

# Opiskelijan omat palvelukokemukset palveluosaamisen opetuksen perustana

---

Sanna-Mari Renfors

Lehtori, YTM

Satakunnan ammattikorkeakoulu,  
matkailun koulutusohjelma  
sanna-mari.renfors@samk.fi

Vappu Salo

Lehtori, KM

Satakunnan ammattikorkeakoulu,  
matkailun koulutusohjelma  
vappu.salo@samk.fi

## Johdanto

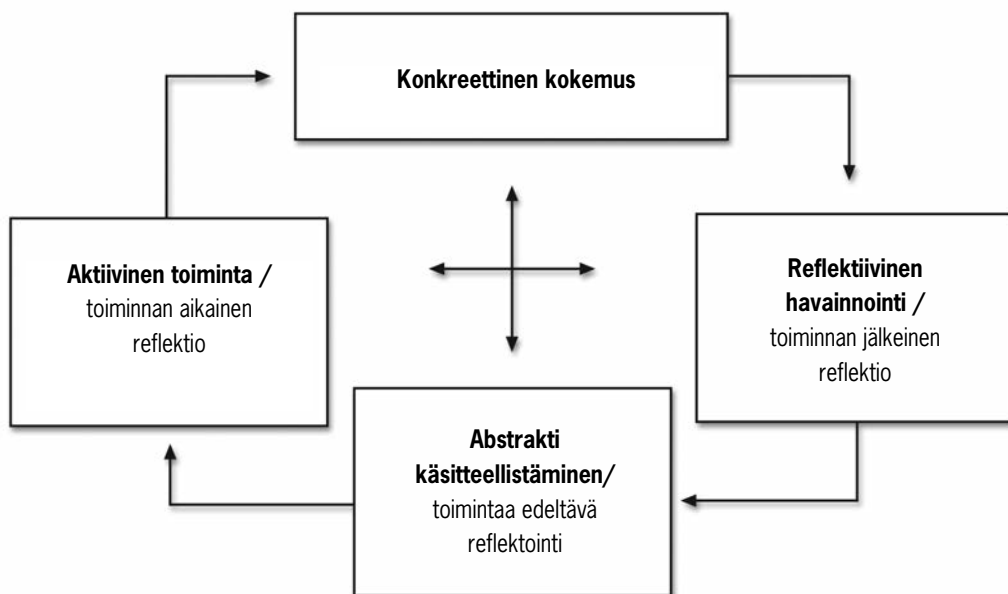
**M**atkailun koulutusohjelmasta valmistuvan restonomin (AMK) keskeinen osaamisalue on palveluosaaminen. Restonomin (AMK) kolme ja puolivuotta kestävä koulutuksen aikana opetus kytketään käytäntöön monin tavoin, mutta palvelun kokemuksellinen luonne asettaa haasteita palveluosaamisen opetuksessa käytettävillä opetusmenetelmille. Kokeuksellinen oppiminen antaa tämän vuoksi mahdollisuuden oppia aidoissa

työelämän tilanteissa tarvittavia taitoja. Opiskelijan asiakkaan roolissa saamat, palveluyrityksen ja sen tarjoamien tuotteiden kohtaamisessa syntyneet, palvelukokemukset ovat hedelmällisiä oppimistilanteita, joita pitäisi hyödyntää opetuksessa mahdollisimman laajasti. Tämän katsauksen tavoitteena on avata näkökulma siihen, miten opiskelijan omia palvelukokemuksia voidaan käyttää palveluosaamisen opetuksessa ammattikorkeakoulussa. Artikkelissa palveluosaamista lähestytään palvelujen markkinoinnin näkökulmasta ja esiteltävät kokemukselliset oppimistehtävät liittyvät matkailupalvelujen markkinoinnin opintojaksoihin.

## Kokemus ja oppiminen

**A**rtikkelissamme määrittelemme kokemuksen opiskelijan hankkimaksi tiedoksi ja taidoksi, jonka hän on saanut oppimistilanteessa. Oppimistilanteessa opiskelijalla on vastaanottava ja pohdiskeleva rooli. Opettajan rooli on tukea opiskelijaa tässä prosessissa. Aaltonen (2007, 115) määrittelee kokemuksen henkilön omaamaksi tiedoksi jostakin asiasta tai taidosta. Lisäksi hän liittyy kokemukseen elämyksellisyiden, jolloin siitä tulee kokijalleen voimakas, mieleenpainuva ja merkityksellinen. Oppiminen alkaa kokemuksesta, mutta se myös tuottaa kokemusta (Dewey, 1938, 12–42).

