

NOVÉ FORMY VZDELÁVANIA PROSTREDNÍCTVOM PROJEKTU „X-CULTURE“

JÓZSEF POÓR¹ – ERIKA VARGA² –
RENÁTA MACHOVÁ³ – VAS TARAS⁴

New Forms of Education under Project “X-Culture”

Abstract: *The aim of the paper to present a project, which stands for an innovative modern form of experiential learning predominantly in the areas of International Management and International Business. Although experiential learning has some advantages, namely, developing cross-cultural competencies, cultural intelligence, intercultural communication and management skills, differences in personality or conditions also arise as a downside. X-Culture has been evolving throughout the years since its foundation in 2010 when the original objective was to supplement the theoretical material and in-class teaching. Nowadays more than 3000 master, bachelor and MBA students, mostly of management and economics, take part in it from more than fifty countries all over the world. X-Culture is aimed at students of International Business college courses and training programs with the task of writing a business report or consulting proposition by offering business solutions for a hypothetical client.*

Keywords: *international cooperation, transfer of knowledge, experiential learning*

JEL Classification: A 20, F 63, M 53

¹ prof. Dr. habil József Poór, DSc., Szent István University, Faculty of Economics and Social Sciences, 2100 Gödöllő, Páter Károlyutca 1, Hungary, e-mail: Poor.Jozsef@gtk.szie.hu

² Dr. Erika Varga, Szent István University, Faculty of Economics and Social Sciences, 2100 Gödöllő, Páter Károlyutca 1, Hungary, e-mail: varga.erika@gtk.szie.hu

³ Dr. habil. Ing. Renáta Machová, PhD., J. Selye University, Faculty of Economics, 945 01 Komárno, Bratislavská cesta 3322, P.O.Box 64, Slovakia, e-mail: machovar@ujs.sk

⁴ Dr. Vas Taras, Bryan School of Business and Economics University of North Carolina at Greensboro, POB 26165 Greensboro, NC 27402-6165, e-mail: v_taras@uncg.edu

Úvod

Príspevok je zameraný na prezentáciu implementácie medzinárodného projektu realizovaného pod názvom „X-Culture“. Je to rozsiahly obchodný projekt, v ktorom študenti pracujúci v skupinách navzájom súťažia v oblasti problematiky riešenia konkrétnych obchodných prípadov. Každý polrok súťaží približne 3 000 študentov zo 40 krajín, ktorí zastupujú bezmála 100 univerzít. Vo väčšine prípadov účastníci z rôznych univerzít sú študentmi študijných programov medzinárodného obchodu, resp. podnikania. Vo väčšine prípadov ide o globálne virtuálne skupiny zložené zo siedmich účastníkov, pričom každý z nich pochádza z inej krajiny, v mnohých prípadoch z rôznych časových pásiem. Projekt je vynikajúcim príkladom spolupráce medzi jednotlivými univerzitami a krajinami v rámci celého globálneho sveta.

1 Teoretické východiská

Pôvodná myšlienka medzinárodného projektu X-Culture bola snaha stimulovať účastníkov projektu k medzinárodnej spolupráci so zahraničnými kolegami, s ktorými by mohli vytvoriť spoločný skupinový projekt. Na tento projekt bola zverejnená výzva v Academy of International Business. Na prekvapenie sa vo veľmi krátkom čase táto výzva stretla s pozitívnou odozvou a z mnohých krajín sveta sa ozvali lektori, ktorí vyjadrili svoj záujem o zapojenie sa doň. Takto sa zrodilo X-Culture.

Na začiatku (jeseň 2010) sa do projektu zapojilo a aktívne spolupracovalo sedem lektorov spolu so študentmi, teda približne 450 účastníkov. Každou novou výzvou sa každý polrok počet účastníkov zapojených do projektu zvyšoval, v súčasnosti medzi sebou súťaží neuveriteľných 3 000 študentov zo 100 univerzít z 20 štátov sveta. Tabuľka č. 1. sumarizuje vývoj počtu zapojených študentov do projektu.

Tab. č. 1

Vývoj počtu účastníkov v rámci projektu X-Culture

Semester	Poslucháči	Projektové tímy	Univerzity	Štáty
2010 – 2	463	125	7	7
2011 – 1	682	157	15	15
2011 – 2	1 150	145	26	22

2012 – 1	1 889	307	42	38
2012 – 2	2 105	280	54	39
2013 – 1	2 447	435	75	41
2013 – 2	2 567	379	84	42
2014 – 1	2 642	399	99	43
2014 – 2	2 910	452	101	43
2015 – 1	3 050	455	107	43
2015 – 2*	3 718	667	112	42
2016 – 1*	3 738	750	110	40
Spolu	27 361	4 623	301	61

Poznámka: 1 – zimný semester; 2 – letný semester.

Prameň: autori.

