

ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДУ КЕЙС-СТАДІ ПРИ ВИКЛАДАННІ МАРКЕТИНГОВИХ ДИСЦИПЛІН

Арестенко В.В., к.пед.н., *Мелітопольський державний педагогічний університет ім. Б. Хмельницького*

Арестенко Т.В., к.е.н., *Таврійський державний агротехнологічний університет*

Арестенко В.В., к.е.н., *Національний університет біоресурсів і природокористування України*

Summary: Основні методичні інновації пов'язані сьогодні із застосуванням саме інтерактивних методів навчання, і в першу чергу, саме кейс-стаді. Case Studies - принципово необхідне доповнення до лекційної методики проведення занять, яка є «каркасоутворюючим» елементом навчання в класичній, університетській системі навчання.

Keywords: интерактивные методы обучения, Case-Study Method, обучение кейсовым методам.

Постановка проблеми. Впровадження інтерактивних форм навчання - один з найважливіших напрямків вдосконалення підготовки студентів у сучасному вузі. Основні методичні інновації пов'язані сьогодні із застосуванням саме інтерактивних методів навчання, і в першу чергу, саме кейс-стаді.

Основні матеріали дослідження.

Інтерактивні технології навчання - це така організація процесу навчання, у якому студенту неможливо не приймати участь – в колективному, взаємодоповнюючому, заснованому на взаємодії всіх його учасників процесу навчального пізнання. Метод кейс-стаді це інтерактивна технологія для навчання студентів на основі реальних або вигаданих бізнес-ситуацій, направлена не стільки на освоєння знань, скільки на формування у слухачів нових якостей і умінь – комунікабельності, лідерства, вміння аналізувати в короткий термін великий обсяг неврегульованої інформації, прийняття рішень в умовах стресу та недостатньої інформації.

У своїй якості Case Studies виступає як принципово необхідне доповнення до лекційної методики проведення занять, яка є «каркасоутворюючим» елементом навчання в класичній, університетській системі навчання. Метод кейсів сприяє розвитку вмінь оцінювати альтернативи, вибирати оптимальний варіант та складати план його здійснення. І якщо впродовж учбового циклу такий підхід застосовується неодноразово, то у студентів виробляється стійкий навик рішення практичних завдань.

Мета методу кейс-стаді – навчити студентів, як індивідуально, так і у складі групи:

- аналізувати інформацію;
- сортувати її для вирішення заданого бізнес-завдання;
- виявляти ключові проблеми;

- генерувати альтернативні дороги рішення і оцінювати їх;
- вибирати оптимальне рішення і формувати програми дій.

Метод Case-Study передбачає:

- підготовлений в письмовому вигляді приклад кейсу з практики бізнесу;
- самостійне вивчення та обговорення кейсу студентами;
- спільне обговорення кейсу в аудиторії під керівництвом викладача;
- дотримання принципу “процес обговорення важливіше самого рішення”.

Однією з основних проблем, з якими викладачі стикаються при впровадженні методу кейсів в учбовий процес – це підбір відповідного кейсу і відсутність методичних розробок по використанню методу кейсів при вивченні конкретних дисциплін. Кейси можуть бути самими різними за об'ємом та вмістом. Це залежить від цілей навчання, рівня знань студентів, а також від того, яку допомогу треба надавати, і яку інформацію необхідно надавати студентам під час процесу ухвалення рішення.

Більшість кейсів складаються лише з декількох сторінок тексту (але є кейси обсягом 20-25 сторінок тексту плюс 8-10 сторінок ілюстрацій – Гарвардська-американська школа; Манчестерська-європейська школа – кейси у 1,5-2 рази менше). Мова йде про так звані «вербальні кейси» (verbal cases), які дають студентам і викладачам інформацію про реальні господарські і суспільні ситуації. Ситуація зазвичай описується так, щоб студенти могли прийняти рішення.

Для того, щоб учбовий процес на основі case – технологій був ефективним, необхідно дві умови:

1) певна методика використання кейсу в учбовому процесі та, звичайно;

2) хороший кейс, який:

- розповідає;
- фокусується на темі, що викликає інтерес;
- не виходить за межі останніх п'яти років;
- викликає відчуття співпереживання з його головними діючими особам;
- включає цитати з джерел в самій компанії;
- містити проблеми, зрозумілі студентам;
- вимагає високої оцінки вже прийнятих рішень;
- вимагає вирішення проблем менеджменту;
- прищепляє навички менеджменту.

Роль викладача полягає у направленні бесіди або дискусії, наприклад, за допомогою проблемних питань, в спонуканні студентів відмовитися від поверхневого мислення, в залученні всіх студентів групи в процес аналізу кейсу. Періодично викладач може узагальнювати, пояснювати, нагадувати теоретичні аспекти або робити посилання на відповідну літературу

Алгоритм підготовки та навчання кейсовим методом наданий у таблиці 1.

