

Beata Żelazko

Szkoła Główna Handlowa w Warszawie

## **Dydaktyczne aspekty e-learningu na przykładzie przedmiotu *Lokalizacja przedsiębiorstw***

*Niniejsze opracowanie prezentuje spojrzenie na e-learning z perspektywy nauczyciela akademickiego zaangażowanego w realizację wykładu online pt. Lokalizacja przedsiębiorstw. Autorka przeprowadza analizę ex post przyjętych rozwiązań w zakresie struktury materiału dydaktycznego, komunikacji ze studentami oraz motywowania do pracy, w celu określenia kierunków doskonalenia tej formy nauczania.*

### **Pełne wykłady online na platformie e-sgh.pl**

Nowoczesne technologie informacyjne kreujące współczesny model kształcenia znajdują dziś szerokie zastosowanie w działalności edukacyjnej Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie. Potwierdzeniem tego są różnorodne przedsięwzięcia realizowane przez funkcjonujące w strukturach tej uczelni Centrum Rozwoju Edukacji Niestacjonarnej. Jego aktywność koncentruje się na wspieraniu i uzupełnianiu tradycyjnej oferty dydaktycznej (na studiach stacjonarnych, niestacjonarnych, podyplomowych, MBA, organizowanych kursach wewnętrznych i zewnętrznych) formami nauczania przez internet, jak również rozwijaniu oferty pełnych wykładów akademickich online oraz komercyjnych kursów wirtualnych. Ponadto działalność CREN obejmuje:

- a) upowszechnianie kształcenia zdalnego wśród pracowników naukowo-dydaktycznych oraz menedżerów m.in. poprzez organizację seminariów i konferencji oraz wydawnictwo e-mentor,
- b) prowadzenie badań naukowych w obszarze e-nauczania<sup>1</sup>.

W niniejszym opracowaniu autorka, bazując na własnych doświadczeniach z e-learningiem, wynikających zarówno z pracy nad materiałami dydaktycznymi, jak i prowadzenia zajęć, przybliży jeden spośród wielu projektów CREN, a mianowicie wykłady

---

<sup>1</sup> Więcej informacji na ten temat można odnaleźć na stronie <http://www.cren.pl/>.

online<sup>2</sup> na platformie e-sgh.pl. Ze względu na ograniczone ramy artykułu, konieczne było zawężenie rozważań do trzech wybranych aspektów, a mianowicie:

- struktury materiałów dydaktycznych,
- narzędzi komunikacji i weryfikacji wiedzy,
- motywowania studentów do nauki.

Pierwsze zajęcia wirtualne będące elementem Programu Powszechnego Uzupełniania Studiów Zaocznych SGH zostały uruchomione w semestrze zimowym roku akademickiego 2004/2005. W następnych latach lista proponowanych studentom zajęć online znacznie się rozszerzyła. Na początku 2005 r. przeprowadzono pierwsze postępowanie konkursowe, w wyniku którego wyłoniono 16 projektów wykładów do realizacji<sup>3</sup>. Drugi konkurs rozstrzygnięty na początku 2006 r. wzbogacił ofertę wykładów wirtualnych o 14 przedmiotów<sup>4</sup>.

Każdy z modułów w ramach konkretnego kursu, zgodnie ze standardami metodycznymi CREN<sup>5</sup>, zbudowany jest z następujących elementów:

- a) wprowadzenia, w którym przedstawiony jest cel dydaktyczny oraz zarys problematyki poruszanej w module,
- b) zasadniczej treści wykładu, podzielonej na poszczególne podtematy,
- c) podsumowania określającego sposób realizacji celu dydaktycznego zakładanego we wprowadzeniu do wykładu,
- d) zasadniczej części kontrolnej pozwalającej na samodzielne sprawdzenie wiedzy zdobytej przez studenta w wyniku uczestnictwa w zajęciach wirtualnych,
- e) cząstkowych interaktywnych elementów kontrolnych umożliwiających samosprawdzenie,

---

<sup>2</sup> W niniejszym opracowaniu termin „wykład online” odnosi się do zestawu wirtualnych modułów, czyli jednostek lekcyjnych w ramach przedmiotu.

