

Create Artificial Labor

Headai

1000000



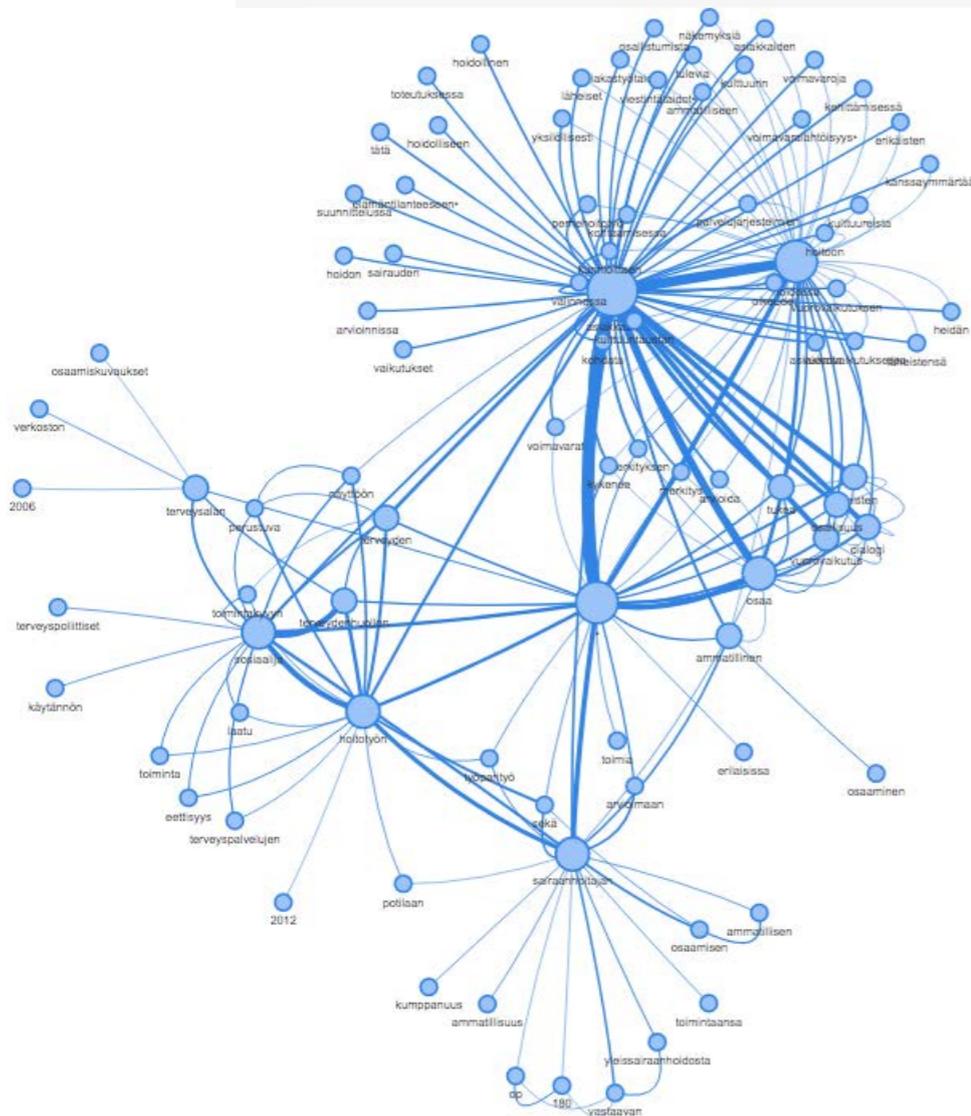
Basic unit: one micro skill



Addition

A close-up photograph of a hand holding a glowing, interconnected network of white lines and dots, symbolizing digital technology or data. The background is a soft, out-of-focus light gray. The text "Skills seeking & offering" is overlaid in white, bold, sans-serif font across the center of the image.

Skills seeking & offering



Local CDL-A Truck Driver in Salt Lake City, UT at Saia Lehi, UT 84043

 [Details](#) [Highlights](#)

TAKE A TURN FOR THE BEST

Local City Drivers can get started at a top rate of \$24.39/hr. with 2 years of experience

Ready to get started Just fill out this short form application. Once you complete it, a recruiter will call and we'll take care of all the rest.

Experience You Can Count On

Family-owned founded in 1924, Saia has a long history of success. Our experience is what drives our leadership in providing complete transportation and logistics solutions. With the help of our service partners, our reach extends throughout the U.S. to Canada, Puerto Rico, and Mexico. That translates into numerous rewarding career opportunities for drivers seeking the thrill of a challenge with the stability of a leader. And with best-in-class benefits, top-industry pay, and regular home time, it's no wonder our team of over 9,000 employees choose a career with us. Discover your own path with Saia today.

Why Saia?

WE GO BEYOND SAYING WE CARE TO SHOWING YOU HOW MUCH.



Curriculum vs. Industry

CV

Harri Ketamo

Yläruukintie 3 as 13, 28610 Pori, Finland
tel: +358 50 528 5006 | email: harri.ketamo@gmail.com | linkedin: <https://fi.linkedin.com/in/hariketamo>

Personal

Nationality: Finnish
Family: Married (2000), two children (born 2004 and 2006)
Date and place of birth: 6.8.1972, Vammala, Finland

Education

2002 Ph.D. Tampere University of Technology, Faculty of Information Technology, 21.8.2002.
1997 M.A. (mathematics, crafts), University of Turku, Faculty of Educational Sciences, 16.5.1997.