Таблиця 1

Підготовка та навчання кейсовим методам

| Фаза роботи | Дії викладача | Дії студента |
|-------------|------------------|--------------------------------------|
| До заняття | 1. Підбирає кейс | 1. Отримує кейс і список літератури, |

| | | |
|-----------------|---|---|
| | 2. Визначає основні і допоміжні матеріали для підготовки студентів 3. Розробляє сценарій заняття | що рекомендується. 2. Індивідуально готується до заняття |
| Під час заняття | 1. Організовує попереднє обговорення кейсу 2. Ділить групу на підгрупи 3. Керує обговоренням кейсу в підгрупах, забезпечуючи їх додатковими відомостями | 1. Ставить питання, що заглиблюють розуміння кейса і проблеми 2. Розробляє варіанти рішень, слухає, що говорять інші 3. Приймає участь в ухваленні рішень |
| Після заняття | 1. Оцінює роботу студентів 2. Оцінює прийняті рішення і поставлені питання | 1. Складає письмовий звіт про заняття по даній темі |

Метою методу є максимальна активізація кожного студента і залучення його в процес аналізу ситуації і ухвалення рішень. Тому група ділиться на таке число підгруп, аби останні склалися з 3-5 осіб - чим менше учасників в підгрупі, тим слід чекати більшої залученості кожного студента в роботу над кейсом. Підвищується персональна відповідальність за результат. Склад підгрупи (команди) формується самим студентами по їх бажанню. Кожна команда вибирає керівника (модератора). Роль модератора полягає в тому, то на ній лежить відповідальність за організацію роботи підгрупи, розподіл питань між учасниками і за рішення, що приймаються. Після завершення роботи по темі занять модератор робить доповідь в межах 10 хвилин про результати роботи своєї підгрупи.

Різні методики проведення занять вимагають різних підходів до оцінювання студентів, при цьому викладач повинен вимагати від студентів опанування тих знань і навиків, на які він їх націлював в процесі навчання. Якщо класична методика викладання тяжіє до використання колоквиумів і контрольних робіт, які дозволяють точніше оцінити теоретичні знання, відповідним чином будується і іспит, то інтерактивна методика вимагає оцінювання не стільки набору певних знань, скільки уміння студентів аналізувати конкретну ситуацію, приймати рішення, логічно мислити, при цьому краще всього використовувати багатокомпонентний метод формування підсумкової оцінки, складовими частинами якого будуть оцінки за:

- участь в дискусії або презентації, виміряне рівнем активності студента;
- за підготовлені письмові роботи.

Аналіз кейса, даний студентом при неприлюдній (письмовій) презентації вважається задовільним, якщо:

- було сформульоване і проаналізоване більшість проблем, наявних в кейсі;
- проведена максимально можлива кількість розрахунків;
- були зроблені власні висновки на підставі інформації про кейс, які відрізняються від висновків інших студентів;
- були продемонстровані адекватні аналітичні методи для обробки інформації;
- складені документи по сенсу і вмісту відповідають вимогам;

- приведені у результаті аналізу аргументи знаходяться відповідно до раніше виявлених проблем, зроблених висновків, оцінок і використаних аналітичних методів.

Висновки. Інноваційний процес в освіті неможливий без інтеграції практики, освіти і науки. Кейсовий метод дозволяє використовувати теоретичні знання, опанувати методологію і прискорити засвоєння практичного досвіду. Він несе в собі великі можливості і повинен знайти широке застосування в навчальному процесі вищих навчальних закладів.

Література.

1. Зобов А.М. Метод вивчення ситуацій (case-study) в освіті: його історія і застосування [Електронний ресурс] / А.М. Зобов // Режим доступу до журн.: <http://www.elitarium.ru>
2. Багієв Г.Л. Керівництво до практичних занять по маркетингу з використанням кейс-методу [Електронний ресурс] / Г.Л. Багієв, В.Н. Наумов // Режим доступу до журн : <http://www.marketing.cfin.ru/read/m21/>
3. Камінськи Х. Дідактико-методичні основи викладання економіки. Вивчення конкретного випадку (case-study) // Економіка. Питання шкільної економічної освіти. – 2008. - №2.
4. Парамонова Т.Н. Маркетинг: активные методы обучения / Т.Н. Парамонова, А.О. Млинцев, Е.Н. Шереметьева, Г.В. Погодина. – М.: КНОРУС, 2009.
5. Шумілова Ю.О. Использование метода кейс-стади при преподавании маркетинговых дисциплин [Електронний ресурс] / Ю.О. Шумілова // Режим доступу до журналу: http://elport.ru/articles/ispolzovanie_metoda_keys-stadi_pri_prepodavanii_marketingovyih_distsiplin