisuudensuunnitelmilla voidaan saavuttaa selvää kehitystä alumnitoiminnassa.

Halusimme kysymyksillä 10 ja 11 (liite 2) selvittää kuinka eri ammattikorkeakoulut arvioivat alumnitoimintaansa ja millaisia mittareita toiminnan mittaamiselle on. Lisäksi tavoitteena oli selvittää mitä tulevaisuudensuunnitelmia haastateltavien oppilaitoksilla on alumnitoiminnasta ja kuinka ne aikovat kehittää toimintaa jatkossa. Joillakin haastateltavista alumnitoiminnan arviointiin käytettävät mittaamiskeinot kuuluivat tulevaisuuden kehityssuunnitelmiin.

Kaksi haastateltua ammattikorkeakoulua tai niiden alumniyhdistystä on asettanut keinoja ja mittareita alumnitoimintansa kehittämiseen. Yhteisiä tekijöitä arviointiin eri korkeakoulujen väliltä ei juuri löytynyt. Oamkin alumniyhdistys ja Oamk arvioivat alumnitoimintansa toimivuutta pääasiassa neuvottelemalla tavoitteista, toimenpiteistä ja tavoitteiden toteutumisesta. Yhdistyksen hallitus arvioi myös jatkuvasti omaa toimintaansa, yhdistyksen sääntöjä ja lainsäädännön muuttumista. Laurealla alumnitoiminnan arvioinnissa tärkeitä tekijöitä ovat jäsenmäärä, tulokset ja vaikuttavuus. TAMKilla ja Metropolialla ei juuri nyt ole keinoja alumnitoiminnan arviointiin, mutta niitä kehitetään parhaillaan tai ollaan kehittämässä lähitulevaisuudessa.

Kaikilla ammattikorkeakouluilla on jonkinlaisia suunnitelmia alumnitoiminnan kehittämiseksi tulevaisuudessa, mutta yhteisiä tekijöitä näille suunnitelmille ei löydy kovinkaan paljoa. Ainoa löytynyt yhteinen tekijä on se, että Oamk ja Metropolia aikovat siirtää alumnitoiminnan vastuuta yhdistykseltä korkeakoululle. Muita korkeakoulujen

alumnitoiminnan tulevaisuuteen liittyviä suunnitelmia on kehittää kansainvälistä toimintaa, laatua ja mittareita. Laurean tapauksessa koko toiminta siirtyi toisen osaston vastuulle, kuten seuraavasta heidän vastauksestaan käy ilmi:

”alumnitoiminta siirtyy 1.1.2014 osaksi Markkinointi- ja viestintäpalveluja, jolloin toiminnanjohtajan tehtävä muuttuu yhteyspäälliköksi.”

5.2.4 Mentorointi ammattikorkeakouluissa

Mentorointi on kehittävää vuorovaikutussuhdetta. Suhteessa mentori investoi aikaansa, tietämystensä ja vaivannäköä avustamaan aktoria eteenpäin. Mentori on myös apuna aktorinsa kriittisissä elämänvaiheissa ja antaa tietoa ja taitoja pärjätäkseen niistä tulevaisuudessa. Mentorointisuhde on ihmisen varhaisaikuisuudelle tärkeä ja monimutkainen suhde, jossa sekä mentori että aktori ovat vahvasti tunteillaan mukana. Mentorointiin liittyvät kysymykset ovat viimeiset kysymykset. Tässä Mamk ei ole ainoa, joka toivoo vastauksia aihealueeseen. Tavoitteena oli kysyä, mitä hyötyjä haastateltavien oppilaitokset ovat saaneet mentorointiohjelmasta ja mitä vinkkejä he antaisivat mentorointiohjelmaa aloittelevalle korkeakoululle.

Mentorointiohjelma voi olla alumnitoiminnan yhteydessä. Mentorointiohjelman avulla opiskelija voidaan paremmin tutustuttaa ja auttaa alkuun työelämässä. Mentorointiohjelma voidaan järjestää niin, että alumnit toimivat siinä opiskelijoiden mentoreina. Haastatelluista kahdella on mentorointitoimintaa. TAMKissa Proakatemialla on oma mentorointijärjestelmänsä ja TAMKin mentorointiohjelma on järjestetty paikkakunnan UNIPOLI-verkoston kanssa.

Mentorointisuhteesta on hyötyä sekä mentoreille, että aktoreille. Mentorin saama hyöty on arvostuksessa, uusien tietojen löytämisessä, motivaatiosta ja itsetunnon saamisessa. Aktoria asia hyödyntää lisäämällä ammattitaitoa, ammatillista kasvua ja työssä viihtymistä, joka auttaa hänen urakehitystä. Haastateltavat ammattikorkeakoulujen edustajat ovat maininneet hyödyiksi opiskelijoiden sitoutumista ja työelämän mallin saamista sekä opiskelijoiden työelämänvalmiuksien kehittymisen. Opiskelijat ovat löytäneet kontakteja ja ovat verkostoituneet mentoroinnin avulla. Lisäksi opiskelija voi mahdollisesti saada tulevan työpaikan mentoroinnin avulla.

Vinkkejä tuli paljon joista ensimmäisenä voisi mainita valtakunnallisen Stepit hankkeen, jossa määriteltiin ohjeet mentorointiohjelmalle. Hankkeen käynnistäminen vaatii riittävästi resursseja ja mentorointia on tehtävä täydellä teholla tai ei ollenkaan. Mentoreiden ja aktoreiden kouluttamisesta neuvottiin, että siihen on varattava riittävästi aikaa. Tämä selkeyttää mentorointia ja rakentaa vahvan sidoksen mentorointiin. Mentori-aktori parit voivat olla taustaltaan hyvin erilaisia tuoden omanlaistaan rikkautta mentorointiin, koska tällöin parit saavat ajatuksia oman osaamisalueensa ulkopuolelta. Mentorointipareja on kannustettava ja mentoroinnin markkinointia ei saa jättää huomioimatta. Seuraavassa on vinkkiä Laurean ammattikorkeakoulun edustajalta ja TAMKin edustajalta.