Language skills

Finnish: Native language
English: Excellent
Swedish: Good

Working experience (most relevant)

2015- HeadAI Ltd., Pori, Finland. (*cognitive artificial intelligence*)
Founder & Chairman of the Board, 1.6.2015 – present
2013- BrainQuake Inc., Palo Alto, CA, United States (*problem solving games*)
Advisor, 1.8.2013 – present
2011-2015 SkillPixels Ltd., Helsinki, Finland. (*global gamified virtual school for children aged 4-8*)
Founder & Chief Scientist, 1.9.2011 – 31.3.2015.
2008-2011 Satakunta University of Applied Sciences
Director of Education, 1.8.2010 – 31.12.2011.
Principal Lecturer, 1.8.2008 – 31.7.2010.
2006-2011 GameMiner Ltd., Pori, Finland. (*artificial intelligence and data mining for game industry*)
Founder & CEO, 1.8.2006 – 31.5.2011 .
2000-2008 Tampere University of Technology
Senior Researcher & team leader, 1.9.2002-31.7.2008.
Researcher, 1.11.2000-31.8.2002.
1999-2000 University of Turku
Researcher, 16.10.1999-31.10.2000.
1997-1999 Nakkila municipality, Finland
K-12 teacher (math, science, crafts, sports), 1.8.1997-15.10.1999.

Scientific and Social Activities (most relevant)

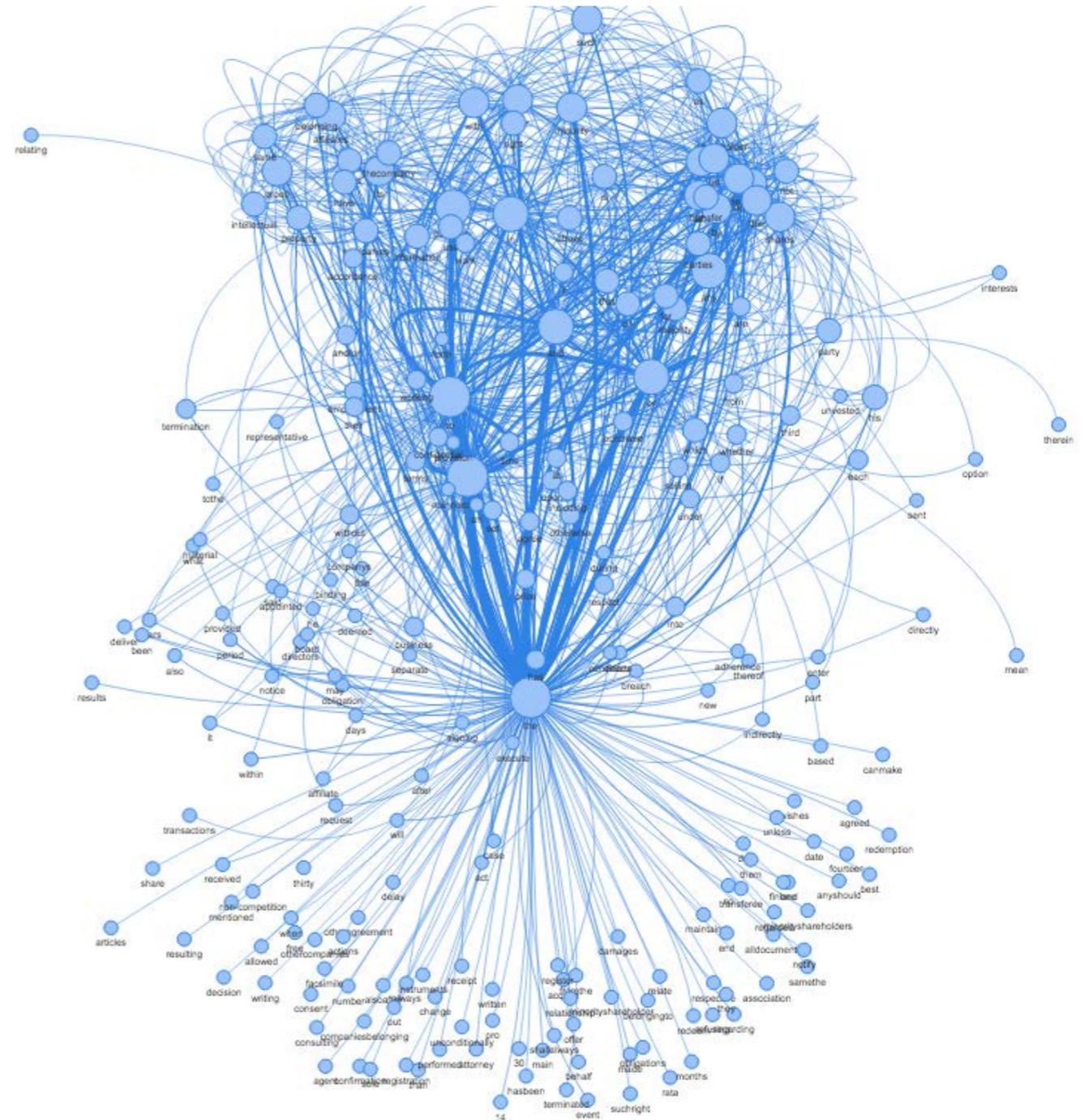
- Fellow at Eisenhower Fellowships (United States) since January 2017.
- Senior Fellow at University of Turku (UTU) since June 2013.
- Adjunct Professor at Tampere University of Technology (TUT) since September 2003.
- Supervisor for two completed Ph.D. works and for two ongoing Ph.D. works at TUT and UTU.
- Author of ~250 scientific publications/speaks covering Learning Sciences and Artificial Intelligence. 90 of these are international peer-reviewed scientific articles.

