

Кейс - метод обучения студентов

Кейс - метод обучения зародился в Гарвардской школе бизнеса в начале 20-го века. В 1920 г. после издания сборника кейсов, деканом Wallace B. Donham был осуществлен перевод всей системы обучения менеджменту в Гарвардской школе на методику CASE STUDY (обучение на основе реальных ситуаций). В последнее время кейс - методы обучения нашли широкое, распространение в медицине, юриспруденции, математике, культурологии и политологии. В России кейс - технологии больше известны разработчикам информационных систем и баз данных, чем педагогам и методистам [1].

Остановимся на особенностях кейс - метода обучения экономике, его дидактических возможностях и перспективах для системы бизнес образования.

Итак, обратимся к методологическому определению кейс (от английского CASE) и кейс-метода обучения.

Ниже приведены несколько определений кейса.

Кейс - это описание реальной ситуации. Кейс - это «кусочек» реальной жизни (в английской терминологии TRUE LIFE). Кейс - это события, реально произошедшие в той или иной сфере деятельности и описанные авторами для того, чтобы спровоцировать дискуссию в учебной аудитории, «сподвигнуть» студентов к обсуждению и анализу ситуации, и принятию решения. Кейс - это «моментальный снимок реальности», «фотография действительности».

Кейс - не просто правдивое описание событий, а единый информационный комплекс, позволяющий понять ситуацию. Грамотно изготовленный кейс провоцирует дискуссию, привязывая студентов к реальным фактам, позволяет промоделировать реальную проблему, с которой в дальнейшем придется столкнуться на практике. Кроме того, кейсы развивают аналитические, исследовательские, коммуникативные навыки, вырабатывают умения анализировать ситуацию, планировать стратегию и принимать управленческие решения. Хороший кейс должен удовлетворять следующим требованиям:

- соответствовать четко поставленной цели создания иметь

соответствующий уровень трудности

- иллюстрировать несколько аспектов реальной жизни
- не устаревать слишком быстро
- иметь национальную окраску
- иллюстрировать типичные ситуации
- развивать аналитическое мышление
- провоцировать дискуссию.

Можно выделить 5 этапов специфицирующих создание нового кейс среди них: поиск источника кейса, сбор данных для кейса, макетирование содержания кейса, апробация кейса в аудитории, жизненный цикл кейса.

Некоторые авторы, [3-4] выделяют кейсы «полевые» (основанные на фактах из реальной жизни, объектом является фирма) и «кабинетные» (источники носят формальный характер, а кейс готовится за рабочим столом преподавателя) (рис. 1). По объему информации в них и длине кейсы делятся на «Американские» (длинные) и «западно-европейские» (короткие).

В зависимости от цели обучения в области управления выделяют различные типы кейсов по содержанию и организации представленного материала (рис. 2):

- > Кейсы по анализу и оценке ситуации
- > Кейсы, обучающие решению проблемы и принятию решений
- > Кейсы, иллюстрирующие проблему, концепцию или решение в целом.