”jatkuvuus on turvattava”

”Teemoitetut aiheet tapaamisiin on hyvä olla, joskin keskustelu yleensä rönsyilee, ja saakin rönsyillä, vapaasti intressien mukaan.”

6 ALUMNITOIMINNAN TOTEUTTAMINEN JA KEHITTÄMINEN

Tässä luvussa teemme johtopäätöksiä tutkimuksen tuloksista. Lisäksi annamme opin-
näytetyön toimeksiantajalle toimenpidesuositukset johtopäätösten perusteella. Luvun
lopussa arvioimme tutkimuksen luotettavuutta

6.1 Johtopäätöksiä tutkimuksen tuloksista

Suurten kaupunkien ammattikorkeakouluissa vaikuttaisi olevan pääsääntöisesti laajempaa alumnitoimintaa kuin pienemmällä paikkakunnilla sijaitsevilla ammattikorkeakouluissa, mikä on todennäköisesti seurausta käytettävissä olevien resurssien määrästä. Alumnitoiminta näyttäisi kuitenkin olevan useimmissa tapauksissa hyvin organisoitua. Monet ammattikorkeakoulut tuntuvat hakevan vielä parhaita toimintatapoja ja suuntaviivoja alumnitoiminnalleen. Tämä johtunee alumnitoiminnan nuoruudesta Suomen korkeakoulumaailmassa, jonka seurauksena vakiintuneita käytäntöjä ei ole päässyt syntymään.

Ammattikorkeakouluilla on useita vaihtoehtoisia tapoja organisoida alumnitoimintansa. Suomalaisilla ammattikorkeakouluilla ei vaikuttaisi olevan mitään yhteisiä menetelmiä alumnitoiminnan organisointiin. Eri korkeakoulut ovat organisoineet alumnitoimintansa niin kuin ne ovat parhaaksi nähneet. Hohenthalin ym. (2012, 39) mukaan korkeakoulun kannattaakin valita alumnitoiminnan organisointitapa sen mukaan millaiset tavoitteen korkeakoululla on alumnitoiminnan suhteen.

Ainoastaan alle kolmasosassa ammattikorkeakouluista alumnitoimintaa on hoitamassa alumnyhdistys. Tutkimusta tehdessä huomasimme, että ainakin kahdessa korkeakoulussa alumnyhdistys on lopettanut toimintansa. Nykyään toiminnassa olevat alumnyhdistykset liittyvät pääasiassa suurien kaupunkien ammattikorkeakoulujen alumnitoimintaan. Alumnyhdistyksen perustaminen ja ylläpitäminen näyttäisikin olevan resurssikysymys. Erityisesti alumnien määrä vaikuttaisi olevan ratkaiseva tekijä alumnyhdistystä perustettaessa. Pienillä ammattikorkeakouluilla ei välttämättä ole riittävästi motivoituneita alumneja hoitamaan alumnyhdistyksen toimintaa.

Härköseen (2003, 49 - 50) viitaten alumneille kannattaa kehittää mahdollisimman paljon erilaista toimintaa. Moni korkeakoulu valmisteleekin monia tapahtumia alumneille. Eräitä järjestettäviä tapahtumia ovat esimerkiksi vuosikokoukset, vuoden alumnien valinnat, luennot joko alumneille tai alumnien pitämät luennot. Haastateltavista korkeakouluista huomasin myös sen ja, niissä joissa on alumnyhdistys, pyrittiin osa tapahtumista siirtämään yhdistyksille. Virallisemmat tapahtumat pidettiin enemmän korkeakoulun piirissä ja vähemmän virallisemmat päättyivät alumnijärjestöille. Alumnijärjestöt pitivät myös pikkujouluja ja erinäköisiä harrastustoimintaa alumneille.

Alumnitoiminta Suomessa syksyllä 2004 (2004, 25.) -raportti tuo esille, että alumnit ovat tärkeä apujoukko ammattikorkeakoulun ulkokuvan markkinoinnissa. Tämä on erityisen totta ammattikorkeakoulujen tapauksessa, jokainen haastateltava ammattikorkeakoulu mainitsi monia eri keinoja käyttää alumneja koulunsa markkinointiin. Tästä voi tehdä johtopäätöksen, että alumnien käyttäminen markkinoinnissa on hyödyllistä ammattikorkeakoulun imagon parantamisessa ja uusien opiskelijoiden hankkimisessa. Mitään tiettyä markkinointikeinoa ei kuitenkaan voi vielä sanoa parhaaksi. Lisäksi haastateltavien esille tuomien markkinointikeinojen määrä viittaisi siihen, että niitä kannattaisi räätälöidä omiin tarkoituksiin tavoitteiden mukaan. Alumnien mark-

kinointikeinoissa mainittiin sekä koulun imagon ulostuomista että alumnien omasta urasta kertomista opiskelijoille.

Alumnitoiminta Suomessa syksyllä 2004 (2004, 27) -raportissa kerrotaan alumnien hyödystä opiskelijan tutustuttamiseen työelämään ja opintoihin. Tähän asiaan ei kuitenkaan moni haastateltu ammattikorkeakoulu ole vielä paljoa lähtenyt. Luennot on mainittu yhdeksi tavaksi alumneille kertoa opiskelijoille työelämästä, joka on hyvin käytetty tapa korkeakoulujen kesken. Ainoastaan yksi haastateltavista on maininnut lukuisia eri kanssakäymisen keinoja opiskelijoiden ja alumnien välillä. Johtopäätöksenä selvästi voi sanoa, että luennot ovat turvallinen ja taattu tapa alumneille viestiä opiskelijoiden kanssa. Kaksi haastateltavaa mainitsi opiskelijoiden ja alumnien välisistä tapaamisista, joten ne voivat toimia.

