

Opettajavaihdossa Saksassa

20.12.2023

Kansainvälinen opettajaliikkuvuus tarjoaa meille opettajille mahdollisuuden tutustua erilaisiin koulutusjärjestelmiin ja opetusmenetelmiin, jolloin voimme pohtia omia opetuskäytäntöjä ja pedagogisia ratkaisuja. Yhteistyö kansainvälisten kollegoiden kanssa tietenkin myös mahdollistaa ajatusten vaihdon vaikkapa arviointimenetelmistä sekä erilaisten oppimistekniikoiden toimivuudesta erilaisissa kulttuuriympäristöissä.

Kansainvälisyys on uskoakseni myös keskeinen osa yAMK-koulutuksen tulevaisuuden kasvua. Tämä voidaan toteuttaa monin eri tavoin, kuten edistämällä kansainvälisiä vaihto-ohjelmia opiskelijoille ja opettajille, osallistumalla tki-projekteihin kansainvälisten kumppaneiden kanssa sekä tarjoamalla intensiivikursseja, kuten esimerkiksi vuosittain toteutettava Global Master School (SeAMK, 2023).

Taustaa opettajavaihdolle

Aschaffenburg University of Applied Sciences, joka on SeAMK Master Schoolin pitkäaikainen korkeakoulupartneri, sisällyttää omaan maisteriohjelmaansa (International Management) Advanced International Marketing-opintojakson. Ohjelmiemme välisenä yhteistyönä opettajavaihdosta on sovittu siten, että minä opetan kyseistä kurssia heidän opiskelijoilleen ja professori Thomas Lauer pitää meidän ohjelmassamme vuorovuosittain kahta opintojaksoa Strategic Management sekä Human Resource Management. Opettajavaihto on toiminut jo pitkään: vuoteen 2022 saakka yliopettaja Ville-Pekka Mäkeläinen opetti kyseistä kansainvälisen markkinoinnin kurssia, kunnes hän siirtyi teollisuuden työtehtäviin. Kansainvälisen markkinoinnin aihealue taas on itselleni erityisen kiinnostava ja merkityksellinen, koska olen sekä tutkinut kansainvälistyviä pk-yrityksiä että ollut mukana kehittämässä monien pk-yritysten kotimaista ja kansainvälistä markkinointia, brändejä ja viestintää.

Lokakuun lopussa olin palannut opettajavaihdosta Yhdysvalloista, jossa pidin toista intensiivikurssia aiheena International Marketing – Strategies and Insights for European Markets. Varsin nopeasti sen jälkeen oli aloitettava Saksan opintojakson sisällön ja toteutuksen suunnittelu. Vaikka kumpikin kurssi oli kansainvälisen markkinoinnin teemasta, Yhdysvaltain kurssissa keskityttiin eurooppalaisen markkinoinnin ymmärtämiseen ja kartoittamiseen (mm. Kotler ym. 2016), kun taas Saksan opintojakson sisällössä painottuivat strateginen suunnitteluprosessi, markkina-analyysit, yritysten kansainvälistymistä kuvaavat teoriat, globaalit kilpailustrategiat ja markkinointikeinojen strateginen sisällönsuunnittelu (mm. Czinkota ym., 2022).

Toteutuksen reflektointia

Opetusjaksoni oli merkitty Aschaffenburgin opintosuunnitelmaan ajalle 30.11-5.12, kunakin neljänä arkipäivänä opetus alkoi yhdeksältä ja päättyi klo 18. Ensimmäisellä tapaamiskerralla sovimme tarkemmin opetuspäivien aikataulusta sekä viikon aikana luettavista case-kuvauksista ja tiimitehtävästä. Aloitimme luennoilla globalisaation ja globaalin markkinoinnin käsitteistä, siirtyen kansainvälistymisen teorioihin sekä standardisoinnin ja modifioinnin merkityksiin kansainvälisessä markkinoinnissa. Kävimme myös läpi kuluttajakäyttäytymisen, brändin rakentamisen, positioinnin ja markkinaorientaation kehittämisen välineitä (esim. Solomon ym., 2016).

Toisen päivän teemana olivat markkina-analyysin suunnittelu ja toteutus sekä siihen liittyvät työkalut. Kolmantena päivänä käsittelimme strategisia kilpailukeinoja ja markkinointimixiin liittyviä ratkaisuja kansainvälisessä ympäristössä (esim. Cavusgil ym., 2020). Neljäntenä päivänä etsimme uusia liiketoimintamahdollisuuksia kansainvälisessä toimintaympäristössä. Lopuksi tiimit esittivät myös omat ratkaisunsa annettuun tehtävään, jossa piti kehittää viikon aikana uusi globaali brändi markkinointikeinoineen. Koko opetusjakson ajan tunnit sisälsivät useita aktiviteettejä, ryhmäkeskusteluita ja case-tehtäviä, joissa opiskelijat etsivät tietoa ja pohtivat millaisia strategisia päätöksiä kyseisissä yrityksissä tulisi tehdä kansainvälisen markkinoinnin suhteen. Yhteensä opintojaksolle osallistui 40 opiskelijaa, jotka vielä palauttavat lopputehtävänsä tammikuussa.

Opiskelijoiden innostus ja sitoutuneisuus työskentelyyn oli todella hyvää, ja oli ilo saada tehdä yhteistyötä heidän kanssaan. Vaikka tämä oli jo kolmas intensiivikurssi tämän syksyn aikana, joka on myös näkynyt kohonneena stressitasona, niin tämä viimeinen opetusjakso tuntui erityisen voimaannuttavalta. Kiitos opettajavaihdon mahdollistamista – SeAMK Master School, kulttuurituotannon tutkinto-ohjelma, kansainvälisen liikkuvuuden palvelut ja Aschaffenburg University of Applied Sciences.

Satu Lautamäki
yliopettaja, KTT
SeAMK

Kirjoittaja työskentelee yliopettajana, opettaa ja ohjaa opinnäytetöitä kulttuurituotannon amk-tutkinto-ohjelmassa sekä yAMK-tutkinto-ohjelmissa, suunnittelee ja toteuttaa tki-hankkeita kulttuurituotannossa ja yhteistyössä muiden alojen kanssa. Osaamisalueita ovat mm. luovien alojen kehittäminen, pk-yrittäjyys, kansainvälisyys, palvelumuotoilu sekä monialainen tuotekehitys.

Lähteet:

Cavusgil, S. T., Knight, G., & Riesenberger, J. (2020*). International business: The new realities.* Pearson.

Czinkota, M.R., Ronkainen, I. & Cui, A. (2022). *International marketing*. Cengage Learning.

Kotler, P., Keller, K. L., Goodman, M., Hansen, T., & Brady, M. (2016). *Marketing management: European edition* (3rd edition.). Pearson.

SeAMK. (2023). *Global master school*. https://app-staging.seamk.hion.dev/en/study-with-us/intensive-courses/global-master-school/

Solomon, M. R., Bamossy, G. J., Hogg, M. K., & Askegaard, S. (2016). *Consumer behaviour: A European perspective*. Pearson.