Podľa Kolba [12] „učenie je súčtom transakcií medzi ľuďmi a prostredím“. Presnejšie, zážitkové učenie „je proces, počas ktorého sa vedomosti zrodia transformáciou skúseností. To znamená, že vedomosti získavame kombináciou uchopenia a transformácie skúseností“. [12, s. 35]

V súčasnosti aplikované teórie zážitkového učenia sú odvodené od skorších teórií vývoja človeka a psychológie učenia takých autorov ako John Dewey, Paulo Freire, William James, Kurt Lewin, Jean Piaget a Carl Rogers. Na základe modelu zážitkového učenia (experiential learning theory, ETL) proces učenia pozostáva zo štyroch dynamických modelov – akcia/reflexia a skúsenosť/abstrakcia [13]: konkrétna skúsenosť, reflexné pozorovanie, abstraktné chápanie a aktívne experimentovanie. ETL model je založený na troch fázach ľudského vývoja: osvojenie, špecializácia a integrácia [12]. Podľa ELT cyklus učenia zahŕňa skúsenosť, reflexiu, myslenie a skutok. Základom konkrétneho zážitku je pozorovanie a reflexia [13]. Mnohé štúdie zdôrazňujú pozitívne účinky praxe v ekonomike (Herz, Merz) [8], marketingu (Gremler, Hoffman, Keaveney, Wright) [6], obchodnej komunikácii (Saunders) [16], znalostí v podnikaní (Cooper, Bottomley, Gordon) [3], v iných oblastiach (Cantor) [2], (Gosen, Washbush) [5], (Kolb, Boyatzis, Mainemelis) [14]. Avšak len málo empirických štúdií sa venovalo vzťahu štýlu učenia a kultúrneho zázemia (Joy, Kolb) [11]. Podľa Kolba [12] skúsenosť zohráva v prispôsobovaní sa kľúčovú úlohu v procese učenia, kým v procese osvojovania si, manipulácie a abstrakcie úloha skúseností nie je kľúčová.

Učenie založené na skúsenosti je najefektívnejšie aplikovateľné v oblasti medzinárodného obchodu a manažérskeho vzdelávania, pričom veľkou výzvou je simulácia multikultúrneho a globálneho prostredia v učebniach, a tá

sa niekedy javí ako nerealizovateľná. O využívaní zážitkového vzdelávania v medzinárodných obchodných a manažérskych disciplínach už prebehol výskum (Taras, Caprar, Rottig, Sarala, Zakaria, Zhao, Minor) [17], to platí aj o vyhodnotení virtuálnej skupinovej činnosti ako nástroja zážitkového vzdelávania (Gonzales-Perez, Cathro, Caprar, Taras) [4]. V súčasnosti sa stále častejšie stretávame so zážitkovým vzdelávaním (Hawtrey) [7], pričom mnohé štúdie ukazujú, že zážitkové vzdelávanie má pozitívny dosah na osvojenie si všeobecných obchodných zručností (Alon) [1], (Krbec, Currie) [15].

2 Metóda

X-Culture ako zážitkové vzdelávanie (učenie sa) je výborným príkladom v rámci medzinárodného podnikania. X-Culture vo veľkej miere prispieva k pozitívnemu rozvoju medzikultúrnych zručností i k rozvoju kultúrnej inteligencie (Taras, Caprar, Rottig, Sarala, Zakaria, Zhao, Minor) [12]. Hoci je projekt X-Culture jedinečný, podobá sa iným praktikám, ako sú napríklad Global Marketing Management System Online – GMMSO (Janavars, Gomes) [10] a GEO (Thavikulwat) [18], (Thavikulwat, Chang) [19]. Základná myšlienka GMMSO je podobná ako X-Culture, kým GEO sa primárne zameriava na medzinárodný obchod. Ďalšie projekty, ako Global Business Game, alebo Global View, sú podobne založené na skupinovej práci.

Rozhodujúcim rozdielom medzi X-Culture a ostatnými projektmi založenými na zážitkovom vzdelávaní je ten, že kým projekt X-Culture je verejne dostupný, používa otvorené sociálne siete (napríklad Skype, Dropbox, Google Drive, Google Docs, Facebook, Skype, Viber, WhatsApp a pod.) z dôvodu, aby ich študenti mohli využívať aj v ďalších projektoch, ostatné sú cielene postavené na špeciálne vytvorených platformách alebo rôznych simulátoroch. X-Culture poskytuje študentom výbornú príležitosť získať skúsenosti z prvej ruky o medzinárodnej spolupráci. Poslucháčov škôl zvyčajne rozdeľia do globálnych virtuálnych skupín s počtom 7 osôb, ktoré môžu byť aj menšie (4 – 5 osôb), ale aj väčšie (do 11 členov), v závislosti od charakteru úlohy. Sú prípady, keď tú istú krajinu zastupujú dvaja študenti (napr. USA). Hoci X-Culture trvá po celý semester, reálna práca sa vykonáva približne dva mesiace, pretože rozvrhnutie školského roka je v každej krajine rozdielne, to znamená, že aj na aktívnu spoluprácu zostáva menej času.

Základnou úlohou v rámci projektu je, aby študenti napísali obchodnú správu pre imaginárneho klienta, sledujúc kritériá na formu a obsah dané me-

dzinárrodnými obchodnými učebnicami, ako aj detailne popisovať ekonomické, politické, kultúrne, environmentálne, medzinárodné trhové a strategické, marketingové a iné rozdiely. Neskôr sa k programu X-Culture pridružili aj mnohé kreatívne a univerzálnejšie komponenty. Najčastejšie si študenti vybrali veľké nadnárodné spoločnosti, ako napríklad Walt Disney Company, BMW alebo Apple. Vo väčšine prípadov si spoločnosti neboli vedomé toho, že študenti pracujú pre ne a píšú o nich. Napríklad v roku 2013 mnohé spoločnosti vyhľadali projekt X-Culture s požiadavkou, či by mohli dať študentom reálne výzvy, ktoré by mali príležitosť spracovať v kontexte reálnych externých determinantov. Záujem prejavili v prevažnej miere malé a stredné podniky, ale pripojili sa k nim aj mnohé nadnárodné spoločnosti, ako napr. Daimler AG, ktorá očakávala nápady v súvislosti s výrobou kamiónov pre rozvíjajúce sa krajiny.