Kaplan & Haelin (2010, 65) toteavat, että sosiaalisesta mediasta voi hyötyä paljon, jos onnistuu löytämään kohderyhmänsä sieltä ja omistautumaan sosiaalisen median palveluihin. Facebookissa on sosiaalisen median palveluista laajin käyttäjäkunta, joten sieltä helppo tavoittaa suuri määrä alumneja. Muillakin sosiaalisen median palveluilla on käyttäjäkuntansa ja käyttötarkoituksensa, joten useita vaihtoehtoja kannattaa harkita pidettäessä yhteyttä alumneihin. Blogeistakin on ollut hyötyä monille ammattikorkeakouluille. Farrowiin & Yuaniin (2011, 460) viitaten, sosiaalinen media on kustannuksiltaan vähäinen ja tehokas alumnitoiminnan apuväline. Tämän takia sosiaalisesta mediasta voidaan hyötyä kaikkien ammattikorkeakoulujen alumnitoiminnassa, mutta erityisen hyödyllinen työkalu se on pienille ammattikorkeakouluille, joilla on vähäiset resurssit alumnitoiminnalle. Eri sosiaalisen median palvelujen kokeileminen on kannattavaa. Alumnivastaavien ja -yhdistysten käytössä sosiaalinen media vaikutti kätevältä työkalulta, jonka avulla pystyy helposti viestittämään alumneille ilmoituksia ja tietoa erilaisista tapahtumista. Alumnit saatiin tavoitettua tällä menetelmällä nopeasti ja kaikki olennainen tieto saatiin hyvin kerrottua näissä viesteissä.

Alumnitoimintaan liittyvää mentorointia järjestetään tutkimuksemme mukaan neljässä ammattikorkeakoulussa. Mentorointiohjelmien harvinaisuudelle näyttää olevan kaksi tärkeää syytä. Ensinnäkin mentorointi vaikuttaa olevan toimintamuotona alumnitoimintaakin tuntemattomampaa. Toisekseen onnistunut mentorointiohjelma vaatii riittävästi aikaa ja resursseja toimiakseen.

Onnistunut mentorointiohjelma voi kuitenkin hyödyttää kaikkia sen osapuolia. Korkeakoulu hyötyy laadukkaasta mentoroinnista saamalla maineen oppilaitoksesta, jossa opiskelee innostuneita ja motivoituneita yksilöitä (Juusela ym. 2000, 50; Leskelä 2005, 30). Mentorointipareja on kannustettava ja heidät on koulutettava huolella. Kuten Härkönen (2003, 59) toteaa, on mentoriparit valittava huolella, jotta heidän henkilökemiat ja intressit sopivat yhteen.

Eri ammattikorkeakoulut arvioivat alumnitoimintansa kehittymistä eri keinoin. Kaikilla korkeakouluilla ei ole vielä menetelmiä alumnitoiminnan ja sen kehittymisen arviointiin, mutta useassa instituutiossa niitä kehitellään parhaillaan. Alumnitoiminnan kehityksen arvioinnin tärkeys alumniohjelman onnistumisen kannalta siis ymmärretään. Suomalaisissa ammattikorkeakouluissa suurin alumnitoiminnan kehittymisen arviointia haittaava tekijä näyttäisi olevan henkilöstön vähäinen määrä. Alumnitoiminta on usein vain yhden henkilön vastuulla. Tässäkin alumnitoiminnan osa-alueessa ongelmana on siis resurssien puute. Fulbright Centerin (2012, 26) mukaan alumnitoiminnan ja sen kehityksen tulisikin olla suuremman asiantuntijaryhmän vastuulla, kuin se on tänään sekä alumnitoimintaa tulisi arvioida syvällisemmin, kuin katsomalla rekisteröityneiden alumnien määrää. Branthin ja Reganin (2002, 3) mukaan eri korkeakoulujen kannattaisi tehdä yhteistyötä toistensa kanssa alumnitoiminnan kehittämisessä. Alumnitoimintaan vaadittavien investointien ollessa suuria, on toiminnalle myös asetettava realistisia tavoitteita (Fulbright Center 2012, 26; Branth & Regan 2002, 3).

Yhteenvedona johtopäätöksistä voisi sanoa, että alumnitoiminta ammattikorkeakouluissa on hyvin organisoitua, vaikka se usein kärsiikin vähäisistä resursseista. Ammattikorkeakoulun kannattaa valita alumnitoiminnan organisointitapa tavoitteiden mukaan. Erityisesti pienten ammattikorkeakoulujen tulisi pyrkiä käyttämään resurssinsa tehokkaasti. Sosiaalinen media voikin olla tehokas ja kustannuksiltaan vähäinen työkalu alumnitoiminnan apuna. Alumneja tulisi myös yrittää motivoida mahdollisimman paljon vapaa-ehtoiseen toimintaan. Alumnitoiminnan kehittymisen arviointi on tärkeä tekijä toiminnan onnistumisen kannalta ja tehtävään kannattaa käyttää riittävästi henkilöstöä ja mahdollisesti tehdä yhteistyötä muiden korkeakoulujen kanssa. Mentorointiohjelma hyödyttää korkeakoulua ja sen opiskelijoita monin tavoin ja sen aloittamista kannattaa harkita, jos sitä varten voidaan varata riittävästi resursseja ja aikaa.

