

TIEDOTE: Milttonin gradukilpailun voittaja on ratkennut

**Toista kertaa järjestettävään Milttonin gradukilpailuun osallistui yli 40 työtä yliopistoista ja korkeakouluista ympäri Suomen. Kilpailun voitti Nina Kaijasilta Aalto-yliopiston Kauppakorkeakoulusta. Gradukilpailussa etsittiin parasta markkinointiviestintään liittyvää pro gradu -tasoista lopputyötä, joka tarjoaa tuoreita näkemyksiä markkinointiviestinnän ilmiöihin niin liike-elämän kuin tutkimuksenkin kannalta.**

Kilpailun tuomaristoon kuuluivat Taneli Hassinen (viestintä- ja markkinointijohtaja, SRV Yhtiöt), Maria Mroue (markkinointi- ja viestintäjohtaja, Messukeskus), Jaakko Aspara (markkinoinnin professori, Aalto-yliopiston Kauppakorkeakoulu) sekä Henri Weiho (markkinoinnin professori, Bentley University).

Tuomarit pitivät Kaijasillan työtä *The Conceptualization of Electronic Word-of-Mouth and Company Practices to Monitor, Encourage and Commit to EWOM - a Service Industry Perspective* vahvana kaikilla arviointimittareilla. Arvioinnissaan tuomaristo kiinnitti huomiota aihevalinnan uutuuteen ja innovatiivisuuteen, tutkielman relevanssiin liike-elämän kannalta, tutkielman akateemiseen laatuun sekä finalistitöiden osalta suullisen esityksen laatuun. Myös muut finalistikymmenikköön nousseet työt keräsivät kiitosta tuomariston parissa. *"Finalistitöiden joukkoon mahtui hyvin erilaisia graduja eri tieteenaloilta. Töiden taso oli kaiken kaikkiaan korkea"*, Jaakko Aspara kuvailee finaaliin yltäneitä lopputöitä.

Gradukilpailuun osallistui 43 työtä yliopistoista ja korkeakouluista ympäri Suomen. Kilpailuun jätettiin töitä lukuisilta eri tieteenaloilta.

*"Markkinointiviestintää ei mielestämme voi rajoittaa vakiintuneiden kaavojen sisään. Niinpä emme halunneet rajoittaa kilpailutöidenkään näkökulmia markkinointiviestinnän ilmiöihin, vaan kannustimme avoimeen ajatteluun, analyttiseen otteeseen ja rohkeaan monitieteellisyteen"*, Milttonin konsultti Saara Könkkölä kertoo.

### **Vuoden 2014 gradukilpailu käynnistyy keväällä**

Seuraava gradukilpailu käynnistyy kevään 2014 aikana. Kilpailuun voivat osallistua kaikki 2013 ja 2014 aikana, 31.10.2014 mennessä valmistuneet tai valmistuvat pro gradu -tasoiset lopputyöt.

*"Uskomme, että lopputöillä voi olla paljonkin annettavaa liike-elämän käytännöille sekä markkinointiviestinnän yhteiskunnallisen roolin määrittämiselle. Haluamme samalla tarjota vastavalmistuneille mahdollisuuden tavata liike-elämän päättäjiä, verkostoitua sekä esitellä osaamistaan ja näkemyksiään asiantuntijayleisölle"*, Könkkölä lisää.

## **Vuoden 2013 gradukilpailun finalistit:**

Niko Hatakka (Turun yliopisto, politiikan tutkimuksen laitos): *Tyytymättömien rinnakkainen tulkinta. Vaalikevään 2011 journalismin uudelleentulkinta kansanedustajiksi valittujen perussuomalaisten blogeissa ja Facebook-sivuilla.*

Nina Kaijasilta (Aalto-yliopiston Kauppakorkeakoulu, markkinoinnin laitos): *The Conceptualization of Electronic Word-of-Mouth and Company Practices to Monitor, Encourage and Commit to EWOM - a Service Industry Perspective.*

Joseph McVeigh (Helsingin yliopisto, nykykielten laitos): *Apples and Oranges. A comparative analysis of blogs and marketing texts which share an audience.*

Pekka Mertala (Oulun yliopisto, kasvatustieteiden tiedekunta): *Leikkikalujen funktionaalisen manipulaatiopotentiaalin rakentuminen.*

Mia Nousiainen (Itä-Suomen yliopisto, yhteiskuntatieteiden ja kauppatieteiden tiedekunta): *Epäluottamuksen rakentumisesta esimiehen ja alaisen välisessä suhteessa: diskurssianalyttinen tutkimus auto- ja kuljetusalan työntekijäliiton irtisanomistapauksesta.*

Niina Näsi (Aalto-yliopiston Kauppakorkeakoulu, markkinoinnin laitos): *Managing and balancing individual's alcohol consumption in the short and long run - narratives from students lived experiences.*

Jaakko Pihlaja (Tampereen yliopiston johtamiskorkeakoulu): *Sosiaalisen asiakastiedon ulottuvuudet.*

Kimmo Taiminen (Jyväskylän yliopisto, viestintätieteiden laitos): *Content-oriented consumer engagement online – cognitive and affective brand effects of SME's thematic content strategy.*

Misme Yrjölä (Turun kauppakorkeakoulu, markkinoinnin laitos): *Teollisella alalla toimivan tietointensiivisen asiantuntijapalveluyrityksen strateginen viestintä. Case Elomatic Oy.*

Maija Zitting (Turun kauppakorkeakoulu, markkinoinnin laitos): *"Valley co-creation" - Exploring the emergence of a cultural product in an entrepreneur-driven value network.*

**Voittajaksi valitun Nina Kaijasillan työ palkittiin 3000 eurolla.**

Lisätietoja: Saara Könkkölä, [saara.konkkola@milton.fi](mailto:saara.konkkola@milton.fi), 040 353 8398