

Please note! This is a self-archived version of the original article.

Huom! Tämä on rinnakkaistallenne.

To cite this Article / Käytä viittauksessa alkuperäistä lähdettä:

Kivelä, M. & Rantanen, O. (2019) Moocien hyödyntäminen opetuksessa : case "minäkö brändi?" TAMK liiketalouden kesäopintona. TAMK-konferenssi – TAMK Conference 2019. Tampereen ammattikorkeakoulun julkaisuja, Erillisjulkaisuja, s. 60 - 69.

URL: <http://julkaisut.tamk.fi/PDF-tiedostot-web/Muut/TAMK-konferenssi-2019.pdf>

8. MOOCIEN HYÖDYNTÄMINEN OPETUKSESSA – CASE ”MINÄKÖ BRÄNDI?” TAMK LIIKETALOUDEN KESÄOPINTONA

Miina Kivelä, lehtori, Liiketalouden koulutus, TAMK

Outi Rantanen, lehtori, Ammattipedagoginen TKI, TAMK

NYKYÄÄN KUKA TAHANSA opettaja voi hyödyntää luotettavien toimijoiden tuottamia verkko-opintoja osana kurssitehtäviä. Tällaisia kaikille avoimia, maksuttomia ja automaattisesti tehtävät tarkastavia verkkokursseja kutsutaan MOOCeiksi. MOOC-lyhenne tulee sanoista Massive Open Online Course, vapaasti suomennettuna verkkokurssi, jonka osallistujamäärää ei ole rajoitettu. Avaamme tässä artikkelissa Sometaduuniin-hankkeen aikana rakennettuja verkko-opintoja ja keskitymme erityisesti kertomaan kokemuksia keväällä ja kesällä pilotoidusta ”Minäkö Brändi?”-MOOC:ista. Artikkelissa selitämme tarkemmin, miten ”Minäkö Brändi?”-verkko-opintoa hyödynnettiin osana TAMKin liiketalouden opiskelijoiden kesäkurssia ja millaisia kokemuksia opiskelijoilla siitä oli. Lisäksi pohdimme miksi kaikkien ohjaustyötä tekevien pitäisi paneutua sosiaalisen median maailmaan ja sen hyödyntämiseen omassa työssään.

Hyödynnä Sometaduuniin-MOOCit osana työelämätaitojen opetusta

Sometaduuniin-hankkeessa on rakennettu opiskelijoille digitaalisia urataitoja kehittävä neljästä moduulista koostuva MOOC-koulutuskokonaisuus, jonka voi vapaasti ottaa osaksi opetusta. Sometaduuniin-hankkeen tarjoamat verkko-opinnot pyrkivät auttamaan opiskelijoita hyödyntämään sosiaalista mediaa työnhaun ja rekrytoitumisen tukena eri näkökulmista.

Erityisen hyvin Sometaduuniin-MOOCit sopii esimerkiksi työelämätaitoja kehittäviin opintojaksoihin alasta riippumatta. Opettajan ei tarvitse itse olla sosiaalisen median asiantuntija voidakseen hyödyntää kurssia; sisällön ovat suunnitelleet asiantuntijaopettajat. Opiskelija tutustuu verkko-opinoissa sosiaalisen median hyödyntämiseen ja saa vinkkejä oman osaamisen markkinoimiseen verkossa. Opettaja vastaa aihepiirin reflektoinnin ohjaamisesta ja alakohtaisesta soveltamisesta omaan opetukseensa.

Sometaduuniin koulutuskokonaisuus rakentuu neljästä moduulista. Opiskelija voi suorittaa koko koulutuskokonaisuuden tai valita moduuleista itselleen kiinnostavimmat. Kaikki moduulit ovat vapaasti ja ilmaiseksi käytettävissä Sometaduuniin verkkosivuilla (Sometaduuniin-opinnot, 2019). Moduulit ovat sisältöineen seuraavat:

1. Minäkö oman onneni seppä?

Tässä moduulissa tutustutaan digiaikakauden työmarkkinoiden, rekrytoimisen ja työnhaun muutoksiin sekä kehitystrendien ymmärtämiseen.

