

Tværfaglighed på handels- skolens KVV uddannelser



Kirsten Graversen

Cand. interpret. engelsk.
Lektor ved Roskilde Handelsskole.
Undervisningsassistent ved Handelshøjskolen i
København.
Underviser ved Flyvevåbnets Officersskole.

De kortere videregående uddannelser (KVV) som markedsøkonomuddannelsen, eksportakademiet og datamatikeruddannelsen består af flere tværfaglige moduler. Denne tværfaglighed er dels en udfordring til underviserne, dels en mulighed for at inddrage kulturviden og erhvervskontakter direkte i undervisningen.

Siden starten af markedsøkonomuddannelsen i 1992 har der på Roskilde Handelsskole været et antal projekter af kortere varighed som har bygget på vores kontakter i udlandet.

Et vigtigt element i uddannelsen er hovedopgaveskrivning i udlandet, hvilket involverer fagene marketing og engelsk samt et valgfrit 3. fag. Vi har sendt studerende til lande som England, Belgien, Spanien, Finland, Frank-

rig og Italien med EU-støtte og derefter anvendt deres viden på den næste årsgang.

Det tværfaglige projekt: ITALIEN

Et projekt som de studerende fik meget udbytte af, omfattede de fleste af deres fag, herunder sprogfagene, og gav dem mulighed for at bruge alle sanser og forskellige former for præsentationsteknik. Dette projekt beskrives nedenfor.

Vi valgte Italien som udgangspunkt for et tema om „det internationale marked“, som gennemgås i 2. semester.

I forbindelse med fremmedsprogene engelsk, tysk, fransk og spansk indgår de relevante kulturer som et naturligt element i undervisningen. Vi valgte Italien, hvor ingen af de studerende

havde speciel indsigt i kultur og samfundsforhold. Arbejdsproget under hele projektet var engelsk.

Engelsk- og marketinglærerne havde tidligere besøgt Italien dels for at forberede udvekslinger på gymnasieniveau dels for at forberede et EU-finansieret projekt for tre markedsøkonomstuderende. I den forbindelse havde vi besøgt en skole, universitetet i Bari, virksomheder, private familier, rejst gennem Syditalien og diskuteret forskelle mellem Danmark og Italien med bl.a. en italiensk gift dansker. Vi havde ligeledes deltaget i kulturelle aktiviteter som påskeoptog og musikbegivenheder. Desuden havde erhvervsøkonomilæreren forudgående viden om Italien og herboende italienske bekendte.

Projektets indhold

Tidsrammen var en undervisningsuge (4 dage) med følgende indhold:

Dag 1: Et billede af Italien

Dag 2: En international italiensk virksomhed

Dag 3: Italien i den internationale økonomi

Dag 4: Arbejdsmarkedet og fødevarerproduktionen.

Dag 1: Et billede af Italien

Dagen indledtes med en uformel præsentation af Syditalien set med 2 studerendes øjne. Disse havde tilbragt 3½ måned ved universitetet i Bari og havde bl.a. lært italiensk nok til at klare sig i den daglige omgang med de italienske studerende. Herefter forelæste læreren i international økonomi om det

praktiske arbejde med ugens emne og om hvorledes grupperne skulle arbejde med rapporten efter projektet.

Næste indslag var forskellige turistfilm, som var stillet til rådighed af den italienske ambassade, og som gav et godt indblik i italiens kulturarv og natur.

Om eftermiddagen holdt en italiensk gæstelærer foredrag om historie, kultur, politik, korrupsion, mafiaen, mentalitetsforskelle mellem italienere og danskere, erhvervslivet i Italien, forskelle mellem Nord- og Syditalien, samt lidt om madkulturen.

I løbet af dagen spiste man pizza. Der var desuden en bog- og plakatudstilling om italienske emner, og der blev udleveret diverse reklamemateriale fra Magasins og Irmas italienske uger, som meget velvalgt af virksomhederne lå i samme uger.

Dag 2: Den internationale italienske virksomhed

Den valgte virksomhed var Benetton, og til gennemgang af denne virksomhed var der udarbejdet et casemateriale, primært på engelsk med særlig vægt på marketingdelen.

