

ТЕХНОЛОГІЇ CASE-STUDY – КАТАЛІЗАТОР ПІДГОТОВКИ СПЕЦІАЛІСТІВ З МАРКЕТИНГУ

Пріоритетним напрямом розвитку сучасної вищої школи є, передусім, впровадження інноваційних підходів до змісту освіти і освітніх технологій. Сьогодні освіта – це розвиток пізнавальних і творчих здібностей студентів, розкриття і реалізація їх творчого потенціалу.

Одним із способів ефективного застосування теорії в реальному житті при рішенні виникаючих проблем є рішення навчально-конкретних ситуацій або технологій ситуаційного аналізу – case-study.

Наближаючи цей метод до навчання маркетингу, ми можемо сміливо стверджувати, що кейс – це моделювання життєвої ситуації. Метод кейсів являє собою активну форму проведення практичних занять, коли до уваги студентів пропонуються конкретні маркетингові рішення і дії у зв'язку з реальною діяльністю підприємств на конкретних ринках.

Як правило, кейси не мають єдино вірного рішення. Вони розвивають аналітичне і маркетингове мислення, майстерність та аргументоване обґрунтування прийняття рішень, логічний підхід до обговорюваної проблеми, тренують інтуїцію та уміння дискутувати, сприяють вмінню оцінювати альтернативи, вибирати оптимальний варіант і скласти план його здійснення.

Студент завжди може придумати свій неповторний варіант рішення, яке може служити як відображенням рівня його компетентності і професіоналізму, так і реальним рішенням проблеми.

Роль викладача складається в направленні бесіди або дискусії, наприклад за допомогою проблемних питань, у контролі часу роботи, у спонуканні студентів відмовитися від поверхового мислення, у залученні всіх студентів групи в процес аналізу кейса.

При усьому різноманітті видів кейсів, усі вони мають типову структуру, яка включає: ситуацію; контекст ситуації, коментар ситуації, представлений автором; питання або завдання для роботи з кейсом; додатки. Ми пропонуємо наступні етапи складання кейса: визначення місця кейса в системі освітніх цілей; пошук інституціональної системи, яка матиме безпосереднє відношення до теми кейса; побудова, або вибір моделі ситуації; опис і збір додаткової інформації; підготовка остаточного тексту; презентація кейса, організація обговорення.

Заняття з аналізу кейсів орієнтовані на використання і практичне застосування знань, отриманих в період теоретичної підготовки, а також умінь, що спираються на попередній досвід практичної діяльності студентів. Заняття у формі case-study викликають інтерес у студентів, дозволяють ілюструвати, збагатити теоретичний матеріал по дисципліні в ході практичних дій самих студентів.

Зазвичай розбір кейсів складається з прочитання, рішення і презентації. Потім вони обговорюються в ході загальної дискусії-дебатів. Виникає питання, – а як же оцінити роботу кожного студента в ході роботи над кейсом? На це питання також немає і не може бути однозначної відповіді. Нами пропонується наступна система оцінювання студентів:

1) здатність ефективно спілкуватися з колегами оцінюється за такими параметрами:

- студент "відмовчується", погоджується з більшістю, не висловлює власної думки;
- студент бере живу участь в обговоренні, має свою точку зору, але прислухається до думки інших;
- студент бере активну участь у бесіді, займає лідируючу позицію;

2) здатність аналізувати інформацію і приймати рішення на основі цього аналізу:

- не знає, з чого розпочати, не розуміє, в чому полягає завдання;
- розуміє поставлене завдання, але недолік теоретичних знань не дозволяє довести справу до ухвалення рішення;
- знаходить вірний спосіб дії, представляє алгоритм дії, знаходить оптимальне рішення проблеми;

3) здатність досягати результату:

- складає алгоритм дій, що призводить до якого-небудь результату;
- знаходить рішення, аналізує його і намагається знайти більш оптимальне рішення.

Таким чином, case-study дозволяє розвинути навички спілкування, закріпити отримані теоретичні знання, отримати можливість потренуватися в рішенні реальних завдань, використовуючи маркетингові методи і підходи та стає ефективним методом навчання студентів.