

Кейс-метод в бизнес-образовании

Беляков В.Г. к.ю.н., доц. каф.менеджмента, НИУ ВШЭ СПб
Доклад подготовлен в рамках исследовательского проекта НУГ
№13-05-0050
«Разработка и применение учебных кейсов в исследованиях и
менеджмент-образовании» 2013г.
© В. Г. Беляков, 2013

Понятие кейса

- ▶ В широком смысле «кейс-стади» (case study) – исследование случая (для исследовательских кейсов) или метод анализа конкретной ситуации (для учебного кейса)

Кейс- метод

- ▶ Кейс –метод включает одновременно и особый вид учебного материала, и особые способы использования этого материала в учебном процессе
- ▶ Суть этого метода – проанализировать конкретную ситуацию и выработать оптимальное решение по проблемам (проблеме) , описанной в кейсе.

Две главных проблемы

- ▶ Как писать (создавать) кейсы. Текст и контекст кейса. Содержание кейса
- ▶ Как работать с кейсами. Анализ и обсуждение кейса. Апробация кейса.

Основные характеристики

- ▶ Во-первых, представленный для анализа случай должен отражать реальную и (желательно) типичную жизненную ситуацию
- ▶ Во-вторых, в описании должна присутствовать проблема или ряд прямых или косвенных затруднений, противоречий, скрытых задач для решения исследователем. Проблема не должна быть слишком «мелкой», а решение - очевидным
- ▶ В- третьих, требуется наличие определенных теоретических знаний (необходимых и достаточных), на основании которых можно решить проблему, поставленную в кейсе.

Главные задачи учебных кейсов: специальные и общие

- ▶ Развивать аналитические способности менеджеров
- ▶ Развивать навыки принятия управленческих решений
- ▶ По моему мнению – с помощью учебного кейса можно преодолеть «разрыв» между теорией и практикой
- ▶ Выработка отдельных навыков как неформализованного знания

Потенциал метода кейс стади

- ▶ Педагогический потенциал метода кейс стади, по мнению ряда ученых, гораздо выше, чем у традиционных методов обучения. Так, Ю.Сурмин, один из крупнейших специалистов в области теории кейс – метода, отмечает среди отличительных характеристик этого метода такие как возможность переносить акцент преподавания не на овладение готовым знанием, а на его выработку, на сотворчество студентов и преподавателей. Кроме того, результатом применения кейс – метода в обучении являются не только знания, но и приобретаемые профессиональные навыки

Базовые характеристики кейса как учебно-методического материала

По мнению И.В. Гладких к числу таких требований можно отнести следующие:

- ▶ 1. Ориентация на конкретную ситуацию.
- ▶ 2. Понятное выражение того, зачем написан кейс. Для тех, кто будет работать с кейсом, он должен иметь конкретный смысл.
- ▶ 3. Достоверность фактов (информации, изложенной в кейсе).
- ▶ 4. Проблемный характер ситуации.
- ▶ 5. Приближенность к реальной работе менеджера.
- ▶ 6. Увлекательность изложения.
- ▶ 7. Недопустимость прямого авторского комментария.
- ▶ 8. Учет межфункциональных аспектов деятельности организации.
- ▶ 9. Временной аспект описания ситуации.
- ▶ 10. Необходимое количество информации

Главное в учебном кейсе

- ▶ Традиционный учебный кейс разрабатывается для проведения обсуждений, самостоятельного анализа и поиска, а не для готовой иллюстрации того, как надо или не надо было поступать или как работает теоретическое положение на практике. [Гладких, 2006]. Следовательно, главная отличительная черта учебных кейсов – их аналитическая направленность.

Анализ ситуации

- ▶ Основными понятиями, используемыми в кейс-методе, являются понятия «ситуация» и «анализ», а также производное от них – «анализ ситуации».

Допустимость условности ситуации

- ▶ Применительно к обучающим кейсам существует проблема допустимости условности ситуации, при этом вполне можно согласиться с Ю.Сурминым, который считает, что в таких кейсах допускается значительный элемент такой условности (симулирования). Проблема и сюжет могут отличаться искусственностью, «сконструированностью» из наиболее важных жизненных деталей. Такой кейс позволяет видеть в ситуациях и специфичное и типичное и развивает способность анализировать ситуации посредством применения аналогии.

Материал для кейса

- ▶ Оптимальный вариант – конкретная ситуация из жизни конкретной компании
- ▶ Консалтинговый опыт автора кейса
- ▶ Открытые источники
- ▶ Иные источники

ПОИСК ИСТОЧНИКОВ

- ▶ Главное – проблема, от проблемы идем к ситуации. Проблема не должна иметь однозначного решения
- ▶ Отбор материала определяется задачами, предметной отраслью, целевой аудиторией (для кого создается кейс)
- ▶ Обработка материала – необходимость придать ему соответствующую форму (дизайн кейса)

Три этапа в работе

- ▶ Первый этап – подбор материала, написание кейса «вчерне»
- ▶ Второй этап – апробация кейса. Возможность использовать фрагменты кейса в виде отдельных заданий. В ходе апробации выявляются спорные моменты, недоработки и т.д.
- ▶ Окончательный вариант кейса. Его опубликование. Кейс как продукт.