

МЕТОД CASE STUDY В ОБУЧЕНИИ СТУДЕНТОВ ЭКОНОМИКЕ

Метод Case Study наиболее широко используется в обучении экономике и бизнес-наукам за рубежом [1-3,8]. На ранней стадии своего возникновения этот метод широко применялся в курсах обучения аспирантов по программе MBA. Между тем, увеличение числа менеджеров, практикующих в использовании CASE-метода, привело к значительному повышению спроса на новые CASE, имеющие национальную окраску.

В последние годы в связи с образовательными реформами в российской высшей школе происходит поиск новых эффективных методик обучения студентов. На наш взгляд, использование методики CASE STUDY в обучении студентов экономических специальностей не только позволит улучшить понимание экономических законов, активизировать познавательный интерес к изучаемым курсам, но и будет способствовать развитию исследовательских, коммуникативных и творческих навыков принятия решений.

Познакомившись с данным методом во время стажировки по программе ТАСИС в Москве, Англии и Голландии, автор предлагает вашему вниманию размышления на тему дидактических возможностей данного метода и приводит способы использования CASE-метода в системе обучения студентов экономическим дисциплинам.

Кроме того, в работе рассмотрены различные формы представления CASE, выделены группы навыков, формируемых у студентов в процессе систематического использования технологий CASE STUDY.

Общая характеристика метода Case Study

В последнее время в российской школе широкое распространение получили активные методы обучения, среди них метод проектов, компьютерное моделирование, деловые игры и т.д. Наименее изучен и используется метод CASE STUDY, несмотря на то, что он очень популярен на западе и имеет более чем 20-летнюю историю. Возможно, это связано с двумя основными причинами:

- экономика начала серьезно изучаться в России в программах средней и высшей школы сравнительно недавно;
- доступ к различным информационным источникам (статистические данные, Internet и др.) был затруднен до недавнего времени, а имеющаяся информация порой не в полной мере отражала реальности экономической жизни.

Отличительная особенность этого метода - создание проблемной ситуации на основе фактов из реальной жизни. Метод CASE STUDY иллюстрирует реальную жизнь. Этот метод изучения экономики был предложен в Гарвардском университете в Америке и в последнее время нашел широкое распространение в изучении медицины, юриспруденции, математики и других наук. Он демонстрирует академическую экономическую теорию с точки зрения реальных событий, позволяет заинтересовать студентов изучением предмета, способствует активному усвоению знаний и навыков сбора, обработки и анализа информации, характеризующей различные экономические ситуации. Чтобы учебный процесс на основе CASE был эффективным, важны два момента: хороший CASE и определенная методика его использования в учебном процессе.

CASE не просто правдивое описание событий, а единый информационный комплекс, позволяющий понять ситуацию. Кроме того, он должен включать набор вопросов, подталкивающих к решению поставленной проблемы. Хороший CASE должен удовлетворять следующим требованиям:

- соответствовать четко поставленной цели создания;
- иметь соответствующий уровень трудности;
- иллюстрировать несколько аспектов экономической жизни;
- не устаревать слишком быстро;
- иметь национальную окраску;
- быть актуальным на сегодняшний день;
- иллюстрировать типичные ситуации в бизнесе;
- развивать аналитическое мышление;
- провоцировать дискуссию;
- иметь несколько решений.

Некоторые ученые [4-5] считают, что кейсы бывают "мертвые" и "живые". К "мертвым" кейсам можно отнести кейсы, в которых содержится вся необходимая для анализа информация. Чтобы "оживить" кейс, необходимо построить его так, чтобы спровоцировать учащихся на поиск дополнительной информации для анализа. Это позволяет кейсу развиваться и оставаться актуальным длительное время.

Формы представления CASE

CASE могут быть представлены в различной форме (рис.1), от нескольких предложений на одной странице до множества страниц. Однако следует помнить, что большие кейсы вызывают у студентов некоторые затруднения по сравнению с малыми, особенно при работе впервые. Кейс может содержать описание одного события в одной организации или историю развития многих организаций за многие годы.

Он может, включать известные академические модели или не соответствовать ни одной из них.