Kokemukselliseen oppimiseen liittyy aina reflektiivisyys. Reflektiolla tarkoitetaan ammatillisessa kontekstissa tutkivaa ja kehittävää otetta työtä kohtaan, jolloin myös asiantuntijuus kasvaa (Poikela, 2005a, 9) ja opiskelija oppii lisää (Valkeavaara, 1999, 116). Reflektion seurauksena on aiempaa paremmin jäsentynyt tai uusi kokemus. Kokemus sisältää sekä uusien tietorakenteiden muodostamisen että emootioiden ja sosiaalisten odotusten purkamisen ja edelleen uudelleen muokkaamisen. Toiminnan aikainen reflektio on oppimisen kannalta välttämätöntä, sillä työssä tekeminen, opittujen asioiden soveltaminen tai erilainen kokeilu ei voi johtaa syvälliseen oppimiseen, mikäli oppimiseen ei liity havainnointia (kuvio 1) (Poikela, 2005b, 24–25).



Kuvio 1. Kokemuksellinen ja reflektiivinen oppiminen (Poikela, 2005b, 25).

Abstrakti käsitteellistäminen sisältää toimintaa edeltävää reflektointia (reflection for action) ja aktiivinen toiminta toiminnan aikaisen reflektion (reflection in action). Reflektiiviseen kokemukseen liittyy Poikelan (2005b) mukaan myös toiminnan jälkeinen reflektio (reflection on action). Opetuksen suunnittelu ja käytännön opetustyö asetuvat tämän käsittelyn mukaan uuteen tarkastelukulmaan. Tämän mukaan oppiminen ymmärretään läpikohtaisesti reflektiivisenä toimintana. Reflektiivisen oppimiskokemuksen jälkeen kokemukseen liittyvä oppiminen on jäsenyntyttä tai tuloksena on ollut uusi kokemus, joka taas altistetaan uusien tietorakenteiden kautta uuteen tarkasteluun.

### **Kokemuksellinen oppiminen ja pedagoginen toiminta**

**T**ietokäsityksen pohjalta teoreettinen tieto ja käytännöllinen tieto poikkeavat toisistaan. Teoreettinen tieto on muodollista tietoa. Sitä pidetään yleispätevänä ja eksplisiittisenä. Käytännön tieto on puolestaan kokemukseen perustuvaa ja se on luonteeltaan usein hiljaista tietoa (Tynjälä, 2004a, 167–179). Kokemuksen kautta oppimisessa korostuu taito soveltaa teoreettista tietoa käytännön tilanteissa. Tynjälä (2004b, 179) korostaa, että ammatillisen oppimisen kannalta on tärkeämpää oivaltaa, miten tietoa käytetään ongelmanratkaisussa hyväksi kuin opetella tietoa opettelemalla sitä ulkoa. Leinhardin, McCarthy Youngin & Merimanin (1995) mukaan ammatillisessa koulutuksessa tulee kiinnittää huomiota siihen, että teoreettinen tieto on sovellettavassa muodossa. Näin oppijan on mahdollista myös käsitteellistää hiljaista tietoa.

Kokemuksellinen oppiminen auttaa opiskelijoita yhdistämään markkinoinnin teorian työelämän tilanteisiin ja kehittämään työelämässä tarvittavia tärkeitä taitoja (Frontczak & Kelley, 2000). Teoreettisen tiedon käytännöllistämisen onnistuu parhaiten siten, että opiskelijoille suodaan mahdollisuus tarkastella teorioita käytännön valossa ja toisaalta vastaavasti tarkastella käytännön kokemuksia teorian valossa. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että opettajan tehtävänä on yhdessä opiskelijan kanssa pohtia, miten teoriaa voidaan soveltaa käytännössä. Opiskelija ei siis jää tehtävänsä kanssa yksin, eikä hänen oleteta automaattisesti osaavan soveltaa taitoja. Oppimistehtävän suorituksen jälkeen seuraa yhteistarkastelu kokemuksesta teorian valossa. Oppimisessa korostuvat aihealueen kokonaisuus ja käsitteellistäminen. Yhdessä pohditaan, minkälaisesta aihealueesta kokemuksen kautta oppimisessa on kyse ja minkälaisilla käsitteillä kokemusta kuvataan (ks. Tynjälä, 2004b, 178–179).

