

Дубинина Екатерина Викторовна
старший преподаватель, начальник отдела
учебно-методического обеспечения
ФГБОУ ВО «Российский государственный
социальный университет»
г. Москва

ТВОРЧЕСКИЙ ПРОЦЕСС КОНСТРУИРОВАНИЯ КЕЙСОВ

Аннотация: в данной статье рассмотрен творческий процесс создания кейсов как специфического методического учебного материала. Перечислены базовые и вторичные источники формирования кейса. Отражена классификация кейсов. Обозначены подходы для создания учебных ситуаций. Приведен алгоритм включения кейс-метода в структуру системы профессионального образования. Отмечены различные формы кейсов. Определены достоинства кейс-метода.

Ключевые слова: кейс-метод, кейс стади, кейс, преподаватель, ситуация.

Сформулировать единое определение кейс стади достаточно сложно, ввиду того, что при использовании в различных отраслях науки и практики термин получает различную смысловую нагрузку. Более подробно определение базовых понятий и категорий кейс-метода рассмотрено нами в работе «Категориальный аппарат кейс-метода и его характерные признаки» [6]. В данной статье мы затронем кейс как единый информационный комплекс, иллюстрирующий для обучающихся ситуацию как некое временное состояние, способное разрешиться в различных направлениях.

По мнению специалистов в области образования, использующих кейс стади с момента его появления в России в 90-е годы XX века, этап первоначального осмысливания того, что это такое и зачем это нужно, уже закончился. На первый план выступают три главные задачи: вовлечение преподавателей в процесс си-

стематической работы над кейсами; совершенствование методического мастерства в процессе написания и использования кейсов; организационная поддержка образовательного учреждения [5, с. 134].

Некоторые ученые считают источником для создания кейсов людей, которые вовлечены в определенную ситуацию, требующую решения [4]. Другие называют источником любую деловую ситуацию [13]. Определенно можно сказать, что источником кейса выступает сама жизнь, но в какой степени она определяет содержание и форму кейса требует дальнейшего осмысления.

Кейс как интеллектуальный продукт деятельности преподавателя имеет несколько источников, называемых базовыми: *общественная жизнь* во всем своем многообразии выступает источником сюжета, проблемы и фактологической базы кейса; *образование* определяет цели и задачи обучения и воспитания, интегрированные в кейс-метод другие методы обучения и воспитания; *наука* задает две ключевые методологии, которые определяются аналитической деятельностью и системным подходом, а также множеством других научных методов, интегрированных в кейс и процесс его анализа [12, с. 147].

Соотношение базовых источников в структуре кейса может быть различным, и по степени воздействия одного из них можно провести классификацию кейсов на *практические* (отражающие реальные жизненные ситуации), *обучающие* (основной задачей которых является обучение определенному навыку деятельности) и *научно-исследовательские* (ориентированные на поиск нового решения посредством исследовательской деятельности). Идеальным является равнозначное содержание всех трех источников в кейсе, но в реальности это встречается крайне редко. Эти источники оказывают наибольшее влияние на форму и содержание кейса и потому являются первичными.

Можно выделить также вторичные источники формирования кейсов и здесь позиции авторов по вопросу, что может быть источником для конструирования ситуации, характеризуются многообразием. Зарубежные исследователи кейс стади Р. Йин и Р. Стейк выделяют по крайней мере шесть источников – оснований для кейс обучения: документы, архивные записи, интервью, данные прямого

наблюдения, данные включенного наблюдения, материальные предметы. Не все источники обязательны для использования в кейсе, однако они будут полезны для размышления в исследовании [3].

Отечественные практики бизнес-образования предлагают для создания учебных ситуаций три подхода. *Первый* состоит в том, что за основу берется фрагмент жизни реальной компании, информация о которой получена автором ситуации непосредственно в ходе исследовательского или консалтингового проекта, или целенаправленного сбора информации. Подобный подход в информационном отношении наиболее полон и глубок; именно таким образом готовится значительная часть ситуаций за рубежом. Главное преимущество подхода состоит в том, что проблемы организации познаются «изнутри», без серьезных промежуточных искажений. *Второй* вариант – использование информации, «рассыпанной» в СМИ, специализированных журналах, информационных вестниках и т. д. Подобная информация всегда неполна, как правило, искажает картину жизни, однако она сможет существенно украсить любой кейс. *Третий*, наименее распространенный, вариант – описание вымышленной ситуации. К числу недостатков такого подхода следует отнести максимальную отстраненность от проблем реальной компании. Кроме того это противоречит самой сути метода конкретных ситуаций [8].

Авторы, принимающие участие в международной программе распространения ситуационной методики обучения, в качестве вторичных источников формирования кейсов выделяют следующие:

1. Художественная и публицистическая литература, которая может подсказывать идеи, а в ряде случаев определять сюжетную канву кейса. Фрагменты из публицистики значительно актуализируют кейс, что повышает к нему интерес со стороны обучающихся.