Нет определенного стандарта представления CASE. CASE, как правило, представляют в печатном виде (рис. 2), однако включение в текст фотографий, диаграмм, таблиц делает его более наглядным для студентов. В

последнее время все популярнее становятся мультимедиа-презентации. Однако фильм, видео- и аудио-презентации могут создавать некоторые проблемы. С печатной информацией легче работать и анализировать ее, чем информацию, представленную, например, в фильме. Ограниченные возможности многократного интерактивного просмотра

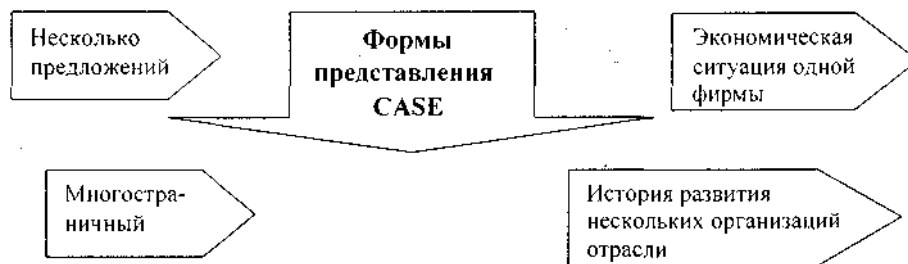


Рис. 1

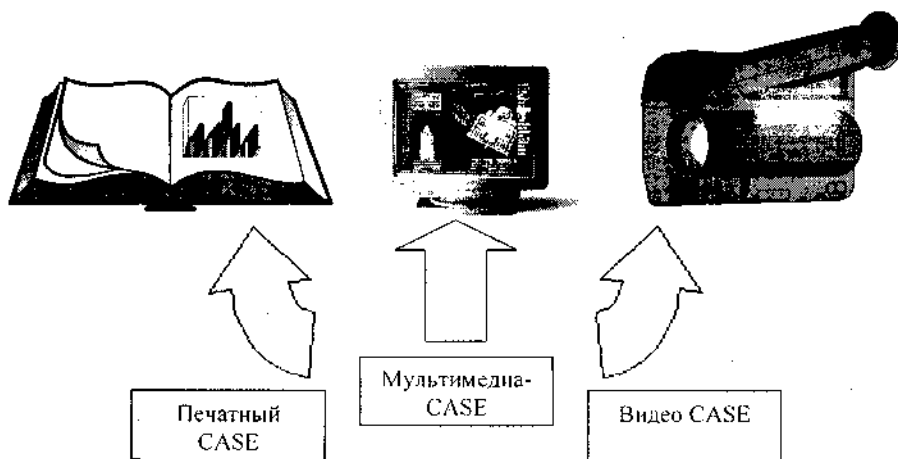


Рис. 2. Виды представления CASE.

могут привести к искажению информации и ошибкам. Возможности мультимедиа представления CASE позволяют избежать вышеназванных трудностей и сочетают в себе преимущества текстовой информации и интерактивного видео.

Отличие CASE от задач или упражнений

На первый взгляд, задача походит на CASE, в котором описана некоторая вымышленная ситуация, однако цели использования задач и CASE в обучении различны. Задачи обеспечивают материал, дающий студентам возможность изучения и применения отдельных теорий, методов и принципов. Обучение с помощью CASE помогают студентам приобрести широкий набор разнообразных навыков. Задачи имеют одно решение и один путь, приводящий к этому решению. CASE имеют много решений и множество альтернативных путей, приводящих к нему. Основная функция CASE-метода - учить студентов решать сложные неструктурированные проблемы, которые невозможно решить аналитическим способом.

Как создавать CASE STUDY

Можно выделить следующие основные этапы создания CASE.

1-й этап

Определить цель создания CASE, например обучение эффективным коммуникациям внутри предприятия. Для этого можно разработать CASE по конкретному хорошо известному предприятию, описав его коммуникации, используемые менеджерами для организации работы с персоналом внутри фирмы. Разработать вопросы и задания, которые позволят студентам освоить различные виды коммуникаций (совещания разного уровня, ежегодный отчет, внутрифирменная газета, объявления, брифинги и пр.).

2-й этап

Идентифицировать соответствующую цели конкретную реальную ситуацию или фирму (сектор экономики).

3-й этап

Провести предварительную работу по поиску источников информации для CASE. Можно использовать поиск по ключевым словам в Internet, анализ каталогов печатных изданий, журнальных статей, газетных

публикаций, статистических сводок.

4-й этап

Собрать информацию и данные для CASE, используя различные источники, включая контакты с фирмой.

5-й этап

Подготовить первичный вариант представления материала в CASE. Этот этап включает макетирование, компоновку материала, определение формы презентации (видео, печатная и т.д.)

6-й этап

Получить разрешение на публикацию CASE в том случае, если информация содержит данные по конкретной фирме.

7-й этап

Обсудить CASE, привлекая как можно более широкую аудиторию, и получить экспертную оценку коллег перед его апробацией. Результатом такой оценки может быть внесение необходимых изменений и улучшение CASE.

8-й этап

Подготовить методические рекомендации по использованию CASE. Разработать задания для студентов и возможные вопросы для ведения дискуссии и презентации CASE, описать предполагаемые действия учащихся и преподавателя в момент обсуждения CASE.