<sup>3</sup> Były to następujące kursy: *Nadzór korporacyjny w Polsce i na świecie, Rynek nieruchomości, Negocjowanie i zawieranie umów z partnerem handlowym, E-marketing, Społeczne funkcje mediów masowych, Lokalizacja przedsiębiorstw, Podstawy przedsiębiorczości technologicznej, Zarządzanie jakością usług, Finanse międzynarodowe, Wybrane polityki Unii Europejskiej, Przywództwo w organizacjach – analiza najlepszych praktyk, Konkurencyjność regionów, Rozwój gospodarczy, Nowoczesne systemy dystrybucji w przemyśle i handlu, Sztuczna inteligencja, E-learning korporacyjny i akademicki.*

<sup>4</sup> 14 kolejnych wykładów to: *Bankowość hipoteczna, Konsument na rynku internetowym, Metody badania opinii, Nowoczesne metody budowania wizerunku firmy i marki, Przedsiębiorstwo przyszłości, Przemysły kultury w gospodarce rynkowej, Równouprawnienie kobiet i mężczyzn w społeczeństwie (w sferze zawodowej i rodzinnej), Społeczeństwo i gospodarka Polski w UE- aspekt przestrzenny, Zarządzanie przedsięwzięciami inwestycyjnymi, Biznes Plan, Etyka biznesu, Proces organizowania działalności gospodarczej, Strategie modernizacji w sektorze publicznym, Zarządzanie wartością przedsiębiorstwa.*

<sup>5</sup> Standardy te prezentuje M. Dąbrowski, *Przewodnik tworzenia materiałów dydaktycznych oraz prowadzenia zajęć online w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie*, Centrum Rozwoju Edukacji Niestacjonarnej SGH, wyd. II, kwiecień 2005.

f) dodatkowych zasobów wzbogacających podstawowy materiał dydaktyczny (w formie plików tekstowych, baz danych, materiałów audiowizualnych, słowników, wykazu literatury przedmiotu).

W większości proponowanych kursów<sup>6</sup> schemat pojedynczej jednostki lekcyjnej jest zbieżny z modelem gałęziowej struktury<sup>7</sup>. Wyróżniającą cechą tej struktury jest podział zasadniczej części modułu na mniejsze jednostki wiedzy - podtematy, w ramach których treść jest prezentowana na slajdzie ekranowym w sposób ciągły. Do każdej takiej jednostki przyłączona jest część kontrolna<sup>8</sup>. Z kolei zadania problemowe są zazwyczaj integralną częścią treści podtematu.

Nauczyciel prowadzący zajęcia online na platformie e-sgh.pl dysponuje trzema podstawowymi narzędziami komunikacji ze studentami. Są to czat, forum oraz komunikator „jeden do jeden” w wirtualnym dzienniku. Z kolei jeśli chodzi o rozwiązania służące sprawdzaniu zdobytej wiedzy, CREN proponuje szeroki wachlarz możliwości. Najczęściej wykorzystywane instrumenty to m.in.: testy jedno- i wielokrotnego wyboru, krzyżówki, sondy, quizy, dopasowywanie odpowiedzi. Należy w tym miejscu podkreślić, iż zespół wdrażający wykłady opracowuje również - zgodnie z projektem zgłoszonym przez twórcę materiałów dydaktycznych – narzędzia dostosowane do indywidualnych potrzeb nauczyciela oraz specyfiki wykładu.

### **Charakterystyka wykładu *Lokalizacja przedsiębiorstw***<sup>9</sup>

Autorka projektu tego kursu założyła, iż głównym celem realizowanych zajęć jest *opanowanie przez studentów wiedzy na temat roli lokalizacji w zarządzaniu przedsiębiorstwem w warunkach dynamicznych zmian zachodzących tak w samym przedsiębiorstwie, jak i w otoczeniu regionalnym*<sup>10</sup>.

Zgodnie z wyznaczonymi standardami, w programie wykładu znalazło się 10 następujących jednostek lekcyjnych:

1. Lokalizacja jako element zarządzania strategicznego i operacyjnego przedsiębiorstw,
2. Funkcje marketingowe a korzyści zewnętrzne lokalizacji,
3. Uwarunkowania decyzji lokalizacyjnych – cz. 1,

<sup>6</sup> Warto zwrócić uwagę na fakt, iż Centrum dąży do ujednoczenia struktury wszystkich wykładów i dostosowanie jej do modelu wielopoziomowego.

<sup>7</sup> Por. M. Dąbrowski, *Rozbudowane struktury treści dydaktycznych i wirtualnych zajęć*, „e-mentor” 2005, nr 3, s. 35-41.

<sup>8</sup> Schemat tej struktury zostanie przedstawiony w dalszej części referatu.

<sup>9</sup> Autorką projektu kursu oraz autorką materiałów do ośmiu spośród dziesięciu modułów jest dr hab. Hanna Godlewska-Majkowska, profesor SGH.