6.2 Toimenpidesuosituksset

Alumnitoiminnan organisoinnista on hyvin vaikeaa antaa kovinkaan yksiselitteisiä kehitysehdotuksia. Mikäli liiketalouden koulutusohjelmassa koetaan tarvetta organisoitavan muutokselle, tulisi muutokset tehdä sen mukaan millaiset alumnitoiminnan tavoitteet ovat. Alumniyhdistyksen perustamista kannattaa harkita tarkasti, sillä yhdistysten toiminta ei ole ollut kaikkien ammattikorkeakoulujen tapauksessa onnistunutta. Lisäksi alumniyhdistykseen liittyvissä seikoissa yksittäisen koulutusohjelman täytyy toimia koko ammattikorkeakoulun linjausten mukaisesti.

Liiketalouden koulutusohjelman kannattaa pyrkiä mahdollisimman läheiseen suhteeseen alumniensa kanssa. Jos alumnit saadaan sitoutumaan korkeakouluunsa, niin he osallistuvat aktiivisesti vapaaehtoisein alumnitoiminnan tapahtumiin ja aktiviteetteihin. Liiketalouden koulutusohjelman jo nykyään harjoittamaa opiskelijoiden sitouttamista alumnitoimintaan kannattaa jatkaa ja kehittää edelleen. Opiskelijat kannattaa tutustuttaa alumnitoimintaan mahdollisimman varhaisessa vaiheessa, jotta valmistuttuaan heidän olisi luontevaa lähteä mukaan alumnitoimintaan. Hyvä keino alumnitoimintaan tutustuttamisessa on tarjota opiskelijoille paljon mahdollisuuksia toimia alumniensa kanssa. Toinen hyvä keino koulutusohjelman ja alumniensa lähentämisessä on sosiaalisen median hyödyntäminen. Liiketalouden koulutusohjelma on jo lähtenyt luomaan yhteyksiä alumneihin sosiaalisen median kautta. Koulutusohjelman kannattaa jatkaa tätä toimintaa hyödyntäen aktiivisesti sellaisia sosiaalisen median palveluja, joista se uskoo löytävänsä kohderyhmänsä, alumnit. Kannattaa myös seurata tarkasti sosiaalisen median palveluiden ja teknologian kehitystä, koska niissä voi tapahtua suuria muutoksia hyvin lyhyessä ajassa.

Alumneja kannattaa hyödyntää aktiivisesti koulutusohjelman markkinoinnissa ja imagon kohentamisessa. Nykyään kerättäviä uratarinoita voisi käyttää markkinoitaessa koulutusohjelmaa abeille ja muille potentiaalisille opiskelupaikan hakijoille. Kannattaa myös rohkeasti lähteä kokeilemaan monia erilaisia tapoja koulutusohjelman markkinointiin alumneja apunaan käyttäen.

Mentorointiohjelman aloittamista suosittelemme liiketalouden laitokselle, koska mentoroinnista on ollut hyviä kokemuksia sitä järjestäneillä korkeakouluilla ja oikein toteutettuna mentorointiohjelmasta hyötyvät kaikki sen osapuolet. Mentorointiohjelmasta

voidaan järjestää esimerkiksi niin, että alumnit toimivat mentoreina ja opiskelijat olisivat mentoroitavia. Opiskelijoita kannattaa yrittää saada sitoutumaan ja motivoitumaan mentorointiohjelmaan niin, etteivät he pitäisi sitä vain yhtenä opintopisteitä kasvattavana kurssina muiden joukossa. Mentorointiohjelmaa varten on hyvä varata riittävästi aikaa ja resursseja.

Liiketalouden koulutusohjelman kannattaa aktiivisesti valvoa alumnitoimintansa laadua ja kehittymistä. Alumnitoimintaa kannattaa verrata muiden koulutusohjelmien ja korkeakoulujen alumnitoimintoihin. Yhteistyö näiden kanssa on myös hyödyllistä alumnitoimintaa arvioitaessa. Alumnitoiminnalle on asetettava selkeitä tavoitteita ja sen suhteen on tehtävä tulevaisuudensuunnitelmia, jotta kehitystä tapahtuisi. Alumnitoiminnan tason mittaamiseksi kannattaa alumneille, opiskelijoille ja korkeakoulun henkilökunnalle tehdä mielipidetiedusteluja toiminnan tasosta ja pyytää heiltä kehitysehdotuksia.

6.3 Luotettavuuden arviointi

Tieteellistä tutkimusta tehtäessä on tärkeää arvioida tutkimuksen luotettavuutta. Laadullisen tutkimuksen luotettavuutta arvioitaessa ovat reliabiliteetti validiteetti olleet perinteisesti keskeisiä luotettavuuskysymyksiä. Käsitteet reliabiliteetin ja validiteetin käsitteiden käytön sopivuudesta arvioitaessa laadullista tutkimusta vaihtelevat. Jotkut tutkijat käyttävät laadullisessa tutkimuksessa perinteisiä käsitteitä, jotkut ovat kehittäneet termeille uusia laadulliseen tutkimukseen soveltuvia sisältöjä ja jotkut luoneet arvioinnin apuvälineiksi sopivia uusia termejä. Kuitenkin on huomioitava, että laadullisen tutkimuksen luotettavuutta ei voi arvioida täysin samoin kuin määrällistä tutkimusta. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006, 24 - 25.)

Laadullisessa tutkimuksessa validiteettia pidetään usein reliabiliteettia merkittävämpänä. Validiteetti merkitsee sitä, onko tutkimus pätevä, onko se tehty perusteellisesti, ovatko löydetty tulokset ja tehdyt johtopäätökset oikeita. Laadullisen tutkimuksen pätevyys voidaan enemmänkin ymmärtää uskottavuudeksi ja vakuuttavuudeksi. Tutkimuksen avulla ei voi koskaan saada tutkittavasta asiasta täydellistä ymmärrystä. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006, 25.)