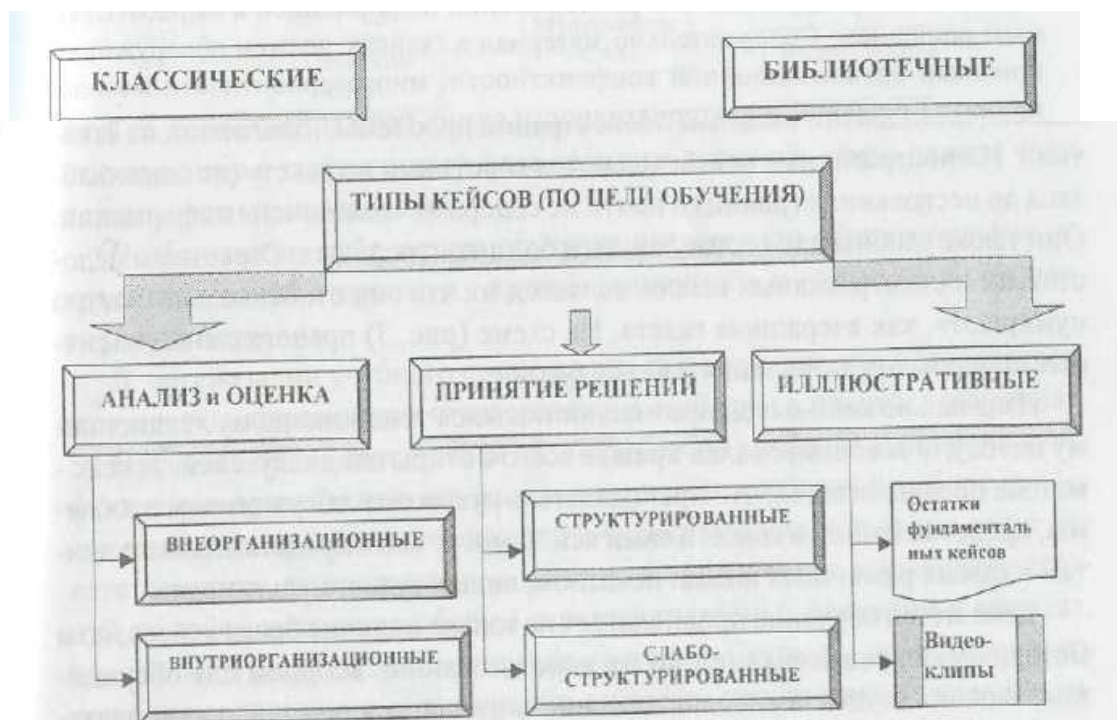


Рис. 2

Внеорганизационные кейсы преимущественно имеют дело с анализом и уяснением состояния окружения деловой организации, ее внешней среды. Поэтому в таких кейсах подробно описываются проблемы вокруг организации (экология, законы, реформы и т.п.); их легко отличить от других кейсов в связи с отсутствием глубоких материалов о самой организации. Источниками кейса являются «библиотечные» материалы из газет, журналов и отчетов. Во **внутриорганизационных** кейсах упор делается на факты и события внутри деловой организации. Такие кейсы используются в курсах по организационно-управленческим проблемам и по «человеческим» отношениям. Очень популярными являются кейсы, обучающие решению проблем и принятию решений. Прежде всего, такие кейсы предусматривают, что решение должно быть сделано на основе недостаточной или избыточной информации, фактов, данных и событий, описанных в кейсах. Тем самым обучающиеся ближе всего подводятся к реальности, учатся строить «отношения» между имеющейся в распоряжении и информацией и вырабатываемым решением. Содержательно материал в кейсах должен обнаруживать признаки организационной конфликтности, многовариантности методов принятия решений и альтернативности самих- решений, субъективности и ролевого поведения, динамики событий и возможности реализации предложенного решения.

Наиболее распространенными в Российской школе являются «иллюстративные» кейсы. Именно с них начинали использовать кейсы многие преподаватели бизнес-дисциплин. Причина в том, что их легко найти в прессе среди газетных и журнальных статей и книжных эпизодов. Широкое распространение сегодня получили «видеоклипы из учебных и даже художественных фильмов. На занятиях такие кейсы часто выступают в форме «in-basket», инцидента и вводных иллюстраций проблемы, излагаемых на занятии. Иллюстративные кейсы являются короткими по тексту (от одного абзаца до нескольких страниц) и почти не содержат «излишней» информации. Они также удобны для тестов, мини- и блиц-контрольных. Серьезным недостатком иллюстративных кейсов является то, "что они относительно быстро «умирают»,

как вчерашняя газета. На схеме (рис. 3) представлены различные способы представления кейс-ситуации.

Изначально кейс-метод противопоставлялся традиционному лекционному методу, и ассоциировался прежде всего с открытой дискуссией. В кейс -методе предполагается, что преподаватель руководит обсуждением проблемы, представленной в кейсе, а сами кейсы могут быть представлены студентам в самых различных видах: печатном, видео, аудио, мультимедиа.