<sup>10</sup> [http://www.e-sgh.pl/przedmioty\\_.php?idp=6](http://www.e-sgh.pl/przedmioty_.php?idp=6), [08.11.2006].

4. Uwarunkowania decyzji lokalizacyjnych – cz. 2,
5. Czynniki lokalizacji w ujęciu klasycznym i współczesnym – cz. 1,
6. Czynniki lokalizacji w ujęciu klasycznym i współczesnym – cz. 2,
7. Przedsiębiorstwo jako element struktur regionalnych – ujęcie popytowe i podażowe,
8. Od lokalizacji ogólnej do szczegółowej,
9. Poszukiwanie lokalizacji firmy rodzinnej – na przykładzie pensjonatu turystycznego cz. 1,
10. Poszukiwanie lokalizacji firmy rodzinnej – na przykładzie pensjonatu turystycznego<sup>11</sup> cz. 2.

Kolejność tematów zajęć została wyznaczona w taki sposób, by na początku kursu student dowiedział się, jakie znaczenie ma lokalizacja w procesie zarządzania firmą, jakie kryteria decydują o jej wyborze, w jaki sposób przebiega postępowanie lokalizacyjne firmy, a następnie zastosował zdobytą wiedzę w praktyce, czyli podjął decyzję w kwestii wyboru miejsca działalności gospodarczej.

Poszczególne moduły omawianego kursu skonstruowano według schematu gałęziowej struktury, którą ilustruje rysunek 1.

**Rysunek 1. Przykładowa struktura materiału dydaktycznego jednostki lekcyjnej**



Źródło: Mapa modułu „Funkcje marketingowe a korzyści zewnętrzne lokalizacji” z kursu „Lokalizacja przedsiębiorstw”, platforma e-sgh.pl

<sup>11</sup> Na studiach niestacjonarnych obowiązuje kurs składający się z 7 modułów. Lektje nr 2, 7 i 8 są traktowane jako zajęcia dodatkowe - nieobowiązkowe.

Czynnikami wywierającymi wpływ na motywację do nauki są sposób oceniania, forma i zasady zaliczenia przedmiotu. Wszystko to zostało jasno określone we wprowadzeniu do pierwszego modułu. Ustalono, iż o końcowej ocenie decydują: w 50% ocena uzyskana z pisemnego egzaminu stacjonarnego oraz w 50% ocena za aktywność online. Aby zachęcić studentów do udziału w wirtualnych zajęciach i jednocześnie skłonić do systematycznego przyswajania wiedzy, przyjęto, iż największy udział w ocenie za aktywność online będą miały prace indywidualne i grupowe, do których zaliczono: obowiązkowe i nieobowiązkowe zadania typu wypowiedź na forum, wypowiedź na czacie merytorycznym lub wypowiedź przesłana do nauczyciela za pośrednictwem wirtualnego dziennika. W zależności od stopnia trudności oraz wymaganego nakładu pracy studenta, zadania te punktowane są w skalach: 0-5, 0-10 lub 0-20 punktów.

W każdym module, oprócz testów cząstkowych umożliwiających samodzielne sprawdzenie zrozumienia tematu, znajduje się także test końcowy, którego rozwiązanie student przesyła do nauczyciela. Ocena za testy końcowe z wszystkich obowiązkowych modułów ma 30% udział w ocenie za aktywność online. Warto zaznaczyć, iż do egzaminu student może przystąpić wówczas, gdy uzyska przynajmniej 40% puli punktów przewidzianych do zdobycia za tę formę aktywności.

W celu urozmaicenia testów końcowych, wprowadzono zasadę, iż w następujących po sobie modułach przybierają one inną postać. I tak, jako formę sprawdzającą zdobytą wiedzę zastosowano: krzyżówkę, tradycyjny test jednokrotnego wyboru, test wielokrotnego wyboru, zestaw pytań losowanych w drodze wirtualnego rzutu kostką<sup>12</sup>, odsłanianie elementów ukrytego obrazu, do których przyporządkowano pytania (metoda odwrotna do gry „puzzle”), elektroniczny formularz służący analizie lokalizacyjnej<sup>13</sup>.

W strukturze każdej jednostki lekcyjnej pojawia się „zaproszenie na czat”. Nauczyciel sygnalizuje w nim problem, któremu poświęci dyskusję na czacie merytorycznym. Dzięki wprowadzeniu takiego rozwiązania czat stanowi doskonale narzędzie wymiany doświadczeń, zdobywania wiedzy, a ponadto oceny wiedzy zdobytej na wykładzie.