R&D awards (most important)

2017 Finalist at Alibaba European Cloud Contest, London 14.6.2017 [with HeadAI]
2017 Finalist at Ratkaisu100 - the biggest innovation contest in Finland's history [with HeadAI]
2017 Winner / as a member of the winning consortium in Challenge Finland contest [with HeadAI]
2014 Winner of Microsoft App Awards 2014. 25.4.2014, Helsinki, Finland. [with SkillPixels]
2014 Finalist at BETT Awards 2014. 22.1.2014, London, UK. [with SkillPixels]
2014 Finalist at European EdTech Awards 2014. 23.1.2014, London, UK. [with SkillPixels]
2013 Winner of Best Mobile Service 2013, 5.11.2013, Helsinki, Finland. [with SkillPixels]
2013 Winner of World Summit Award Finland 2013. 18.6.2013, Tampere, Finland. [with SkillPixels]
2013 Winner of eEemell 2013 Awards. 11.4.2013, Hämeenlinna, Finland. [with SkillPixels]
2010 Finalist at Stockholm Challenge. 10.11.2010, Stockholm, Sweden. [with GameMiner]
2010 Winner of World Summit Award Finland 2010, 7.10.2010, Tampere, Finland. [with GameMiner]
2010 Finalist at eEemell Awards 2010. 21.4.2010, Hämeenlinna, Finland. [with GameMiner]
2009 Finalist at European Innovative Games Award. 6.10.2009, Frankfurt, Germany. [with GameMiner]
2008 Best Nordic Serious Game 2008 –award. 29.2.2008, Jyväskylä, Finland. [with GameMiner]

Other significant awards

1995 3rd place in Taekwon-Do European Championships, 7.4-9.4.1995, Köln, Germany.
1994 3rd place in Taekwon-Do World Championships, 25.7.-1.8.1994, Kuala Terengganu, Malaysia.
1994 1st place in Taekwon-Do European Championships, 14.5-15.5.1994, Lublin, Poland.
1993 1st place in Taekwon-Do European Championships, 21.5-23.5.1993, Groningen, Netherlands.
1992 5th place in Taekwon-Do European Championships, 12.06-14.06.1992, Koszalin, Poland.



A close-up photograph of a person's hand holding a glowing, interconnected network of white lines and dots, symbolizing AI or digital technology. The background is a soft, out-of-focus grey. The text "AI powered skills training" is overlaid in white, bold, sans-serif font across the center of the image.

AI powered skills training

Starting from a skill or set of skills



AI builds a mind map about the topic



WIKIPEDIA
The Free Encyclopedia



AI curates the content



WIKIPEDIA
The Free Encyclopedia



AI powered adaptive learning via API



	transaction	n-triples	graph database	merkle tree	bond finance	
	ledger	knowledge representation and reasoning	relational database	ethereum classic	fork blockchain	
	database transaction	simple knowledge organization system	object-relational database	digital currency	sharing economy	
	sawtooth	cryptocurrency wallet	knowledge extraction	digital signature	open access	
	iroha	transaction log	dataspaces	anonymous internet banking	cryptographic hash function	
				object database	byzantine fault tolerance	
business processes	secure by design	technical standards				
trusted timestamping	authentication	identity management	digital asset holdings	list of cryptocurrencies		peer-to-peer
consensus algorithms	cryptography	ethereum	cryptocurrency and security	initial coin offering		
hyperledger	knowledge management	cryptocurrency	public key infrastructure	distributed networking	computer data storage	
distributed ledger	blockchain	virtual currency	cryptographic protocol	records management	federated database system	
financial transaction	bitcoin	distributed database	database storage structures	cloud computing	database	



[Edellinen](#)[Seuraava](#)

4.1 Polynomifunktion kulun tutkiminen

- Teoria
- Tehtävien yleisnäkymä
- Ydintehtävä 401**
- Ydintehtävä 402
- Ydintehtävä 403
- Ydintehtävä 404
- Ydintehtävä 405
- Vahvistava tehtävä 406
- Vahvistava tehtävä 407
- Vahvistava tehtävä 408
- Vahvistava tehtävä 409
- Vahvistava tehtävä 410
- Vahvistava tehtävä 411

401.

Etsi appletin pisteitä liikutellen sellainen derivaattafunktio f' , että funktio f kasvaa välillä $-1 \leq x \leq 1$ ja vähenee muualla.

NÄYTÄ APPLETTI



+ VALITSE TIEDOSTO...

tai raahaa tiedosto tähän



Ymmärsin tämän.



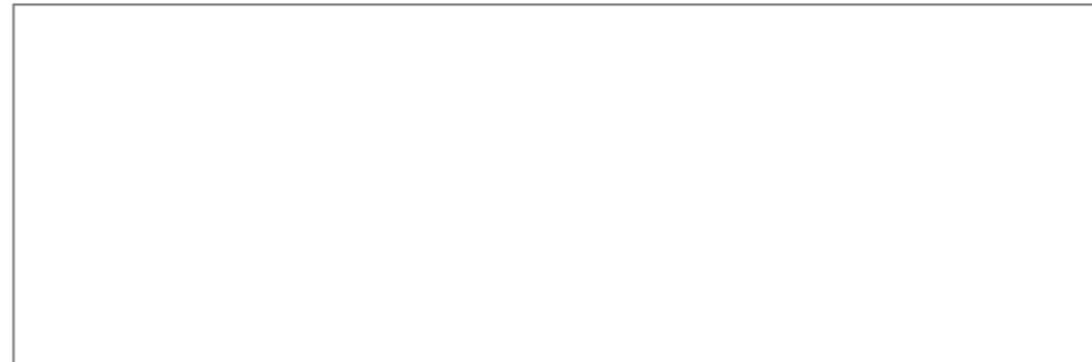
En ymmärtänyt tätä.