Kokemuksellinen oppiminen opiskelijan kannalta edellyttää, että opiskelija oppii oppimaan. Hänen tulee hallita alansa perusasiat ja kyetä sen jälkeen vastaanottamaan työelämän vaatimia tehtäviä. Pedagogiselta kannalta tarkasteltuna opetuksen tehtävänä ei ole vain jakaa tietoa vaan tuottaa toiminnan kautta laadullisesti hyvää kokemusta. Kokemuksen prosessointiin liittyy tiedon konstruointi ja soveltaminen käytännössä. Opetuksen keskiöön nousee opiskelijoiden reflektointitaitojen kehittäminen ja opetustyö saa näin erilaisia ulottuvuuksia perinteiseen opetustyöhön verrattuna (Poikela, 2005b, 25–26).

## Palveluosaamisen ja koulutuksen yhteensovittaminen

**A**mmatillisilla osaamisvaatimuksilla on keskeinen merkitys suunniteltaessa ammatillisen koulutuksen toteuttamismenetelmiä. Tynjälä (2007, 19–34) toteaa, että perinteiset luentopainotteiset opetusmenetelmät ja kirjatentit eivät tue työelämässä tarvittavaa osaamista. Perinteinen luokkahuoneopetus ei kehitä palvelualoilla tarvittavia taitoja kuten viestintä-, vuorovaikutus- tai yhteistyötaitoja. Opiskelijat kehittävät markkinointiosaamistaan, työelämässä tarvittavia kriittisiä taitoja ja kykyään soveltaa tietoa käytäntöön olemalla henkilökohtaisessa vuorovaikutuksessa yritysten henkilökunnan kanssa (Laverie, 2006; Ramocki, 2007). Palvelualojen opiskelijalle on siten erittäin tärkeää saada työskennellä aidoissa työelämän palvelutilanteissa jo koulutuksen aikana.

Matkailupalvelut opetusalan tarjontaa runsaasti mahdollisuuksia kokemuksellisen oppimisen toteuttamiseksi. Asiakas arvioi matkailupalvelua subjektiivisesti, omien kokemustensa kautta. Matkailupalvelua ei voi etukäteen käsin kosketella palvelun aineettoman luonteen vuoksi, jolloin palvelun sisältöä on myös vaikea ymmärtää. Matkailupalvelu koetaan ja tuotetaan samanaikaisesti sekä asiakas osallistuu usein itse aktiivisesti palvelun tuotantoprosessiin. Matkailupalvelun kokemuksellisen luonteen vuoksi matkailualan opetuksessa oppimistilanteet voidaan suunnitella siten, että opiskelija saa asiakkaan roolissa mahdollisimman konkreettisia palvelukokemuksia tarkasteltavakseen. Konkreettisten palvelukokemusten avulla opiskelija oppii soveltamaan teoreettisia käsitteitä analysoidessaan palveluyritys-

---

*Perinteinen  
luokkahuoneopetus  
ei kehitä  
palvelualoilla  
tarvittavia  
kriittisiä taitoja.*

---

ten toimintaa niiden jokapäiväisessä ympäristössä (Gremler, Hoffman, Keaveney & Wright, 2000). Asiakkaan rooli auttaa opiskelijaa ymmärtämään työelämän palvelutilanteita asiakkaan näkökulmasta, koska asiakaslähtöinen palveluliiketoiminnan kehitys edellyttää Arantolan & Simosen (2009, 4) mukaan sekä asiakasymmärrystä että kykyä kehittää liiketoimintaa tämän ymmärryksen perusteella.

