CASE STUDY КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ МЕТОД ОБУЧЕНИЯ ДЕЛОВОМУ АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ И ПОВЫШЕНИЯ УРОВНЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ УЧАСТНИКОВ ДЕЛОВОЙ СИТУАЦИИ

Аннотация

В статье рассматривается вопрос о значимой роли высшей школы в решении важной государственной задачи по формированию у выпускников экономической культуры, которая в дальнейшем позволит им вести экономически грамотную общественную деятельность на благо страны. Автор отмечает, что преподаватели иностранных языков также активно участвуют в этом процессе, включая в образовательные программы профессионально-ориентированные модули и используя специальные методики, в частности кейсовую, целью применения которых является подготовка социально активных специалистов, которые смогут эффективно работать в сферах экономики, бизнеса и финансов и достойно представлять российское государство на зарубежных рынках, демонстрируя высокий уровень владения иностранным языком.

Abstract

CASE STUDY AS AN EFFECTIVE METHOD OF TEACHING BUSINESS ENGLISH AND INCREASING THE LEVEL OF THE ECONOMIC CULTURE OF BUSINESS SITUATION PARTICIPANTS

The article discusses the crucial role of the higher education in solving the important state task to provide graduates with a high level of the economic culture to allow them to conduct economically competent social activities for the country benefit. The author emphasizes that foreign language teachers also actively participate in this process, they include professionally oriented modules in educational programs and use special methods, for example, a case method, which help to train socially active specialists who can work effectively in economics, business and finance fields and successfully represent the Russian state in foreign markets.

Ключевые слова

экономическая культура, экономические знания, кейсовая методика, иностранные языки, деловая ситуация

Keywords

economic culture, economic knowledge, case method, foreign languages, business situation

На современном этапе нашей стране требуются специалисты, которые могут результативно действовать в постоянно меняющихся социально-экономических условиях. Практика показывает, что наличие у выпускников вузов только специализированных знаний не гарантирует их успешной

адаптации к реальной обстановке в профессиональной и повседневной экономической деятельности. Для этого необходимо сочетание глубоких специальных и экономических знаний, а также нравственно-ценностных качеств, которое обеспечивает владение специалистом экономической культурой высокого уровня, являющейся качественной характеристикой, отражающей не только уровень экономических знаний, умений и навыков, но и степень реализации способностей и возможностей индивида в экономической сфере общества.

Российская высшая школа уже несколько десятилетий принимает активное участие в решении важной государственной задачи по формированию у выпускников экономической культуры, которая в дальнейшем позволит им не только вести, но и оценивать свою деятельность с позиции целесообразного экономического поведения и нравственных устоев. Для повышения эффективности данного процесса преподаватели высших учебных заведений успешно применяют в образовательном процессе как традиционные, так и инновационные педагогические инструменты, а также технологии активного обучения, предоставляют студентам возможность вести самостоятельную научно-исследовательскую деятельность, ведут мониторинг учебной деятельности и ее результатов.

Преподаватели иностранных языков также понимают необходимость и важность своего участия в подготовке экономически грамотных специалистов с высокими нравственными ценностями, поэтому во многих российских вузах учебные программы по иностранным языкам включают специальные модули, целью изучения которых является ознакомление студентов и усвоение ими экономической лексики, понятий и терминов. Для выполнения этой задачи в учебные программы по иностранным языкам включают изучение профильной документации и литературы, обучение письменному деловому общению и устной коммуникации, а также деловому этикету в ситуациях, связанных с деятельностью на зарубежных рынках в сферах экономики, бизнеса и финансов.

Методика обучения иностранным языкам на конкретных деловых ситуациях (*case studies*) является одним из самых эффективных инструментов по формированию и повышению экономической культуры студентов; она уже в течение нескольких десятков лет успешно используется в различных образовательных учреждениях для подготовки будущих специалистов к деятельности в реальных профессиональных условиях [1, с. 80], в процессе которой им придется регулярно делать выбор из числа имеющихся возможностей, касающихся вариантов наиболее грамотного экономического поведения, так как «кейс характеризуется наличием актуальной или реальной проблемы, необходимостью выбора перед которым подставлен субъект деловой ситуации, который вынужден решать эту проблему, применяя накопленный им комплекс профессиональных знаний и умений. Как правило, проблема не имеет однозначного решения» [4, с. 10].