2. Местный материал. В данном случае речь идет не о том, что кейсы должны освещать только опыт национальных предприятий. Имеются в виду те компании и те товары или услуги, которые присутствуют на национальном рынке и в том или ином виде знакомы обучающимся.

3. Научность и строгость кейсу придают статистические материалы, сведения о состоянии рынка, социально-экономические характеристики предприятия и т. п. Статистические материалы размещают либо в самом тексте кейса, либо в приложении.

4. Добротные материалы к кейсу можно получить посредством анализа научных статей, монографий и научных отчетов, посвященных той или иной проблеме. Хорошая научная статья обычно характеризуется углубленным пониманием какого-либо вопроса, научная монография дает системную характеристику предмета исследования, а научный отчет характеризуется актуальностью и новизной материала.

5. Неисчерпаемым кладезем материала для кейсов является Интернет с его ресурсами. Этот источник отличается значительной масштабностью и гибкостью [12, с. 149].

Таким образом, существует множество источников информации, способных послужить основой для кейса. Главное требование к ним – это истинность всех материалов для максимального соответствия ситуации кейса – ситуации реальной жизни. Необходимо также чтобы информация, содержащаяся в кейсе, была полезной и эффективной базой для обучения студентов определенной специальности или слушателей определенного курса и потому должна быть встроена в учебный курс и служить достижению определенной дидактической цели. С определения раздела курса для которого проектируется ситуация и должен начинаться процесс создания кейса. Процесс этот носит творческий, а потому не вполне алгоритмизированный характер, однако его все-таки можно представить в виде некоторой технологической схемы, основными этапами которой выступают:

1. Определение раздела, темы и основного содержания учебного курса, для которого должна быть построена ситуация.

2. Формулировка учебных целей и задач применения анализа ситуации в обучении, основных ее функций.

3. Определение проблемы ситуации и ее контура, создание ее обобщенной модели.

4. Поиск аналога обобщенной модели ситуации в реальной жизни.

5. Определение содержания информации, необходимой для описания ситуации.

6. Определение источников и методов сбора информации.

7. Сбор необходимой информации.

8. Определение формы и характера модели ситуации.

9. Создание модели ситуации.

10. Проверка степени соответствия модели ситуации – реальной ситуации.

11. Внедрение ситуации в обучение (или же возврат к предыдущим этапам деятельности) [12, с. 155].

Таким образом, кейс изначально предназначается для определенного раздела учебной программы, что существенно определяет требования к его содержанию, цели, задачи создания и использования. После сбора информации, ее тщательного анализа на предмет соответствия истинности и актуальности при изучении определенного учебного курса, настает этап написания самого учебного задания. Этот этап характеризуется значительным творческим потенциалом, поскольку в зависимости от целей кейса и типа имеющейся информации его форма может быть различной, что находит отражение в значительном многообразии оснований для классификации кейсов.

В теории игротехнического менеджмента в зависимости от характера освещения материала используются *ситуации-иллюстрации* (заключают в себе пример из управленческой практики), *ситуации-оценки* (требуется только оценить насколько принятное решение правомерно и эффективно) и *ситуации-упражнения* (конкретный эпизод управленческой или социально-психологической деятельности представлен так, чтобы его решение требовало каких-либо стандартных действий, например расчета нормативов, заполнения таблиц, использования юридических документов) [10, с. 269].

В социологии управления на первый план выступает такое основание как результат разбора кейса, что определяет классификацию ситуаций на *проблемные* (результатом разбора такого кейса является определение сущности проблемы) и *проектные* (результатом разбора которых является не просто выработка решения, а составление детального плана его внедрения и оценки эффективности) [9, с. 1020].

По форме представления кейсы могут быть печатными, мультимедиа или видео кейсами [7]. При этом печатные кейсы по объему можно разделить на:

- структурированные (highly structured cases) – содержат минимум информации. Для решения применяют определенную формулу. У таких задач существует оптимальное решение. Используются для отработки определенного навыка или владения техникой;
- короткие наброски (short vignettes) содержат до 10 страниц текста и 1–2 страницы приложений; знакомят с ключевыми понятиями, при разборе надо опираться на свои знания;
- первооткрывательские (ground breaking cases) – участник должен предложить новое решение. Активизируется творческий потенциал и тренируется умение работать в режиме «мозгового штурма»;
- большие неструктурированные кейсы (long unstructured cases) объемом до 50 страниц – самые сложные. Информация в них очень подробная, в том числе и ненужная, а необходимая может отсутствовать. Используются для анализа инцидентов; в результате у участников развиваются навыки принятия решений в условиях недостатка информации [11, с. 222].

По специализации и широте охвата вопросов ситуации могут быть *узконаправленными* (технологические, экономические, правовые, социальные, психологоческие, педагогические и т. д.) и *комплексными* (организационно-управленческие, социально-психологические, административно-хозяйственные) [10, с. 270].