Samtlige sproglærere leverede artikler fra diverse tidsskrifter og aviser ligesom der forelå nogle artikler skrevet i danske medier. Erhvervsøkonomilæreren bidrog med en dansk artikel om Benettons økonomi.

Desuden uddeltes reklamemateriale om Benettons produkter, som kunne

købes i Danmark, og som blev leveret af Magasins Benettonafdeling.

Dagens emner skulle samles af grupper på 4-5 studerende, som blev bedt om at

- a) skrive en virksomhedsprofil (på engelsk)
- b) diskutere og vurdere en udstilling af Benetton-reklamer
- c) give en mundtlig præsentation af virksomhedens handlingsparametre og økonomiske udvikling

I løbet af dagen var der gennemgang af

- d) et databaseprogram, hvor der kunne hentes oplysninger om virksomheden i forbindelse med edb-fag
- e) marketing foredrag om Benettons produkter og reklamer
- f) franchising som en del af faget erhvervsjura
- g) Benettons økonomi med særlig vægt på faget erhvervsøkonomi
- h) korrupsion og den italienske Mafia i forbindelse med markedsføring i visse lande

De studerende havde allerede en basisviden om mundtlig og skriftlig præsentationsteknik såvel som kulturforståelse fra faget engelsk.

I frokostpausen blev der vist en film om olivenolieproduktion og en om vinproduktion.

Dagens projekt afsluttedes med, at den bedste præsentation præmieredes med en flaske italiensk grappa og derefter var baren åben med bl.a. italienske kager.

Dag 3: Italien i den internationale økonomi

Dagen var afsat til en case og andre opgaver i forbindelse med italiens økonomi.

Det første foredrag, som erhvervsøkonomilæreren tog sig af, handlede om erhvervsstrukturen og indkomstfordelingen i Nord- og Syditalien. Herefter holdt læreren i international økonomi et foredrag om de politiske forhold og kriser i Italien. Endelig fik de studerende instruktion i en række databaser med henblik på at få ajourført oplysninger om landet. Denne instruktion tog edb-læreren sig af. Der var herefter afsat tid til løsning af opgaver med søgning i databaser.

Efter frokost beskæftigede læreren i international økonomi sig igen med emner som produktion, pengevæsen, valutaforhold, inflation samt økonomisk politik og samhandel specielt med Danmark. Dagen sluttede med en spillefilm: *Porte aperte* med diskussion om den lille mands kamp med systemet.

Dag 4: Arbejdsmarkedet og fødevareproduktionen

Den sidste dag startede med en foreløbig opsamling og arbejde med temaet i grupper.

Den anden italienske gæstelærer talte om arbejdsmarkedets parter i Italien.

Frokosten bestod af italienske specialiteter fra Magasin og Irma.

Herefter var der yderligere to indlæg med film af italienske gæstelærere henholdsvis om „Det italienske køkken“ og „Italien i en nøddeskal“.

Sammen tilberedte man et større italiensk måltid, og efter spisningen fastedes der med italienske under- og overtoner.

Lærernes arbejde

Idéfasen: Det hele startede med et fravalg af de kulturkredse, som allerede var kendt eller berørt af et eller flere fag. Herefter kørte vi „bordet“ rundt for at finde viden og kontakter blandt kollegerne, hvorefter Italien blev valgt. Der eksisterede allerede en samling af materiale blandt lærerne om Benetton, hvorfor det blev vores hovedvirksomhed. En medvirkende årsag var, at en diskussion af Benettons marketingmetoder og diverse budskaber i reklamerne kunne opfattes som en politisk udtryksform, som kunne anvendes i andre diskussionssammenhænge, bl.a. forretningsmoral og -etik såvel som grøn marketing.

Indsamlingsfasen: Vi kontaktede herboende italienere samt den italienske ambassade for at få indkredset de områder, vi kunne give os i kast med, ligesom de fagansvarlige fandt mulighederne i deres eget fag efter søgning af informationer og materialer om Italien i tidsskrifter, aviser, biblioteker og databaser.