Исходя из этого определения, можно сделать вывод, что деловая ситуация должна представлять собой комплект определенных материалов на иностранном языке, объединенных общей идеей и подаваемых в порядке логического развития ситуации, которая должна завершиться выбором наиболее оптимального решения разбираемой профессиональной проблемы.

Умение преподавателя адаптировать деловые ситуации к потребностям участников учебного процесса в соответствии с поставленными целями и задачами обучения в конкретной аудитории дает возможность:

- оптимизировать учебный процесс;
- сблизить процесс обучения и реальные условия делового общения;
- научиться принимать экономически правильные в определенной ситуации решения;
- мотивировать студентов к изучению экономически окрашенного иностранного языка и ведению иноязычной профессиональной речевой деятельности.

Деловые ситуации, специально подобранные или разработанные с целью расширения диапазона знаний студентов в экономической сфере, обычно содержат информацию о компании и ее деятельности, которая может дополняться данными из отчетов компаний по итогам года, включая таблицы, графики, печатные материалы (статьи из газет, журналов и т. д.). Соответственно, работа над предложенными материалами будет включать ознакомление студентов с информацией, ответы на вопросы по прочитанному материалу, проверяющие его понимание в письменной и устной форме, предполагаются также задания по интерпретации таблиц и графиков, упражнения, основной целью которых является работа над словарным запасом, то есть терминологией определенной специальности [3, с. 62] (в данном случае речь идет об усвоении студентами экономической лексики).

Для успеха применения методики *case study* преподавателю важно учитывать интерес участников учебного процесса к предлагаемой для разбора ситуации, который может возникнуть при наличии следующих условий:

- личное значение продукции / услуги компании для участников обсуждаемой деловой ситуации, так как среди них есть представители этих компаний либо они уже используют или планируют приобретать товары/услуги данной фирмы;
- популярность исследуемой компании, так как у участников есть намерение устроиться туда на работу;
- соответствие тематики кейса изучаемому материалу и/или специализации участников, например: наем персонала, реклама нового продукта, освоение компанией нового сегмента рынка и т. д.

Следовательно, преподавателю важно понимать, что отсутствие мотивирующих условий для изучения предлагаемой деловой/экономической ситуации приедет к тому, что проблема кейса будет восприниматься как нечто абстрактное, а работа над ней не принесет запланированного результата.

Временные рамки для ознакомления, анализа и обсуждения деловой ситуации могут быть самыми различными: если предлагаемый для изучения материал не очень объемен (занимает от одной до трех страниц), то на полную проработку кейса может потребоваться от одного до двух академических часов полноценных занятий. Если же ситуация развивается планомерно и предполагает серию сюжетов (например, мы наблюдаем процесс становления бизнеса), то кейс может стать предметом для изучения на целый семестр. Многолетняя практика использования методики кейсов на занятиях по английскому языку во Всероссийской академии внешней торговли показывает, что для получения успешного результата преподавателю следует придерживаться определенной системы, которая будет учитывать регулярность применения методики, объем предлагаемой студентам информационной базы и определенные этапы работы с материалом, который будет носить междисциплинарный характер.

Традиционно выделяют следующие этапы работы над деловой/экономической ситуацией:

1. I (организационный) — для ознакомления и предварительного анализа деловой ситуации;
2. II (рабочий) — для обсуждения деловой ситуации в группах, поиска и принятия оптимального решения;
3. III (завершающий) — для подведения итогов работы учеников над деловой ситуацией и представления окончательного решения, принятого в команде. На этом же этапе происходят разбор и оценка деятельности студентов преподавателем.