3 Rozbor problému

V prvom roku programu bolo potrebné vypracovať pre stredne veľkú americkú firmu Capstone koncepciu nadväzujúcu na 6 milión dolárový investičný plán. Každý študent bol zaradený do štvorčlenného medzinárodného tímu. Z dôvodu veľkého záujmu zo strany študentov boli v roku 2012 vytvorené 5 – 7-členné skupiny. Menil sa aj predmet riešenia prípadov. Pre ďalšie významné spoločnosti alebo firmy podľa vlastného výberu bolo potrebné vypracovať obchodné riešenia vo forme poradenskej ponuky, konkrétne pre:

- nemeckú obchodnú skupinu ALDI,
- BP medzinárodný ropný koncern,
- Google, medzinárodnú IT spoločnosť,
- HSBC, druhú najväčšiu obchodnú banku na svete,
- McDonalds, najväčšiu sieť rýchleho občerstvenia na svete,
- Toyotu, jednu z najväčších automobiliek na svete,
- Spoločnosť VF, jednu z najväčších textilných firiem,
- Walt Disney, aj u nás dobre známu zábavnú spoločnosť.

Popri virtuálnej spolupráci X-Culture ponúka projekt pre najlepších študentov osobne sa zúčastniť na polročne organizovanom medzinárodnom sympóziu. Hlavným cieľom však naďalej zostáva vytvoriť príležitosti pre študentov zapojiť sa do výzvy a naučiť sa riešiť prípadové štúdie v rámci medzinárodnej spolupráce, pričom nadobudnú obchodné znalosti, prax a rozvíjajú svoje zručnosti. X-Culture bola pôvodne navrhnutá pre študentov ba-

kalárskych študijných programov. V súčasnosti sme zaznamenali dynamický nárast počtu študentov magisterského štúdia a v roku 2014 ich počet dosiahol 30 %. Od roku 2013 sa na programe môžu zúčastniť aj neštudenti, ktorí sú hlavne z radov stálych zamestnancov a majú záujem získať nové zručnosti, zvýšiť svoju šancu na trhu práce či už v rámci kariérneho postupu, alebo pri hľadaní nového zamestnania v medzinárodnom obchode.

X-Culture obsahuje viac ako 12 000 premenných. Do databázy (400 skupín) polročne pribudne viac ako 2 500 prípadov. Dotazník pre študentov a učiteľov v priebehu projektu obsahuje viac ako 500 otázok. Databáza X-Culture obsahuje celkovo viac ako 2 000 premenných na úrovni jednotlivých meraní a približne 500 premenných na úrovni skupiny. Prebiehajú experimenty ohľadne podmienok učenia, zloženia skupín, úloh a systému hodnotenia, a to preto, aby sa zistilo, ktorá vzdelávacia stratégia prináša najlepšie študijné výsledky a uspokojuje študijné potreby študentov.

Hlavné výskumné otázky sú zamerané na zlepšenie dynamiky tímov a podávanej výkonnosti v globálnych zamestnaniach. Ďalej analyzujeme účinky a účinnosť experimentálneho, kooperatívneho učenia, a to nielen v oblasti medzinárodného obchodu, ale aj v oblasti riadenia vedy, psychológie, marketingu, v ekonómii, sociológii a iných vedách.

4 Diskusia

Nedávno bola v Academy of Management Learning and Education publikovaná štúdia [19], ktorá podrobnejšie popisuje efektivitu programu X-Culture. Výsledky ukazujú, že popri spokojnosti študentov s kurzom X-Culture rozvíja aj ich kultúrnu inteligenciu, znižuje stereotypné rozmyšľanie a vzbudzuje záujem o ďalšiu interkultúrnu interakciu, navyše študenti majú lepšie výsledky v rámci skúšok. Rozdiely v prostredí, v ktorom žijú, ako aj individuálne rozdiely, ako je osobnosť, miesto života, geografické a kultúrne rozdiely, rozdiely v povolani, veku, trávení voľného času, vo vzdelaní, pohlaví, genetické, rozdiely v spoločenskom postavení a rôzne ďalšie rozdiely ovplyvňujú schopnosti učiť sa. Predpokladané (pred účasťou v X-Culture) a skutočné (po vstupe do X-Culture) rozdiely nájdeme v tabuľke č. 2. Je dôležité poznamenať, že 28,2 % študentov verilo, že kultúrne rozdiely budú veľkou výzvou, kým len 2,9 % študentov sa skutočne stretlo s problémami vychádzajúcimi z kultúrnych rozdielov. Obdobná situácia bola aj pri jazykovej bariére – 21,2 % predpokladalo

problémy v tejto oblasti, ale v skutočnosti sa s problémami v kontexte jazykovej bariéry stretlo len 7,0 % študentov. Pokiaľ ide o časové pásma, tam bol rozdiel medzi predpokladom a skutočnými problémami najnižší, problémy očakávalo 20,6 % zapojených študentov a v 15,5 % sa tieto obavy aj potvrdili. Aj v ostatných komunikačných problémoch bol percentuálny rozdiel medzi očakávaním a skutočnosťou minimálny. Najviac problémov v rámci spätnej väzby študenti uvádzali pri koordinácii riešenia prípadových štúdií – až v 34,8 % prípadov predstavoval tento determinant najväčší problém.