Весь процесс подготовки CASE основан на навыках и умениях работы с информационными технологиями, что позволяет актуализировать имеющиеся знания, активизирует научно-исследовательскую деятельность. Так, например, на этапе сбора информации используются различные источники, основанные на современных коммуникациях: телевидение, видео, компьютерные словари, энциклопедии или базы данных, доступные через системы коммуникации. Зачастую эти источники позволяют получить обширную и актуальную информацию. Следующий этап работы с информацией - это ее обработка, т.е. классификация и анализ множества имеющихся фактов для представления общей картины исследуемого явления или события. Для удобства работы с числовой информацией необходимо представление ее в виде таблиц, графиков и диаграмм. В этом случае электронные таблицы являются наиболее эффективным средством. Далее перед студентами встает вопрос о форме представления Case, в зависимости от которой можно использовать или средства создания электронных мультимедийных презентаций, или настольные издательские системы.

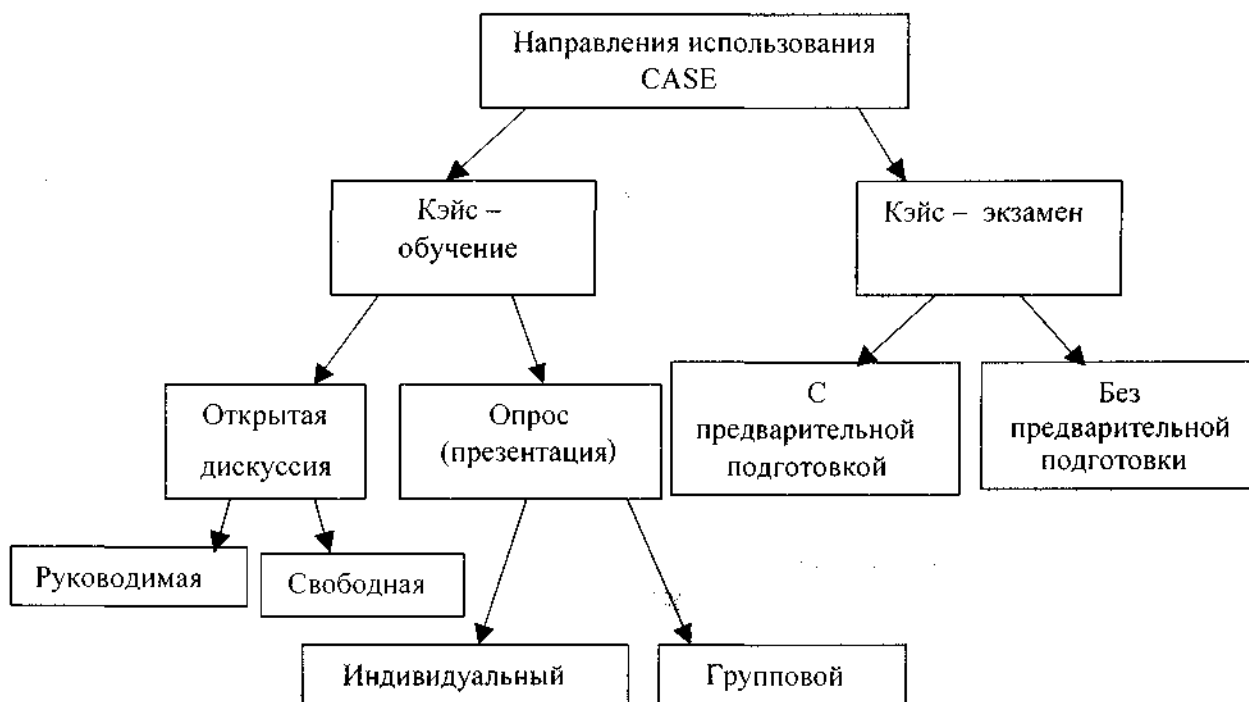


Рис. 3

Как использовать CASE в обучении

Любой CASE дает возможность преподавателю использовать его на различных этапах обучения и для различных целей. Рис. 3 иллюстрирует альтернативные пути использования CASE в обучении.

В последнее время все более популярным становится использование CASE не только на стадии обучения студентов, но и при проверке результатов обучения на экзаменах [6]. Студенты получают CASE перед экзаменом, они должны проанализировать его и принести экзаменатору отчет с ответами на поставленные в нем вопросы. Конечно, можно предложить студентам CASE и прямо на экзамене, но тогда он должен быть достаточно коротким

и простым, для того чтобы уложиться в ограниченные временные рамки.

Использование CASE в процессе обучения обычно основывается на двух методах. Первый из них носит название *традиционного Гарвардского метода* - открытая дискуссия. Альтернативным является метод, связанный с индивидуальным или групповым опросом, в ходе которого студенты делают формальную устную оценку ситуации и предлагают анализ представленного CASE, свои решения и рекомендации. Этот метод облегчает преподавателю осуществление контроля, хотя и позволяет некоторым студентам минимизировать их учебные усилия (каждый студент опрашивается один-два раза за занятие).