4.1 Polynomifunktion kulun tutkiminen

- Teoria
- Tehtävien yleisnäkymä
- Ydintehtävä 401**
- Ydintehtävä 402
- Ydintehtävä 403
- Ydintehtävä 404
- Ydintehtävä 405
- Vahvistava tehtävä 406
- Vahvistava tehtävä 407
- Vahvistava tehtävä 408
- Vahvistava tehtävä 409
- Vahvistava tehtävä 410

Etsi appletin pisteita liikuttamalla senaamen derivaattafunktio f' , että funktio f kasvaa välillä $-1 \leq x \leq 1$ ja vähenee muualla.

NÄYTÄ APPLETTI



+ VALITSE TIEDOSTO...

tai raahaa tiedosto tähän

Sormenjälkesi muuttui seuraavasti:

- 3: funktio
- 2: derivaattafunktio
- 2: kasvaminen
- 1: väli

Seuraavat sisällöt saattavat olla hyödyllisiä tämän aiheen opiskelussa:

- 3.1 Johdanto
- 3.2 Ydintehtävä 318
- 3.3 Vahvistava tehtävä 349



- ◎ Ydintehtävä 405
- ◎ Vahvistava tehtävä 406
- ◎ Vahvistava tehtävä 407
- ◎ Vahvistava tehtävä 408
- ◎ Vahvistava tehtävä 409
- ◎ Vahvistava tehtävä 410
- ◎ Vahvistava tehtävä 411
- ◎ Vahvistava tehtävä 412
- ◎ Vahvistava tehtävä 413
- ◎ Vahvistava tehtävä 414
- ◎ Vahvistava tehtävä 415
- ◎ Vahvistava tehtävä 416
- ◎ Syventävä tehtävä 417
- ◎ Syventävä tehtävä 418
- ◎ Syventävä tehtävä 419
- ◎ Syventävä tehtävä 420
- ◎ **Raportti**

4.1 Polynomifunktion kulun tutkiminen

derivointisääntö	derivointi	paraabeli	paikallinen ääriarvo	minimikohta	maksimikohta	minimiarvo	piiri
erotusosamäärä	keskimääräinen muutosnopeus	suora	bolzanon lause	kasvamisen	vähentäminen	piste	pinta-alafunktio
derivaatta	kulmakerroin	funktio	jatkuvuus	epäyhtälö	kulkukaavio	suorakulmainen särmiö	pinta-ala
muutosnopeus	tangentti	tekninen apuväline	määrittelyehto	osoittaja	luku	tilavuus	suorakulmio
polynomi funktio	derivaatta funktio	nollakohta	toispuolinen raja-arvo	yhtälö	nimittäjä	cas	summa
nopeus	väli	arvo	lähestymisen	ilman teknisiä apuvälineitä	supistaminen	osamäärä	kokonaisluku
aika	kuvaaja	murtofunktio	raja-arvo	paloittain määritetty funktio	sieventäminen	tulo	tekijä

A close-up photograph of a hand holding a pen, overlaid with a white digital wireframe grid. The background is a soft-focus, light-colored surface. The text 'Skills assessment' is centered in white, bold, sans-serif font.

