

De HBS case studies

Paul Ingenbleek



Cases

- Concept:
 - Hutten Catering

- In voorbereiding:
 - Vegetarische slager
 - Sojagnon (soja cooperatie, Bénin)

- Alle cases hebben
 - een relatie met veranderende consumptiepatronen en/of eiwittransitie
 - Een “change maker” als hoofdpersoon



Hutten Catering

- In conceptversie
- Web sources toevoegen
- Eventueel aanpassingen die inbeddingsmogelijkheden vergroten
- Daarna:
 - Eindversie ter goedkeuring naar Hutten
 - Aanbieding ter publicatie (open access)
 - Word document voor verder gebruik/aanpassing in eigen onderwijscontext



Vanmiddag

- Hoe de cases te gebruiken in de lesomgeving?
- Harvard case study method
- Hutten case
 - In learning teams
 - Plenair
- Conclusies/implicaties voor afronding van de cases



Kenmerken Harvard Business Cases

- Protagonist waar studenten zich mee kunnen identificeren
- Duidelijke beslissing (als “cliffhanger”)
- Ruimte voor analyse
- Impliciete links naar theorie / methoden (b.v. zoals gepresenteerd in colleges)
- Geen eenvoudige oplossing (onzekerheid, VUCA)
- Stimuleert discussie / openstaan of veranderen van mening

- <https://www.youtube.com/watch?v=wudRjI1TQoI>



Het case process

- Voorbereiding
 - Twee maal lezen
 - Aantekeningen
- Groepsdiscussie
 - In learning teams, “warming-up” voor de les
- Plenair
 - Leren van elkaars visie op de case staat centraal
 - Deelnemers zijn 85% van de tijd aan het woord



Aandacht...

- Time pressure
 - Hoge informatie dichtheid
 - Vereist concentratie, analyse en/of creatieve connecties met eigen ervaringswereld
 - Dwingt tot nemen van concrete beslissing/positie
- Peer pressure
 - Verwachtingspatroon waarin iedereen voorbereid is en met een originele invalshoek komt
- Competitie
 - Cijfers voor aantal en kwaliteit van de opmerkingen
 - Prijs voor beste oplossing/presentatie



Lesplan

1. Doelstellingen

2. Discussie velden

- 3-5 onderwerpen in 1,5 uur
- Breed of diep?

3. Lijst van vragen

- Openingsvraag
- Start en follow-up
- Transitie tussen onderwerpen

4. Call list

- Achtergrond/ervaring



Lesplan (vervolg)

5. Bordplan

- Vooral headings/categoriën zijn belangrijk

6. Afronding

- Reflecteer op thema's en relaties
- Benadruk belangrijke opmerkingen van studenten
- Links met eerdere cases
- Vertel wat de protagonist uiteindelijk deed



Begin van de les

- Inleidende opmerkingen
 - Zet de toon en het energieniveau
- Opener
 - 10 – 15 minuten om de situatie te schetsen in de case
 - Cold call, warm call, volunteer
 - Op basis van ervaring of willekeurig
- Openingsvraag:
 - Wat zou jij doen? (beslissing)
 - Hoe beoordeel je ...? / Welk cijfer zou je dit bedrijf geven? (evaluatie)
 - Welke thema's zou je willen bespreken? (inventarisatie)



Verbreden van de discussie

- Steun aan de opener
- Andere invalshoeken

- “Ja en ...” versus “Nee want...”

- Transitie naar ander onderwerp



Managen van de discussie

- Belangrijke onderwerpen / spanningsvelden
- Verwarrende punten
 - “Dit is hoe ik het begreep”
 - van daaruit verder
- Punten met risico om af te dwalen



Conditities

■ “Contract”

- Preparation (voorbereiding)
- Presence (aanwezigheid, lichamelijk en geestelijk)
- Promptness (tijdig inhaken)
- Participation (mee doen)

■ Lesomgeving

- Respectvol en veilig
- Uitwisseling van ideeën stimuleren
- Bouwen op vs. neerhalen van ideeën van anderen
- Carré opstelling met naambordjes



Terug naar de Hutten case

- Zie ook: “Inside the HBS case study method”
<https://www.youtube.com/watch?v=eA5R41F7d9Q>

“Fun is one of the most under-rated elements of case studies”

- Maar hoe gaan we zelf de Hutten case gebruiken?



Bedankt voor uw aandacht!

Paul.Ingenbleek@wur.nl



WAGENINGEN UNIVERSITY
WAGENINGEN UR