2. Intohimosta uraksi?

Tässä moduulissa perehdytään oman osaamisen, itsensä ja kiinnostustensa tunnistamiseen sekä uravaihtoehtojen jäsentämiseen.

3. Minäkö brändi?

Moduulissa osallistuja oppii tunnistamaan omia uratavoitteita ja samalla muuntamaan oman osaamisen digitaaliseksi osaajaprofiiliksi.

4. Minäkö media?

Moduulissa tavoitteena on löytää keinoja ja oppia valjastamaan suunnitelmallisen brändiviestinnän verkostoitumiseen, uraverkostojen hallitsemiseen ja osaajaprofiilin kasvattamiseen.



Miksi ohjaajan pitäisi paneutua sosiaaliseen mediaan?

Ohjaustyötä tekevien tulisi hallita ja olla tietoisia sosiaalisen median tarjoamista mahdollisuuksista työssään. Kettunen ym. (2015) ovat tutkineet ohjaustoimijoiden kokemuksia sosiaalisen median käytöstä. He jakavat ohjaustoimijat neljään ryhmään, jotka näkevät sosiaalisen median käytön ohjauksessa eri tavoilla. Osa ohjaajista painottaa sosiaalisen median käyttöä yksilöohjauksessa ja tarkastelee sitä työkaluna, jonka avulla neuvotaan ja välitetään tietoa tai välineenä kahden ihmisen välisessä kommunikaatiossa. Toinen ryhmä puolestaan näkee sosiaalisen median painon verkostoissa, vertaistoiminnoissa ja yhteisöissä. He katsovat sosiaalista mediaa joko interaktiivisena työskentelytilana tai osallistumisen paikkana. Omien digitaalisten ohjaustaitojen kehittämistä on hyötyä kaikille neljälle ryhmälle.

Ohjaustyötä tekevien on tärkeä osata tukea ohjattavia digitaalisen maailman lisäksi edelleen myös sen ulkopuolella. Stauntonin (2016) mukaan digitaalisessa maailmassa toimimista ja verkostoitumista määrittelee sen ulkopuolella saavutettu sosiaalinen pääoma. Digitaalisten välineiden käyttöön liittyy siis myös eriarvoistavia tekijöitä. Sosiaalisen oikeudenmukaisuuden näkökulmasta ohjaajien olisi tärkeä tukea kaikkia opiskelijoita näiden taitojen kehittämisessä.

Tietokirjailija ja sosiaalisen median tutkija Harto Pönkä (Pönkä 2017) on listannut sosiaalisen median hyötyjä ohjaajalle omissa esityksissään. Sosiaalisen median käyttö auttaa ohjaajia verkostoitumaan, osallistumaan keskusteluun ja seuraamaan ajankohtaista tietoa. Se helpottaa erilaisten sisältöjen julkaisemista, antaa uusia näkökulmia, mahdollistaa ohjaus- ja neuvontatyön sekä edistää

omaa ammatillista kasvua. Kevään 2019 aikana avataan Sometaduuniin-sivuille (Sometaduuniin-opinnot, 2019) ohjaajille oma koulutuspaketti, jonka avulla ohjaaja voi vahvistaa omia digitaitojaan ja lisätä ymmärrystään digitaalisista urataidoista.

Sometaduuniin-hankkeen MOOCien taustaa

Opiskelijoiden koulutuspakettien suunnittelusta ja toteutuksesta on tässä hankkeessa vastannut Lapin ammattikorkeakoulu. Hankkeen alkuvaiheessa kerättiin tietoa ammattikorkeakoulun ja yliopiston opiskelijoilta sekä ohjaushenkilöstöltä, koulutustarpeista ja osaamisen tasosta aihepiiriin liittyen. Tämän ja myös samanaikaisesti kerätyn ajankohtaisen teoriatiedon pohjalta koulutuksen rakennetta ja sisältöjä on kehitetty edelleen koko hanketyöryhmän toimesta ja Lapin ammattikorkeakoulun hanketyöryhmä on vastannut lopullisesta suunnittelusta, toteutuksesta ja kehittämisestä.

