

УДК 335237

КЕЙСОВЫЙ МЕТОД И ЕГО ПРИОРИТЕТЫ В ФОРМИРОВАНИИ ЛИЧНОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫХ ИННОВАЦИОННЫХ ПОДХОДОВ В ОБУЧЕНИИ

Т.Н. Байбардина, А.Я. Якимик

*УО «Белорусский торгово-экономический университет
потребительской кооперации», г. Гомель, РБ*

В настоящее время происходит бурное развитие инновационных технологий и методов обучения, которое основывается на использовании современных достижений в области педагогики, психологии и информационных технологий. Особое место при изучении медицины, юриспруденции, экономики, маркетинга, менеджмента отводится кейс-методу, который занимает центральное место между традиционными методами обучения и инновационными методами, ориентированными на активное вовлечение в учебный процесс.

С наступлением XXI века определился и новый этап развития потребностей общества. Информационный бум, формирование рыночных отношений в мире труда, сложные экономические условия требуют подготовки человека к активному самостоятельному решению многих жизненных вопросов, в том числе к подготовке для будущего трудоустройства, к формированию способности самостоятельно ориентироваться в мире информации, быстро восполнять пробелы в знаниях. В центре внимания такой подготовки должна находиться личность, а в центре внимания педагогической науки — создание личностно ориентированных технологий обучения.

В коммюнике Берлинской конференции 2003 г. была подчеркнута важность процесса создания общеевропейского пространства высшего образования, при этом особое внимание уделяется развитию эффективных систем обеспечения качества образования. В последние десятилетия широкое распространение получили так называемые активные методы обучения, побуждающие обучающихся к самостоятельному добыванию знаний, активизирующие их познавательную деятельность, развивающие мышление, формирующие стойкие практические умения и навыки. Именно на решение этих задач направлены поисковые и творчески-воспроизводящие методы.

Кейсовый метод обучения является одним из эффективных средств развития и закрепления полученных знаний в области изучаемых учебных дисциплин, на основе которых будущий специалист принимает самостоятельные решения. Данный метод обучения начал применяться в начале XX в. в области права и медицины. Ведущая роль в распространении кейсового метода принадлежит гарвардской школе бизнеса. В период с 1909 по 1919 г. обучение проходило по системе, когда учеников-практиков просили изложить конкретную ситуацию (проблему), а затем дать анализ проблемы и соответствующие рекомендации. Первый сборник кейсов был издан в 1921 г. В 1926—1929 гг. кейсы начали использоваться практически во всех американских школах бизнеса.[2;с.26]

Наибольшее распространение кейс-метод получил в программах подготовки менеджеров, в том числе в программах MBA. По мнению экспертов, данный метод наиболее эффективен для развития профессиональных компетенций менеджеров - умение систематизации и анализа больших объемов разрозненной информации в ограниченное время, принятие решений в условиях риска и недостаточной информации.[3,с.3]

Многие курсы, которым обучают маркетологов и менеджеров, переложены на язык рассмотрения конкретных проблемных и бизнес-микроситуаций, что предоставляет уникальную возможность изучить сложные и значимые вопросы в обстановке тренинга,

а не в реальной жизни, с ее угрозами и неприятными последствиями, которые могут возникнуть в случае неправильного решения. Можно сказать, что кейс-метод – это деловая игра в миниатюре, так как он сочетает в себе профессиональную деятельность с игровой. Сущность данной технологии состоит в том, что учебный материал подается обучаемым в виде микропроблем, а знания приобретаются в результате их активной исследовательской и творческой деятельности по разработке решений. Кейс-метод позволяет установить оптимальное сочетание теоретического обучения и практических навыков, продемонстрировать академическую теорию с точки зрения реальных событий. Цель обучения с помощью кейс-метода заключается в формировании специалиста-человека, который правильно анализирует ситуацию, т.е. симптомы проблемы, выявляет возможные причины их появления, устанавливает истинную причину (ставит диагноз), анализирует возможные варианты решения выбирает оптимальный из них, приводит его в действие и параллельно осуществляет контроль.[2,с.27]

В целом кейсовый метод позволяет решать следующие задачи: применять верные решения в условиях неопределенности; разрабатывать алгоритм принятия решения; овладевать навыками исследования ситуаций; разрабатывать план действий, ориентированных на намеченный результат; применять полученные теоретические знания, в том числе при изучении других дисциплин, для решения практических задач.