Tab. č. 2

Hypotetické a skutočné problémy v oblasti medzinárodnej spolupráce

Výzva	Predpokladané	Skutočné
Kultúrne rozdiely	28,2	2,9
Jazyková bariéra	21,2	7,0
Rozdiely v časových pásmach	20,6	15,5
Ostatné komunikačné ťažkosti	20,5	11,1
Koordinácia	16,2	34,8

Prameň: vlastná úprava autorov.

Spätaná väzba od študentov prezentuje informácie o tom, ako sa im podarilo získať stáž alebo zamestnanie. Tento predpoklad je podporovaný faktom, že spoločnosti si v skutočnosti vysoko cenia medzinárodné skúsenosti získané z prvej ruky. Mnohí sa stali priateľmi so skupinou spolupracovníkov a udržiavajú kontakty dlhšie obdobie.

4.1 Výzvy a osvedčené postupy

Účastníkov vyberáme na základe mailovej výzvy uverejnenej v Academy of International Business (AIB) a v Academy of Management (AOM). Mnohí nás vyhľadajú z dôvodu, že sa o programe do počuli od priateľov a známych. V porovnaní so začiatkami počet záujemcov rýchlo rastie. Najviac záujemcov je prihlásených zo Severnej Ameriky a z Európy, kde je najviac členov AIB a AOM. Afrika, Ázia a Latinská Amerika stále zostávajú najmenej zastúpené počtom prihlásených, aj keď už aj tam záujem rastie.

X-Culture polročne vyhľadávajú stovky záujemcov. Zo začiatku bol každý automaticky prijatý, ale dnes je v procese schvaľovania vybratých len málo žiadostí, pretože kvalita zohráva v tomto procese takisto svoju úlohu. Vzhľadom na veľký počet študentov v jednotlivých skupinách aj jeden nepripravený, alebo nie dosť zaniatený študent môže pokaziť celý zážitok. Aj z týchto dôvodov je výber veľmi dôležitý. Každý kandidát vyplní test, ale ešte pred jeho vyplňaním ho musí preštudovať ako podklady o X-Culture, inštrukcie a učebné moduly. Potom nasleduje on-line test v spojitosti s pravidlami a postupmi projektu ako nástroja spolupráce s cieľom posúdiť mieru záujmu študentov a ich zaniatenosť. Test poskytne informáciu aj o znalosti anglického jazyka, i keď len v písomnej forme. Študent musí mať internetové pripojenie a platnú e-mailovú adresu.

Jednou z najväčších výziev je, že školský rok je v rôznych krajinách rôzne rozvrhnutý. Napríklad na severnej pologuli pripadnú dlhé prázdniny na júl a august, kým na južnej pologuli na december a január. Na začiatku a na konci polroka môžu byť výrazné rozdiely medzi jednotlivými krajinami, dokonca aj medzi univerzitami, keďže existujú také, kde jeden polrok je rozdelený na tri alebo štyri časti. Na vyriešenie problému X-Culture v každom semestri otvára dve paralelné línie: prvá sa začína skôr a druhá, ktorá sa začína neskôr. Hoci vo všeobecnosti študenti skoršej „línie“ nekomunikujú s neskoršími priamo, často prichádzajú na facebookovú stránku X-Culture. Obidve „línie“ sú veľmi populárne a samotné krajiny v nich majú hojné zastúpenie.

V rámci problematiky administratívnej podpory je nutné uviesť, že X-Culture je riadená nadšením účastníkov, keďže nemá platených zamestnancov. Zopár univerzít podporuje svojich študentov formou finančného príspevku na cestovanie a zabezpečuje prístup k softvéru na monitorovanie plagiátorstva alebo náklady spojené s používaním web stránky. Niektorí univerzitní učitelia sú v bližšom vzťahu k projektu a pre jeho úspech sú ochotní venovať svoj čas. Aj napriek uvedenému sa zabezpečenie fungovania projektu javí ako ťažká úloha. Približne 20 000 e-mailov prejde systémom v každej sezóne (semestri). Žiaľ, nadšenie a čas dobrovoľníkov nie sú vždy postačujúce, takže na financovanie web stránok, na tlač a poštovné (zasielanie certifikátov študentom), ako aj na cestovné pre študentov sú nevyhnutné finančné prostriedky. Od roku 2013 vyberajú účastnícky poplatok a žiadajú pedagógov, aby na pokrytie výdavkov na semester prispeli sumou 200 dolárov.

4.2 Rozdiely medzi študentmi bakalárskeho a magisterského štúdia v úrovni a zručnostiach

Hlavnou zásadou X-Culture je maximalizovanie kultúrnej rozmanitosti skupiny. Ako sme už spomenuli, do programu sa zapájajú študenti bakalárskeho a magisterského štúdia bez rozdielu, iné špecifiky neberieme do úvahy. V dôsledku toho rozdiely medzi zručnosťami a kvalitatívnymi očakávaniami študentov často vedú ku konfliktom. Študenti magisterského štúdia sa vo všeobecnosti častejšie sťažujú na menej pripravených bakalárskych členov skupín, kým bakalárski študenti si myslia, že magisterskí študenti sa správajú nadradene, pričom títo iba majú realistické očakávania voči nim. Jediným spôsobom, ako vyriešiť tento problém, bolo oddelenie bakalárskych a magisterských študentov.

