

УДК 378.147

БИЗНЕС-КЕЙС КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ СТУДЕНТА-ЭКОНОМИСТА

С.Б. Мерзлякова, студентка гр. ЭОб-111, IV курс
Научный руководитель: Е.Е. Жернов, к.э.н, доцент
Кузбасский государственный технический университет
имени Т.Ф. Горбачева
г. Кемерово

Более трети выпускников российских вузов сегодня – это экономисты с разной специализацией и степенью подготовленности [1]. Несмотря на высокую потребность компаний в качественных экономистах, многие из выпускников не могут найти работу по специальности, т.к. усвоенные теоретические знания не подкрепляются умением действовать в реальной жизни. В свете данной проблемы вузам необходимо повышать качество экономического образования и быть более клиентоориентированными. Преподавание экономики должно отражать не только многообразие теорий, но и найти практическое применение полученных теоретических знаний, сформировать соответствующие профессиональным стандартам навыки и умения. Внедрение в процесс образования передовых методов обучения, таких как бизнес-кейсы, направленных на повышение качества образования, на выработку у студентов практических навыков анализа, принятия решений и оценки последствий должно стать приоритетом деятельности высшего учебного заведения.

Бизнес-кейс – техника обучения, основанная на анализе реальных экономических, социальных и бизнес-ситуаций, в которых оказалась реальная или вымышленная компания в определенный период времени [2]. В бизнес-кейсе обычно приводится описание внешнего окружения и внутренней среды компании, а также прослеживается динамика их изменения во времени. Бизнес-кейсы позволяют «моделировать» реальные рыночные условия в том случае, если у нас нет возможности нарабатывать собственный многолетний практический опыт. Это как интерфейс между университетской аудиторией и реальным предприятием или организацией. Студенты должны исследовать предлагаемую ситуацию, осмыслить суть проблемы, предложить приемлемые варианты решения и выбрать лучший из них. Чаще всего, кейс-метод применяется на практических занятиях по маркетингу, менеджменту, статистике, социологии, психологии, праву и др. Компании, рассматриваемые в кейсах, могут быть большими и маленькими и находиться в любой точке мира. Кейс-метод стоит рассматривать не как замену, а как дополнение к традиционным методам обучения (в виде лекций, практических и семинарских занятий).

Существуют разные форматы бизнес-кейсов [2, 3]. Так, по форме представления бизнес-кейсы реализуются в виде обычных текстовых кейсов или в форме электронных форматов, с аудио- и видеоприложениями. По размеру выделяют: полные кейсы (20–25 стр.), предназначенные для командной работы в течение нескольких дней; сжатые кейсы (3–5 стр.), для разбора без предварительной подготовки на практическом занятии, а также мини-кейсы (1–2 стр.), которые используются для того, чтобы проанализировать определенную проблему, показать проблемную ситуацию. Анализ бизнес-кейсов в ходе обучения предполагает наличие у студентов определенного объема знаний экономических дисциплин и способность анализировать ситуации экономического характера. По этой причине разделяют несколько уровней сложности, а именно бизнес-кейсы для бакалавров, для магистров, а также для программ MBA и курсов повышения квалификации.

За рубежом кейс-метод используется уже достаточно давно, он «... зародился в Гарвардской школе бизнеса в начале XX века. В 1920 г. после издания сборника кейсов, деканом Уоллесом Донхэмом был осуществлен перевод всей системы обучения менеджмента в Гарвардской школе на методику CASE STUDY (обучение на основе реальных ситуаций)» [3]. Нововведение было обусловлено отсутствием подходящей учебной литературы для аспирантской программы в бизнесе. Решением проблемы стало проведение интервью с ведущими менеджерами, что позволяло зафиксировать их принципы и приёмы управления конкретными компаниями, а также судить о факторах, влияющих на их деятельность. В настоящее время кейс-метод широко используется в бизнес-обучении во всём мире и продолжает завоёвывать новых сторонников. Лидирующие бизнес-школы Европы принимают деятельное участие не только в преподавании, но и в написании таких кейсов. Доля времени, отводимая в учебном плане на анализ бизнес-кейсов в зарубежных вузах, колеблется от 25 до 75 % [2].