Markkinoinnin opetuksen parissa työskentelevien opettajien pitäisi nähdä vaivaa suunnitellakseen oppimistehtävät käytäntöä soveltaviksi, työelämälähtöisiksi tehtäviksi (Karns, 2005, 163). Kokemukselliset oppimistehtävät ovat tehokkaita työkaluja vuorovaikutustaitojen oppimiseksi ja sopivat siten erityisen hyvin palvelujen markkinoinnin opetukseen. Kokemukselliset oppimistehtävät auttavat opiskelijaa palvelun käytön kautta ymmärtämään, miten hänen omat palvelukokemuksensa yhdistyvät opiskelumateriaaliin ja opiskeltavan jak-

son tavoitteisiin (Gremler ym., 2000, 35–36).

Opiskelijan omat palvelukokemukset syntyvät havainnoimalla palvelutilanteita. Palvelun luonteen vuoksi erityisesti havainnointimenetelmät sopivat palveluosaamisen opetukseen, koska havainnoinnin avulla henkilökunnan ja asiakkaan kohtaamisia voidaan tutkia aidoissa tilanteissa (Grove & Fisk, 1992, 217). Osallistuva havainnointi auttaa tuottamaan syvällistä tietoa palvelun kokemuksellisesta luonteesta keskittymällä siihen, mitä asiakkaan ja henkilökunnan välillä palvelutilanteessa tapahtuu (Wilson 2001, 722–725). Analysoidesaan omia palvelukokemuksiaan palvelun käyttäjänä, opiskelija ymmärtää syvemmin asiakkaan havaintoja palveluun liittyen sekä henkilökunnan käyttäytymisen vaikutusta asiakastytyväisyyteen (Wright, Bitner & Zeithaml, 1994, 17).

### **Aihealueeseen liittyviä aikaisempia tutkimuksia**

**A**ihealuetta sivuavia tutkimuksia on Suomessa tehty jonkin verran. Ne liittyvät kokemuksellisuuteen työssä oppimisen kontekstissa, asiantuntijuuden rakentumiseen kokemuksellisuuden kautta, kokemuksellisen oppimisen tarkasteluun internetin välityksellä sekä reflektion merkitykseen oppimistapahtumassa. Artikkelimme kannalta mielenkiintoisia ovat asiantuntijuuden ja reflektiivisyyden ympärille rakentuneet artikkelit.

Kokemuksellisuus asiantuntijuuden kehittämisessä sekä kokemuksellista oppimista ovat tarkastelleet muun muassa Liimatainen (2002), Isopahkala-Bouret (2008) ja Kuusisaari (2010). Liimatainen on lähestynyt terveyden edistämien

asiantuntijuutta hoitotyön ammattikorkeakouluopiskelijoiden yhteydessä. Isopahkala-Bouret on käsitellyt kokemuksellisen asiantuntijuuden rakentumista. Kuusisaaren artikkeli käsittelee oppimiskäsitysten yhdistämistä kokemustietoon opetuksen suunnittelussa ja toteuttamisessa.

Asiantuntijuuden kehittymistä ja reflektion merkitystä asiantuntijuuden kasvussa ovat tarkastelleet muun muassa Liimatainen, Pirkola ja Hopia (2008), Laitila (2009), Lähteenmäki (2006) sekä Järvinen ja Poikela (2000). Liimataisella, Pirkolalla ja Hopialla on lähtökohtana ollut opiskelijan omien käytänteiden reflektiivinen purkaminen. Laitilan kontekstina on ollut reflektiivisyyden kehittäminen ja kehittyminen psykoterapiakoulutuksessa. Lähteenmäki tarkastelee reflektiivisyyden dialogia fysioterapeuttien koulutuksen yhteydessä. Järvisen ja Poikelan artikkeli tarkastelee työssä oppimisen reflektiivisyyttä ja kontekstuaalisuutta. Aikaisempien tutkimusten kontekstina on kuitenkin vallitsevasti ollut sosiaali- ja terveydenhuoltoala, eikä palvelualojen koulutukseen liittyen aiheittamme ole laajalti tarkasteltu.

