

CSONTOS TAMÁS TIBOR¹

TANULÁS A GYAKORLATBAN

– AZ AKCIÓTANULÁS ÖSSZEFOGLALÁSA

A 2020/21-es tanév első szemeszterében, a Budapesti Corvinus Egyetem „Üzleti közgazdaságtan” kurzusának keretében sor került egy nagyszabású akciótanulás programra. Az egyetem 65 mesterszakos hallgatója a Portfólió Csoport, a Magyar Posta Zrt. és a Mediaworks Hungary Zrt. vezetői által meghatározott négy projekt egyikében közreműködtek. A program mind a diákok, mind a vállalatok számára hasznos volt. A hallgatók számára lehetővé tette ismereteik gyakorlati alkalmazását, a cégek pedig kreatív és szakmailag felkészült fiatalok tanácsait és javaslatait tudták megismerni.

Az akciótanulás program koordinátora és a hallgatói csapatok mentora Hadházy dr. Burucs Magdolna Judit, egyetemünk Világgazdasági Tanszékének oktatója volt, aki odaadó munkájával segítette a hallgatók és a cégek közötti kapcsolattartást, illetve a felmerülő szakmai kérdések megoldását. A programban én az ő munkáját támogattam, különös tekintettel a kommunikáció zökkenőmentessé tételére. A következőkben a szemeszter során szerzett tapasztalataim alapján fogom bemutatni az akciótanulás programját, kitérve a célokra, a projektek leírására, a menetrendre és végül az eredményekre.

AZ AKCIÓTANULÁS CÉLJA

A hagyományos egyetemi oktatásban döntően az elméleti fókuszú, frontális tanítást részesítik előnyben, kevésbé hangsúlyos a „learning by doing” gyakorlata. Az akciótanulás elsődleges célja az, hogy a diákok az elméleti oktatás mellett a gyakorlatban is meg tudják mutatni képességeiket.

A BCE-n szerencsére – nagyon sok tárgy keretében már eddig is, a megújulással összhangban pedig a jövőben még inkább – a pusztán elméleti oktatás mellett a gyakorlatias tanítási formák is megjelennek. Egyetemünk kurzusainak keretében így csoportos vagy egyéni prezentációkat és projekteket kell abszolválni, amelyek egyszerre tudják fejleszteni a hallgatók hard és soft skilljeit. Az akciótanulás viszont ennél is többet jelent. Itt a diákoknak a gyakorlatban valós vállalati projekteket kell teljesíteniük és tapasztalt vállalatvezetők előtt kell prezentálniuk. Az akciótanulás tehát amellől, hogy elmélyíti a hallgatók meglévő elméleti tudását, olyan új kihívásokat teremt, amelyek megugrása jelentős tapasztalatokkal gazdagítja a résztvevőket. A diákok ezen tapasztalataikat a munkaerőpiacon is tudják majd kamatoztatni.

Az akciótanulás keretében a hallgatók kvázi tanácsadókká alakulnak, akik egy adott cég által megfogalmazott projektet valósítanak meg egy teljes féléven keresztül. A projekt végső célja egy átfogó prezentáció elkészítése az adott témában. A résztvevők tehát belebújhatnak egy tanácsadó cég szerepébe és ennek köszönhetően betekintést nyerhetnek egy adott vállalkozás működésébe

¹ egyetemi hallgató, Budapesti Corvinus Egyetem
DOI: 10.14267/RETP2020.04.19

is. A hallgatóknak lehetőségük van a vállalatok felsővezetőivel találkozni, megismerni az elvárásaikat mind a prezentációra, mint a vezetői összefoglalóra vonatkozóan. Ezzel fejleszthetik kritikai képességeiket, új ismereteket szerezhetnek a vállalatok működéséről, a vezetők elvárásairól és a csapatmunkában is fejlődhetnek.

Az akciótanulás a vállalatok számára is hasznossággal bír. A cégek az általuk meghatározott projektekben dolgozó ambiciózus fiatalok javaslatait be tudják építeni az üzletmenetükbe, ami segítheti a cégek folyamatos előhaladását és a fiatal generáció szempontjainak beépítését az üzleti modelljükbe. A fejlődés és az innováció pedig ebben a koronavírussal terhelt időszakban hatványozottan felértékelődik.

A külső személnők bevonása a vállalat bizonyos területeinek átvilágításába mindenképp haszonnal jár, hiszen a kívülállók olyan problémákra is fel tudják hívni a figyelmet, amik az ott dolgozók számára észrevehetetlenek. Még fontosabb, hogy ezen kívülállók szakmai előképzettséggel rendelkező fiatalok. Javaslataik és szemléletmódjuk megismerése segítheti a vállalatokat a fiatalabb generáció felé való nyitásban. A projekt tehát új ügyfelek bevonásával is kecsegtet.

