

УДК 378.091.39(082)
ББК 74.58я43
М54

Серия основана в 2003 году

Редакционная коллегия:

Н. Д. Корчалова (отв. ред.), Д. И. Губаревич, И. Е. Осипчик

Рецензенты:

доктор психологических наук, профессор *Е. С. Слепович*;
кандидат педагогических наук, доцент *В. В. Чет*

Метод case-study : сб. науч.-метод. статей. Вып. 8 / редкол. :
М54 Н. Д. Корчалова (отв. ред.), Д. И. Губаревич, И. Е. Осипчик; под
общ. ред. М. А. Гусаковского. – Минск : БГУ, 2011. – 155 с. – (Со-
временные технологии университетского образования).

ISBN 978-985-518-457-8.

В сборнике содержатся статьи белорусских и зарубежных авторов, посвященные описанию одного из востребованных методов обучения в высшей школе – case-study, а также рефлексии педагогического опыта его применения. Включена библиотека кейсов, предназначенная для обучения специалистов педагогического и гуманитарного профилей.

Адресуется преподавателям высшей школы, методистам, работникам системы повышения квалификации и специалистам в области высшего образования, аспирантам, магистрантам и студентам университета.

УДК 378.091.39(082)
ББК 74.58я43

ISBN 978-985-518-457-8

© БГУ, 2011

Е. А. Садовская

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КЕЙС-МЕТОДА ПРИ ОБУЧЕНИИ СТУДЕНТОВ СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Рынок образовательных услуг в Республике Беларусь готов предложить многое студентам, ведь в нынешней ситуации остаются и выживают только те, кто предлагает слушателям наиболее современные и адаптированные к нынешним реалиям учебные программы: востребованным является только качественное и эффективное обучение. Как говорил когда-то Уинстон Черчилль, есть только одна группа инвестиций, которая никогда не обесценивается, — это инвестиции в собственный интеллект, для чего и предназначено бизнес-образование.

Глобализация приводит к тому, что возникают и развиваются все более сложные формы взаимодействия стран, культур, народов и, соответствен-

но, экономик, и систем образования, и их взаимообогащение, что диктует необходимость шире развивать связи белорусской системы образования с зарубежными. Необходимо повышать остроту восприятия назревающих велений общества и времени, а также преодолевать имеющуюся изоляцию науки и теоретического образования от общественной практики, активно воздействовать на формирование запросов нации и сложные процессы государственного строительства через передовые методы обучения студентов, отказавшись от просто описательно-объяснительной практики в процессе преподавания, перейти к систематическому мониторингу новейших методов и информационных технологий, к их активному внедрению в процесс обучения.

При организации процесса образования прежде всего перспективными следует признать два уже давно известных направления в решении этих задач. Во-первых, это дифференциация в системе образования, различение его уровней, его специализация. Во-вторых, это личностный подход, учет индивидуальности обучаемого. При этом актуальной до сих пор остается проблема создания оптимальных учебных программ, поэтому зарубежный опыт может быть полезным при обучении белорусских студентов основам бизнеса. Нельзя сегодня считать полностью решенной проблему создания учебников и учебных пособий, отвечающих требованиям XXI в. Сегодняшний студент, в повседневную жизнь которого все более прочно входит сложная техника, самые современные средства связи, новые способы обмена информацией, тем более нуждается в современных знаниях, изложенных в оптимальной форме.

Американская и европейская образовательные системы заметно отличаются от белорусской. Не является секретом и тот факт, что образование, полученное, например, в Гарварде или Оксфорде, относится к «вечным» ценностям, над которыми не властны ни время, ни мода, ни кризис. Именно в США, и в частности, Гарварде, активно применяется кейс-метод при обучении студентов бизнесу. Одновременно именно в Гарварде учились многие выдающиеся финансисты и предприниматели нашего времени.

Сегодня, имея в своем арсенале образцы классического белорусского образования, педагоги и преподаватели могут с успехом решать весьма сложные задачи обучения студентов. Большим подспорьем для них может стать кейс-метод. Для того чтобы уметь решать практические задачи, необходимо следующее: как преподавателю, так и студенту нужно понимать то, что должно быть достигнуто в обучении, трезво и тонко ориентироваться в реальности, так как именно в ней решаются жизненные задачи, и, соответственно, необходимо овладеть способами их решения. Всему этому можно обучиться, используя непосредственно кейс-метод.