Reliabiliteetin arvioinnissa laadullisessa tutkimuksessa on otettava huomioon missä olosuhteissa jokin metodi on luotettava ja johdonmukainen, kuinka pysyviä mittaukset ja havainnot ovat eri aikoina ja kuinka johdonmukaisia tulokset ovat eri välineillä saatuna. Tutkimusta tehdessä kannattaa huomioida se, että tutkimukseen osallistuvat eivät välttämättä puhu yhdenmukaisesti kaikissa tilanteissa. Heidän kielenkäyttönsä ja tapansa puhua voivat vaihdella paljon tilanteesta riippuen. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006, 25 - 26.)

Eskolan & Suorannan (2000, 211 - 212) mukaan arvioitaessa tutkimuksen luotettavuutta voidaan myös käyttää termejä uskottavuus, siirrettävyys, varmuus ja vahvistuvuus. Olemme kuitenkin arvioineet omaa tutkimustamme aikaisemmin mainittujen validiteetin ja reliabiliteetin kautta. Tutkimuksen validiteetti ja reliabiliteetti on mielestämme riittävän korkealla tasolla, vaikka haastattelimmekin vain neljän ammattikorkeakoulun alumnivastaavaa. Saimme tutkimuksesta hyvän kuvan suomalaisten ammattikorkeakoulujen alumnitoiminnasta. Myös mahdollisella uudella tutkimuksella tulokset ja johtopäätökset olisivat todennäköisesti samansuuntaisia, vaikka useampaaikin ammattikorkeakoulua haastateltaisiin alumnitoiminnasta.

Suurin ongelma tutkimuksen validiteetin kannalta on joissakin tapauksissa ilmennyt vastausten lyhytsanaisuus haastattelun kysymyksiin, joka todennäköisesti johtui haastateltavien kiireellisyydestä. Tämä ei suoranaisesti tee tutkimuksesta epäluotettavampaa, mutta tiettyssä mielessä se on voinut tehdä tutkimuksesta hieman vähemmän syvällisen kuin olisi ollut mahdollista. Tärkeä kysymys tutkimuksen reliabiliteettia arvioitaessa on kuinka luotettavia kysymyksiin saadut vastaukset ovat. Haastatteluissa on aina se vaara, että kysymyksiin ei saada täysin totuudenmukaisia vastauksia. Uskomme kuitenkin tutkimuksen aiheen ja kysymysten muotoilun olevan sellaisia, että olemme saaneet totuudenmukaisia vastauksia.

Tutkimuksen internetosio kuvaa luotettavasti kuinka ammattikorkeakoulut ovat esittäneet alumnitoiminnan internetsivuillaan. Kokosimme systemaattisesti tarvittavat tiedot taulukkoon (liite 1) ammattikorkeakoulujen verkkosivuilta. Tämä tutkimuksen osio kärsii kuitenkin siitä, että osa ammattikorkeakouluista ei välttämättä kerro kaikkea olennaista tietoa alumnitoiminnastaan korkeakoulun verkkosivuilla. Lisäksi meillä ei ollut kaikissa tapauksissa mahdollista tietää kuinka ajantasaisia sivustoilla esitetyt tiedot olivat.

7 LOPUKSI

Opinnäytetyöprosessi oli pitkä ja se vaati meiltä pitkäjänteisyyttä. Korkeakoulujen alumnitoiminta osoittautui lopulta hyvin laajaksi aiheeksi, jota tutkiessa opimme todella paljon uutta tietoa. Opinnäytetyötä aloittaessa meillä oli aiheesta hyvin vähän tietoa ja sana "alumni" oli meille tuttu ainoastaan korkeakouluopiskelun ansiosta. Ker-toessamme ihmisille opinnäytetyömme aiheita yleisin kysymys olikin "mikä on alum-ni?".

Tutkimusongelmamme oli selvittää, kuinka liiketalouden koulutusohjelman alumni-toimintaa voisi kehittää. Lähestyimme ongelmaa tutkimalla aluksi suomalaisissa am-mattikorkeakouluissa järjestettävää alumnitoimintaa internetin avulla. Tämän jälkeen valitsimme viisi ammattikorkeakoulua, joiden alumnivastaaville teimme sähköposti-haastattelun, jonka tarkoituksena oli saada lisää tietoa korkeakoulujen alumnitoimin-nasta.

Mielestämme saimme aiheesta paljon arvokasta tietoa alumnitoiminnan eri osa-alueiden järjestämisestä ja siitä kuinka alumnitoiminta on toteutettu ammattikorkea-kouluissa. Hyödyllistä tietoa muilta ammattikorkeakouluilta saimme esimerkiksi alumnitoiminnan organisoinnista, alumnien aktiviteeteista, mentoroinnista ja alumni-toiminnan kehittämistä. Uskomme, että toimeksiantajamme voi hyödyntää näitä tietoja liiketalouden koulutusohjelman alumnitoimintaa kehitettäessä ja sen tulevai-suutta suunniteltaessa.

Opinnäytetyön tekemisessä oli omat haasteensa, mutta pääsimme niistä kaikista lopul-ta yli. Opinnäytetyön valmiiksi saaminen tuntui palkitsevalta. Lopulta opinnäytetyön tekeminen ei ollut niin vaikeaa kuin miltä se työtä aloittaessa tuntui. Näin jälkeenpäin ajatellen raportin aktiivinen kirjoittaminen olisi kannattanut aloittaa aikaisemmin, ettei loppuaikana työskentely olisi ollut niin kiireistä. Opinnäytetyötä aloittaessa suurim-malta ongelmalta tuntui hyödyllisten lähteiden löytäminen. Työn edetessä ongelma katosi osittain, kun hyödyllisiä lähteitä alkoi löytyä yhä enemmän. Saimme työn oh-jaajalta paljon hyödyllistä apua aina kun sitä tarvitsimme.