Skills assessment

Starting from a skill or set of skills



AI builds a mind map about the topic

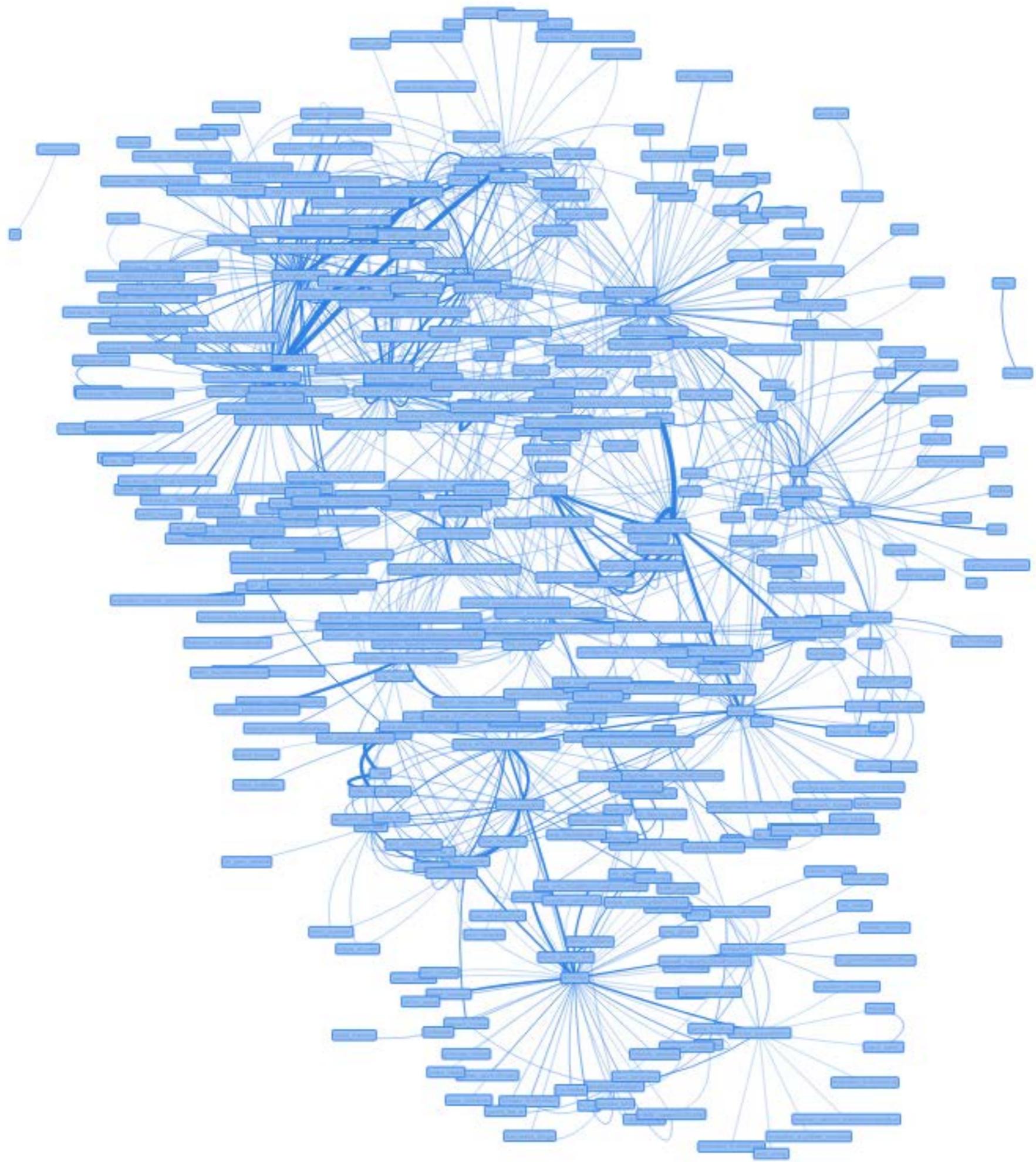


WIKIPEDIA
The Free Encyclopedia



AI powered assessment via API





Yrittäjän koulutusohjelman valintakurssi (26.03.-30.05.2018)

[Etusivu](#) ▶ [Yrittäjän_koulutusohjelman_valintakurssi-2018](#) ▶ [Level 1: Asiakas](#) ▶ [Tehtävä 1](#)

Tehtävä 1

Kysymys:

Kerro tiiviisti miten käsitteet Asiakas, Hinta ja Mainonta liittyvät toisiinsa kurssimateriaalin perusteella. Voit vapaasti käyttää pohdinnassasi myös muita lähteitä tai aikaisemmin hankittua tietoa. Käytä selkeää kieltä ja kurssimateriaalissa käytettyjä käsitteitä.

Vastaus:

Asiakas ostaa tuotteita tai palveluita yritykseltä, tätä kutsutaan kaupankäynniksi.
Tietoa tuotteista asiakas saa mainonnan, esimerkiksi ulkomainonnan tai televisiomainonnan avulla.
Hinta tai tuotteen arvo määrittyy kysynnän ja tarjonnan perusteella.

lähetä tarkastettavaksi

Yrittäjän koulutusohjelman valintakurssi (26.03.-30.05.2018)

[Etusivu](#) ► [Yrittäjän_koulutusohjelman_valintakurssi-2018](#) ► [Level 1: Asiakas](#) ► [Tehtävä 1](#)

Tehtävä 1

Vastaus: Asiakas ostaa tuotteita tai palveluita yritykseltä, tätä kutsutaan kaupankäynniksi. Tietoa tuotteista asiakas saa mainonnan, esimerkiksi ulkomainonnan tai televisiomainonnan avulla. Hinta tai tuotteen arvo määrittyy kysynnän ja tarjonnan perusteella.

Olet vastannut tehtävänannon kannalta keskeisiin aiheisiin.

Nostit esille 4 muuta aiheen kannalta keskistä käsitettä [tuotteen, ulkomainonta, arvo, kysyntä].

Kuvasit laajasti ja vakuuttavasti 7 pääkäsitteiden välistä suhdetta, mm. [asiakas-palvelu, asiakas-mainonta, hinta-arvo, mainonta-ulkomainonta, mainonta-televisiomainonta, mainonta-televisio, mainonta-hinta,].

Ansait sit yhteensä 8 pistettä, maksimin ollessa 10 pisteettä.

Yrittäjän koulutusohjelman valintakurssi (26.03.-30.05.2018)

Etusivu ▶ Yrittäjän_koulutusohjelman_valintakurssi-2018 ▶ Level 1: Asiakas ▶ Kertyneet pisteet: Level 1 (paras suoritus huomioidaan)

Kertyneet pisteet: Level 1 (paras suoritus huomioidaan)

2018-05-14 23:14:18.0
id:3409
fi_Myynti1_by_HEADA!
harri.ketamo@samk.fi

kysymys: Kerro tiiviisti miten käsitteet Asiakas, Hinta ja Mainonta liittyvät toisiinsa kurssimateriaalin perusteella. Voit vapaasti käyttää pohdinnassasi myös muita lähteitä tai aikaisemmin hankittua tietoa. Käytä selkeää kieltä ja kurssimateriaalissa käytettyjä käsitteitä.

