

ВИКОРИСТАННЯ КЕЙС-МЕТОДУ ПІД ЧАС НАВЧАННЯ ДІЛОВОЇ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ СТУДЕНТІВ НЕФОЛОЛОГІЧНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ

Волобуєва Поліна Сергіївна,
старший викладач
Університет імені Альфреда Нобеля

Волобоєва Анна Олександрівна,
викладач
Університет імені Альфреда Нобеля

Враховуючи сучасні тенденції у викладанні та вивченні іноземних мов використання інтерактивних методів навчання студентів нефілологічних спеціальностей набуває особливого значення. Ділові та рольові ігри, проекти, квести, кейси, тощо – це ті ігрові інтерактивні технології, які використовуються найчастіше для навчання студентів економічних спеціальностей і дають змогу ще під час навчання зіткнутись з деякими практичними аспектами їх майбутньої професійної діяльності.

В нашій роботі ми більш детально розглянемо використання кейс-методу на заняттях з дисципліни «Ділова іноземна мова», як одного з найефективніших інтерактивних методів навчання при формуванні та розвитку у студентів таких навичок та вмінь, як комунікабельність, гнучкість, критичне мислення, співпраця, що в подальшому дасть можливість швидше адаптуватись у професійній діяльності. Слід зазначити, що вперше кейс-метод був застосований у Гарвардській бізнес школі у 20-х роках ХХ століття під час викладання управлінських дисциплін та з того часу набув популярності на заході, але в Україні активно почав використовуватись лише у 90-х роках минулого століття. Серед вчених, що плідно займаються дослідженням використання кейс-методу у навчальному процесі, слід відзначити закордонних вчених М. Лідере, М. Норфі, Е. Монтера, К. У. Гроссе, а також українських дослідників Ю. П. Сурмин, О. І. Сидоренко, І. М. Богданова та інші.

Кейс-метод (англ. Case method, case study, метод кейсів, метод конкретних ситуацій, метод ситуаційного аналізу) – це техніка активного навчання, що полягає у використанні реальних або наближених до них соціальних, економічних та бізнес-ситуацій. При цьому студенти аналізують ситуацію, визначають суть проблеми, пропонують різні вирішення та намагаються знайти найкращий варіант із запропонованих. Вважається, що найбільш доцільно використовувати кейс-метод під час вивчення студентами ділової іноземної мови або іноземної мови для спеціальних цілей. Ми повністю підтримаємо такий підхід, адже метод кейсів дає можливість студентам формувати компетентності, необхідні для майбутньої професійної діяльності такі, як здатність до критичного мислення, аналізу, синтезу; здатність працювати в команді, розвиваючи вміння співпрацювати; здатність генерувати ідеї; здатність застосовувати отримані

професійні знання у практичних ситуаціях; здатність формувати та демонструвати лідерські якості під час обговорення проблеми та пошуку її вирішення. Відзначимо, що кейс-метод може успішно використовуватись на заняттях з іноземної мови, оскільки включає всі види мовленнєвої діяльності: аудіювання, читання, говоріння та письмо.

Успіх кейс-методу залежить від декількох складових. По-перше, це якість самого кейсу, котрий має бути максимально детальним та наочним, по-друге, підготовленість студентів і, по-третє, готовність викладача організувати роботу з кейсом та вести дискусію. Підготовка власного кейсу не є легким завданням, тому на початковому етапі ми пропонуємо використовувати вже готові кейси. Вважаємо, що одними з кращих у розробці завдань до кейсів є автори серії посібників Market Leader від Pearson Education Limited, розроблені для студентів та дорослих, які вивчають ділову англійську мову. Розглянемо один із запропонованих кейсів підручника Market Leader Upper-Intermediate, а саме Case study «Just good friends?», поданий в кінці вивчення теми Job satisfaction (Unit 5). Метою цього кейсу є формування та вдосконалення комунікативних навичок англійської мови під час обговорення та вирішення проблем пов'язаних із стосунками на робочому місці. Суть кейсу «Just good friends?» полягає в тому, що генеральний директор компанії Techno21 Патрік Макгваєр стурбований близькими стосунками між співробітниками компанії та їх впливом на діяльність компанії. Студентам пропонується відіграти роль працівників відділу людських ресурсів та знайти можливі рішення тієї чи іншої проблеми, з якою зіткнулась компанія.

