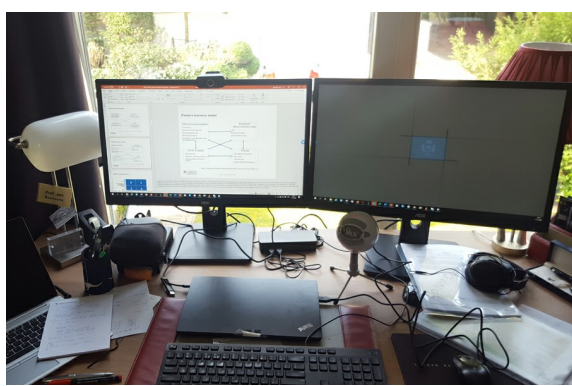


Accountingonderwijs via Zoom

Sinds afgelopen maand doceren we via Zoom. Hoe gaat het werken? Ook case-based colleges kunnen goed online, zo blijkt.

Jan Bouwens

In maart werd het duidelijk: onze collegezalen blijven voor geruime tijd onbevolkt. Mijn teleurstelling was groot, omdat ik nu juist in blok 5 met mijn collega's een pilot ging houden, waarin we een honderd jaar oud onderwijsmodel van Harvard Business School wilden uitproberen op onze accountingstudenten. Mijn collega didactiek Annemarie Zand Scholten schreef me echter dat ik vooral het college moest laten doorgaan op de manier die me voor ogen stond. Het enige verschil is dat het over het web moet worden uitgevoerd. Ik heb me laten overtuigen en ben met collega Ana Mickovic en student-assistent Bernat Just Barco aan het werk gegaan.



We volgden de oorspronkelijke opzet van het vak management accounting en schreven *papers* waarin de theorie van een week is vervat. Daarnaast hebben we voor elke week een of twee video's opgenomen, waarin Ana en ik de theorie voorstellen en we de moeilijke delen uit de theorie verder toelichten. Voor zover er vragen zijn kunnen studenten in groepen inschrijven voor een tutorial bij Bernat.

'Geen vraag, geen toegang tot de tutorial!'

Deze inschrijving is geldig op voorwaarde dat de student een concrete vraag stelt. Geen vraag, geen toegang tot de tutorial! Studenten blijken van deze mogelijkheid in grote meerderheid gebruik te maken. Zij stellen zeer gerichte vragen, waaruit blijkt dat zij het onderwerp zeer serieus nemen. Sommige vragen worden aan Ana en mij doorgespeeld.

Case study

De eerste week stelden we het gebruik van Cost-Volume-Profit-analysis (CVP-analysis) centraal. Dit is een belangrijk onderwerp voor elke onderneming. Een recent (fraude)geval van de Chinese koffie detailhandelaar Luckin Coffee, die daar onvoldoende over nadacht, geeft aan dat het nadenken over (toekomstige) winstgevendheid centraal staat in de vraag of een startup lukt of niet. The Economist wijdde het openingsartikel aan dit probleem, waarin werd gesteld dat de kans dat met een IPO de gepleegde investeringen ooit zouden worden terugverdiend voor de meeste startups klein was. Dit probleem staat los van de Covid-19 crisis, maar wordt in verband gebracht met de kostenstructuur die tot nog toe onvoldoende wordt doorgrond. Hier beginnen we dan ook het college mee: waarom is kennis over dit onderwerp belangrijk. Nadat studenten de theorie tot zich hebben genomen, werken ze in groepjes van vier aan een *case study*.

In de case moesten studenten voor het bedrijf Pandora Radio (een dienst waarmee gebruikers op basis van hun voorkeuren muziek krijgen afgespeeld zonder dat ze zelf nummers kunnen kiezen) kijken hoe bestaande omzet- en kostenbepalende factoren op elkaar inwerken en hoe hierop zodanig kan worden gestuurd dat het bedrijf winstgevend gemaakt kan worden. Na de voorbereiding komen de studenten de virtuele klas binnen en moeten dan zelfstandig presteren. Dat houdt in dat de student gerichte vragen over de case weet te beantwoorden. Deze vragen kunnen worden gesteld door de docent (*cold calls*) of door collega-studenten.

Cold calls

De eerste vraag: "Rosanna, vertel eens welk probleem in de case wordt behandeld." Genoemde studente moest ten

overstaan van zeventig collega-studenten vertellen wat het probleem is. In dit geval komen eigenaar en ceo teleurgesteld uit een meeting met een beoogd investeerder. Het probleem dat student Rosanna moet beschrijven is dat zij niet in staat waren het businessmodel goed uit te leggen. Hier begint dan een reis van 90 minuten langs het businessmodel. Wie is de klant: de gebruiker van de radio of de adverteerders op de radio? Welke middelen zet Pandora in om zich te onderscheiden? Hoe is Pandora gefinancierd? Hoe wordt winst gemaakt? Etc..

'Hier begint dan een reis van 90 minuten langs het businessmodel.'

Studenten worden door mij en door medestudenten bevroegd, zodat we met die zeventig studenten het businessmodel laten ontstaan in de klas. Ik hoef maar weinig te doen. Het enige dat ik doe, is studenten erop wijzen uit welke dimensies het model bestaat. Studenten zijn zeer creatief in het aandragen van de krachten die in die dimensies en over de dimensies heen een rol spelen. Af en toe spreek ik een student aan om bij te dragen aan de discussie. Datzelfde doen we met de CVP-analyse. Opnieuw moeten studenten met bouwstenen komen en ik schrijf op wat ze aandragen. Meestal krijgen studenten een duwtje in de goede richting van medestudenten, soms geven Ana en ik enige richting met een *cold call* of een inhoudelijk correctie. Belangrijk is dat we de timing voor ogen houden: de opbouw van het business model en de CVP-analyse worden nadrukkelijk getimed, om te zorgen dat we alle elementen van de case bespreken en dus ook onze leerdoelen bereiken.