Oprócz czatu merytorycznego, organizowane są dla studentów dodatkowe pogawędki, określane jako czat organizacyjny. Pełnią one funkcję wirtualnych konsultacji, podczas których nauczyciel objaśnia zadania zamieszczone w danym module, odpowiada na pytania studentów dotyczące treści materiału dydaktycznego, pomaga w przezwyciężeniu problemów

---

<sup>12</sup> Na to autorskie opracowanie testu końcowego warto zwrócić uwagę również ze względu na nietypową formę komentarza do odpowiedzi. Zamiast słów nauczyciela, pojawiają się bowiem wypowiedzi znanych i cenionych osób, aforyzmy lub przysłowia.

<sup>13</sup> Jest to autorski projekt dr hab. Hanny Godlewskiej-Majkowskiej.

związanych z zadaniami indywidualnymi i grupowymi, omawia wyniki dotychczasowej pracy studentów, prezentuje najlepsze prace. Uzupełnieniem tych czatów są konsultacje indywidualne za pośrednictwem komunikatora „jeden do jeden” w wirtualnym dzienniku oraz spotkania *face to face* z nauczycielem w czasie dyżuru w uczelni.

### **Trudności i zagrożenia realizacji wykładu *Lokalizacja przedsiębiorstw***

Z doświadczeń autorki referatu, podobnie jak z badań przeprowadzonych przez CREN<sup>14</sup>, wynika, iż ogromnym zaskoczeniem dla studentów, którzy zdecydowali się na wybór przedmiotu e-learningowego była objętość materiałów dydaktycznych składających się na jeden moduł, jak również liczba obowiązkowych zadań. W przypadku przedmiotu *Lokalizacja przedsiębiorstw*, w każdej lekcji występowały 3-4 polecenia do wykonania w terminie dwóch tygodni od chwili udostępnienia modułu. W odpowiedzi na prośby studentów zgłaszane na forum, czacie oraz podczas indywidualnych konsultacji, liczba zadań została zmniejszona do dwóch, a następnie zredukowana do jednego obowiązkowego zadania<sup>15</sup>, punktowanego w skali 0-20 punktów.

Studenci, wybierając e-learning jako formę zdobywania wiedzy, nie przypuszczali, iż okaże się ona bardziej czaso- i pracochłonna niż tradycyjne zajęcia akademickie. Paradoksalnie e-learning wymaga od studenta nie tylko większej samodyscypliny, ale przede wszystkim dodatkowych nakładów czasu na naukę.

Zadania nieobowiązkowe (dla chętnych) – swoiste studia przypadków, mimo iż bardziej rozbudowane, w poprzednich dwóch semestrach cieszyły się większym zainteresowaniem niż zadania obowiązkowe o mniejszym stopniu trudności. Przyczyny takiego stanu rzeczy należy upatrywać w tym, iż studenci liczyli na odnalezienie „gotowych odpowiedzi” w sieci internet na firmowych witrynach. Ponadto zakładali, iż rozwiązanie takiego zadania jest możliwe bez wcześniejszego przestudiowania treści wykładu.

W trakcie realizacji zajęć online autorka zaobserwowała, iż studenci wykazują negatywną postawę względem prac grupowych. Mimo licznych zabiegów, polegających na wprowadzeniu zasady, iż funkcja lidera grupy jest przechodnia w kolejnych modułach oraz przyznawaniu premii za pełnienie tej funkcji, zadania te najczęściej były odrzucane przez studiujących. Ambitni uczestnicy kursów online, aby nie utracić punktów możliwych do zdobycia za zadania grupowe, nie bacząc na pomoc kolegów i wyznaczoną rolę w grupie, rozwiązywali te zadania samodzielnie.

---

<sup>14</sup> Por. M. Dąbrowski, M. Zajac, *1000 opinii o e-edukacji*, „e-mentor” 2006, nr 3, s. 50-52.

<sup>15</sup> Zadanie polegające na przygotowaniu krótkiego eseju.

Pomimo premiowania aktywności na czacie merytorycznym oraz zastosowania elastycznego podejścia do ustalania terminu spotkań, w dyskusjach uczestniczyło zaledwie ok. 30% studentów. Pocieszające jest jednak to, iż dyskutanci byli dobrze zorientowani w problematyce poruszanej w module, któremu poświęcono dany czat. To zaś świadczy o tym, że przyswojenie materiału dydaktycznego w wyznaczonym terminie nie stanowiło większego problemu dla osoby zaangażowanej w zdobywanie wiedzy.