vastaus: ----- uudelleenarvioitu järjestelmän toimesta -----

markkinointi question book-4.svg tähän artikkeliin tai osioon ei ole merkitty lähteitä, joten tiedot kannattaa tarkistaa muista tietolähteistä. voit lisätä artikkeliin tarkistettavissa olevia lähteitä ja merkitä ne ohjeen mukaan. markkinointi tarkoittaa toimenpiteitä, joilla yritys tai muu organisaatio pyrkii edistämään tuotteidensa tai palveluidensa myyntiä. koinoja ovat mm. asiakkaisiin vaikuttavien tekijöiden analysointi, tutkimus selvönä, suunnittelu, toimeenpano selvönä ja valvontaselvönä.[1] siihen liittyvät itse tuotteen tai palvelun suunnittelu houkuttelovaksi, sen tuominen ostajien helposti saataville (ns. jakelutie), tuotteesta ja tuotemerkistä ja niiden ominaisuuksista kertominen ostajille (myynti ja markkinoitinviestintä) sekä oikeanlainen hinnoittelu, jolla tuotteet saadaan kaupaksi kannattavasti. palvelujen markkinoinnissa korostuvat lisäksi palveluhenkilöstön taidot, palveluprosessin sujuvuus sekä palvelutoiminnan fyysiset puitteet.[2] markkinointi-termiä käytetään myös liiketaloustieteen osa-alueesta, joka tutkii asiakkaita, kuluttajia, liiketoimintaa ja niiden välisiä suhteita.[3] organisaation yhtenä toimintona markkinoinnin tarkoitus on edistää markkinoitavan tuotteen tai palvelun myyntiä. tyypillisesti markkinointi on pitkäjänteistä ja hidasta toimintaa, jonka tulokset näkyvät vasta pitkän ajan kuluttua; lyhytaikaiset ja näkyvät kampanjat ovat koko markkinoinnin kentästä vain pieni jäävuoren huippu. markkinointi tarkoittaa paljon enemmän kuin pelkästään mainontaa ja myyntiä. hyödykkeen elinkaaren näkökulmasta markkinointiin luetaan kaikki vaiheet tuotteen kehittelystä ja siihen johtaneesta asiakkaiden tarpeiden kartoituksesta ja potentiaalisten asiakkaiden manipuloimisesta aina käytöstä poistetun tuotteen kierrätykseen asti. operatiivinen markkinointi tähtää yleensä uusien asiakkaiden hankintaan tai nykyisten asiakkaiden tyytyväisyyden parantamiseen ja aktivoimiseen. tietokirjailija philip kotlerin määritelmän mukaan "markkinointi on sosiaalinen prosessi, jonka kautta yksilöt ja ryhmät tyydyttävät tarpeitaan ja haluajaan vaihtamalla tuotteita ja luomalla arvoa muiden kanssa". markkinointi liittyy keskeisesti markkinatalouteen jossa yritykset ja niiden tuotteet kilpailevat kuluttajien suosiosta. lukuisissa maissa muiden muassa alkoholin ja tupakan markkinointa on erikseen rajoitettu. sisällysluettelo 1 markkinoinnin historiaa 1.1 markkinoinnin klassinen 4p-malli 1.2 4p-mallista laajennettu 7p-malli 2 markkinoinnin vaikutusten mittaaminen 3 erilaisia näkökulmia 4 markkinoinnista sanottua 5 kritiikki 6 katso myös 7 kirjallisuutta 8 lähteet 9 aiheesta muualla markkinoinnin historiaa markkinointi käsitteenä "keksittiin" noin 100 vuotta sitten. tavaroiden ja palveluiden massatuotannon myötä asiakkaat vieraantuivat tuottajista ja välittäjiksi tarvittiin markkinoitiosastoja ja myyjäverkostoja.lähde? markkinoinnin kehitystä on leimannut jatkuva vaihtelu erilaisissa painotuksissa ja paradigmoissa. nämä paradigmat eivät myöskään ole kovin selkeästi seuranneet toisiaan vaikka näin mielellään ajatellaan. 1940–1950 markkinoinnin johtamisen näkökulma alkoi saada lisää painoarvoa ja 1950–1960 markkinointi alkoi jäsenyä tieteellisenä oppina. 1980–2000 markkinointi yhteiskunnallistui, lauantui ja pirstoutui yhä vaikeammin käsitettäväksi viidakoksi. 2000-luvulla ajankohtaisia asioita ovat olleet mm. suhdemarkkinointi, elektroninen liiketoiminta, brändit, kuluttajakäyttäytymisen ja palvelujen markkinointi. 1990-luvulla markkinoinnin hallitsevaksi paradigmaksi nousi suhdemarkkinointi, jolla pyritään luomaan asiakasuskollisuutta, jotta yritys ei olisi kilpailussa niin haavoittuvainen esimerkiksi kilpailijoiden hinnanalennuksille. suhdemarkkinointi edellyttää tuotteen kehittämistä asiakkaan toiveiden näkökulmasta ja korostaa erityisesti osa-aikamarkkinoijien eli kaikkien asiakassuhteissa olevien työntekijöiden roolia. suhdemarkkinoinnin toimeenpanovälineitä ovat kanta-asiakaskortit, kuten s-ryhmän s-etukortti, keskon k-plussa-kortti ja suomen lähikauppa oyn bonus-kortti sekä käsite asiakasomistajuudesta. järjestelmien ylläpitäminen maksaa noin 2% liikevaihdosta. ennen suhdemarkkinoitinta markkinoinnin malli oli transaktiomarkkinointi, joka korostaa asiakassuhteiden sijaan myyntitapahtumia. transaktiomarkkinoitinta on johdettu niin sanotulla 4p-mallilla, jossa kilpailukeinoina olivat hinta (price), markkinoitinviestintä (promotion), tuote (product) ja jakelu (place). 