Постепенно использование кейс-метода в преподавании бизнес-дисциплин становится все более активным в учебных учреждениях Республики Беларусь, ориентированных на подготовку специалистов в сфере бизнеса, экономики, финансовых операций и права. Как мы знаем, теоретико-методологическую базу этого метода составляет современный активный подход к обучению в сфере бизнеса, в соответствии с которым адекватное его использование возможно лишь в широком контексте жизни в Республике Беларусь и в мире в целом. Соответственно, одной из важнейших задач является научно-теоретическое обоснование использования кейс-метода, тщательная разработка его методологии с учетом местных условий и особенностей экономического развития с включением мировых достижений в этой области. За рубежом кейс-метод используется уже достаточно давно, он «... зародился в Гарвардской школе бизнеса в начале XX в. 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)» [2]. Как правило, кейсы наиболее активно используются на занятиях по менеджменту, маркетингу, статистике, а также бизнес-праву, однако «Связи с общественностью», как еще одна дисциплина, включенная в список предметов, подлежащих изучению на факультетах делового администрирования, неразрывно связанных с маркетингом, менеджментом и рекламой, также может преподаваться с помощью кейс-метода.

Кейс (Case-study) представляет собой определенный метод анализа ситуаций: «Суть его в том, что студенту предлагают осмыслить жизненную ситуацию, описание которой в равной мере отражает какую-либо практическую проблему и актуализирует определенный комплекс знаний, который необходимо усвоить при разрешении данной проблемы. При этом сама проблема не имеет однозначных решений. Кейс-метод выступает и специфическим практическим методом организации учебного процесса, методом дискуссий с точки зрения стимулирования и мотивации учебного процесса, а также методом лабораторно-практического контроля и самоконтроля. В нем дается наглядная характеристика практической проблемы и демонстрация поиска способов ее решения. Наконец, по критерию практичности он представляет собой чаще всего практически проблемный метод» [1].

Студентам необходимо постоянно проверять свои представления о реальности на практике и пробовать разные способы действия, причем не два и не три, а много, ведь только тогда появляется шанс, что в это «много» попадут те способы, которые работают. Работа с кейсами позволяет развить стратегическое мышление и лидерские навыки, а ведь при выборе кандидата со степенью, например МБА, работодатели рассчиты-

вают именно на наличие стратегического мышления и управленческих навыков (43 %), ждут более глубокого понимания бизнеса (31 %), а также заинтересованы в специалистах, которые способны принимать решения. Все это может быть сформировано в комплексе у студентов старших курсов бакалаврских программ и у студентов МБА.

Возможность обмениваться предпринимательским опытом для успеха в бизнесе очень важна и зачастую даже перевешивает такие факторы, как доступ к знаниям и капиталу. Кейс-метод предполагает обмен опытом в процессе живого общения, помогая получать предпринимательские навыки тысячам студентов. Обеспечить доступ к передовой теории и практике предпринимательства через обучение и исследование кейс-метода не просто желательно, но крайне необходимо для выпуска высококвалифицированных специалистов, способных эффективно и успешно работать в современных рыночных условиях.

Желание студентов обучаться растет, если задачи, которые мы как преподаватели перед ними ставим, отвечают их собственным интересам. Уместная задача предполагает интерес студента, так как может расширить его потенциал в будущем. Она же становится мотивацией к дальнейшему обучению. Таким образом, то, что не считается уместным, не будет вызывать у студентов особого желания к обучению. Интересная задача порождает живое участие в проблеме. Заинтересованность определяет способ поведения, когда человек осознает, насколько необходим ему данный опыт. Поэтому студенты с огромным интересом разбирают и анализируют кейсы, предпочитая при этом кейсы, основанные на знакомой им реальности, выражая больше интереса к тому, что близко им, а именно к действиям фирм и компаний, работающих в Беларуси. Студентам также хотелось бы, чтобы преподаватели «устанавливали мосты» с изменениями рынка и показывали реальные связи с экономикой. Образовательные программы бизнес-образования — это гибкие продукты. Естественно, что регулярно появляются новые кейсы из самых различных областей, поэтому преподавателям необходимо «сканировать» их, изучать рынок и улавливать его дыхание. Необходимо предоставлять знания в наиболее актуальных областях для успешного ведения и развития бизнеса, что, несомненно, предполагает внедрение новых мировых достижений и современных инновационных образовательных технологий.