### **Esimerkkejä kokemuksellisista oppimistehtävistä**

**H**enkilökohtaisen myyntityön opiskelu palveluilla kokemuksellisen oppimistehtävän avulla on erittäin hedelmällistä myyntityön vuorovaikutteisen luonteen vuoksi. Oppimistehtävän tavoitteena on oppia myyntitaitoja ja ymmärtää, miten myyntiprosessia voidaan kehittää asiakaslähtöisemmäksi. Tarkasteltavat teoriat liittyvät tällöin myyntitaitoihin ja myyntiprosessin vaiheisiin. Opiskelija kerää tehtävässä palvelukokemuksia haa-

---

# *Palvelun laatu on mitä tahansa asiakkaat kokevat sen olevan.*

---

muasiakkaana asioiden esimerkiksi matkatoimistossa kasvotusten tai puhelimitse. Haamuasiakasmenetelmä on osallistuvan havainnoinnin muoto, jossa anonyymi, koulutettu havainnoija arvioi henkilökunnan toimintaa (Finn & Kayende, 1999; Wilson, 2001). Haamuasiakasmenetelmä on hyödyllinen työkalu haluttaessa saada syvälinen käsitys asiakkaiden havainnoista palvelutilanteissa (Van Der Wiele, Hesselink & Van Iwaarden, 2005, 529–537) ja menetelmää on käytetty jo kauan palveluosaamisen opetuksessa (ks. Czepiec, 1983).

Opiskelija tekee paneuduttuaan annettuihin taustateorioihin havainnointikäyntejä (3-4 kpl) palveluyrityksiin, joiden jälkeen hän kirjoittaa raportin palvelukokemuksistaan kiinnittäen huomionsa nimenomaan omiin, subjektiivisiin kokemuksiinsa asiakkaan roolissa. Palautettavassa raportissa opiskelija kertoo ensin ostotehtävästään; ostettavasta tuotteesta ja yrityksestä, jonka jälkeen opiskelija reflektoi kokemustaan tausta-

teorioiden valossa sekä analysoi myyjän toimintaa asiakkaan roolissa tilanteen alusta loppuun asti. Opiskelijat myös purkavat omia kokemuksiaan tämän jälkeen ryhmäkeskustelun avulla ja laativat yhdessä toimintasuositukset myyntityön ja myyjän toiminnan kehittämiseksi.

Havainnoimalla henkilökunnan toimintaa teoreettiseksi lähtökohdaksi voidaan myös ottaa palvelun laatu ja laadun muodostumista kuvaavat teoreettiset mallit (ks. Grönroos, 1982; Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988), joihin tutustutaan ennen havainnointikäyntiä. Palvelun laatu on mitä tahansa asiakkaat kokevat sen olevan (Grönroos, 2009, 100) eli laadun määrittää asiakas. Opiskelija voi tällöin analysoida omia palvelukokemuksiaan laadun muodostumista kuvaavien mallien avulla sekä käynnin jälkeen laatia kokemustensa ja teorian avulla kontekstiin sopivan palvelun laatua mittaavan kyselylomakkeen. Kyselylomake käydään läpi opiskelijaryhmässä sekä palveluyritysten edustajien kanssa tarkentaen lomake yritysikäyttöön sopivaksi.

Oppimistehtävässä voidaan soveltaa myös palvelujen markkinoinnista tuttua kriittisten tapausten tekniikkaa, joka on löytänyt tiensä myös palveluosaamisen koulutukseen (ks. Farber & Fox, 1994; Sautter & Hanna 1994). Kriittisten tapausten tekniikka sisältää joukon menettelytapoja suorien havaintojen keräämiseksi henkilökunnan toiminnasta tietyssä tilanteessa (Flanagan, 1954, 327, 335). Tällöin edellisissä tehtävänannoissa pyydetään opiskelijaa kiinnittämään erityistä huomiota havainnointikäyntien aikana kriittisiin tapauksiin eli henkilökunnan toimintaan, joka herättää opiskelijassa positiivisen tai negatiivisen tunnereaktion. Analysoidessaan toimin-

taa käynnin jälkeen opiskelija keskittyy syvällisemmin näiden tapausten reflektointiin.