Vervolgens bespreken we mogelijke oplossingsrichtingen: hoe krijgen we Pandora Radio winstgevend? Na het stellen van deze vraag komen studenten met voorstellen die worden ondersteund, of die (beargumenteerd door medestudenten) worden weggestemd. Zonder dat ik heb hoeven ingrijpen stelden studenten de mogelijkheden die er waren aan de orde. Hier en daar heb ik nog wat suggesties gedaan over hoe we op basis van de theorie (is het verband tussen het aantal luisteraars van Pandora Radio en de verkoop van advertenties inderdaad lineair?) de analyse en de oplossing verder profiel kunnen geven. Studenten gingen er gretig op in: hoe ziet de functie er dan uit en hoe kunnen we hierop sturen?

Bijdragen

Uiteindelijk heeft zeventig procent van de studenten een of meer keren een bijdrage geleverd aan de discussie en hebben we alle beperkingen en mogelijkheden van de CVP-analyse besproken in de context van een bestaande onderneming. Ik moet er eerlijk bij zeggen dat veertig procent van hun uiteindelijke punt afhangt van die bijdragen. Deze worden opgeschreven en na elk college geven Ana en ik onafhankelijk van elkaar een punt voor de bijdrage.

Aan het einde van het college vatte ik de uitkomsten samen en voegde ik de *aftermath* toe: Welke keuzes maakte Pandora Radio uiteindelijk en hoe pakten die uit?

'De methode leent zich ook uitstekend om via internet te verzorgen.'

Het is een genot om op deze wijze college te geven en ik begrijp heel goed waarom deze aanpak al meer dan honderd jaar stand houdt. De methode leent zich ook uitstekend om via internet (in ons geval is dat met gebruik van Zoom) te verzorgen. Het kost wel extra arbeid; zo laat ik student-assistent Bernat bijhouden wat elke student inbrengt en wordt het klasmanagement door een tweede docent gevoerd. Die zorgt ervoor dat degenen die hun hand opsteken in Zoom ook aan het woord komen. Voor zeventig studenten heb ik dus drie mensen aan het werk. Ik heb de klas ook met veertig studenten gedaan en dat werkt beter in termen van *class-room management*.

Road map

De voorbereiding van de cases is voor de docent zwaarder dan wanneer deze voor de (fysieke) klas staat. Je moet ervoor zorgen dat je tot in de haarvaten (details) van de case bent doorgedrongen zodat je studenten kunt helpen. Dat had ook moeten als je in de fysieke klas stond, maar komt nu nog nauwer omdat je moet voorkomen dat er stiltes vallen. Ik spreek de case dan ook door met Ana voordat we de klas ingaan. In de voorbereiding stel je typisch vier doelen, zoals ik hiervoor beschreef, die de studenten met behulp van de theorie en gegevens uit de case moeten oplossen (wat is het probleem van Pandora, wat is het verdienmodel van Pandora, hoe ziet de CVP-analyse eruit en welke oplossingen hebben we voor Pandora?). Dat is je *road map* voor het college. Als docent geef je richting aan de caseklas en het mooiste dat je kan gebeuren is dat studenten de rest doen! Met een beetje sturing en af-en-toe een *cold call* lukt het altijd om je doelen te halen.

Mijn conclusie is dat ook *case-based teaching* uitstekend via internet kan verlopen. Je moet wel meer tijd dan met *face-to-face* onderwijs in de voorbereiding willen steken. En de *delivery* in de klas is arbeidsintensief met twee docenten op 40-70 studenten. Of dit het *face-to-face*-onderwijs gaat vervangen? Ik verwacht eerlijk gezegd dat er een herwaardering van onderwijs in de klas zal volgen na de coronacrisis!

Deel dit artikel



Jan Bouwens is hoogleraar accounting UvA en research fellow University of Cambridge.

GERELATEERD



NIEUWS | 21 juni 2022

Ondernemersorganisaties hameren op belang van coronaregels

Werkgevers moeten de basisregels rond corona weer in acht nemen, om het aantal virusbesmettingen onder controle te houden. Dat betekent bijvoorbeeld thuiswerken... →



NIEUWS | 17 juni 2022

Sterke stijging ziekteverzuim in mei

Werkgevers in het midden- en kleinbedrijf hebben vorige maand vaker personeel moeten missen dat ziek thuiszat. Ten opzichte van een jaar eerder waren er dertien... →



MASTERCLASS | 08 juni 2022

Masterclass voor docenten: passie voor beroep belangrijk voor accountantsvak

Zo'n dertig docenten uit het hele land kwamen op 19 mei 2022 bijeen op Hogeschool Windesheim in Zwolle, om te praten over ontwikkelingen in de maatschappij en het... →



NIEUWS | 07 juni 2022

SRA: Mkb heeft in tweede coronajaar goed gepresteerd

Het mkb heeft in 2021 financieel over de breedte goed gepresteerd, mede dankzij de coronasteun van de overheid. Niet alleen de omzet en de winst stegen, ook de vermogenspositie... →



NIEUWS | 02 juni 2022

CBS: aantal bedrijven met langdurige probleemschuld blijft klein

Het aantal bedrijven in Nederland met langdurige problematische schulden blijft klein ondanks de coronalockdowns van de afgelopen jaren. →