Pre úspech projektu X-Culture je veľmi dôležitá dôkladná príprava všetkých študentov. Z toho dôvodu sme vyvinuli štandardizovaný modul, ktorý je záväzný pre budúcich účastníkov projektu a ktorý je obohatený o nové prvky. Prezentujeme stratégie ohľadom toho, ako zvládať výzvy. Študenti si pozrú 20-minútové video s bývalými členmi projektu X-Culture, ktorí zdieľajú s budúcimi členmi svoje zážitky, skúsenosti a poradia im. Facebooková stránka X-Culture tiež ponúka rady pomocou podrobnej analýzy výziev.

Pred zapojením sa do projektu dostane každý študent uvítací list, v ktorom je uvedený link, kde začnú tréning. Požadujú študentov, aby si naštudovali všetky dostupné materiály vzťahujúce sa na X-Culture, a aby absolvovali prieskum. Takto má každý možnosť získať kvalitný tréning bez ohľadu na to, či má jeho učiteľ skúsenosti v oblasti X-Culture. Avšak skúsenosti zohrávajú veľkú úlohu. Existujú veľké rozdiely vo výkonoch jednotlivých študentov, ktoré čiastočne závisia od učiteľa. Musíme však podotknúť, že aj učitelia potrebujú určitý tréning. Podobný tréning, aký majú študenti, bol vyvinutý aj pre učiteľov pod názvom Instructor's Handbook. Tento dokument podrobne opisuje všetko, čo musí ohľadne X-Culture učiteľ ovládať, vrátane odkazov na externé zdroje, šablóny k často kladeným otázkam a ďalším materiálom.

Keďže projekt je časťou predmetu, ktorý musí študent absolvovať, hodnotenie známkami je jeho dôležitou súčasťou. Pedagógovia sú vyzvaní k spravodlivému hodnoteniu študentov, ktoré ich naozaj motivuje, aby v rámci projektu podávali čo najlepší výkon. Po počiatočnom nadšení sú účastníci projektu konfrontovaní s požiadavkami a očakávaniami, a tak sa stáva, že mnohí študenti vypadnú, alebo neplnia očakávania ostatných členov skupiny.

V záujme zaviazania sa k projektu sa od študentov očakáva, že:

- aspoň 20 % z celkovej známky za predmet musí obsahovať práca na projekte X-Culture,
- vzájomné hodnotenie členov skupiny musí byť najmenej 20 % z celkovej známky, alebo
- každý medzník (spolu 10) projektu musí tvoriť časť celkovej známky.

Pedagógovia týždenne poskytujú spätnú väzbu o výkonoch študentov, väčšina ohodnotí študentov konečnou známkou, mnohí známkujú týždenne. Dôležité je zdôrazniť, že projekt X-Culture je navrhnutý tak, aby skôr prispel k rozvoju vedomostí a zručností študentov a nekládol sa najväčší dôraz na známky, ktorými sú hodnotení. Z uvedeného dôvodu sú učitelia vyzývaní, aby vypracovali vlastný systém kritérií, na základe ktorého hodnotia, a v ktorom sú združené hodnotenia z práce v skupinách, ako aj individuálne hodnotenie študentov.

V tabuľke č. 3 uvedená vzorka je navrhovaná schéma pri návrhu známky. Ide však len o odporúčanie a učiteľ sa môže od nej odchyliť.

Tab. č. 3

Vzor navrhovaného hodnotenia

Ukazovateľ výkonnosti	Odporúčaná hodnota
Individuálne	
tréning pred dokončením projektu (výkon na čas, pomer správnych odpovedí)	na zaradenie musia byť splnené
týždenný postupový denník od každého študenta (podrobne vyplnený, odovzdaný na určený termín)	5 %
prieskum po účasti na projekte (včasné dokončenie, pomer správnych odpovedí)	na hodnotenie musí byť splnené
hodnotenie členov skupín (snaha, intelektuálny prínos, pomoc v písaní správy, snaha vynaložená pri koordinácii skupiny, iné).	25 %
Skupinové	
kvalita skupinového hlásenia (podľa učiteľov, na základe 7 kvalitatívnych kritérií)	45 %

Prameň: vlastná úprava autorov.

Účasť na tréningovom testovaní pred nástupom na projekt a prieskum po ukončení projektu sú *povinným* prvkom, ktorého cieľom je primeraná príprava študentov a zber všetkých potrebných údajov. Úroveň skupinovej správy a hodnotenie členov skupiny, ktorá je predstaviteľná ako miera celého rozsahu stupnice (napr. 0 – 100 %, alebo iná odlišná škála ako prosper/neprosper), zabezpečí dostatok bodov, avšak ostatní učitelia môžu klásť iný dôraz na kvalitu skupinovej správy na základe individuálneho hodnotenia.

Keďže je X-Culture náročný na písanie, v prípade, keď si už študent zadováži dostatok informácií na internete, ich zvykom je skopírovať ho do správy. Plagiátorstvo je v niektorých krajinách vážnym vedeckým prečinom, v niektorých krajinách ho neberú až tak vážne. Od roku 2013 každú správu prejdú v TurnItIn online platforme, ktorá je určená na filtrovanie plagiátu. Je povinnosťou každej skupiny 10 dní pred skončením termínu odovzdať správu, ktorá je skontrolovaná, a výsledok sa pošle späť skupine. Ak sa vyskytne problém, ešte stále je dostatok času dať to do poriadku.