Oppimistehtävä voi liittyä myös palvelujen tuotteistamiseen, jolloin tarkasteltavat teoriat sisältävät palvelujen tuotteistamisprosessin ja prosessin vaiheet (ks. Komppula & Boxberg, 2002; Jaakkola, Orava & Varjonen, 2009). Opiskelija rakentaa ensin ryhmissä tietyn kohderyhmän tarpeisiin sopivan matkapaketin. Opiskelija laatii myös blueprin- tin eli tuotanto- ja kulutuskaavion matkapakettinsa palveluprosessista, jossa kuvataan tarkasti kaikki asiakkaan ja henkilökunnan väliset vuorovaikutustilanteet sekä tunnistetaan palvelun konkreettiset elementit. Konkreettisilla elementeillä tarkoitetaan asiakkaan kohtaamia tuotteen ja ympäristön fyysisiä tekijöitä (Komppula & Boxberg, 2002, 104).

Tämän jälkeen yksi opiskelijoiden rakentamista paketeista sekä blueprinteistä testataan tekemällä tuotetestaus-opintoretki. Opintoretken tavoitteena on havainnoida läpi palveluprosessin, onko tuote toimiva kokonaisuus ja mitkä ovat tuotteen ongelmakohdat, joihin pitäisi kiinnittää huomiota ennen kaupallistamista. Retken aikana opiskelijat havainnoivat vuorovaikutustilanteiden lisäksi myös palvelun konkreettisia elementtejä eli palveluympäristöä. Retkestä kirjoitetaan raportti, jota kirjoitettaessa tarkastellaan opintoretken aikana syntyneitä havaintoja palaten uudelleen teoriaan.

Opiskelijoilta kerätyt palautteet omien palvelukokemusten käyttämisestä edellä mainituissa oppimistehtävissä ovat olleet positiivisia. Opiskelijat ovat kirjallisen palautteen mukaan huoman-

neet teorian yhdistyvän käytäntöön ja tuovan siten käytännöllisen näkökulman opittavaan sisältöön. Seuraavat kommentit ovat opiskelijoiden antamia palautteita.

”Havainnointikäynnillä oli hauska huomata teorian yhdistyvän käytäntöön ja virkailijan toimivan tietyllä kaavalla myyntiprosessin eri vaiheissa.”

”Tehtäviä tehdessä huomasin, että myynnin prosessointi näyttää konkreettisesti myyntityön puutteet tai kriittiset pisteet, opintokokonaisuus antoi nopeassa tahdissa käytännöllisen näkökulman matkatoimistotyöstä ja myynnin uusista haasteista.”

Opiskelijat pystyvät oppimistehtävistä saamiensa kokemusten pohjalta jäsentämään uusia kokemuksia ja liittämään eri opintojaksoilta saamansa kokemukset omaan tietovarastoonsa. Kokemuksellisen oppimisen taustalla vaikuttaa konstruktivistinen oppimiskäsitys, jonka mukaan opiskelijat nähdään omatoimijoina, oman oppimisensa kehittäjinä. Opintojakson kehittämisen kannalta kokemuksellinen ja reflektiivinen oppiminen ohjaa opintojakson sisältöä vastaamaan tämän päivän työelämävaatimuksia.

## Yhteenveto ja pohdinta

**A**rtikkeli pohjautuu kokemuksellisten oppimistehtävien toteuttamiseen palveluosaamisen ope- tuksessa. Tehtävien toteuttamisessa ja käsitteellistämässä käytetään Poikelan (2005) prosessimallia. Käytännön työtilanteisiin perustuvaa oppimista pidämme perusteltuna oppimistulosten valos-

sa. Mikäli palvelutilanteiden opettaminen jää vaille konkreettista palvelutilannetta, opiskelijalle ei synny syvällistä oppimista, sillä oppimisen ymmärtäminen jää analysoimatta. Poikelan (2005, 25) mukaan pedagogiikan tehtävänä ei ole tiedon jakaminen vaan tuottaa toiminnan kautta laadullisesti hyvää kokemusta. Laadullisesti hyvään kokemukseen liittyy tiedon konstruointi ja sen soveltaminen käytännössä.