4p on yhä relevantti, mutta sitä voidaan pitää operatiivisena näkökulmana suhdemarkkinointiin, joka taas on strateginen näkökulma. markkinoinnin klassinen 4p-malli perinteiset lähinnä tavaroiden markkinoinnin perusteella löydetyt kilpailukeinot (4p):[2] hinta (price) myynninedistäminen (promotion) tuote (product) jakelu (place) suhdemarkkinointi ja erityisesti palveluiden markkinointi on sittemmin pyrkinyt laajentamaan 4p:n keinovalikoimaa. laajennetussa 7p-mallissa ovat kilpailukeinoina perinteisten (price, promotion, product, place) lisäksi ihmiset (people), prosessit (process) ja fyysinen ympäristö (physical evidence). 4p-mallista laajennettu 7p-malli asiantuntijapalveluiden markkinoinnin kilpailukeinot (7p):[2] hinta (price) markkinoitinviestintä (promotivative marketing communication) tuote (product) jakelu (place) ihmiset (people) prosessit (process) fyysinen ympäristö (physical evidence) markkinoinnin vaikutusten mittaaminen markkinoitinviestintä on hyvä mitata ja seurata, jotta niihin voidaan vaikuttaa. markkinoitintutkimus mittaa myynnin ja mainonnan tuloksellisuutta ja kehitystä sekä markkinoitintekniikoiden toimivuutta ja keskinäisiä eroja. havaitsemalla mikä vaikuttaa asiakkaisiin halutulla tavalla sekä minkä kanavan kautta markkinoitinviesti tavoittaa asiakkaat parhaiten, voidaan saada aikaan tuloksellisempaa markkinoitinta. erilaisia näkökulmia markkinoitintavan näkökulmaan vaikuttavat jossain määrin vaihdantaan osallistuvat tahot. suhdemarkkinointi on jossain määrin yleisempää yritysmarkkinoinnissa (b-to-b) kuin kuluttajamarkkinoinnissa (b-to-c), mutta dikotomista jakoa on mahdotonta tehdä. yleensä kuluttajamarkkinointi (b-to-c) on luonteeltaan massaviestinnällistä ja perusbrändäystä korostavaa (mainontaan ja muuhun markkinoitinviestintään perustuvaa). kuluttajamarkkinointi on usein myös tunteisiin ja sosiaalisiin viiteryhmiin vetoavaa, voimakkaita mielikuvia sekä olämyksellisyyttä korostavaa. organisaatioiden väliset markkinat (b-to-b) ovat verkostomaiset ja ostamisen on ammattimaisempaa. läheiset, vuorovaikuttoiset ostaja-myyjä-suhteet ovat usein tyyppisiä ja markkinointiin osallistuu merkittävä osa koko organisaatiosta (osa-aikamarkkinoijien merkitys). markkinoitinta voi olla lisäksi myös (c-to-c) kaupassa. tällaisia kuluttaja-kuluttaja markkinoita ovat esimerkiksi nykyään toimivat nettihuutokaupat. markkinoinnista sanottua laajana ja moniulotteisena käsitteenä markkinoitinta on pyritty määrittelemään monelta suunnalta. usein lainattu määritelmä on esimerkiksi peter druckerin: "markkinoinnin tavoite on tehdä myyminen tarpeettomaksi". kritiikki markkinoitinta kohtaan osoitetut proteetit tai mielenilmaukset kohdistuvat sisällöltään yleensä markkinoitinviestintään ja erityisesti markkinoitinviestintään yhteen osa-alueeseen, mainontaan. katso myös mainostoimisto messut sponsorointi viraalimarkkinointi kirjallisuutta bergström, seija & leppänen, arja: markkinoinnin maailma. 8. uudistettu painos. helsinki: edita, 2007. isbn 978-951-37-4775-6. kotler, philip & armstrong, gary: principles of marketing. 13th global edition. upper saddle river, new jersey: pearson prentice hall, 2010. isbn 978-0-13-700669-4. (englanniksi) lähteet taloustiedon taloussanasto. taloustieto r.y. 1987, hakusana markkinointi markkinoinnin 4p-malli ja 7p-malli, taloussanakirja, taloussanomat, viitattu 15.3.2015. markkinointi jyväskylä yliopisto. viitattu 8. heinäkuuta 2013. aiheesta muualla markkinointi ja mainonta -kategoria open directory projectin sivustolla. linkkejä mm. tärkeimpiin järjestöihin. luokka: markkinointi navigointivalikko et ole kirjautunutkesku.stelumuokkauksetluo tunnuskirjaudu sisäänartikkelikeskustelumuokkaa muokkaa wikitekstiä näytä historiahaku hae wikipediasta etusivu tietoja wikipediasta kaikki sivut satunnainen artikkeli osallistuminen ohje kahvuhuone ajankohtaisia tuoreet muutokset työkalut tänne viittaavat sivut linkitettyjen sivujen muutokset toimintosisivut ikilinkki sivun tiedot wikidata-kohde viiteteot tulosta tai vie luo kirja lataa pdf-tiedostona tulostettava versio muissa hankkeissa wikimedia commons muilla kielillä ?????? deutsch eesti english español ?????? ?????? svenska ?? 75 muuta kieltä muokkaa linkkejä sivua on viimeksi muutettu 25. lokakuuta 2017 kello 11.39. teksti on saatavilla creative commons attribution/share-alike -lisenssillä: lisäehtoja voi sisältyä. katso käyttöehdot. wikipedia@ on wikimedia foundationin rekisteröimä tavaramerkki. ongelmia artikkelissa? tietosuojakäytäntötietoja wikipediastavastuu vapauskehittäjätevästökäytäntö mobiilinäkömää wikimedia foundation powered by mediawiki

palautte / perusteet
suoritustasi ei voida hyväksyä: et ole käsitellyt teemaa riittävässä laajuudessa tai et ole vastannut kaikkiin pyydettyihin teemoihin. voit yrittää uudelleen.