Для успешной работы с кейсами необходимо создавать творческую атмосферу, что становится возможным, если преподаватель будет обращать внимание на *принцип личностного потенциала*. Студенты должны осознать, что креативность может быть приложена ко всему, с чем они сталкиваются в реальной жизни. Не менее важным является и *принцип конструктивности*. Студенты должны осознать, что все в жизни может

выглядеть положительно, если смотреть на вещи под определенным углом. Также следует учитывать *принцип вероятных последствий*, который также известен как *принцип контроля над событиями*. С помощью направления креативного мышления студентов в соответствующее русло через выбор соответствующих кейсов преподаватель может спроецировать ситуации, в которых студенты будут в состоянии понять и проанализировать те истины, которые важны для их образования на определенном этапе обучения. Старая поговорка гласит: «Мой учитель намекнул, а я догадался», поэтому преподавателям следует продумывать, как организовывать занятие, чтобы студенты могли сами сделать необходимые и (или) правильные выводы. Несомненно, одним из важнейших остается *принцип терпения* в том смысле, что терпение должно дать время подсознанию перевести идеи в ясные образы, так как едва родившаяся идея может быть нечеткой и бесформенной и ей нужно время, чтобы полностью сформироваться в образ.

Эффективное обучение предполагает, что студенты развиваются и обучаются быстрее, если они не боятся парадоксальных и неясных ситуаций, при этом креативный подход оказывается эффективным, если ситуация не содержит только правильного или только ошибочного ответа на вопрос. Сознательное логическое мышление не всегда является лучшим способом решения задачи, так как жизнь полна неожиданностей. Необходимость знать правильный ответ здесь и сейчас представляется побочным эффектом существующей системы образования. Она может привести к ограничивающим убеждениям и выработать боязнь у студентов показаться глупым и неосведомленным. Достоинством кейс-метода является то, что нет единого правильного ответа, хотя зачастую можно проследить, как повела себя та или иная компания в реальной жизни. Однако следует отметить, что многие западные преподаватели полагают, что настоящее окончание того или иного кейса не столь важно. Данный подход является оправданным, если занятие проводится для студентов бакалаврских программ. В отличие от студентов-бакалавров магистры в силу уже имеющегося опыта работы и большей суммы знаний способны более реально подходить к принятию решений и предвидеть возможные последствия своих решений, в то время как более молодые студенты (бакалавры) без опыта работы в бизнесе не отдают себе отчета в том, что их оптимистичные представления и оригинальные решения зачастую не могут быть воплощены в жизнь, поэтому кажется целесообразным соотносить их решения с решениями той или иной компании в сложной ситуации. Преподавателям следует учитывать еще один немаловажный фактор: в процессе обучения бакалавров преподавателям следует быть более терпимыми (в силу уже вышеупомянутых причин) по отношению к студентам,

так как лучше многократно похвалить за успехи, чем один раз поругать за промахи. Из-за возраста и отсутствия опыта бакалавры боятся высказывать собственное мнение, что является еще одной причиной, заставляющей использовать кейс-метод только со студентами старших курсов или магистров.

При решении проблемы, предложенной в кейсе, студенты должны определить характер проблемы и, может быть, разбить ее на более мелкие составляющие, определить вероятные последствия и думать стратегически. Студентам необходимо научиться находить связи между определенными явлениями, чтобы создать более полный образ ситуации.

Нужно оценивать каждую идею, которая зарождается, на предмет систематичности и ее необходимости. Сделанные выводы должны быть основаны на объективном мнении. Необходимо, чтобы студенты представляли что-либо как продукт креативного или критического мышления. Достоинством кейс-метода (в случае обучения магистров) и определенным недостатком (при работе с бакалаврами и в случае, если преподаватель недостаточно опытен) является ограниченность роли преподавателя, так как при обсуждении кейсов преподаватель зачастую осуществляет только мониторинг, стараясь избегать жесткого руководства, лишь в случаях серьезных затруднений направляя дискуссию в нужное русло либо координируя процесс по времени. Преподавателю необходимо следить за тем, чтобы студенты создавали многоуровневые образные сценарии развития ситуации для лучшего ее понимания. Применение различных стратегий решения проблемы предполагает использование проактивного мышления, то есть предполагается четкое осознание направления и конечного результата действий, что включает применение поэтапного планирования, основывается на тяге к познанию, остается реалистичным и рациональным даже при использовании того, что может показаться нерациональным.