V rámci projektu X-Culture je náročná na komunikáciu. Počas každého semestra je napísaných viac tisíc e-mailov, mnoho e-mailov je potrebné poslať aj skupinovo. Preto využívame Mail Merge, ktorý umožňuje odoslať viac tisíc e-mailov naraz (napr. poznámky k skupinovým úlohám), pričom si e-maily zachovávajú osobnú povahu.

Zvyčajne každý učiteľ dostane podrobné informácie o aktualizáciách a novinkách. Ak sú veľmi podobné, existuje riziko, že list bude dlhý a nudný. Ponúka sa tu kompromisné riešenie v podobe podrobného týždenného informačného bulletinu s hlavnými bodmi osnovy, takže učiteľ môže hlavné body osnovy za pár sekúnd prezrieť, pričom pod nimi stále nájde aj podrobnosti.

Na projekte X-Culture sa zúčastnili nižšie uvedené domáce i zahraničné univerzity susedných krajín s vyučovacím jazykom maďarským:

- Ekonomická fakulta Univerzity J. Selyeho (Komárno, Slovenská republika) od roku 2011 priebežne,
- Fakulta ekonomických a sociálnych vied Univerzity Svätého Štefana (Gödöllő, Maďarsko) v rokoch 2012 – 2014,
- Ekonomická fakulta Pécskej univerzity (Pécs, Maďarsko) niekoľkokrát,
- Univerzita Babes-Bolyai, Maďarská sekcia (Kluž, Rumunsko) niekoľkokrát.

Na programe riešenia medzinárodného obchodného prípadu v koordinácii americkej Univerzity v Greensboro sa študenti Ekonomickej fakulty Univerzity J. Selyeho (EF UJS) zúčastnili už desiaty raz a tri razy študenti Fakulty ekonomických a sociálnych vied Univerzity Svätého Štefana (USŠ) študujúci magisterský odbor riadenie a organizácia. Popri už fungujúcom programe medzinárodnej mobility študentov v rámci programu Erasmus sa začala veľmi moderná kooperatívna forma učenia pre všetkých anglicky hovoriacich a v anglickom jazyku sa zdokonaľujúcich študentov. V tabuľke č. 4 sú uvedené presnejšie informácie o pomere zapojených študentov.

Tab. č. 4

Účasť študentov UJS a USŠ na programe X-Culture (2011 – 2016)

Školské roky a semestre	Študenti UJS	Študenti USŠ
2010 – 2	0	0
2011 – 1	0	0
2011 – 2	11	0
2012 – 1	22	0
2012 – 2	3	18
2013 – 1	9	13
2013 – 2	4	4
2014 – 1	4	0
2014 – 2	3	0
2015 – 1	3	0
2015 – 2	3	0
2016 – 1	4	0
Spolu	66	35

Prameň: vlastná úprava autorov.

Okrem toho, že sa študenti naučia študijné materiály, získajú aj špeciálne zručnosti v písaní obchodných plánov. V rámci Medzinárodného študentského projektu spolupráce (MŠPS) dostanú možnosť zažiť výzvy a naučia sa osvedčené postupy pre spoluprácu tak v interkultúrnych, ako aj vo virtuálnych tímoch. Obidva aspekty sú veľmi dôležité pre študentov obchodných štúdií, pre formovanie ich budúcich pracovných prostredí. Z tohto dôvodu by sa podobné programy mali stať súčasťou učebných plánov obchodných škôl a manažérskych programov.

Tak ako v predchádzajúcich rokoch sa študenti, ktorí sa zúčastnili na programe vyjadrili, že účasť v medzinárodných projektoch je veľmi užitočná. Dozvedeli sa nielen o kultúre svojich kolegov z tímov, ale mnohí študenti nadviazali priateľstvá a poniektorí hovorili o možnosti, že svoje vlastné podnikateľské plány spoja s partnerovými. Už v tejto počiatkovej fáze pomerne veľa študentov zúčastňujúcich sa na X-Culture Medzinárodnom študentskom projekte spolupráce, zvýšilo profesijným a osobným rastom svoje šance, stalo sa atraktívnejším na trhu práce a rozšírilo vlastnú spoločenskú/profesionálnu sieť kontaktov. Skúsenosti z programu zhrnuli študenti v tabuľke č. 5.