В начале введения методики кейсов в учебный процесс рекомендуется разобрать несложную, но актуальную и интересную для всей группы участников ситуацию (*mini-case*); целью занятия будет вовлечение студентов в совместное обсуждение деловой проблемы с последующим принятием решения. Работать над ней рекомендуется не более одного академического часа, так как это должна быть короткая деловая ситуация объемом со страницу, не очень информационно насыщенная и предполагающая решение только одной проблемы. Способы представления материала могут быть различными: например, данные по определенному аспекту деятельности компании с короткими комментариями; меморандум, в котором сформулирована проблема; таблица, схема, график, газетная статья, рекламное объявление и т. д. Следует также помнить, что для успешного выполнения коммуникативных задач текстовый материал кейса должен быть подобран с учетом уже усвоенной экономической лексики и терминологии, а также профессиональной готовности студентов; усилению мотивации к изучению иностранного языка будут способствовать межпредметные связи [2, с. 54].

Информационную часть более объемного и сложного кейса (*full-length case*) целесообразно выдать участникам заранее — в качестве домашнего задания, чтобы они успели с ним ознакомиться и активно работали на занятии.

Задания как к мини-кейсам, так и к кейсам с полной информационной базой должны быть аналогичны; разница заключается только в том, что полноформатные кейсы требуют от участников более глубоких профессиональных знаний по специальным дисциплинам, необходимых для успешного решения поставленных в деловой ситуации задач.

Важная стадия работы над конкретной деловой/экономической ситуацией подразумевает устное речевое общение между ее участниками, осуществляемое в форме деловой игры. Коммуникация может быть организована в парах: например, сотрудники компании должны принять решение по существующей проблеме (диалогическая речь) и изложить его в форме презентации (монологическая речь) своим руководителям. Можно также предложить студентам провести дискуссию/собрание/переговоры и т. д. — и решить ключевые вопросы компании в процессе ведения переговоров/собрания среди участников деловой ситуации (полилогическая форма общения).

Практика показывает, что анализ кейса с его последующим обсуждением в группе является одним из самых сложных моментов обучения, так как участникам ситуации необходимо выделить наиболее важные и значимые факты, определить проблему, лежащую в основе деловой ситуации, и договориться о путях ее решения. Так как дискуссия может затянуться и продлиться дольше запланированного времени, преподавателю рекомендуется учитывать временной фактор и мягко направлять студентов к стадии принятия решения, не вмешиваясь в смысловое обсуждение.

Так как работа с кейсами планируется на регулярной основе и обычно подразумевает участие нескольких команд, при введении каждой новой ситуации желательно проводить изменения в составе этих групп, чтобы избежать закрепления у участников поведенческих ролей. Например, если лидер команды не меняется, существует риск навязывания группе его мнения, активность других участников снижается, поскольку они привыкают к роли аутсайдеров. Изменения в составе групп участников помогают корректировать их поведение, так как в различных профессиональных ситуациях им приходится выполнять разные должностные обязанности, преодолевать возникающие в процессе работы трудности психологического характера и приобретать умения экологично общаться в коллективе.

По завершении работы над деловой ситуацией преподаватель обязательно должен дать ее участникам обратную связь, проанализировав и прокомментировав результаты и поведение всех участников деловой ситуации. Цель преподавателя на этом этапе — помочь обучающимся научиться принимать не скоропалительные и бездоказательные, а продуманные, взвешенные и экономически правильные решения, гарантирующие компании дальнейшее развитие. Хорошие подспорье в этом — наличие книги для учителя, которая будет содержать не только методические рекомендации и ответы на фактические вопросы по материалу, но также важные пояснения из области экономики, маркетинга, финансов, менеджмента и т. д., в которых преподаватель иностранного языка не всегда может быть достаточно компетентен.