Кейс метод обучение предполагает не только наличие банка кейсов, но и методические рекомендации по их использованию, вопросы для обсуждения, задания студентам, дидактические материалы в помощь преподавателю.



Кейс - метод позволяет установить оптимальное сочетание теоретического обучения и практических навыков. В процессе дискуссии, вызванной преподавателем в учебной аудитории, идет параллельное развитие студента и рассматриваемой ситуации. Умение вести дискуссию, деликатно направлять ее, терпеливо задавать наводящие вопросы, бросать вызов группе и вести студентов к завершающей фазе принятия решений - очень важная часть деятельности

преподавателя.

Особенностью кейс метода обучения является его образовательная открытость с одной стороны, а с другой, замкнутость и жесткость в результативности обучения.

В организации учебного процесса это связано с тем, что преподаватель и студент одновременно и ответственны и свободны в процессе обучения.

Преподаватель ответственен за сбор и отбор учебного материала, и эффективную организацию его использования. Он свободен в выборе наиболее подходящих кейсов из множества существующих. Студенты несут ответственность за подготовку к занятию и эффективное выполнение заданий по кейсу, хотя они свободны в разрабатываемых решениях и выводах, сделанных в результате анализа кейс-ситуации. Студенты могут принимать ошибочные решения, поскольку кейс-ситуации проистекает в учебной аудитории. Хотя как будущие экономисты, менеджеры они должны осознавать меру ответственности за неправильно принятое решение в реальной жизни.

Кейсы могут использоваться на разных стадиях обучения: в процессе представления нового материала и в процессе контроля. На схеме (рис. 4) представлены возможные направления использования кейсов в учебном процессе.

Направления использования CASE?



Рис. 4. Навыки, развиваемые при использовании кейс - метода

Преимущества метода:

позволяет демонстрировать академическую теорию с точки зрения реальных событий

- позволяет заинтересовать студентов в изучении конкретного предмета, в контексте других предметов и явлений

- способствует активному усвоению знаний и навыков сбора, обработки и анализа информации

- Аналитические навыки (умение отличать данные от информации, классифицировать, выделять существенную и несущественную информацию, анализировать, представлять ее, находить пропуски информации и уметь восстанавливать их).

- Практические навыки.(использования на практике академических теории, методов и принципов).

- Творческие навыки (одной логикой, как правило, кейс - ситуацию не решить. Очень важны творческие навыки в генерации альтернативных решений, которые нельзя найти логическим путем).

- Коммуникативные навыки (умение вести дискуссию, убеждать окружающих. Использовать наглядный материал и другие медиа- средства, кооперироваться в группы, защищать собственную точку зрения, убеждать оппонентов, составлять краткий, убедительный отчет)

- Социальные навыки (в ходе обсуждения CASE вырабатываются определенные социальные навыки: оценка поведения людей, умение слушать, поддерживать в дискуссии или аргументировать противоположное мнение и т.д.)

- Самоанализ (несогласие в дискуссии способствует осознанию и анализу мнения других и своего собственного. Возникающие моральные и этические проблемы требуют формирования социальных навыков их решения.

Кейсы могут использоваться на разных стадиях обучения [6]:

- В процессе обучения
- В процессе контроля

Многие российские преподаватели экономики наверняка в своей жизни использовали кейсы, при демонстрации проявлений теоретических закономерностей в реальной практике, но вряд ли кто-то использовал методику CASE STUDY. Следует огорчить тех, кому-то покажется, что любую задачу можно назвать кейсом. Поскольку учебный материал, написанный на основе обобщенного опыта или вымышленной управленческой ситуации, проблемная задачка, похожая на действительность никак не является кейсом в традиционном, классическом представлении этого понятия.

Опыт использования кейс-метода в обучении студентов

Автором статьи после прохождения стажировки по программе TACIS и знакомства с особенностями метода CASE STUDY, был разработан и опробован курс в педагогическом университете г. Красноярска, рассчитанный на подготовку будущих преподавателей экономики.