При работе с кейсами необходимо учитывать еще один фактор, который играет важную роль в процессе обучения. Работа преподавателя должна рассматриваться с учетом особенностей учебного заведения, образовательной и социальной среды государства. Во многих уголках мира в восприятии многих людей преподаватель – уважаемый человек, соответственно, для него может быть неуместным исполнять сугубо интерактивную роль. Иными словами, существует множество различных толкований «власти» и «статуса» в аудитории, а также присущего им поведения. Подобные стереотипы влияют на понимание «социальной дистанции», то есть чем выше статус, тем больше ощущается социальная дистанция и, следовательно, отношения преподавателя с группой более формальные. Кейс-метод зачастую предполагает менее формальные отношения и большую свободу, предоставляемую студентам в аудитории. Преподаватель высту-

пает в качестве модератора процесса обсуждения, формулируя цели, ставя задачи, а также обобщая проделанную работу.

При использовании кейс-метода на занятиях по курсу «Связи с общественностью» следует учитывать все вышеописанные особенности. Однако помимо упомянутых сложностей с выбором кейсов, возрастными характеристиками студентов, ролью преподавателя в образовательном процессе есть также еще ряд сложностей, которые влияют на успешность обучения студентов.

Обучение бакалавров (специальность «Бизнес-администрирование») связям с общественностью предполагает сочетание традиционной методики обучения, то есть лекций и семинарских занятий, с использованием кейсов. После ознакомления с сущностью и основными закономерностями науки и дисциплины необходимо дать возможность студентам увидеть и почувствовать, как в реальности деятельность пиар-агентств (пиар-отделов в компаниях и на предприятиях) влияет на успешную деятельность предприятия. Вряд ли будет полностью продуктивной установка только на обсуждение теоретических вопросов на семинарских занятиях или на тестовые задания при изучении связей с общественностью. Ведь семинар, как и тесты, предполагающий однозначные вопросы и однозначные ответы, неадекватен такому сложному предмету, как связи с общественностью. Пиар присутствует в самых различных сферах жизни общества и важен как для государственного и политического управления, так и для установления связей между компанией (предприятием) и общественностью. Есть всевозможные разновидности пиара, которые (как и их воздействие) можно увидеть более четко именно при изучении кейсов. Как наука, и дисциплина, и практическая сфера, изучение связей с общественностью требует живого общения студентов друг с другом и с преподавателем, так как лишь совместное обсуждение дает возможность увидеть разнообразие точек зрения по одному и тому же вопросу, а живое общение с преподавателем позволяет последнему оценить оригинальность мышления, глубину понимания проблемы, степень зрелости личности самого студента.

Анализ кейсов в процессе изучения связей с общественностью возможен лишь при наличии у студентов определенных знаний в области менеджмента и маркетинга, то есть предполагает наличие определенного объема знаний экономических дисциплин и способность анализировать ситуации экономического характера. Не случайно обучение дисциплине «Связи с общественностью» происходит на последнем году обучения бакалавров. В подобном случае особую значимость приобретает междисциплинарный подход. Анализ пиар-кейсов позволяет студентам не просто продемонстрировать, но и лишним раз вспомнить то, чему их учили на за-

нениях по стратегическому менеджменту, принятию управленческих решений, бизнес-планированию, управлению человеческими ресурсами, экономике предприятий, международному бизнесу.

Кейсы, используемые на занятиях по маркетингу и менеджменту, подходят для связей с общественностью, хотя именно кейсов для связей с общественностью не так много, тем более кейсов, основанных на белорусских реалиях. Поиск материалов затруднен также отсутствием статистики о деятельности белорусских пиар-агентств и отделов, поэтому сбор информации представляет определенную сложность. Зарубежный опыт необходим, однако местные реалии и национальная специфика крайне важны для проведения успешной пиар-кампании в Беларуси. Соответственно, зачастую приходится обращаться к опыту ближайших соседей, России и Украины, как наиболее близких Беларуси по менталитету и образу жизни стран.

Кейсы, выбранные для изучения на занятиях по связям с общественностью, должны по своему объему и уровню сложности соответствовать уровню и степени подготовленности студентов. Кейс должен описывать ситуацию, актуальную для студентов, со всей необходимой информацией, чтобы они могли соотнести себя с лицами, описанными в кейсе, но при этом проблема кейса должна оставаться завуалированной, предполагая активную мыслительную деятельность студентов. Описываемая ситуация должна быть «живой», позволяющей, как и в реальной жизни, выбирать из множества решений и содержащей ряд факторов, которые приводят к спорам в группах, заставляют размышлять, предлагать и оценивать различные варианты решения.