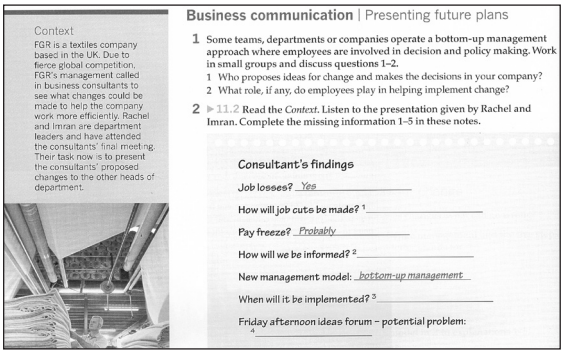
Обратимся к учебнику *Business Result* уровня *Upper-Intermediate*, чтобы посмотреть, есть ли возможность предложить студентам кейсы, которые позволят им погрузиться в мир реального бизнеса и продемонстрировать свою экономическую грамотность, решая конкретные профессионально значимые проблемы и одновременно совершенствуя свои навыки чтения, аудирования, письма и говорения на английском языке.

Каждый раздел данного учебника содержит секцию *Business Communication*, которую при желании преподавателя можно превратить в небольшой кейс, чтобы обеспечить обучающихся заданиями на развитие всех четырех навыков, необходимых для успешного владения иностранным языком. Мы обратимся к разделу 11 *Change* и разберем ситуацию, связанную с введением изменений в работу компании.

Упражнение 1 можно провести в качестве вводного, которое поможет студентам понять предмет обсуждения, выразить свое отношение к переменам, предположить, какие положительные и отрицательные последствия перемен может пережить компания, планирующая их ввести.

Рис. 1

Задание из УМК Business Result (Oxford University Press)



Context

FGR is a textiles company based in the UK. Due to fierce global competition, FGR's management called in business consultants to see what changes could be made to help the company work more efficiently. Rachel and Imran are department leaders and have attended the consultants' final meeting. Their task now is to present the consultants' proposed changes to the other heads of department.

Business communication | Presenting future plans

1 Some teams, departments or companies operate a bottom-up management approach where employees are involved in decision and policy making. Work in small groups and discuss questions 1–2.

1 Who proposes ideas for change and makes the decisions in your company?

2 What role, if any, do employees play in helping implement change?

2 ▶ 11.2 Read the *Context*. Listen to the presentation given by Rachel and Imran. Complete the missing information 1–5 in these notes.

Consultant's findings

Job losses? *Yes*

How will job cuts be made? [1] _____

Pay freeze? *Probably*

How will we be informed? [2] _____

New management model: *bottom-up management*

When will it be implemented? [3] _____

Friday afternoon ideas forum – potential problem: [4] _____

После краткой дискуссии можно переходить к непосредственной работе над мини-кейсом, каковым и является параграф под названием *Context* [5, с. 74].

Первым этапом работы над любой деловой ситуацией является проверка ее понимания, поэтому важно предложить студентам ознакомиться с информацией, а затем задать вопросы, чтобы удостовериться, что она воспринята правильно. Вопросы могут быть следующими:

1) *Is FGR's an international company?*
2) *Why do FGR's leaders decide to make changes in the company? Give two reasons.*
3) *Do they intend to implement them with the help of their own specialists? Prove it from the text.*
4) *Who took part in the final meeting? Why was it arranged?*

После получения ответов можно переходить к прослушиванию информации, которая развивает и углубляет сюжет, и заполнить «документ», предложенный в учебнике, дополняя его недостающими данными. Если по мнению преподавателя для полного понимания аудиозаписи заполнения документа недостаточно, можно составить дополнительные вопросы, которые помогут студентам сконцентрироваться на других — не менее важных для последующего обсуждения — моментах, озвученных «руководителями компании».

После проверки понимания деловой ситуации необходимо перейти к стадиям обсуждения и принятия решения. Предварительно можно предложить студентам написать служебную записку (*memo*) от лица генерального директора руководителям отделов компании; ее содержание будет базироваться на информации, предоставленной в аудиозаписи. Задание можно сформулировать таким образом:

Writing:
On behalf of Steven Patten, Managing Director of FGR, write a memo to the heads of the departments informing them about the coming meeting, mention the date, time and subject. Ask them to invite one representative from each department and prepare some ideas about possible changes, which should benefit the employees and the company. The proposals should be supported by strong arguments.