Eräs mieleen tullut jatkotutkimuksen aihe liittyy alumnitoiminnan järjestämiseen ul-komaalaisissa korkeakouluissa tai suomalaisissa yliopistoissa. Oma tutkimuksemme

keskittyi ainoastaan alumnitoimintaan suomalaisissa ammattikorkeakouluissa, joten vaihtamalla tutkimuskohdetta voisi aiheesta löytyä paljonkin uutta tietoa, joka voisi johtaa erilaisiin kehitysideoihin. Tietenkään yliopistojen tai ulkomaalaisten korkeakoulujen toimintatavat eivät ole suoraan sovellettavissa suomalaiseen ammattikorkeakoulumaailmaan, mutta tämänkaltainen tutkimus voisi kuitenkin tuoda uudenlaisia näkökulmia aiheeseen.

LÄHTEET

- Aaltonen, Kirsi 2010. Stakeholder management in international projects. Väitöskirja. PDF-tiedosto. <http://lib.tkk.fi/Diss/2010/isbn9789526033440/isbn9789526033440.pdf>. Päivitetty 6.10.2010. Luettu 14.11.2013.
- Alumni Relations and Institutional Giving: Finnish Higher Education Experts USA Study Tour 2012. Fulbright Center. Raportti. <http://issuu.com/fulbright-center-finland/docs/report-alumni-relations-and-institutional-giving?e=4933113/2112626>. Ei päivitystietoa. Luettu 30.7.2013.
- Alumnitoiminta Suomessa syksyllä 2004. Tukholma: Mira Network AB. Raportti.
- Ammattikorkeakoululaki 351/2003. WWW-dokumentti. <http://www.finlex.fi>. Ei päivitystietoa. Luettu 8.11.2013
- Bozeman, Barry & Feeney, Mary K. 2007. Toward a Useful Theory of Mentoring: A Conceptual Analysis and Critique. *Administration & Society* 39 (6), 719 -739. PDF-dokumentti. <http://aas.sagepub.com/content/39/6/719.full.pdf+html>. Päivitetty 13.9.2007. Luettu 2.10.2013.
- Branth, Keith E. & Regan, Patrick J. 2002. The Spectrum of Alumni Involvement. PDF-dokumentti. http://www.albany.edu/alumni/images/D5_spectrum_involvement.pdf. Päivitetty 30.9.2010. Luettu 2.10.2013.
- Dolbert, Susan Clouse 2002. Future Trends in Alumni Relations. Australian International Education Conference. PDF-dokumentti. http://www.aiec.idp.com/pdf/clousedolbert_p.pdf. Päivitetty 13.11.2002. Luettu 3.10.2013.
- Eskola, Jari & Suoranta, Juha 2000. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Tampere: Vastapaino.
- Farrow, Harmonie & Yuan, Y. Connie 2011. Building Stronger Ties With Alumni Through Facebook to Increase Volunteerism and Charitable Giving. *Journal of Computer-Mediated Communication* 16 (3), 445 - 464. PFD-dokumentti. <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2011.01550.x/pdf>. Päivitetty 8.4.2011. Luettu 8.11.2013
- Freeman, Edward & Moutchnik, Alexander 2013. Stakeholder management and CSR: questions and answers. PDF-dokumentti. http://www.csr-hu-berlin.org/fileadmin/Gemeinsame_Dateien/csr-hu-berlin.org/PDFs/Interviews/UWF_2013_1_Freeman_Moutchnik.pdf. Päivitetty 18.1.2013. Luettu 22.11.2013.
- Haikola, Arja (toim.) 2009. Ura unelmissa. Kokkola: Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulu.
- Hatch, Mary Jo & Schultz Majken 2002. The dynamics of organizational identity. *Human Relations* 55, 989 – 1018. PDF-dokumentti.

- <http://www.majkenschultz.com/wp-content/uploads/Academic%20Publications/>. Päivitetty 11.9.2012. Luettu 22.11.2013.
- Holma, Aulikki 2005. Tiedosta tuottava – strategisen tietojohdamisen kysymyksiä. Turku: Turun ammattikorkeakoulu.
- Hopia, Hanna & Laitinen-Väänänen, Sirpa 2010. Alumnitoiminta ammattikorkeakouluissa - tavoitteena systemaattinen kehittäminen. Kever-Osaaja 3. PDF-dokumentti. <http://www.uasjournal.fi/index.php/K-O/article/viewFile/1267/1178>. Päivitetty 12.10.2010. Luettu 13.11.2013.
- Hyttinen, Kirsi, Hohenthal, Tuula & Gäddnäs Tiina 2012. Ammattikorkeakoulujen työelämäyhteydet strategiatasolla ja johdon näkemykset. Teoksessa Hohenthal, Tuula (toim.) Työelämäkumppanuutta rakentamassa: Stepit - Kolme askelmaa yhteisölliseen työelämäkumppanuuteen. Centria ammattikorkeakoulu, 6 - 32. PDF-dokumentti. <http://library.centria.fi/data/liitteet/e94b86185d4d416ca4c8f45358fd7f38.pdf>. Päivitetty 12.10.2012. Luettu 8.11.2013.
- Härkönen, Pekka 2003. Opettajatuutorin käsikirja : Tuutori-, alumni- ja mentoritoiminta Turun ammattikorkeakoulussa. Turku: Turun ammattikorkeakoulu.
- Hohenthal, Tuula, Lapiolahti, Pirve, Sipola, Tomi & Väyrynen, Jukka 2012. Alumnitoiminta osaksi korkeakoulujen työelämäkumppanuutta. Teoksessa Hohenthal, Tuula (toim.) Työelämäkumppanuutta rakentamassa: Stepit - Kolme askelmaa yhteisölliseen työelämäkumppanuuteen. Centria ammattikorkeakoulu, 37 - 45. PDF-dokumentti. <http://library.centria.fi/data/liitteet/e94b86185d4d416ca4c8f45358fd7f38.pdf>. Päivitetty 12.10.2012. Luettu 8.11.2013.
- Ilmavirta, Veijo, Salminen, Hannele, Ikävalko, Markku, Kaisto, Heikki, Myllykangas, Päivi, Pekkarinen, Eero, Seppälä, Hannele & Apajalahti, Touko 2013. Korkeakoulut yhteiskunnan kehittäjinä, Korkeakoulujen yhteiskunnallisen ja alueellisen vaikuttavuuden arviointiryhmän loppuraportti. Korkeakoulujen arviointineuvosto. PDF-dokumentti. http://www.kka.fi/files/1925/KKA_0513.pdf. Päivitetty 14.6.2013. Luettu 22.7.2013.
- Jaakola, Eila 2008. Eläinlääkäri, olet alumni! Suomen eläinlääkärilehti 114 (10), 644 - 645. PDF-dokumentti. <http://elektra.helsinki.fi.ezproxy.mikkeli.ami.fi:2048/se/s/elainlaakari/114/10/elaijaak.pdf>. Päivitetty 16.6.2009. Luettu 7.10.2013.
- Jaatinen, Miia 2003. Lobbaus: yritys yhteiskunnan vaikuttajana. Helsinki: Talentum Media oy.
- Juusela, Tuulikki, Lillia, Tuula & Rinne, Jari 2000. Mentoroinnin monet kasvot. Helsinki: Yrityskirjat Oy.
- Juutinen, Sirpa & Steiner, Maj-Lis 2010. Strateginen yritysvastuu. Helsinki: WSOY-pro Oy.
- Kantanen, Helena 2010. Yliopistot ja niiden paikalliset kumppanussuhteet. Tiedepoliitikka 2/2010. PDF-dokumentti.