Как правило, любой кейс состоит из ряда компонентов. Прежде всего каждый кейс содержит описание ситуации. Многие кейсы имеют приложения с дополнительной информацией (отчеты, статистические данные, образцы рекламы и т. д.), помогающей более точно воспроизвести ситуацию. В случаях обучения бакалавров преподавателям часто приходится сопровождать кейсы инструкциями, так как преподаватель дает список вопросов, на которые необходимо ответить в процессе анализа кейса, каковы возможные результаты, а также указания о том, как должны быть представлены выводы или решения, принятые студентами. В силу ограниченности учебных часов кейсы не даются студентам в качестве письменного домашнего задания либо финального теста, однако в общем количестве лекций и семинаров несколько из них следует посвящать именно работе с кейсами. Кейсы могут быть большими (до 30 страниц – для магистров и до 10 – для бакалавров), а могут представлять собой микроситуации. В любом случае, именно активное обсуждение без боязни быть непонятым позволяет студентам тренировать навыки стратегического мышления, анализа имеющихся данных и принятия решений.

Алгоритм работы с кейсами по данной дисциплине аналогичен алгоритму работы с кейсами при изучении других бизнес-дисциплин. Прежде всего кейс дается заранее как домашнее задание. Это позволяет студентам не только ознакомиться в общих чертах с ситуацией, но также зачастую определить те проблемы, которые четко не обозначены, но могут играть ключевую роль при принятии решения. В аудитории работа, как правило, начинается с вводной дискуссии либо наводящих вопросов, связанных с кейсом. Обсуждение может предполагать не только устное общение, но также заполнение таблиц, составление графиков, подготовку презентаций и сбор данных. Принятие решения может проходить как индивидуально, так и в группах, однако в каждом конкретном случае это зависит от кейса и целей, поставленных преподавателем. В процессе групповых обсуждений преподаватель может либо не вмешиваться в дискуссию, наблюдая со стороны, либо может переходить от группы к группе, чтобы следить за ходом обсуждения и делать необходимые комментарии или пояснения.

Презентация результатов работы предполагает выступление одного представителя от каждой группы, а затем подведение итогов, которое (в отдельных случаях) может быть доверено сильнейшему из студентов, однако преподаватель оставляет за собой право вмешаться и либо добавить, либо исправить сказанное студентом.

Вне зависимости от выбранного кейса следует придерживаться основных требований, касающихся процесса обучения и выбора кейсов, а именно *концептуальности, системности, целостности и эффективности*. Необходимо учитывать также возможность рефлексии, так как зачастую кейсы могут давать пищу для долгих размышлений, что является еще одним достоинством, потому что оставляет более сильное впечатление и приносит больше пользы посредством дискуссий, продолжающихся и за пределами классной аудитории.

Несомненными достоинствами кейс-метода являются активное взаимодействие, использование навыков коммуникации (чрезвычайно востребованных на данном этапе развития общества), экономичности и эффективности.

Таким образом, обучение связям с общественностью может проходить очень активно при эффективном сочетании традиционной системы обучения и кейс-метода. Основные характеристики кейс-метода, типичные для большинства бизнес-дисциплин, в полной мере могут быть применены и к связям с общественностью. При построении процесса обучения следует обратить внимание на выбор подходящих кейсов, их соответствие белорусским реалиям, возможность применения знаний, полученных на занятиях по различным экономическим дисциплинам, а также психологической готовности студентов для работы с кейсами. Все эти вопросы

теоретического и практического характера необходимо учитывать при определении задач на перспективу, что позволит готовить специалистов международного уровня, востребованных на рынке труда и обладающих необходимыми теоретическими и практическими навыками и знаниями.

Литература

1. *Земскова, А. С.* Использование кейс-метода в образовательном процессе [Электронный ресурс] / А. С. Земскова. Режим доступа: <http://portalnew.ispu.ru/node/968>. Дата доступа: 12.12.2008.

2. *Смолянинова, О. Г.* Кейс-метод обучения экономике [Электронный ресурс] / О. Г. Смолянинова. Режим доступа : <http://www.lan.krasu.ru/studies/authors/smolyaninova/CASE-STUDY/articles/ECASE/ECASE.html>. Дата доступа: 12.12.2008

АНАЛИЗ СЛУЧАЕВ КАК МЕТОД ВЫЯВЛЕНИЯ И ПРЕОДОЛЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ПРЕДУБЕЖДЕНИЙ В ОБЛАСТИ ЗДОРОВЬЯ