A PROGRAM PROJEKTJEI

Az akciótanulás során a hallgatók három cég négy projektjében vehettek részt: a Portfólió Csoport feladatában egy, a Magyar Posta projektjében kettő, és végül, de nem utolsósorban a Mediaworks által meghirdetett két témakörben két-két csapat. Összesen tehát hét csoport vágott neki a megmérettetésnek. A projektek pontos tartalma bizalmas, ezért csak általánosan tudom bemutatni a témájukat.

A Portfólió Csoport projektje a cég számlázási rendszerének megújításához kapcsolódott. A diákoknak át kellett vizsgálniuk a vállalat számlázási folyamatait és azonosítaniuk kellett ennek problémáit, emellett javaslatokat kellett megfogalmazniuk a rendszer javítására.

A Magyar Posta projektjében a csapatok feladata a posta jövőjének megtervezése volt, amely során ki kellett alakítaniuk a 21. század igényeinek is megfelelő posta vízióját. Itt két csapat versengett egymással.

A Mediaworks Zrt. két projektet is indított. Az egyikben a globális médiafogyasztási szokások változását kellett elemezni és a fizetős internetes sajtóval kapcsolatban kellett kutatni. A másikban pedig a Z és az alfa-generáció médiafogyasztási szokásait kellett vizsgálni. Mindkét projekthez két-két csapat tartozott. Ők viszont nem versenyeztek, hanem elosztották a témákat egymás között, így az egyes csapatok a kérdések bizonyos részterületeire fókuszáltak.

AZ AKCIÓTANULÁS MENETE

Az akciótanulás az egész félévet átölelte. A projekt koordinálásához Burucs tanárnővel egy átfogó menetrendet alakítottunk ki. Ennek segítségével biztosítottuk a hallgatók munkájának folyamatos felügyeletét. A menetrend a diákok számára is egyértelművé tette az elvárásokat.

Az akciótanulás keretében a csapatokkal e-mailben, illetve a Microsoft Teams felületén tartottuk a kapcsolatot. Minden projektnek volt egy vezetője, akit a fontosabb ügyekben közvetlenül e-mailben is megkerestünk, minden más kommunikáció viszont az általunk létrehozott Teams-csoportokban zajlott. A hallgatóknak ide kellett feltölteni az elkészült anyagokat is.

A projekt a menetrend alapján három fázisból állt. Az első vagy nyitó fázisban sor került a csapatbeosztásra, a mentorokkal való megismerkedésre, a vállalatokkal való találkozóra, a téma

megismerésére és a félév ütemtervének kidolgozására. Az október elején induló második fázisban elkezdődött a téma kidolgozásának első szakasza, amelyben konzultációkra és státuszjelentések leadására is sor került. Ezt a fázist zárta a novemberi prezentáció a vállalatok számára, amikor a hallgatók ismertették az általuk feltárt problémákat és kutatási tervet. Az akciótanulás harmadik fázisában az előzetes prezentációra való vállalati visszajelzések alapján folytatódott a munka. Ebben a fázisban az online konzultációkon való részvétel és státuszjelentések leadása újra elvárás volt. Ezt az utolsó fázist a végleges prezentáció, a kutatási eredmények ismertetése és a hallgatók pontozása zárta.

ELSŐ FÁZIS

A csapatbeosztás a szemeszter első hetében zajlott le. A program igazi indulására pedig a második héten került sor egy mentor-hallgató találkozó keretében. Itt lehetőség volt személyesen megismerkedni a mentorokkal. A találkozón a bemutatkozások mellett röviden felvázoltuk a témákat is, ezzel lehetőséget biztosítva a hallgatók számára, hogy elkezdjenek gondolkodni a kidolgozáson.

Az első fázis következő részeként a projektindító kick-off meetingre került sor az egyes vállalatok tárgyalótermeiben. A meetingnek az volt a célja, hogy minden csapat közvetlenül találkozhasson az ügyféllel. A vállalat így a saját megfogalmazásában tudta átadni a diákok számára az elvárásait. A kick-off minden csapat esetében sikeresen zárult, hiszen a témák pontosabbá váltak és egyértelműbb lett a vállalatok elvárásrendszere is.

A meetingek után a hallgatói csapatok első feladataként a projekt részletes ütemtervének kialakítását határoztuk meg. Ebben a pontos téma- és elvárásrendszer ismeretében kellett összegyűjteniük az elvégzendő feladatokat, és ezeket egymás között is fel kellett osztaniuk. Az ütemterv elkészítéséhez a Gantt-diagramot javasoltuk, ezzel a hallgatók a projektmenedzsment egy fontos eszközének használatában szerezhettek tapasztalatokat.

MÁSODIK FÁZIS

A projektütemezés kialakítása nagyjából október elejére ért véget, és elkezdődhetett a tényleges munka és a kutatás. A vállalatok nagyon segítőkészek bizonyultak, hiszen mindegyik csapat számára biztosítottak lehetőséget további konzultációkra, interjúkra és helyszínlátogatásokra. Ezen kívül a mentorokkal is folyamatos volt a kapcsolattartás. A diákoknak hetente rövid, egy oldalas státuszdokumentumot kellett leadniuk. Ezen anyagokban arról számoltak be, hogy hol tartanak az általuk felvázolt ütemtervben.