Palautte / perusteet

Olet vastannut tehtävänannon kannalta keskeisiin aiheisiin.

Laajensit vastausta 10 aiheen kannalta keskeisellä käsitteellä [asiakkaat, kauppa, hinnoittelu, tuote, tuotteen, kuluttaja, liiketoiminta, arvo, yritys, markkinointi].

Kuvasit laajasti ja vakuuttavasti 16 pääkäsitteiden välistä suhdetta, mm. [asiakas-henkilö, asiakas-palvelu, asiakas-mainonta, asiakas-talous, hinta-hyödyke, hinta-arvo, mainonta-markkinoitinviestintä, mainonta-myynninedistäminen, mainonta-brändi, mainonta-media, mainonta-messut, mainonta-sponsorointi, mainonta-mainostoimisto, mainonta-kauppa, mainonta-markkinointi, mainonta-hinta,].

Ansaitset yhteensä 10 pistettä, maksimin ollessa 10 pistettä.

pisteet: 10





mitta kaava	luonno nympä ristö						
määrä	itsearviointi	vertaisarviointi	yksilöpalautte	ryhmäpalautte			
mitat	turvallisuus	dokumentointi	suunnitelma			robotikka	tieto ja viesti
pinnat	muodot	soveltaminen	tuote	luvut	koneet	automaatio	ohjelmointi
	esineet	materiaalit	materiaalien	muovit	kokeilu	laitteet	
moniaistilliset	moniaistilliset elämykset	tyylit	metallit	energia	kuidut		
suunnittelu	havainnointi	rakennettu	valmistustekniikka	kankaat	langat	rakennet	
ideointi	kuviot	värit	tekeminen	työvälineet	kierrätysmateriaalit	puulajit	

Hyvä osaaminen	Hyvä +	Hyvä ++
Jonkin verran osaamista	Osaamista löytyy	Teema pääosin hallussa
Vaikea teema	Haastava teema	Alustavaa osaamista
Elänyt/olemassa		

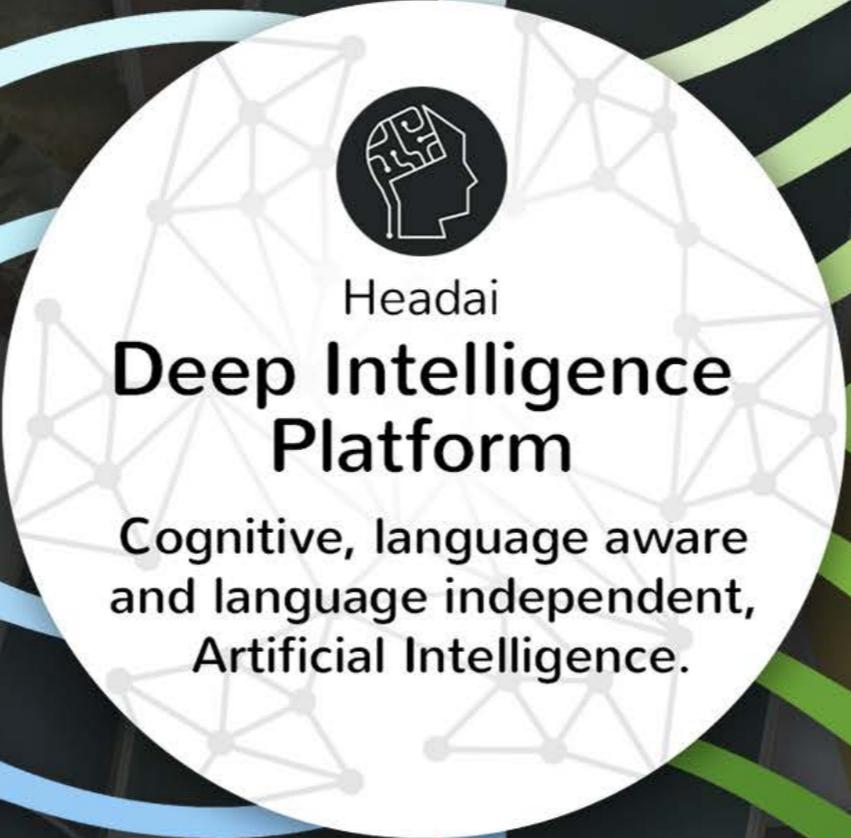
Skills Based CV



Input
ALL SOURCES

Output
JSON API

- online text**
www, social media
- offline text**
files, databases
- non-digital text**
ORC-plugin
- spoken words**
speech recognition
- images**
image content analysis
- ...



- micro-learning
- competence mapping
- trends & weak signals
- categorization
- ontologies & keywords
- semantic matching & clustering
- conversation
- ...

In commercial use

100% Headai IP