По мнению экспертов, хороший кейс должен удовлетворять следующим требованиям:

- иллюстрировать типичные ситуации (проблемы) в бизнесе;
- содержать реальные и актуальные проблемы;
- кейс должен предоставлять возможность для исследования;
- предполагать несколько точек зрения;
- содержать контрасты и сравнения;
- обеспечивать формулировку адекватных решений проблем;
- содержать достаточно данных для идентификации и решения проблемы;
- соответствовать четко поставленной цели создания;
- провоцировать дискуссию;
- иметь соответствующий уровень трудности;
- развивать аналитическое мышление;
- иллюстрировать несколько аспектов экономической жизни и бизнеса;
- иметь национальную окраску;
- быть хорошо-структурирован и легким для чтения; иметь несколько решений.

В большинстве случаев не существует какого-то одного, единственно верного, решения при использовании кейс-метода в обучении. Чтобы как следует разобраться в ситуации, рассмотреть ее со всех сторон, необходимо уметь применять свои аналитические способности. Гибкость подхода к рассмотрению поставленных проблем, способность сосредотачиваться на настоящем и будущем, способность видеть изменения, происходящие как внутри смоделированной организации, так и вне ее и использовать творческий подход к работе являются непреложными требованиями к профессиональным качествам каждого участника кейса.

В свою очередь кейс-метод позволяет сформировать и развить следующие группы навыков:

- аналитические навыки (умение отличать данные от информации, классифицировать, выделять существенную и несущественную информацию, добывать, анализировать и представлять ее, находить пропуски информации и уметь восстанавливать их, мыслить ясно и логично);
- практические навыки (реальная ситуация всегда сложнее проблемы, представленной в кейсе, что в свою очередь способствует формированию на практике

навыков использования теоретических положений, принципов и методов экономической науки, менеджмента, маркетинга и т.д.);

- творческие навыки (для эффективного решения кейса крайне важны творческие навыки для генерации альтернативных решений, которые нельзя найти логическим путем);

- коммуникативные навыки (умение вести дискуссию, убеждать окружающих, использование наглядного материала и медиа-средств, кооперироваться в группы, защищать собственную точку зрения, убеждать оппонентов, составлять краткий и убедительный отчет);

- социальные навыки (оценка поведения людей, умение слушать, поддерживать дискуссию, аргументировать противоположное мнение, контролировать себя и т.д.);

- самоанализ (несогласие в дискуссии способствует осознанию и анализу мнения других и своего собственного, при этом возникающие моральные и этические проблемы требуют формирования соответствующих социальных навыков их решения).[3,с.10]

Кроме развития практических навыков и мышления, кейс-метод позволяет освоить командные методы и изучить правила ведения дискуссий проявить свои личностные качества, умение работать в группе. В процессе подбора кейса следует руководствоваться целями и задачами конкретной дисциплины и изучаемой темы, располагаемыми временными рамками, а также следующими классификационными признаками кейсов:

1. По количеству участников в их обсуждении: (Индивидуальный кейс: направлен на развитие индивидуальных аналитических навыков и умений по разработке альтернатив и принятию решений. Групповой кейс: предполагает групповую деятельность в процессе изучения, анализа и обсуждения проблемной ситуации, которая изложена в кейсе, а также выработку и обоснование способов решения.

2. По решаемым задачам: («Кейс предприятия»: в кейсе представляется характеристика предприятия и постановка задачи анализа ситуации по определенным параметрам и критериям. Как правило, в таких кейсах не требуется нахождение оптимального решения и разработки мероприятий по его реализации. «Кейс-ситуация»: приводится описание проблемной ситуации и необходимая информация о сотрудниках, предприятии, отрасли. Требуется найти оптимальное решение и способ его реализации.