Az első mérföldkőre november elején, az intenzív héten került sor. Ekkorra kellett leadni a prezentáció első változatát, amelyet először a mentorok néztek át. Ezek után pedig egy prezentáció következett a cégek központjában. Az első prezentáció célja az volt, hogy a vállalatok visszajelzést tudjanak adni a hallgatóknak a projektekkal kapcsolatban. A cégek így tudták jelezni, hogy egy csapat nem abba az irányba indult el, amerre kellett volna, illetve azt is ki tudták fejteni, hogy milyen további területeken lenne érdemes kutatniuk a hallgatóknak. A diákok visszajelzései alapján ezek az első prezentációk nagyon hasznosnak bizonyultak és a cégek is meg voltak elégedve a hallgatók által végzett munkával.

HARMADIK FÁZIS

A koronavírus miatti szigorítások értelmében a novemberi időszakban már nem tudott sor kerülni személyes konzultációkra, de a Microsoft Teamsen keresztül online konzultációs lehetőséget biztosítottunk. Ebben az időszakban a diákoktól továbbra is elvártuk a rendszeres státuszjelentéseket. A szigorítások a záró prezentációt is rosszul érintették. Eredeti terveink szerint decemberben élőben került volna sor a projektzárására, de ehelyett ezt csak online formában tudtuk megtartani.

A projekt zárásához a hallgatóknak két dolgot is kellett teljesíteniük. Először minden csapatnak egy 15-20 perces prezentációt kellett készítenie, amit videó formájában tölthettek fel a Teams felületére. A videóban az összes csapattagnak értékelhetően meg kellett szólalnia. Ez az egyes csapattagok teljesítményének ellenőrzésére és a potyautas magatartás kiszűrésére volt alkalmas. Másodszer a cégek számára kellett prezentálni online formában. Itt viszont csak a hallgatói csoportok által delegáltak prezentáltak. A cégek számára ugyanis nem az volt a lényeg, hogy mindenki értékelhetően megszólaljon, hanem az, hogy a legjobb legyen a prezentáció. Bizonyos csapatoknál a projekt részét képezte egy rövid írásbeli beszámoló, vezetői összefoglaló elkészítése is, amelyet a prezentációval együtt át kellett nyújtani az ügyfélnek.

A záró prezentáció után következett a pontozás. A pontokat a hallgatók félév alatt tanúsított aktivitása, illetve az előzetes és a záró prezentáció minősége alapján határoztuk meg. A pontszám felét az ügyfél, míg a másik felét a mentor, Burucs tanárnő adta. Azzal, hogy az ügyfél számára biztosítottuk a pontok felének odaítélését, motiváltuk a hallgatókat, hogy még inkább tanácsadók módjára működjenek és megpróbáljanak a tantárgyi elvárások mellett a vállalatok kívánalmainak is megfelelni.

EREDMÉNYEK

Az akciótanulás összességében sikeres programnak tekinthető, amelyben mind a diákok, mind a vállalatok fejlődtek és tanultak. Természetesen – mint minden ilyen nagyszabású projekt esetén – voltak fennakadások a projekt kezdeti fázisában, de a kidolgozott menetrendnek köszönhetően folyamatosan tisztult az elvárásrendszer.

A program nagyon sok új kihívást állított a hallgatók elé, amelyet ők mind meg is ugrottak. Kiváló prezentációk születtek, melyek egy része nemcsak formájában, hanem tartalmában is megközelítette a tanácsadó cégek minőségét. Emellett volt olyan csapat, aki önszorgalomból 80 oldalas írásbeli kivonatot is készített. A diákok visszajelzései alapján azt mondhatjuk, hogy számos tapasztalattal gazdagodtak a program során és sikerült elmélyíteniük a meglévő elméleti tudásukat is.

Az előzetes és a záró prezentációk utáni visszajelzések alapján azt is kijelenthetjük, hogy a vállalatok nagyra értékelték a csapatok munkáját és mindenképpen hasznosnak találták az elkészült prezentációkat, írásos anyagokat. Ezt az is mutatja, hogy magas pontszámokkal értékelték a hallgatókat. A megismert kreatív javaslatok és a bemutatott szemléletmód mindenképpen segíti majd a cégeket a fiatal ügyfelek felé való nyitásban. Abban is biztos vagyok, hogy a cégek a projekt eredményeit a jövőben is hasznosítani tudják majd a vállalat fejlesztéséhez.

Az akciótanulás tehát egy nagyon hasznos keretrendszer, aminek segítségével a tanulási folyamatba végre integrálható a gyakorlati tapasztalatszerzés is. A tudásalapú gazdaságban pedig kulcsfontosságú, hogy az egyetemi évek alatt megszerzett ismereteket ne csak az elméletben, hanem a gyakorlatban is használni tudjuk.