Tab. č. 5

Skúsenosti študentov s X-Culture

Poradie	Názory študentov
1.	<i>Externý študent.</i> Veľmi zaujímavé bolo spolupracovať s kolegami z rôznych kútov sveta. Zo začiatku som okrem Brianny ani podľa mien nevedel, či mám kolegov mužov alebo ženy :) O tímovej spolupráci môžem povedať, že okrem Cheng Yanga, ktorý sa vôbec nepodieľal na spoločnej práci, každý rovnakým dielom prispel k vypracovaniu zadania. Vôbec sa nedalo zistiť, že náš malý tím bol zložený z ľudí z úplne odlišných kultúr. Kto čo sľúbil, to aj dodržal, a navzájom sme si pomáhali. Okrem práce sme diskutovali aj o osobných témach a do dnešných dní sme zostali priateľmi na viacerých sociálnych sieťach; dohodli sme sa, že ak sa ktorýkoľvek z nás ocitne v krajine kolegu, budeme sa navzájom kontaktovať. Pri spätnom pohľade môžem povedať, že aj napriek počiatkovému strachu, ktorý vznikol v prvom rade z jazykových ťažkostí, program hodnotím veľmi pozitívne a ďakujem za možnosť, ktorá ma obohatila o takúto skúsenosť.
2.	<i>Denný študent.</i> Účasťou na programe X-Culture som získal veľmi veľa skúseností. Objavilo sa mnoho výziev, na ktoré sme museli nájsť riešenie. Museli sme čeliť kultúrnym rozdielom, jazykovým prekážkam, ako aj časovým posunom. Na vzniknuté problémy sme sa s kolegami snažili nájsť čo najlepšie riešenie. V záujme toho sme veľa komunikovali, v podstate denne. Vďaka tomu sa mi zlepšila nielen angličtina, ale aj komunikačné zručnosti, spolupráca s ľuďmi pochádzajúcimi z rôznych kultúrnych prostredí. Vcelku môžem povedať, že účasť v programe pre mňa mala iba výhody.

3.	<p><i>Denný študent.</i> Program X-Culture mi umožnil účasť na takom medzinárodnom programe, na ktorom sa zúčastňujú študenti z rôznych častí sveta. Preto program vo veľkej miere prispel k tomu, že som mohol spoznať rôzne kultúry a zvyky, čím som si značne rozšíril obzory. Popritom som získal mnohé skúsenosti v oblasti medzinárodného manažmentu, pretože sme museli pre spoločnosť vypracovať úspešný obchodný plán. V priebehu práce sa objavili aj ťažkosti, ktoré sa nám našťastie podarilo vyriešiť. Ťažkosti nám spôsobovala organizácia rozhovorov (porád), pretože v niektorých prípadoch sme sa museli vyrovnávať až s 10-hodinovým časovým posunom. V záujme toho, aby sme spolupracovali čo najefektívnejšie, snažili sme sa nadviazať kontakt každý deň. Myslím si, že X-Culture ponúka veľkú príležitosť nadviazať nové priateľstvá, takže mladým a po skúsenostiach túžiacim študentom môžem tento projekt vrelo odporučiť.</p>
----	---

Prameň: vlastná úprava autorov.

Záver

Medzinárodná spolupráca formou prípadových štúdií prináša mnoho nových nápadov a riešení v interkultúrnej komunikácii, v spolupráci a rovnako aj v manažovaní medzinárodných projektov. V mnohých prípadoch navrhované riešenia obsahujú veľmi zaujímavé inovatívne a novátorské myšlienky. Program prispel k tomu, že študenti spoznali vysokoškolákov pochádzajúcich z odlišných kultúr, s odlišnou pracovnou kultúrou. Študenti sa museli vyrovnávať aj s tým, čo znamená spolupracovať s ľuďmi žijúcimi v rôznych časových pásmach. Všetci zúčastnení v programe – podobne ako v predchádzajúcich rokoch – sa vyjadrili, že účasť na takomto medzinárodnom projekte je veľmi užitočná. Okrem oboznámenia sa s kultúrnym prostredím zapojených členov mnohí študenti nadviazali nové priateľstvá, rozšírili sa im obzory bez geografického ohraničenia, viacerí rozmyšľajú o spoločných startupoch. Už v tejto počiatkovej fáze pomerne veľa študentov zúčastňujúcich sa na X-Culture Medzinárodnom študentskom projekte spolupráce zvýšilo svoje šance z hľadiska profesijného a osobnostného, stávajú sa atraktívnejšími na trhu práce. V rámci systému X-Culture sú ešte stále možnosti jeho ďalšieho zdokonaľovania. Aplikujú sa zmeny formálneho charakteru v rámci zadaní prípadových štúdií, ale aj v samom procese zberu, vyhodnocovania a feedback-u.

V rámci plánov do budúcnosti bude X-Culture dostupné nielen v angličtine, ale aj v iných jazykoch (španielskom pre Latinskú Ameriku a Španielsko, francúzskom pre krajiny hovoriace po francúzsky). Rozmýšľame o pridanie inej ako obchodnej línie, keďže väčšina zapojených študentov sú študentmi študijných programov obchodného zamerania, prípadové štúdie simulujú dané prostredie. Avšak medzinárodnú spoluprácu potrebujeme aj v iných oblastiach, napríklad v umení, strojárstve, prírodopise, či v spoločenských vedách. Skúmame možnosti, ktoré by nám dovolili zapojiť do programu čo najviac študentov neekonomických odborov s úlohami prispôbenými ich odboru štúdia. Chceli by sme rozšíriť spoluprácu s reálnymi fungujúcimi spoločnosťami. Od začiatku máme len pozitívne skúsenosti so spoluprácou s obchodnými partnermi, z daného vzťahu neprofitujú len podniky, ktoré dostávajú od vynikajúcich študentov nielen zaujímavé nápady a myšlienky, ale zapojenie skutočných firiem a riešenie skutočných obchodných výziev robí program praktickejším a užitočnejším pre študentov. V spolupráci s reálnou spoločnosťou majú študenti možnosť zapôsobiť na „svojich zákazníkov“, ktorí im môžu ponúknuť stáž alebo zamestnanie na plný úväzok. Chceme venovať väčšiu pozornosť finančným zdrojom a hľadaniu sponzorov. Na určitej úrovni je čas, ktorý projektu venujú dobrovoľníci, nepostačujúci na úspešné fungovanie programu. V duchu otvorenej spolupráce experimentujeme s obrovskou databázou sprístupnenou verejnosti; vedcov z rôznych oblastí vedieme k tomu, aby využívali naše údaje v rámci svojich výskumov. Kým vo vedeckých kruhoch je tradične bežnou praxou prísna ochrana údajov, veríme, že otvorené zdieľanie údajov a spolupráca podporí zdieľanie znalostí a bude slúžiť všetkým.