3. Исходя из объема и структуры представляемой информации: (Мини-кейсы: практические ситуации, описывающие определенную бизнес-проблему в краткой форме (1-4 страницы). Комплексные кейсы: данный тип кейсов является достаточно объемным (от 15 страниц и более), содержат много подробной информации, первичных данных, суждений, образцов документов, причем, эта информация может быть избыточной и слабо структурированной.

4. По источникам исходной информации (Реальные кейсы: большинство кейсов разрабатываются на основе информации о реальных компаниях и событиях. "Вымышленные" кейсы: возможно использование и кейсов, описывающих определенную ситуацию в вымышленной компании. Однако следует помнить, что кейс основанный на вымышленных данных, как правило, не обеспечивает достаточного правдоподобия и конкретизации ситуации - в большинстве случаев этот вариант используется при разработке мини-кейсов). Хороший кейс, как правило, развивает навыки поиска нетривиальных подходов, поскольку не имеет единственно правильного решения. В реальном бизнесе всегда существует несколько путей решения проблемы. Однако стратегия использования кейса носит стандартизированный характер и предполагает: разбику группы на команды по 5-6 человек, при этом все должны проработать вопросы и задания и быть готовы к обсуждению кейса в аудитории. Поэтому кейс выдается предварительно минимум за неделю до проведения занятия. Каждая из команд должна представить письменное решение кейса, подтвержденное

(аргументированное)полным стратегическим анализом. Оценка выставляется команде, представившей письменное решение, за аргументацию решения с помощью методов стратегического анализа и за корректность их применения. Общая (командная) оценка по кейсу трансформируется в индивидуальную оценку с учетом оценки вклада каждого члена команды в разработку письменного решения кейса. Остальные представители группы получают оценку за активность в зависимости от их вклада в обсуждение кейса.

Конечной целью использования кейс-методов в учебном процессе является создание условий для становления и развития личности, обладающей необходимыми профессиональными качествами: умением критически осмысливать проблемы, принимать решения из ряда альтернатив и на основе творческого поиска, способностью к культурной и деловой коммуникации.

Список использованных источников

1. Ванькина И.В., Егоршин А.П., Кучеренко В.И. Маркетинг образования: учебное пособие. - М.: Университетская книга. Логос.- 2007.- 336с.
2. Парамонова Т.Н. Маркетинг: активные методы обучения: учебное пособие/ Т.Н. Парамонова, А.О. Блинов, Е.Н. Шереметьева, Г.В. Погодина.- М.: КНОРУС, 2007.- 416 с.
3. Алексеева Е. И. Использование кейс-метода в учебном процессе: методическое пособие/ Алексеева Е.И., Ли Чон Ку, Неправский А.А.- Гродно : ГГУ им. Янки Купалы, 2008 г.- 42 с.

УДК

**СОВРЕМЕННАЯ ИННОВАЦИОННО-ПРОМЫШЛЕННАЯ
ПОЛИТИКА: СУЩНОСТЬ, ЦЕЛЕВОЙ КРИТЕРИЙ,
УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ**

В.Ф. Байнев, О.В. Седлухо

*УО «Белорусский государственный университет»,
г. Минск, РБ*

Со времен промышленной революции XVIII века основу экономического, технико-технологического и, соответственно, военно-политического могущества стран мировой элиты составляет смена технологических укладов, подразумевающая непрерывное, масштабное, целенаправленное приведение технико-технологических и организационных способов производства и применяемых средств труда в соответствие передовому уровню развития науки и техники. Иными словами, на протяжении предыдущих столетий, в эпоху индустриализации главным условием глобальной конкурентоспособности являлась эффективная промышленная политика, поскольку именно промышленность, обеспечивающая прогрессивными средствами труда прочие отрасли и сферы деятельности, является «катализатором» инноваций в национальной экономике в целом. Сегодня в условиях формирования постиндустриальной, основанной на интеллекте и знаниях, инновационной экономики актуальна инновационно-промышленная политика, под которой следует понимать комплекс направлений деятельности государства по стимулированию инновационного процесса в промышленной сфере, включающий в себя соответствующие меры структурной, научно-технической, инновационной, инвестиционной деятельности и обеспечивающий создание благоприятной экономической среды в рамках бюджетной, монетарной, кредитно-денежной, налоговой, внешнеэкономической политики (см. журнал «Наука и