Koulutuskokonaisuuden teoreettisen kehikkona on ollut Tristram Hooleyn (2012) digitaalisten urataitojen osa-alueet, 7 C:tä, joiden kehittämisen ympärille koulutus on rakennettu. Digitaaliset ympäristöt voidaan nähdä uran rakentumisen kannalta tietokirjastoina, jossa on paljon informaatiota eri uriin ja työnhakuun liittyen, mahdollisuuksien kauppapaikkana, jossa työntekijät ja työnantajat tai koulutusta tarjoavat voivat kohdata, sosiaalisen pääoman paikkana, jossa luodaan kontakteja ja ylläpidetään verkostoja tai demokraattisena medianana, jossa voi kertoa omista kiinnostuksen kohteistaan, huolistaan, brändätä itseään ja hallita omaa mainettaan. (Hooley 2012) Sosiaalista mediaa käytetään ja tullaan käyttämään tulevaisuudessa todennäköisesti entistä enemmän osana rekrytoimisprosessia ja tämä kehitys edellyttää niin opiskelijoita

kuin ohjaajiakin kehittämään digitaalisia urataitoja. Digitaaliset urataitojen osa-alueet ovat:

1. Muuntautuminen (changing): ymmärtää ja sopeutuu uusiin ympäristöihin, sekä oppii toimimaan niissä.
2. Tiedonhaku (collecting): löytää itselleen käyttökelpoisen ja hyödynnettävissä olevan tiedon työllistymis- ja uramahdollisuuksista.
3. Kriittisyys (critiquing): ymmärtää verkossa olevien tietolähteiden alkuperän ja osaa arvioida niiden hyödyllisyyttä itselle.
4. Verkostoituminen (connecting): rakentaa ja ylläpitää suhteita, jotka voivat edistää työllistymis- ja uramahdollisuuksia.
5. Yhteydenpito (communicating): hyödyntää tehokkaasti erilaisia vuorovaikutuksen kanavia ja on sisäistänyt netiketin.
6. Luovuus (creating): tuottaa verkkosisältöä, joka edustaa ja esittelee luontevasti tekijän, hänen kiinnostuksen kohteensa ja työurahistorian.
7. Suunnitelmallisuus (curating): suunnittelee ja kehittää omaa digitaalista jalanjälkeä ja verkostojaan osana oman uran rakentamista.

Koulutuskokonaisuuden suunnittelussa opiskelijat ovat olleet vahvasti mukana: koulutuspaketeista on pyritty saamaan mahdollisimman houkuttelevia ja opiskelijoiden tiedon tarpeisiin vastavia, heidän urasuunnitteluaan mahdollisimman hyvin tukevia, ja sellaisia, joita voidaan hyödyntää alasta riippumatta. Pilottien kokemusten ja palautteen perusteella tässä on myös hyvin onnistuttu. Koulutuspakettien sisällöissä on hyödynnetty monipuolisesti eri kanavia, kuvaa, ääntä, teoriaa ja erilaisia, osallistujan osaamis-

ta rikastuttavia tehtäviä, joiden avulla osallistujat voivat syventää osaamistaan oman tarpeensa ja mielenkiintonsa mukaan, haluamallaan tavalla.

Kokemuksia ”Minäkö Brändi?”-MOOCin pilotoinnista TAMKissa kesällä 2018

Sometaduuniin-koulutuskokonaisuuksista pilotoitiin vuoden 2018 keväällä ja kesällä ”Minäkö brändi?” – verkko-opintomoduuli. Pilotoinnin tavoitteena oli saada opiskelijoiden palautetta koulutuksesta, jota on hyödynnetty koulutuspaketin kehittämistyössä edelleen. Pilotointi tehtiin Lapin ammattikorkeakoulussa sekä Tampereen ammattikorkeakoulussa. Lapin AMK:ssa pilotti toteutettiin osana liiketalouden opiskelijoiden kurssia ja TAMKissa puolestaan liiketalouden korkeakouluopiskelijoiden kesäopintojaksona.