<http://elektra.helsinki.fi.ezproxy.mikkeli.amk.fi:2048/se/t/0782-0674/35/2/yliokant.pdf>. Päivitetty 6.4.2011. Luettu 9.10.2013.

Kaplan, Andreas M., Haenlein, Michael 2010. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons* 53, 59 - 68. PDF-dokumentti. <http://michaelhaenlein.com/Publications/Kaplan,%20Andreas%20-%20Users%20of%20the%20world,%20unite.pdf>. Päivitetty 10.9.2012. Luettu 9.11.2013.

Kauppinen, Heli, Nykänen, Marjo & Voutila, Susanna 2011. Opetussuunnitelmien laatua parannetaan arvioinnin avulla. Teoksessa Vanttinen, Tuija & Nykänen, Marjo (toim.) Osaamisen palapeli - Mikkelin ammattikorkeakoulun opetussuunnitelmien kehittäminen. Mikkeli: Mikkelin ammattikorkeakoulu, 33 - 95.

Kotila, Hannu & ja Seppo, Peisa 2008. Toteutuuko oppimista ja työelämää kehittävä kumppanuus. Teoksessa Arto Mutanen ja Marja-Liisa Kakkonen (toim.) Opetuksen ja tutkimuksen Kiasma. Helsinki: Edita Publishing Oy.

Kujala, Johanna, Myllykangas, Päivi & Sauer, Erika 2012. ”Kokemus johtaa!”. Tampere: Tampere University Press.

Kähkönen, Anna 2011. Harjoittelu Mikkelin ammattikorkeakoulun liiketalouden laitoksella. Teoksessa Sari Toijonen-Kunnari (toim.) Toiminnallinen kehittäjäkumppanuus. Mikkeli: Mikkelin ammattikorkeakoulu.

Lecklin, Olli 2006. Laatu yrityksen menestystekijänä. Helsinki: Talentum Media Oy.

Leskelä, Jori 2005. Mentorointi aikuisopiskelijan ammatillisen kehityksen tukena. Tampereen yliopisto. Kasvatustieteiden laitos. Väitöskirja.

Lindström, Stefan 2011. Harjoittelu Mikkelin ammattikorkeakoulun liiketalouden laitoksella. Teoksessa Sari Toijonen-Kunnari (toim.) Toiminnallinen kehittäjäkumppanuus. Mikkeli: Mikkelin ammattikorkeakoulu.

Lyytinen, Anu, Kohtamäki, Vuokko, Pekkola, Elias, Kivistö, Jussi & Hölttä, Seppo 2012. Korkeakoulujen sidosryhmäyhteistyön laadunhallinta – Nykytilan kartoitus ja tulevat haasteet. Korkeakoulujen arviointineuvosto. PDF-dokumentti. http://www.kka.fi/files/1576/KKA_1212.pdf. Päivitetty 1.12.2012. Luettu 8.5.2013.

Mentorointi. 2010. Jobstep.net. WWW-dokumentti. <http://www.jobstep.net/>. Ei päivitystietoa. Luettu 2.10.2013.

Mikkelin ammattikorkeakoulu 2013a. Alumni on tärkeä vaikuttaja. WWW-dokumentti. http://www.mamk.fi/mamk_/alumnitoiminta. Päivitetty 23.7.2013. Luettu 25.9.2013.

Mikkelin ammattikorkeakoulu 2013b. Mamk - Sinne on päästävää. WWW-dokumentti. http://www.mamk.fi/mamk_. Päivitetty 16.8.2013. Luettu 27.9.2013.

Myllykangas, Päivi 2009. Sidosryhmäsuhteet liiketoiminnan arvon luomisessa. Väitöskirja. PDF-dokumentti. <http://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/66434/978-951-44-7623-5.pdf?sequence=1>. Päivitetty 20.3.2009. Luettu 14.11.2013.

Määttänen, Tuuli 2004. Julkisyhteisön sidosryhmäsuhteet. Pro-gradu -tutkielma. PDF-dokumentti.
<https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/12966/G0000681.pdf?sequence=1>. Päivitetty 14.9.2004. Luettu 22.11.2013.