В России кейс-метод начали применять в учебном процессе сравнительно недавно, в 90-е годы XX века. Продвижение кейс-метода началось в начале 1990-х годов, которому способствовали инициативы Школы бизнеса МГУ им. М. В. Ломоносова, Морозовского проекта и др. Однако распространение и применение кейс-метода происходило локально, во многом благодаря инициативе отдельных преподавателей-энтузиастов. Интерес к кейс-методу в России в значительной мере усилился во второй половине 2000-х годов. Были созданы и активно функционируют вузовские кейс-клубы (Кейс-клуб ВШЭ, МФТИ, МГТУ, МГИМО, РЭУ им. Г.В. Плеханова, Финансового Университета при Правительстве РФ и др.), а также возникли компании, занимающиеся организацией и проведением кейс-чемпионатов. В целом, в нашей стране кейс-метод не получил широкого повсеместного распространения, а его реализация осуществляется с использованием преимущественно традиционного, текстового формата. На сегодняшний день, доля времени, отводимая на него в учебном процессе, в среднем колеблется в пределах 20–30 % [2].

Главное преимущество кейс-метода заключается в том, что его применение позволяет формировать новый, активный стиль поведения студента в процессе обучения, способствует развитию аналитических способностей, навыков аргументации и принятия решений, а также умению работать в команде и представлять свои идеи. Следует отметить, что в бизнес-кейсах изложение экономической ситуации максимально приближено к реальным условиям, складывающимся на рынке. В частности, это и ограниченность информации, и изменения в конкурентной среде, и не однозначные данные, и ограниченное время для принятия решения, а также отсутствие очевидного правильного выхода из ситуации. Именно в таких условиях находятся студенты, решая бизнес-кейс. В частности, это позволяет совершенствовать навыки применения инструментов анализа, генерации идей у будущих экономистов. Обсуждение бизнес-кейсов в процессе обучения позволяет студентам развить навыки структурирования своих идей и взглядов, а также их аргументированного изложения. Поскольку кейсы часто решаются в группах, каждому члену группы необходимо аргументировано объяснить, отстаивать свою точку зрения. Эти навыки необходимы каждому, кто собирается работать в условиях современного бизнеса. Уточним, что кейсы решаются не просто в группах, а в командах. Иными словами, для достижения успеха участникам группы нужно работать совместно и сплоченно. А кейсы позволяют студентам приобрести необходимые навыки командной работы, которые являются неотъемлемым элементом функционирования современных компаний: студенты учатся распределять обязанности и планировать время, слушать и уважать других. Умение решать бизнес-кейсы может принести пользу студентам и при устройстве на работу. В практике передовых компаний в качестве одного из методов отбора претендентов на рабочее место используется кейс-интервью, в ходе которого необходимо предложить структурированное решение выхода компании из предложенной ситуации.

Рассмотрим, как метод бизнес-кейсов применить на практике в процессе обучения студентов экономических специальностей в Кузбасском государственном техническом университете. Проблема внедрения данного метода по большей части зависит от желания преподавателей. Ведь в силу возраста и отсутствия опыта студенты-бакалавры первых-вторых курсов, чаще всего, не осознают необходимость использования кейс-метода, боятся высказывать собственное мнение в процессе обсуждения кейса или не могут разобраться в сути рассматриваемого задания. Как следствие, наиболее рационально его применение в ходе обучения студентов старших курсов бакалавриата и магистров. Большие по объему кейсы, исходя из практики других вузов, задаются студентам заранее как домашнее задание. Это позволяет учащимся 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. Сжатые и мини-кейсы могут применяться непосредственно в ходе обсуждения той или иной темы без предварительного изучения. Для успешной работы с бизнес-кейсами преподавателю необходимо создавать

творческую атмосферу, избегать жесткого руководства, строгой критики предложенных вариантов и лишь в случае затруднений направлять дискуссию в нужное русло. При обсуждении кейсов преподаватель зачастую осуществляет только мониторинг, выступает в качестве модератора процесса обсуждения, формулируя цели, ставя задачи, а также обязательно обобщая проделанную работу. Принятие решения студентами 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.

Подводя итог, отметим, что для подготовки специалистов высокого уровня, востребованных на рынке труда и обладающих необходимыми теоретическими и практическими знаниями и навыками, необходимо в эффективном сочетании с традиционной системой подготовки студентов-экономистов активно применять передовые методы. Метод бизнес-кейсов, на наш взгляд, целесообразно более широко использовать в процессе обучения студентов экономических специальностей в КузГТУ.

Список литературы:

1. Куликов, С. Дефекты отечественного экономического образования [Текст] / С. Куликов // Независимая газета. – 2010. – 27 мая. – С. 1–2.
2. Стрекалова, Н. Д. Разработка и применение учебных кейсов: практическое руководство [Текст] / Н.Д. Стрекалова, В.Г. Беляков. – СПб.: Отдел оперативной полиграфии НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург, 2013. – 80 с.
3. Садовская, Е.Ю. Использование кейс-метода при обучении бизнес-дисциплинам [Текст] / Е.Ю. Садовская // Инновационные процессы и корпоративное управление: сб. научн. тр. – Минск: БГУ, 2010. – С. 10–17.