Sometaduuniin MOOCia tarjottiin Tampereen ammattikorkeakoulun liiketalouden opiskelijoille kesäkurssina 2018. Kurssia markkinoitiin ensimmäistä opiskeluvuottaan päättävillä päiväopiskelijoille infotilaisuudessa sekä kahdelle monimuotoryhmälle sähköisesti. Kurssille ilmoittautui 13 opiskelijaa, joista 9 suoritti viiden opintopisteen kokonaisuuden. Hallinnollisesti kurssille ei tehty omaa toteutusta vaan pilotointi tapahtui hyödyntämällä jo olemassa olevaa ”Työelämäprojektit”-nimistä valmista toteutusta.

Sometaduuniin ”Minäkö Brändi?”-MOOCin suorittamisen lisäksi opiskelijoiden tehtävänä oli lukea yksi henkilöbrändäykseen keskittyvä kirja sekä kirjoittaa näiden kahden kokonaisuuden yhteenvetona refleктоiva essee. Kokonaisuus oli laajuudeltaan 5 opintopistettä ja se oli mahdollista suorittaa 17.5.2018–31.7.2018 välisenä aikana. Kirjavaihtoehtoina opiskelijoille tarjottiin toistakymmen-

tä erilaista sosiaaliseen mediaan ja henkilöbrändiin keskittyntä kirjaa, jotka kaikki on julkaistu 2010-luvulla. Viiden sivun reflektioivassa esseessä opiskelijoita pyydettiin kertomaan verkkokurssin, kirjan sekä muiden ajankohtaisten lähteiden perusteella sekä omiin kokemuksiin peilaten kokemuksia henkilöbrändäykseen liittyen. Esseessä pyydettiin kuvailemaan omaa oppimismatkaa, antamaan palautetta kurssista, kertomaan sisäistetyistä kokonaisuuksista sekä kertomaan missä ja miten vie kurssin oppeja käytäntöön.

Koska kyseessä oli kesäaikana tehtävä itsenäinen toteutus, opiskelijat saivat etukäteen nähtäville arviointitaulukon. Reflektointia, kokonaisuuden ymmärtämistä, teorian soveltamista käytäntöön ja raportointia arvioiva taulukko oli opiskelijoille myös tavoitteiden asettamisen ja ohjauksen väline.