На першому етапі студенти ознайомлюються із розділом Background, в якому надається загальна інформація стосовно компанії, її сфери діяльності, корпоративної культури, стосункам між співробітниками, тощо. Після ознайомлення з цим розділом викладач стимулює студентів обговорити переваги та недоліки роботи в такому середовищі.

На другому етапі студентам пропонується ознайомитись власне із кейсами, які потрібно вирішити. Ці кейси подаються у вигляді нотаток, які були підготовлені помічником генерального директора. На цьому етапі студенти аналізують ситуації, визначають проблеми. Викладач може розділити студентів на три групи (так як кейсів три), кожна група вивчає «свій» кейс, визначає проблему та доповідає іншим. Під час кожної з доповіді викладач або представники кожної групи стисло описують ситуацію та суть проблеми, роблячи нотатки у вигляді тез на дошці (Whiteboard, Jamboard, тощо, якщо це онлайн заняття).

На третьому етапі у студентів з'являється можливість отримати додаткову інформацію стосовно пошуку рішень. Студенти прослуховують розмову генерального директора з начальником відділу людських ресурсів та роблять нотатки. Після прослуховування студенти виділяють чотири варіанти вирішення ситуацій, запропоновані генеральним директором. Таким чином ми бачимо, що вже протягом цих трьох етапів задіяні майже всі види робіт: аудіювання, читання, говоріння та частково письмо.

Четвертий етап проходить у вигляді засідання відділу людських ресурсів, на якому студенти виконують ролі працівників відділу та безпосередньо обговорюють ситуації, які склалися, та шукають шляхи їх вирішення. Викладач ділить студентів на групи до чотирьох представників в кожній, надає документ для обговорення у вигляді електронного листа з повісткою дня засідання. В малих групах, студенти розглядають ситуації ще раз, беручи до уваги всю інформацію, яку вони отримали до цього, та пропонують дії, які потрібно зробити для подолання труднощів. Під час дискусії студенти виявляють переваги та недоліки запропонованих рішень, оцінюють альтернативи. Вже на завершальному етапі зустрічаються як одна група, представляють результати своїх обговорень і знову ж таки намагаються знайти оптимальне рішення кожної ситуації. В процесі виконання кейсу студенти розвивають та удосконалюють вміння аналізувати ситуацію, співпрацювати, критично мислити, вміння застосовувати отримані професійні знання на практиці. Все це стає можливим за умови, коли викладач пропонує матеріал, що відповідає знанням студентів на цьому етапі навчання. Немає сенсу проводити кейси, якщо студенти ще не вивчили необхідну термінологію, не зустрічались із запропонованим матеріалом, а також не мають необхідного рівня мовленнєвої підготовки.

Кейс-метод успішно працює з тими студентами, які вбачають в ньому гру, що в свою чергу забезпечує оволодіння теоретичним матеріалом у практичних умовах. Таким чином, використання кейсів на заняттях дозволяє готувати конкурентоспроможних спеціалістів певної сфери діяльності, як то економіка, менеджмент, маркетинг, розглядаючи конкретні ситуації з ділової практики і при цьому стимулює удосконалювати навички володіння англійською мовою та формує позитивну мотивацію до навчання.

Список літератури:

1. Волкова Н. П. Інтерактивні технології навчання у вищій школі: навчально-методичний посібник / Н. П. Волкова. – Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2018. – 360 с.
2. Дегтярьова Ю. В. Підвищення ефективності навчання іноземних мов з використанням кейс-методів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www-center.univer.kharkov.ua/vestnik/full/173.pdf>
3. Ситуаційна методика навчання: теорія і практика / упор. О. Сидоренко, В. Чуба – К.: Центр інновацій та розвитку, 2001. – 256 с.
4. Ситуационный анализ, или Анатомия Кейс-метода / под ред. д-ра социол. наук, проф. Ю. П. Сурмина. – К.: Центр инноваций и развития, 2002. – 286 с.
5. Cotton D., Falvey D., Kent S. Market Leader. Upper Intermediate. Business English Flexi Course Book. – Pearson, 2016