Следует отметить, что информацию в кейсе можно изложить по-разному: главное правило здесь – строгое соответствие учебной цели кейса и интрига, для того, чтобы привлечь обучающихся. Материал можно представить в виде рассказа, эссе, аналитической записки, журналистского расследования, отчета, очерка, совокупности фактов, статистических материалов, документов или производственных образцов. Субъектом кейса может быть не только автор: кейс может быть личностным (написанным от имени героя ситуации), многосубъектным (несколько действующих лиц), организационно-институциональным (когда ситуация описывает положение дел в организации или на предприятии). Опыт показывает, что кейс тогда превращается в эффективное учебно-методическое произведение, когда получает не только всестороннюю научную и методическую, но и жанровую проработку [12, с. 171].

Итак, прежде чем написать кейс, необходимо оценить, какая часть учебного курса нуждается в практической иллюстрации, сформулировать учебные цели и задачи. Затем наступает творческий процесс конструирования кейса – модели реальной ситуации, сбор материала, анализ достоверности. Основой для кейса служит не только образовательная цель и научная методология, но и общественная жизнь во всем ее многообразии.

При конструировании кейса необходимо помнить, что описываемая ситуация должна быть актуальной (происходить в последние 5 лет), креативной с точки зрения отображения характеров действующих в кейсе лиц, вызывать желание подискутировать (быть неоднозначной), соответствовать педагогической цели учебного курса (программы, темы, занятия), быть не очень большой по объему и самое главное – интересной для обучающихся [1, р. 156].

Классификацию кейсов можно проводить по различным основаниям: по характеру отображаемого материала, результату разбора кейса, объему, специализации и т. д. Для кейсов свойственно значительное многообразие жанров. Задача разработчика заключается в том, чтобы сформулировать такие жанровые особенности кейса, которые могли бы оптимально реализовать его дидактические цели.

Главными достоинствами кейс-метода является значительная активизация творческого потенциала не только обучающихся, но и преподавателей. Вместе с тем кейс-метод не является универсальным – его эффективное использование возможно только совместно с классическим лекционным курсом, который он будет успешно иллюстрировать. При внедрении кейс-метода в учебный процесс в ближайшие годы он выступит не только эффективной технологией повышения качества образовательного процесса, развития его творческой составляющей, но и положительно скажется на развитии человеческих ресурсов обучаемых.

Список литературы

1. Herreid C.F. Cooking with Betty Crocker: A Recipe for Case Writing // Journal of College Science Teaching. – January, 2000.
2. Stake R. The art of case research. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 1995. Ссылка по Tellis W. Introduction to Case Study // The Qualitative Report. – Vol. 3. – №2. – July, 1997 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nova.edu/ssss/QR/QR3-2/tellis1.html> (04.12.2016).
3. Yin R. Case study research: Design and methods. – 2nd ed. – Beverly Hills, CA: Sage Publishing, 1994.
4. Багиев Г.Л. Руководство к практическим занятиям по маркетингу с использованием кейс-метода / Г.Л. Багиев, В.Н. Наумов // Энциклопедия маркетинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.marketing.cfin.ru/read/m21> (05.12.2016).
5. Гладких И.В. Подготовка учебных кейсов как элемент процесса развития бизнес-образования в России. Проблемы образования / И.В. Гладких // Вестник Санкт-Петербургского университета. – 2003. – Вып. 3. – №24.
6. Дубинина Е.В. Категориальный аппарат кейс-метода и его характерные признаки [Текст] / Е.В. Дубинина // Образование и наука в современных условиях: Материалы VIII Междунар. науч.-практ. конф. (Чебоксары, 26 июня 2016 г.) / Редкол.: О.Н. Широков [и др.]. – Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2016. – №3(8). – С. 71–75.

7. Желудевич Ф. Кейс-метод в бизнес-обучении / Ф. Желудевич // Отдел кадров. – 2004. – №1 (36) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://otdelkadrov.by/number/2004/1/364> (04.12.2016).
8. Зобов А.М. Метод изучения ситуаций (case study) в образовании: его история и применение / А.М. Зобов // Центр дистанционного образования «Элитариум» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.elitarium.ru> (04.12.2016).
9. Кравченко А.И. Социология управления; фундаментальный курс: Учеб. пособие для студентов вузов / А.И. Кравченко, И.О. Тюрина. – М.: Академический проект, 2006. – 1136 с.
10. Панфилова А.П. Игroteхнический менеджмент. Интерактивные технологии для обучения и организационного развития персонала: Учеб. пособие / А.П. Панфилова. – СПб: Знани», 2003. – 536 с.
11. Прокофьева Н.И. Бизнес-тренинг: с чего начать, как преуспеть. Советы руководителям и тренерам / Н.И. Прокофьева. – СПб.: Питер, 2009. – 304 с.
12. Ситуационный анализ, или Анатомия Кейс-метода. Программа распространения ситуационной методики обучения «Проект Хармони Инк.» / Под ред. д-ра социол. наук, профессора Ю.П. Сурмина. – Киев: Центр инноваций и развития, 2002.
13. Что такое кейсы: история и использование // Российская экономическая академия им. Г.И. Плеханова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://magistr.rea.ru/5_42.html (26.04.2009).