

Hackathonin sitominen useiden kurssien kontekstiin

12.12.2024

Hackathonia voidaan hyödyntää myös opetusmenetelmänä (Toivonen, 2017). SeAMKin digitaalisen liiketoiminnan ja ohjelmoinnin opiskelijat toteuttivat Digital Business Labin kautta saadun toimeksiannon liittyen yrityksen sosiaalisen median sisältöjen tuottamiseen. Toimeksiannossa hyödynnettiin yrityksen olemassa olevaa dataa yhdessä erilaisten tekoälysovellusten kanssa.

Perinteisissä hackathoneissa mentoreilla on oma roolinsa tehtävää suorittavien ryhmien tukena. Heidän tehtäviinsä kuuluu mm. ryhmien auttaminen ja kannustaminen, uusien näkökulmien tarjoaminen, haastaminen kysymyksiä esittämällä sekä erilaisten ratkaisuvaihtoehtojen esittäminen (JAMK, 2023). Nämä varmasti kuuluvat myös opettajan rooliin hackathonissa, mutta tämän artikkeli käsittelee enemmän esiin nousevien teemojen sitomista opiskelijoiden aiempaan osaamiseen.

Ajoitus ja perussisällöt

Hackathon toteutettiin opiskelijoiden viimeisillä luennoilla AMK-opinnoissa ennen harjoittelua ja opinnäytetyötä. Tämän takia opettajan keskeiseksi tehtäväksi tuli sitoa hackathonissa keskusteltavia teemoja aiempien kursseihin. Vaikka hackathon oli lyhytkestoinen ja tarkasti rajattu kokonaisuus, yhtymäkohtia syntyi useisiin kursseihin, ilmeisimpänä projektimenetelmien kurssit. Jos näillä kursseilla painotetaan perinteisessä projektinhallinnassa suunnittelua ja ketterässä mukautumista, niin hackathonissa huomioi kiinnittyy nopeaan organisoitumiseen ja kokeilun mahdollisuuksiin.

Suuntaumassa digitaalisella markkinoinnilla ja sisällöntuotannolla on keskeinen rooli, joten tätä kautta

somesisältöjen tuottamisesta oli jo aiemmin muodostunut luonnollinen osa opiskelijoiden osaamista. Tämän lisäksi muista kursseista nousivat esiin esimerkiksi tietoturvan ja eettisen tekoälyn käytön näkökulmat. Erityisesti tätä käsiteltiin pohdittaessa automaation tasoa ja vaiheita, joissa henkilöstön on puututtava sisältöjen julkaisuun. Täydellinen automaatio on mahdollinen ja toki tehokkain tapa, mutta yrityksillä tuskin on uskallusta luopua markkinointiviestiensä kontrollista kokonaan, ja hyvä niin.

Markkinoinnin laajemmat käsitteet

Tutustuttaessa yrityksen materiaaleihin tarkemmin nousivat esiin yrityksen tuotteet ja palvelut, joiden kautta päästiin liiketoimintamallin näkökulmiin ja arvolupaukseen. Tämä asettaa omia rajoituksiaan yrityksen someviestinnälle. Toisaalta teksteissä painottui myös yrityksen pyrkimys asemoitua uudelleen arvoketjussa toimittamalla kokonaispalveluja tietyille asiakkuuksille. Laajemmat palvelut tarkoittavat siirtymää arvoketjussa lähemmäs verkoston loppuasiakasta ja toisaalta pyrkimystä tarjota laajempia kokonaisuuksia omille yritysasiakkaille. Myös nämä strategiset pyrkimykset muodostavat tärkeän markkinoinnillisen näkökulma. Strategiset teemat olivat toki opiskelijoille tuttuja, mutta niitä ei välttämättä hahmota hektisen tapahtuman keskellä ilman ohjausta.

Markkinoinnin pohtiminen sisältää toki myös asiakkaiden tunnistamisen. Aiemmilla kursseilla oli mallinnettu asiakaspolkuja ja keskusteltu asiakaspersoonista. Opettajan tehtävänä olikin tässä yhteydessä palauttaa mieliin keskustelua aiheesta ja sitoa tämäkin teema aiemmin opittuun. Kenet eri somekanavien kautta tavoitetaan? Miten asiakaspolku voisi jatkua tästä hankintoihin ja uudelleenhankintoihin, pidempään asiakassuhteeseen? Kriittisesti tarkasteltuna, onko tietyissä kanavissa mahdollisuus edes tavoittaa yrityksen kannalta olennaisia asiakasryhmiä?

Ripaus tekniikkaa

Vaikka tapahtumassa kuljettiin hyvin etäällä itse ohjelmoinnista, tarjosi hackathon mahdollisuuden nostaa esiin myös teknisiä teemoja ohjelmoinnin, integraatioiden ja automatisoinnin näkökulmista. Tapahtuman toisessa osiossa opiskelijoille esiteltiin työkalu, joka mahdollistaa erilaisten tietolähteiden yhdistämisen, kielimallien hyödyntämisen ja integraatiot eri somejärjestelmiin. Tämä mahdollisti keskustelun huomattavasti pidemmälle menevästä automaatioista.

Tarkastelun laajentaminen ja teknologian mahdollisuudet pakottivat opiskelijat pohtimaan automaation riskien ja hyötyjen tasapainoa. Samalla voitiin palauttaa mieliin niin tietoturvan, ohjelmoinnin, tietojohtamisen kuin myös raportoinnin kehittämisen teemoja. Pidemmälle viety automaatio ei aina välttämättä olekaan paras ratkaisu.

Miten tästä eteenpäin?

Kuten huomataan, vaikka hackathonissa kehitettävä ratkaisu voi olla teknisesti yksinkertainen, se saattaa liittyä huomattavasti suurempiin kokonaisuuksiin ja toimia kokoavana oppimistapahtumana, joka auttaa

soveltamaan useamman alan osaamista. Oppimiskokemuksena tapahtuma oli onnistunut ja opetti myös järjestäjäänsä huomioimaan jatkossa entistäkin tarkemmin projektien erilaiset yhteydet aiemmin opittuun.

SeAMK, Digital Business Lab ja digitaalisen liiketoiminnan suuntauma tulee jatkossakin toteuttamaan tekoälyyn liittyviä Hackathon-tapahtumia. Jos yrityksesi haluaa mukaan toimeksiantajana, niin voit olla yhteydessä tämän artikkelin kirjoittajaan.

Mikko Kulmala
lehtori
Seinäjoen ammattikorkeakoulu

Kirjoittaja on digitaalisen liiketoiminnan lehtori ja laskentatoimen väitöskirjatutkija, jonka tutkimuksellisina kiinnostuksen aiheita ovat digitalisaatio, tekoäly ja yrityskaupat.

Lähteet

JAMK. (2023). *BioBoosters Hackathon: Mentorointiperiaatteet*. JAMK University of Applied Sciences. https://www.jamk.fi/sites/default/files/2023-12/BioBoosters_Hackathon_mentorointiperiaatteet.pdf

Toivonen, S. (2017, September 25). *Opettaja, kokeilisitko hackathonia opetuksessa?* Sanoma Pro. https://www.sanomapro.fi/opettaja-kokeilisitko-hackathonia-opetuksessa/