Laadullisesti hyvän kokemuksen tuottaminen opiskelijalle asettaa opettajan ja opiskelijan vuorovaikutuksen tarkkailun kohteeksi. Kokemusta edeltävä, kokemuksen aikainen ja kokemuksen jälkeinen reflektointi takaavat sen, että opiskelijalle muodostuu selkeästi jäsentynyt kokemus (ks. Poikela 2005). Oppimistehtävän alkuvaiheessa, ennen havainnointikäynnille lähtemistä, paneudutaan ilmiöön liittyvään taustateoriaan. Palauteraportissaan opiskelija reflektoi oppimaansa ensin käsitellyn teorian pohjalta, jonka jälkeen hän analysoi oppimaansa palvelutilanteessa. Palvelutilanteen havainnoinnin jälkeen opiskelija reflektoi oppimaansa kokonaisuutena peilaten sitä opintojakson tavoitteisiin. Kokonaisuuden reflektoinnissa kokemusten vaihto ja yhteinen reflektointi auttavat opiskelijaa ymmärtämään palvelutilannetta uudella tavalla. Yhteinen reflektointi auttaa opiskelijoi- ta hahmottamaan myös asiakokonaisuuden merkityksen opintojakson kan- nalta.

Avainasiana kokemuksellisessa oppimisessa on vuorovaikutustaitojen oppiminen omien kokemusten kautta. Kokemuksellinen oppiminen auttaa asettamaan vuorovaikutustilanteessa toisen asemaan ja ymmärtämään toisen tunne- tilan sekä näkökulman tilanteeseen liit-

tyen. Tämän vuoksi kokemuksellisen oppimisen toteuttaminen palvelualojen lisäksi aloilla, joiden työelämässä vaaditaan hyviä vuorovaikutustaitoja sekä empatiakykyä, on erittäin hedelmällistä.

## Lähteet

- Aaltonen, M. (2007). Kokemuksista syntyvä tieto kuvataiteilijan työssä. Teoksessa H. Kotila, A. Mutanen, & M. V. Volanen (toim.), *Taidon tieto* (pp. 113–137). Helsinki: Edita.
- Arantola, H., & Simonen, K. (2009). *Palvelmisesta palveluliiketoimintaan. Asiakasymmärrys palveluliiketoiminnan perustana*. Tekesin katsaus 256/2009. Helsinki.
- Czepiec, H. (1983). The mystery shopper technique as an experiential exercise to teach undergraduate marketing principles. *Journal of Marketing Education*, 5(1), 33-36.
- Dewey, J. (1938). *Experience and education*. New York: Macmillan Publishing.
- Farber, B., & Fox, K. (1994). Training marketing students to be service problem solvers: A framework for integrating training for services (FITS). *Journal of Marketing Education*, 16(Fall), 81-93.
- Finn, A., & Kayande, U. (1999). Unmasking a phantom: A psychometric assessment of mystery shopping. *Journal of Retailing*, 75(2), 195-217.
- Flanagan, J. (1954). The critical incident technique. *Psychological Bulletin*, 51(4), 327-358.
- Frontczak, N., & Kelley, C. (2000). Experiential learning in marketing education. *Journal of Marketing Education*, 22(1), 3-4.
- Gremler, D., Hoffman, K., Keaveney, S., & Wright, L. (2000). Experiential learning exercises in services marketing courses. *Journal of Marketing Education*, 22(1), 35-44.
- Grove, S. J., & Fisk, R. (1992). Observational data collection methods for services marketing. An overview. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 20(3), 217-224.
- Grönroos, C. (1982). *Strategic Management and Marketing in the Service Sector*. Research Reports No 8. Helsinki: Swedish School of Economics and Business Administration.
- Grönroos, C. (2009). *Palvelujen johtaminen ja markkinointi*. Juva: WSOY.
- Isopahkala-Bouret, U. (2008) Asiantuntijuus kokemuksena. *Aikuiskasvatus*, 28(2), 84–93.