Особенность курса заключалась в интегративности и междисциплинарных связях информационных и экономических дисциплин. Целью данного курса было достижение компетентности в курсе информационных технологий и бизнес дисциплин за счет введения соответствующих содержательно-методических

аспектов и использования активных методов обучения [5].

Результатом проведения спецкурса была разработка и апробация нескольких кейсов по тематике региональных и российских компаний. Среди них следующие:

1. Конкуренция на печатном рынке рекламы автотоваров (на основе газет «АВТОСТОП», «АВТОДОР», «КОМОК» и WEB-сайтов данных изданий)
2. Формы организации бизнеса (на примере корпорации «СИБЧЕЛЕНДЖ»)
3. Маркетинговая деятельность фирмы в условиях рынка (на примере компании «ЛУКОЙЛ»)
4. Ценовая политика авиакомпаний (на примере компании «KrasAir»)
5. Сегментация нефтяного рынка России (на примерах ведущих российских нефтяных компаний)

Среди описанных кейсов можно выделить различные типы в зависимости от организации представленного в них материала и дидактических целей использования:

- Кейсы, обучающие анализу и оценке (1,3)
- Кейсы, обучающие решению проблем и принятию решений (1,4)
- Кейсы, иллюстрирующие проблему, решение или концепцию в целом (2,5,6)

На наш взгляд, основной особенностью кейс-метода является развитие творческих и коммуникативных навыков будущих экономистов, бизнесменов, менеджеров; обучение их анализу внутренних и внешних условий, оценки альтернатив, и тренировке принятия решений. В настоящий момент автор готовит сетевую версию WEB -сайта, посвященного теоретическим и практическим проблемам кейс-метода обучения, приглашает к сотрудничеству всех заинтересованных преподавателей экономики и менеджмента.

Данный сайт проходит апробацию в локальной сети КГУ. Используется в учебном процессе во время проведения спецкурса. В начале курса студенты, работая с материалами, выставленными на сайте в локальной сети Intranet, знакомятся с теоретическими вопросами CASE STUDY. В практической части

курса студенты работают с готовыми кейсами, разработанными автором и представленном на сайте, а также используя ссылки на Интернет ресурсы по кейс - технологиям. Кроме того, студенты сами активно включаются в процесс создания собственных учебных кейсов, используя накопленный опыт, различные информационные источники, сведения о местных фирмах и предприятиях, в местной и центральной печати, Web-сайтах и непосредственно информацию. Готовят презентации, формулируют вопросы и задания, проводят пробную дискуссию.

Такая методика постановки спецкурса позволяет не только освоить технологию метода CASE STUDY, но и получить дополнительные навыки Интернет коммуникаций, использования сетевых образовательных ресурсов.

Одной из главных целей помещения сайта в сеть Интернет является развитие системы дистанционного образования региона. Обязательным элементом структуры сайта является возможность сбора материалов сайта для изучения их в режиме off-line, а также дальнейшего их использования в печатном виде. Опрос посетителей сайта позволит узнать как позитивные, так и негативные моменты в использовании данной методики на базе школ и вузов Красноярска и других городов страны. Полученная информация будет использована для корректировки методики.

ЛИТЕРАТУРА

1. Рейнгольд Л.В. За пределами CASE - технологий, Компьютера, №13-15, 2000г.
2. Derek Abell, What Makes a Good Case?, - ECCH AUTUMN/FALL 1997,
3. Практикум по курсу «Менеджмент» / под. Ред. А.И. Наумова., - М.: Гардарики, 1998 г.
4. Михайлова Е. И. Кейс и кейс-метод: общие понятия. / Маркетинг, №1, 1999г.
5. Смолянинова О.Г. Информационные технологии и методика Case Study в профессиональном обучении студентов педагогического вуза: Труды II Всероссийской научно-методической конференции «Образование XXI века:

инновационные технологии диагностика и управление в целях информатизации и гуманизации», Красноярск, май 2000 г.

6. Смолянинова О.Г. Инновационные технологии обучения студентов на основе метода Case Study: М. - сборник «Инновации в российском образовании», ВПО, 2000г.