Literatúra

- [1] ALON, I. 2003. Experiential learning in international business via the World Wide Web. In: *Journal of Teaching in International Business*. Vol. 14 (2-3), p. 79 – 98. ISSN 0897-5930.
- [2] CANTOR, J. A. 1997. Experiential Learning in Higher Education: Linking Classroom and Community. ERIC Digest. ERIC Identifier: ED404948.
- [3] COOPER, S. – BOTTOMLEY, C. – GORDON, J. 2004. Stepping out of the classroom and up the ladder of learning: An experiential learning approach to entrepreneurship education. *Industry and Higher Education*, 18(1), 11-22. DOI: 10.5367/000000004773040924. ISSN 0950-4222.

- [4] GONZALEZ-PEREZ, M. A. – CATHRO, V. – CAPRAR, D. V. – TARAS, V. 2014. Virtual Teams and International Business Teaching and Learning: The Case of the Global Enterprise Experience (GEE). In: *Journal of Teaching in International Business*. [In Press] ISSN 0897-5930.
- [5] GOSEN, J. – WASHBUSH, J. 2004. A review of scholarship on assessing experiential learning effectiveness. In: *Simulation & Gaming*. Vol. 35(2), p. 270 – 293. Online ISSN 1552-826X.
- [6] GREMLER, D. D. – HOFFMAN, K. D. – KEAVENEY, S. M. – WRIGHT, L. K. 2000. Experiential learning exercises in services marketing courses. In: *Journal of Marketing Education*. Vol. 22(1), p. 35 – 44. ISSN 1552-6550.
- [7] HAWTREY, K. 2007. Using experiential learning techniques. In: *The Journal of Economic Education*. Vol. 38 (2), p. 143 – 152.
- [8] HERZ, B. – MERZ, W. 1998. Experiential learning and the effectiveness of economic simulation games. In: *Simulation & Gaming*. Vol: 29(2), p. 238 – 250. Online ISSN 1552-826X.
- [9] HIGHHOUSE, S. 2002 A history of the T-group and its early applications in management development. In: *Group Dynamics: Theory, Research and Practice*. Vol. 6(4), p. 277 – 290.
- [10] JANAVARS, B. J. – GOMES, E. 2012. Global Business Research and Strategic Planning Tools. In: *Journal of International Business and Economy*. Vol. 8(1), p. 59 – 70. ISSN 1527-8603.
- [11] JOY, S. – KOLB, D. A. 2009 Are there cultural differences in learning styles? In: *International Journal of Intercultural Relations*. Vol. 33(1), p. 65 – 89. ISSN 0147-1767.
- [12] KOLB, D. A. 1984. *Experiential learning: Experience as the source of learning and development* (Vol. 1): Prentice-Hall Englewood Cliffs, NJ.
- [13] KOLB, A. Y. – KOLB, D. A. 2009. Experiential learning theory: A dynamic, holistic approach to management learning, education and development. In: *Armstrong, S.J. & Fukami, C.V. 2009. The SAGE Handbook of Management Learning, Education and Development*.
- [14] KOLB, D. A. – BOYATZIS, R. E. – MAINEMELIS, C. 2001. *Experiential learning theory: Previous research and new directions. Perspectives on thinking, learning, and cognitive styles, 1*, p. 227 – 247. Dostupné na internete: <http://psycnet.apa.org/record/2001-16270-009>

- [15] KRBEČ, D. – CURRIE, D. M. 2010. Advantages of experiential learning in development of international economics and business study programs. Izlazi u Samo Elektroničkom Izdanju. Economic Research-Ekonomska Istraživanja. ISSN 1331-677X.
- [16] SAUNDERS, P. M. 1997. Experiential learning, cases, and simulations in business communication. In: *Business Communication Quarterly*. Vol. 60(1), p. 97 – 114. ISSN 2329-4922. Dostupné na : <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/108056999706000108>.
- [17] TARAS, V. – CAPRAR, D. V. – ROTTIG, D. – SARALA, R. M. – ZAKARIA, N. – ZHAO, F. – MINOR, M. S. 2013. A global classroom? Evaluating the effectiveness of global virtual collaboration as a teaching tool in management education. In: *Academy of Management Learning & Education*. Vol. 12 (3), p. 414 – 435. ISSN 1537-260X.
- [18] THAVIKULWAT, P. 2007. Demonstration of a Computer-Assisted Global Business Simulation. In: *Developments in Business Simulation and Experiential Learning*. Vol. 34, pp. 111 – 112.
- [19] THAVIKULWAT, P. – CHANG, J. 2007. Applying .NET Remoting to a Business Simulation. In: *Developments in Business Simulations and Experiential Learning*. Vol. 34, pp. 113 – 118.