	Tyydyttävä 1	Hyvä 3	Kiltettävä 5
Reflektointi	Opiskelija kuvailee omaa oppimistaan niukasti tai yleisellä tasolla. Hänen suunnitelmastaan puuttuu konkretia, toimenpiteistä puhutaan ympärilyöryllä tasolla.	Opiskelija osaa kertoa hyvin omasta oppimisestaan ja kehittymisestään. Hän osaa tehdä yksinkertaisen, toimivan suunnitelman omaan henkilöbrändäykseen liittyen ja opitun toteuttamisesta käytännössä.	Opiskelija osaa kypsästi reflektoida omaa oppimistaan sekä tehdä realistisen ja tavoitteellisen suunnitelman henkilöbrändäyksestään ja muiden opittujen asioiden viemisestä käytäntöön.
Kokonaisuuden ymmärtäminen	Opiskelija mainitsee esseessään irrallisia yksityiskohtia ja faktoja henkilöbrändäyksestä, mutta työstä ei saa kokonaiskuvaa.	Opiskelija käsittelee kirjan ja verkkokurssin oppeja henkilöbrändäyksestä eheänä kokonaisuutena. Hän on löytänyt ulkopuolisista lähteistä mukaan sopivia esimerkkejä. Opiskelija on muodostanut mielipiteitä ja kokonaiskuvan asiasta.	Opiskelija käsittelee esseessään syvällisellä tasolla kirjan ja verkkokurssin oppeja henkilöbrändäyksestä. Hän osaa yhdistellä tekstiin myös ulkopuolisia ilmiöitä ja teorialähteitä. Opiskelijalla on perusteltuja mielipiteitä. Hänen esseensä on eheä kokonaisuus, joka käsittelee aihetta monipuolisesti.
Teorian soveltaminen käytäntöön	Opiskelija referoi tekstissään kirjassa ja verkkokurssissa esitettyjä asioita.	Opiskelija tuo esseessään omin sanoin esiin teorialähteiden oppeja ja käy niiden kanssa vuoropuhelua. Opiskelija osaa kertoa omia esimerkkejä, joissa teoriaa sovelletaan käytäntöön.	Opiskelija käy sujuvaa vuoropuhelua monipuolisten teorialähteiden kanssa ja kertoo omin sanoin kokonaisuuksista yhdistellen asioita ja ilmiöitä toisiinsa kekseliäästi.
Raportointi	Opiskelijan raportti on tehty ohjeistuksen rajoissa. Verkkokurssin ja kirjan ulkopuolisia lähteitä ei ole tai mainitut lähteet eivät ole luotettavia.	Opiskelijan raportti on tehty ohjeistuksen mukaan. Verkkokurssin ja kirjan ulkopuolisia lähteitä on 3-6. Lähteet ovat luotettavia.	Opiskelijan raportti on tehty ohjeistuksen mukaan ja jäsenelty hyvin. Raportti on eheä kokonaisuus, jossa on selkeä punainen lanka. Verkkokurssin ja kirjan ulkopuolisia lähteitä on yli 7. Lähteet ovat luotettavia ja niiden joukossa on myös haastavia lähteitä kuten tieteellisiä artikkeleita tai vieraskielisiä tekstejä.

Kuva 1: TAMKin kesäkurssin arviointitaulukko

Piloteista saatu palaute oli positiivista

Palaute piloteista oli pääosin positiivista. Opiskelijoiden tehtävänä oli muun muassa tutustua sisältöön, arvioida tehtävien suoritusaikaa, sivuston helppokäyttöisyyttä ja sisältöjen hyödyllisyyttä oman osaamisen kehittämiseksi sekä reflektoida omaa oppimistaan. Molempien pilottien palaute koottiin raportin muotoon.

Palautteissa ulkoasu sai kiitosta, samoin sisällön monipuolisuus ja mielenkiintoisuus. Osallistujat kokivat, että kokonaisuus oli omaa osaamista kehittävä ja sen tekeminen oli hyödyllistä. Tekniseen toteutukseen ja tehtäviin liittyvää palautetta on jo viety suoraan käytäntöön. Alla opiskelijoiden esseistä koottuja suoria lainauksia, jotka kiteyttävät ”Minäkö Brändi?”-verkkokurssin konkreettisia hyötyjä osallistujille.

”Kurssi oli mielenkiintoinen ja minulle erittäin hyödyllinen. Pidin toteutustavasta ja mielestäni se sopi hyvin verkkokurssiin. En kokenut kurssia raskaaksi, mutta siihen varmasti vaikuttaa se, että halusin opiskella kurssin sisältöä. Koen, että sain kurssista paljon irti ja se sai ymmärtämään monia pieniä, mutta tärkeitä asioita henkilöbrändin luomisesta. Uskon, että tulevaisuuden työelämässä pystyn hyödyntämään kurssin sisältöä yrityksen alaisena ja työnhakijana. Osaan kertoa yritykselle, miksi on tärkeää, että saan tuoda esille sosiaalisessa mediassa työpaikkani ja työtehtäväni.”

”Olen ymmärtänyt sosiaalisen median vaikutuksen omassa henkilöbrändin luomisessa ja verkostojen laajentamisessa. Kurssin aikana ymmärsin, että enää ei riitä, että seuraa ja kommentoi keskustelua, vaan myös omaa sisältöä on luotava ja jaettava johdonmukaisesti.”