- Jaakkola, V., Orava, M., & Varjonen, V. (2009). *Palvelujen tuotteistamisesta kilpailuetua. Opas yrityksille*. Helsinki: Tekes.
- Järvinen, A., & Poikela, E. (2000). Työssä oppimisen reflektiivisyys ja kontekstuaalisuus. *Aikuiskasvatus*, 20(4), 316–324, 397.
- Karns, G. (2005). An update of marketing student perceptions of learning activities: structure, preferences and effectiveness. *Journal of Marketing Education*, 27(2), 163–171.
- Komppula, R., & Boxberg, M. (2002). *Matkailuyrityksen tuotekehitys*. Edita, Helsinki.
- Kuusisaari, H. (2010). Yhteisen tiedon tuottamisen prosessi – teorian tiedon ja opettajien kokemustiedon kohtaaminen kehittämispuheessa. *Kasvatus*, 41(3), 226–239.
- Laitila, A. (2009). Reflektiivisyyden kehittäminen ja kehittyminen psykoterapiakoulutuksessa. *Musiikkiterapia*, 24(2), 108–122.
- Laverie, D. (2006). In-class active cooperative learning: A way to build knowledge and skills in marketing courses. *Marketing Education Review*, 16(2), 59–76.
- Leinhardt, G., McCarthy Young, K., & Merriam, J. (1995). Integrating professional knowledge: the theory of practice and the practice of theory. *Learning and Instruction*, 5(4), 409–417.
- Liimatainen, L. (2002) *Kokemuksellisen oppimisen kautta kohti terveyden edistämisen asiantuntijuutta. Hoitotyön ammattikorkeakouluopiskelijoiden terveyden edistämisen oppiminen hoitotyön harjoittelussa*. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
- Liimatainen, L., Pirkola, S., & Hopia, H. (2008). Sulautuva opetus asiantuntijuuden kehittämisessä. *Aikuiskasvatus*, 28(1), 55–63.
- Lähteenmäki, M-L. (2006). Reflektiivinen dialogi ongelmaperustaista koulutusta rakentavassa yhteistyössä: esimerkkitapauksena fysioterapeuttien koulutus. *Aikuiskasvatus*, 26(2), 84–95, 175–176.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 6(1), 12–40.
- Poikela, E. (2005a). Työ ja kokemus oppimisen lähtökohdana ja tavoitteena. Teoksessa E. Poikela (toim.), *Osaaminen ja kokemus* (pp. 9–17). Tampere: Tampere University Press.
- Poikela, E. (2005b). Työssä oppimisen prosessimalli. Teoksessa E. Poikela (toim.), *Osaaminen ja kokemus* (pp. 21–40). Tampere: Tampere University Press.
- Ramocki, S. (2007). Metacognition and transfer: Keys to improving marketing education. *Journal of Marketing Education*, 29(1), 18–24.
- Sautter, E., & Hanna, J. (1994). Using the critical incident technique as a learning tool in services marketing course. *Journal of Marketing Education*, 16(Fall), 94–100.
- Tynjälä, P. (2004a). Konstruktivistinen oppimiskäsitys ja asiantuntijuuden edellytysten rakentaminen koulutuksessa. Teoksessa A. Eteläpelto & P. Tynjälä (toim.), *Oppiminen ja asiantuntijuus* (pp. 160–179). Porvoo: WSOY.
- Tynjälä, P. (2004b). Asiantuntijuus ja työkuultuurit opettajan ammatissa. *Kasvatus*, 35(2), 174–190.
- Tynjälä, P. (2007). Interaktiivinen pedagogiikka osaamisen kehittämisessä. Teoksessa H. Kotila, A. Mutanen, & M. V. Volanen (toim.), *Taidon tieto* (sivut 11–36). Helsinki: Edita.
- Valkeavaara, T. (1999). Ongelmien kautta asiantuntijaksi? Henkilöstön kehittäjien kokemuksia työnsä ongelmallista tilanteista. Teoksessa A. Eteläpelto & P. Tynjälä (toim.), *Oppiminen ja asiantuntijuus* (pp. 102–124). Porvoo: WSOY.
- Van Der Wiele, A., Hesselink, M., & Iwaarden, J. (2005). Mystery shopping: A tool to develop insight into customer service provision. *Total Quality Management and Business Excellence*, 16(4), 529–541.
- Wilson, A. (2001). Mystery shopping: Using deception to measure service performance. *Psychology & Marketing*, 18(7), 721–734.
- Wright, L., Bitner, M., & Zeithaml V. (1994). Paradigm shifts in business education: Using active learning to deliver services marketing content. *Journal of Marketing Education*, 16(Fall), 5–19.