Økonomi: Der blev lavet et budgetoverslag til dækning af honorering af gæstelærere, fortæring, afhentning af

materialer og timeanvendelse. Et skrabt budget blev accepteret, og der blev ikke bevilget ekstra tid til de involverede lærere, og de studerende måtte betale en del af fortæringen selv.

Program: Det endelige program blev udarbejdet med en projektansvarlig for hver dag, som skulle sørge for at koordinere de enkelte programdele, sørge for de praktiske arrangementer f.eks. filmforevisningerne og diverse indkøb samt tage imod gæstelærerne. Programmet blev forelagt de studerende.

Udarbejdelse af delemnerne: Bortset fra virksomhedscasen, som blev udarbejdet af engelsk og marketing i fællesskab, tog de enkelte lærere sig af deres egne emner, evt. i samarbejde med gæstelærerne.

Ligeledes sørgede de enkelte lærere selv for at fremskaffe bøgerne til bogudstillingen, plakaterne til udsmykning, filmene, turist- såvel som spillefilm med sagkyndig hjælp, fremskaffelse af databaser, udarbejdelse af plancher og casemateriale samt kopiering m.v.

Gennemførelse af projektet

De enkelte emner blev gennemgået efter planen. En ekstra fordel ville en resumering af delemnerne og hvorledes disse indgik i hovedemner have været. Det er meget vigtigt, at de studerende hele tiden er med på sammenhængen og tidsplanen for projektets udvikling, ligesom de med fordel kan informeres om formålet med projektet gentagne gange undervejs, og om hvorledes delemnerne knytter an til hinanden. På

denne måde vinder man tid i starten af hvert nyt emne, som således kræver mindre tid til at introducere og „varme op“.

Perspektiver

De videre perspektiver af projektet, som krævede det samme antal timers forberedelse fra de studerendes side, som en normal uge, har været, at det var muligt at sammenligne med andre firmaers strategier, andre virksomheds- og nationale kulturer, politiske forhold i andre lande og i Danmark samt mikroøkonomiske forhold.

Det gav de studerende en sammenhæng og fælles referencer som baggrund for at forstå mere komplekse forhold uanset de enkelte fags normale arbejdsmetoder og arbejdsgange. Alle oplevede at de kunne deltage i delemnerne. Konkurrenceelementet i forbindelse med præsentationen midt i forløbet, fik samtlige deltagere til at gå op i arbejdet.

Året efter blev der fulgt op med en studietur til Italien.

Afsmitning på andre projekter

Roskilde Handelsskole har med to forskellige hold af markedsøkonomistuderende deltaget i internationale projekter i henholdsvis Belgien og i Danmark, hvor vi var værter. Med udgangspunkt i projektet om Italien kunne lærerne med mindre tidsforbrug arbejde sammen om at hjælpe de studerende med

at indsamle oplysninger og forarbejde dem til præsentation i internationale fora med marketingstuderende med henholdsvis „Forbrugeradfærd“ i Antwerpen og „Grøn marketing“ i Roskilde. I Antwerpen præsenterede 10 studerende et multimedieprogram med Carlsberg Ice som hovedemne, hvilket blev et tilløbsstykke - også på grund af smagsprøverne, som de studerende havde fået stillet til rådighed. De havde lært at skaffe sig oplysninger og materiale lige fra skjorter med logo, video med øl i stride strømme og „the real thing“ og de havde lært præsentationsteknik bl.a. gennem videooptagelser.

Konklusion

Den sproglige del af opgaven, som bestod af læsning af fremmedsproget materialer fra bøger, tidsskrifter og baser samt en mundtlig del med diskussioner og præsentation, indgik som en nødvendig og naturlig del af projektet. De studerende beskæftigede sig således med fremmedsprog inden for områderne økonomi, marketing, virksomhedsbeskrivelse og kultur, hvorved ukendte fagtermer blev indlært og andre slået fast.

Konklusionen af det tværfaglige arbejde er, at samarbejde fagene imellem kan sætte laviner af information i gang til glæde for de studerende såvel som for lærerne.

Vi gør det igen og involverer fortsat erhvervslivet her og i udlandet, direkte og indirekte.