”Tein kurssilla oman toimintasuunnitelman johon asetin pidemmän aikavälintavoitteita, sekä tein muutamia konkreettisia parannuksia heti. Uudistin LinkedIn profiilikuvan, päivitin työpaikkatiedon, muokkasin profiilitekstiäni sekä lisäsin uusia kontakteja verkostooni opiskelija- ja työverkostostani.”

”Kurssin suurin anti minulle ei missään nimessä ole vain opintopisteet ja suoritusmerkintä opintorekisterissä. Ei, tämä kurssi materiaaleineen ja tehtävineen sai minut miettimään omaa henkilöbrändiäni, uraani ja jopa elämäni aivan uudella tavalla ja ehkä syvemmin kuin aiemmin.”

Yhteenveto

Hankkeessa koottuihin selvityksiin, teorian tietoon ja ”Minäkö Brändi?”-MOOCin pilotointipalautteisiin perustuen voimme suositella erilaisten luotettavien tahojen tekemiä MOOCeja osaksi korkeakouluopetusta.

Tässä tapauksessa itseohjautuvien verkkokurssien suorittaminen palveli opiskelijoiden urasuunnitteluun liittyviä tarpeita hyvin ja antoi valmiuksia sosiaalisen median hyödyntämiseen rekrytoitumisen ja työllistymisen edistämisen välineenä. Opiskelijoille oli myös tärkeää kurssin suorittamisen mahdollisuus ajasta ja paikasta riippumatta, täysin omaan tahtiin. Tämä sai paljon kiitosta opiskelijoiden palautteissa. Tällaisten ilmaisten, luotettavien ja korkeakoulutasoisten verkkokurssientarjoajien tuottamien ”lisäkoulutus pakettien” arvo voidaan nähdä myös vahvasti sosiaalisen oikeudenmukaisuuden näkökulmasta; ne tavoittavat tietoa tarvitsevat henkilöt taustasta tai varallisuudesta riippumatta, jolloin kaikilla on samat mahdollisuudet omien valmiuksien kehittä-

miseen haluamallaan tavalla, jokainen saa tarvittavat perustiedot ja syventää osaamistaan haluamallaan osa-alueella.

Ottaakseen MOOCit osaksi opetusta, kurssin/koulutuskokonaisuuden vetäjän ei itse tarvitse olla alan asiantuntija. Sometaduuniin-MOOCeissa – kuten luotettavien ja korkeakoulutasoisten verkkokurssientarjoajien joukossa yleensäkin – sisällön ovat laatineet asiantuntijat. Tämä vapauttaa opettajan resursseja esimerkiksi valmennukseen ja ohjaukseen. Ohjaustyötä tekevien on tärkeää tutustua digitaaliseen maailmaan oman ammatillisen kehittymisen näkökulmasta. MOOC ja ohjaajien koulutuspaketit voivat toimia tässä oivana työkaluna.

Lähteet

Hooley, T. 2012. How the internet changed career: framing the relationship between career development and online technologies. Surrey: Journal of the National Institute for Career Education and Counselling. Numero 29.

Kettunen, J., Vuorinen, R. & Sampson, J., Jr. 2015. Practitioners' Experiences of Social Media in Career Services. The Career Development Quarterly, 63 (3), 268–281.

Pönkä, H. 2017. Sosiaalinen media opintojen ohjauksessa. SlideShareesitys, Oulu 24.3.2017. Luettu 24.1.2019. <https://www.slideshare.net/hponka/sosiaalinen-media-opintojen-ohjauksessa>

Sometaduuniin-opinnot. 2019. Sometaduuniin-hanke. Luettu 24.1.2019. <https://www.sometaduuniin.fi/opinnot>

Staunton, T. 2016. Social media, social justice? Consideration from a career development perspective. Surrey: Journal of the National Institute for Career Education and Counselling. Numero 36.