Use the following memo format:

Memo
To:
From:
Date:
Subject:
This is to inform you …

Далее можно провести собрание, в котором принимают участие как «руководители отделов», так и «сотрудники», которые будут готовы изложить свои идеи по проведению изменений в отделах, направленные на повышение эффективности компании и благополучия сотрудников. Чтобы дискуссия прошла плодотворно и с энтузиазмом, рекомендуется предложить студентам подготовиться к ней самостоятельно, заранее распределив роли участников и назначив председателя, ведущего собрание. Соответственно, собрание можно провести на следующем занятии, четко проговорив временные рамки и предложив использовать как информацию из параграфа Context и аудирования, так и собственные идеи.

По окончании собрания принимается решение о внедрении изменений, одобренных большинством участников. Следующим шагом может стать задание по подготовке презентации для директората компании, которую следует выполнить, соблюдая общепринятую структуру презентаций для публичных выступлений. Задание можно сформулировать таким образом:

Speaking:
As Steven Patten, Managing Director of FGR, present recommendations regarding the future change policy to the company Board members. Follow the plan of the presentation.

Табл. 1
Структура презентации

Presentation Structure		
Introduction	• *opening courtesies* • *stating the target* • *providing an overview* • *stating the rules*	*Tell the audience what you are going to say*
Main Body	• *background information* • *problem definition* • *possibilities* • *proposals*	*Say it*
Conclusion	• *summary* • *handouts (if necessary)* • *closing courtesies*	*Tell them what you said*

После завершения всех запланированных видов работ над кейсом преподаватель должен дать оценку деятельности студентов, отметив все положительные моменты, связанные с грамотным подходом к решению сложившейся ситуации благодаря накопленным предметным и экономическим знаниям, и аспекты, которые требуют более детальной проработки, например, предложения сотрудников, недостаточно убедительно представленные во время обсуждения.

В заключение хочется отметить, что в современных условиях важная часть деятельности преподавателей высшей школы в целом и преподавателей иностранного языка в частности заключается в обеспечении тесной связи учебного процесса и социально-экономической реальности, которая позволит выпускникам подготовиться к эффективной профессиональной деятельности в постоянно меняющихся условиях. Для эффективного решения данной задачи преподавателям иностранных языков необходимо использовать методики и техники, направленные на: развитие у студентов аналитических и исследовательских способностей, умений планировать и принимать экономически выгодные управленческие решения при помощи накопленного комплекса знаний; проявление личного потенциала и совершенствование умений ведения профессиональной коммуникации на иностранном языке.

Литература

1. **Аверьянова С. В.** Коммуникативные стратегии при обучении устному деловому общению на занятиях по иностранному языку // Российский внешнеэкономический вестник. – М.: ВАВТ, 2013. – Вып. 3. – С. 80–86.
2. **Дроздова А. А.** Межпредметные связи при обучении говорению на иностранном языке // Иностр. языки в школе. – 2022. – № 2. – С. 53–59.
3. **Серебрянцева О. Г.** Использование кейсов в процессе обучения иностранному языку для специальных целей в нелингвистическом вузе // Иностр. языки в школе. – 2022. – № 7. – С. 61–66.
4. Ситуационный анализ или анатомия кейс-метода / Ю. Сурмин, А. Сидоренко, В. Лобода, А. Фурда, И. Катеряняк, К. Меер; Под ред. Ю. П. Сурмина. –Киев: Центр инноваций и развития, 2002. – 286 с.
5. **Duckworth M., Hughes J., Turner R.** Business Result (Second Edition) Upper-Intermediate, Student's Book. – Oxford University Press. – 2021. – 156 p.

***Аверьянова Светлана Вячеславовна**, кандидат пед. наук, доцент, заведующий кафедрой английского языка Всероссийской академии внешней торговли.*
E-mail: svetlanav_d@mail.ru

Сведения об авторе