Opetushallitus 2012. Mentorointi. WWW-dokumentti.
http://www.oph.fi/saadokset_ja_ohjeet/laadunhallinnan_tuki/wbl-toi/menetelmia_ja_tyovalineita/mentorointi. Päivitetty 9.2.2012. Luettu 15.9.2013.

Post, James E, Preston, Lee E & Sachs, Sybille 2002. Managing the Extended Enterprise: The New Stakeholder View. California Management Review 45 (1), 6 - 28. PDF-dokumentti. http://cc10.aubg.bg/students/MCA100/Strat%20Man/post-al-managing-extended-entreprise_einwiller.pdf. Päivitetty 1.10.2012. Luettu 24.11.2013.

Riita-Pajunen, Hanna 2011. Alumni opiskelijan mentorina. Teoksessa Penttinen, Leena, Plihtari, Elina, Skaniakos, Terhi & Valkonen, Leena (toim.) Vertaisuus voimavarana ohjauksessa. Jyväskylän yliopisto, 124 - 137. PDF-dokumentti. http://www.yliopistostatyoelamaan.fi/files/3013/3854/2074/Vertaisuus_voimavarana_ohjauksessa.pdf. Päivitetty 18.11.2011. Luettu 10.11.2013.

Saaranen-Kauppinen, Anita & Puusniekka, Anna 2006. KvaliMOTV - menetelmäopetuksen tietovaranto. PDF-dokumentti. <http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus>. Päivitetty 22.11.2012. Luettu 18.11.2013

Tervonen, Pirkko 2012. Koulutuksen muutosprosessi - Miten alumnit mukana opetus-suunnitelmatyössä. Teoksessa Hohenthal, Tuula (toim.) Työelämäkumppanuutta rakentamassa: Stepit - Kolme askelmaa yhteisölliseen työelämäkumppanuuteen. Centria ammattikorkeakoulu, 46 - 51. PDF-dokumentti. <http://library.centria.fi/data/liitteet/e94b86185d4d416ca4c8f45358fd7f38.pdf>. Päivitetty 12.10.2012. Luettu 7.10.2013.

Toimintasuunnitelma 2013. Mikkelin ammattikorkeakoulu. Liiketalouden laitos.

Tuomi, Jouni & Sarajärvi, Anneli 2002. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Vallo, Helena & Häyrinen, Eija 2008. Tapahtuma on tilaisuus: tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Helsinki: Tietosanoma.

Väyrynen, Jukka 2012. Tulosten esittely STEPIT-hanke: Alumni-osaprojekti. Centria ammattikorkeakoulu. PowerPoint-esitys. <http://projekti.centria.fi/data/liitteet/143244e114a1475ba54aa838d494eae0.pptx>. Päivitetty 28.3.2013. Luettu 10.9.2013.

Ammattikorkeakoulujen internetsivuilla esitetty alumnitoiminta

	Alumniyhdistys	Alumnirekisteri	Mentorointia	Jatko- ja täydennyskoulutus	Alumni-julkaisu / blogi	Alumniensaamat edut
TAMK	X	X	X	X		Sähköinen tiedote, osallistuminen ilmaiseksi/alennus, 5 % alennus täyd. koulutuksiin
JAMK		X		X	X	
Haaga-Helia		X	X		X	Signals-sidosryhmälehti, uutiskirje
Kajaani		X		X		
HAMK	X	X		X	X	
Kemi-Tornio		X				
LAMK		X		X		Rekrytointipalvelu
Laurea	X	X	X(ay, kv)		X	Jäsenkirje, maksuttomat ilmoitukset, alennukset
Metropolia	X	X		X		Jäsenlehti, alennuksia
Oulun seudun AMK	X	X		X	X	Jäsenkirje
Centria	X					
Saimaan AMK		X		X		50 % alennus avoimen AMK:n maksuista
Savonia		X		X		
Seinäjoki		X		X		
Turun AMK	X	X		X		
VAMK		X		X		Harjoittelijoiden, opinnäytetyön tekijöiden ja valmistuneiden löytäminen
Kymenlaakso		X		X	X (trade-nomi)	
Karelia		X		X		
RAMK						
Arcada		X		X		Alennuksia, urapalveluita
Novia						
Diakonia		X	X			
Satakunta		X			X	
HUMAK	X	X		X		50 % alennus avoimen AMK:n maksuista
Högskolan på Åland						
Poliisiamk						

LIITE 2.
Haastattelun kysymykset

1. Kuinka kauan ammattikorkeakoulussanne on ollut alumnitoimintaa?
2. Kuinka laaja alumnirekisterinne on?
3. Kuinka alumnitoimintanne on organisoitu? Onko alumnitoimintanne keskitettyä vai onko koulutusaloilla tai koulutusohjelmissa oma alumnitoimintansa?
4. Kuinka monta henkilöä työskentelee alumnitoiminnan parissa osa-aikaisesti tai kokopäiväisesti?
5. Jos korkeakoulussanne on alumniyhdistys, millaista yhteistyötä yhdistys tekee korkeakoulun kanssa?
6. Oletteko järjestäneet alumnitapahtumia? Millaisia?
7. Minkälaista yhteistyötä alumnit ja opiskelijat tekevät?
8. Miten alumnit osallistuvat koulutuksen markkinointiin?
9. Kuinka alumnitoimintanne näkyy sosiaalisessa mediassa?
10. Millaisia keinoja käytätte alumnitoimintanne arviointiin ja mittaamiseen?
11. Kuinka aiotte kehittää alumnitoimintaanne tulevaisuudessa?
12. Onko korkeakoulussanne mentorointiohjelmaa?
13. Mitä hyötyjä olette saaneet kyseisestä ohjelmasta?
14. Millaisia vinkkejä antaisitte mentorointiohjelmaa aloittelevalle ammattikorkeakoululle?