Niska frekwencja podczas spotkań na czacie wynika po pierwsze z faktu, iż wśród uczestników wykładu przeważają osoby aktywne zawodowo. Zdarza się również tak, że czat koliduje w czasie z innymi zajęciami prowadzonymi w formie stacjonarnego wykładu.

Niezbyt dużym zainteresowaniem wśród studentów cieszyło się forum dyskusyjne, a ponadto jakość zamieszczanych tam wypowiedzi była bardzo niska pod względem merytorycznym. Na uwagę zasługiwały jedynie pierwsze wpisy, bowiem kolejne najczęściej stanowiły ich wierną kopię, zdarzały się także plagiaty.

Niepokojącym zjawiskiem zaobserwowanym przez autorkę jest również to, iż duże grono studentów ogranicza swój kontakt z platformą e-sgh.pl do drukowania materiałów dydaktycznych oraz przesyłania prac za pomocą wirtualnego dziennika.

W tak krótkim opracowaniu nie jest możliwe przekazanie wszystkich spostrzeżeń, dlatego autorka zasygnalizowała jedynie najważniejsze zagadnienia. Do wyżej wymienionych czynników ograniczających popularność e-edukacji, jej zdaniem, należy również dodać uciążliwość wielogodzinnej pracy przy komputerze.

## **Wnioski**

Na podstawie doświadczeń wyniesionych z realizacji wykładu *Lokalizacja przedsiębiorstw*, autorka sformułowała następujące wskazania dotyczące sposobów zwiększenia skuteczności i efektywności nauczania przez internet:

- 1) Warto skoncentrować uwagę na promocji e-learningu wśród studentów poprzez organizowanie szkoleń wyjaśniających istotę tej formy kształcenia oraz objaśniających funkcje systemu edukacji elektronicznej via internet. To sprawi, że wybory przedmiotów e-learningowych będą świadome, przemyślane i pozwolą uniknąć rozczarowań zarówno wśród studentów, jak i prowadzących zajęcia.
- 2) W procesie przygotowywania materiałów dydaktycznych należy w większym stopniu uwzględniać potrzeby studentów, a te, jak wiadomo, zmieniają się z każdym semestrem. Ich rozpoznaniu powinny służyć częste badania sondażowe opinii o wykładzie oraz oczekiwaniach względem danego kursu. Takie badania powinny być przeprowadzane nie

tylko przez jednostkę wdrażającą, ale także nauczycieli prowadzących zajęcia. Doskonałym narzędziem służącym zbieraniu opinii, zdaniem autorki, jest czat organizacyjny.

- 3) Aby czat spełniał rolę miejsca ożywionych dyskusji merytorycznych, należy: po pierwsze uprzedzić studentów o planowanych wątkach rozmowy, po drugie zaprojektować odpowiedni system nagradzania ich aktywności oraz przeznaczyć dodatkowy czat na omówienie spraw organizacyjnych. Z kolei na sprawną komunikację, według autorki, kolosalny wpływ ma liczebność grupy (im większa – przekraczająca 60 osób, tym trudniej realizować wykład online).

## **Bibliografia**

- M. Dąbrowski, *Przewodnik tworzenia materiałów dydaktycznych oraz prowadzenia zajęć online w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie*, Centrum Rozwoju Edukacji Niestacjonarnej SGH, wyd. II, kwiecień 2005.
- M. Dąbrowski, Zając M., *1000 opinii o e-edukacji*, „e-mentor” 2006, nr 3.
- M. Dąbrowski, *Rozbudowane struktury treści dydaktycznych i wirtualnych zajęć*, „e-mentor”, 2005, nr 3.

## **Netografia**

<http://www.cren.pl/>

<http://www.e-sgh.pl/>

## **Abstract**

*The article presents e-learning from a teacher's point of view. The author has carried out an ex post analysis of the structure of didactic contents, communication tools and motivating system in order to define the main forms of activities which aim at improving e-learning.*

## **Nota o Autorce**

Autorka jest asystentem w Instytucie Przedsiębiorstwa w Kolegium Nauk o Przedsiębiorstwie SGH. Jej zainteresowania naukowe koncentrują się wokół problematyki marketingu terytorialnego, lokalizacji działalności gospodarczej oraz rozwoju medycznego sektora biotechnologicznego w Polsce. Jest współautorką oraz nauczycielem prowadzącym wybrane zajęcia w ramach kursów: *Lokalizacja przedsiębiorstw* oraz *Społeczeństwo i gospodarka Polski w UE – aspekt przestrzenny* realizowanych na platformie e-sgh.pl.