В свободной дискуссии преподаватель обычно задает вначале вопрос: "Как вы думаете, какая здесь основная проблема?" Затем он руководит дискуссией, выслушивая аргументы за и против и объяснения к ним, контролирует процесс дискуссии, но не ее содержание, ожидая в конце письменного анализа CASE от отдельного участника или групп. Этот отчет сдается или в конце дискуссии, или по истечении некоторого времени, что позволяет студентам более тщательно проанализировать всю информацию, полученную в ходе дискуссии.

Основные принципы представления CASE

- ^ Простота
- / Ясность
- S Точность

Устная презентация CASE, давая определенную информацию, обладает свойством кратковременного воздействия на обучаемых и поэтому трудна для восприятия и запоминания. Поэтому фразы должны быть простыми, ясными и как можно более точными. Надо стараться избегать витиеватых фраз типа "Я верю, что при прочих равных условиях, в целом, принимая все во внимание, производство, рассматриваемое в данных условиях, будет квалифицировано как успешное". Фраза "Производство будет успешным"-более проста и понятна. И эта фраза может спровоцировать дискуссию и вызвать немедленный отклик в аудитории. Не обязательно делать все заявления очевидными и неопровержимыми. Такая подача материала в CASE может послужить началом дискуссии.

CASE-дискуссия подтверждает замечательную фразу "Вы получите только тогда, если что-то вложите" [7]. Совсем не трудно "скрывать" свои знания повсюду в курсе и провоцировать студенческую дискуссию в группе.

Различные проблемы устной презентации CASE, компенсируются преимуществами. Среди них можно выделить два основных.

А. Устная презентация гораздо более побудительна, чем письменная. Живое эмоциональное представление информации трудно игнорировать.

Б. Устная презентация имеет потенциал, который используется гораздо реже, чем мог бы, - она гибкая. Оратор может откликаться на изменения окружающей обстановки: людской, физической или временной. Он также может адаптировать свой стиль и даже материал, чувствуя настроение аудитории. Однако таким оратором может быть только тот, который имеет ежедневную практику общения. Кроме того, такому оратору необходимы навыки организационного выживания.

Ниже представлены альтернативные структуры для устной презентации.

Альтернатива 1	Альтернатива 2	Альтернатива 3
Рекомендации Почему эти Почему не те Подтверждение доказательства	План привлечения внимания Предыстория Формулировка проблемы Альтернативы и анализ План реализации Переформулировка проблемы/ решения Что должно быть сделано Какую пользу это принесет	План Заключения Проблемы Альтернативы Критерии выбора План действий Закрепление

В заключение хотелось бы выделить навыки, которые формируются в результате использования CASE-метода в обучении студентов. К ним можно отнести

1) аналитические: умение отличать данные от информации, классифицировать, выделять существенную и несущественную информацию, анализировать, представлять и добывать ее, находить пропуски информации и уметь восстанавливать их;

2) практические: пониженный по сравнению с реальной ситуацией уровень сложности проблемы, которая представлена в кейсе, способствующий формированию на практике навыков использования экономической теории, методов и принципов;

3) творческие: генерация альтернативных решений, которые нельзя найти логическим путем;

4) коммуникативные: умение вести дискуссию, убеждать оппонентов, использовать наглядный материал и другие медиасредства, кооперироваться в группы, защищать собственную точку зрения;

5) социальные: оценка поведения людей, умение слушать, поддерживать в дискуссии или аргументировать противоположное мнение, контролировать себя и т.д.;

6) самоанализ: осознание и анализ мнения других и своего собственного. Возникающие моральные и этические проблемы требуют формирования социальных навыков их решения.

В заключение автор хотела бы выразить благодарность декану экономического факультета КрасГУ Е.Б. Бухаровой, благодаря которой в рамках проекта ТАСИС удалось на практике познакомиться с особенностями использования данного метода в обучении экономике.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Derek Abell. What Makes a Good Case? //AUTUMN/FALL1997, ECCH 397-119-6.
2. Bill Welty, Cases can improve teaching and learning for teachers, Vancouver Conference, Summer 1999.
3. Bamer, LB; Christensen, CR and Hansen AJ (1994) Teaching and the Case Method, Harvard Business School press, Boston.
4. Mumford, A (1997) How to select the Right Development Method, Honey, Maidenhead, England.
5. Kolb, DA (1984) Experiential Learning, Prentice Hall.
6. Newman, P (1997) The Use of Case Studies in the People's Republic of China' in ECCHO Issue No 16-Summer 1997.
7. Barra O Cinneide, Teaching Notes Should Be Front Loaded' in Journal of European Industrial Training, Vol 21, N1,
8. Easton, G. Learning from Case Studies, Prentice Hall, London, England, 1987.