УДК

**Методическая характеристика заданий case-study**

**УМК Market Leader Pre-intermediate Business English Course**

Н.А. Сухорукова кандидат педагогических наук

*ФГБОУ ВО «Ростовский государственный университет путей сообщения», Россия*

nas.1710@yandex.ru

Современная система высшего образования ориентирована на формирование различных компетенций будущих бакалавров и специалистов, что необходимо для их эффективной работы в определенной профессиональной области. Достижение этой важной цели становится возможным в процессе перехода полученных знаний, умений и навыков в приобретение опыта самостоятельной деятельности и личностной ответственности студентов. Иначе говоря, знания, умения и навыки в учебном процессе переходят в плоскость формирования ключевых компетенций.

В процессе освоения дисциплин «Иностранный язык» и «Иностранный язык профессиональная коммуникация» ключевыми компетенциями являются общекультурные компетенции (ОК-4, ОК-14, ОК-16). Суть этих компетенций заключается в том, что студенты способны к общению на одном из иностранных языков в устной и письменной формах для решения различных коммуникативных задач, в том числе деловых и профессиональных, а также обладают умением работать с различными информационными источниками и технологиями [3].

 Применение метода case-study весьма актуально для формирования данных компетенций. Эффективность и результативность учебно-методической работы с заданиями case-study подтверждается практическими результатами.

Цель статьи – дать методическую характеристику заданий case-study учебно-методического комплекса Market Leader Pre-intermediate Business English Course. Методическая характеристика заданий case-study выполнена на основании детального анализа и выявления соответствия этих заданий критериям, предъявляемым в целом к методу case-study, а также на основании результатов практической учебно-методической работы [[1](http://www.evolkov.net/case/case.study.html); 2].

Учебно-методический комплекс «Market Leader» Pre-intermediate Business English Course применяется в качестве дополнительного учебно-методического материала по дисциплине «Иностранный язык» и «Иностранный язык профессиональная коммуникация» в ФГБОУ ВО «Ростовский государственный университет путей сообщения». «Market Leader» используется в качестве дополнительного учебного пособия для студентов 1-2 курсов, обучающихся по направлению подготовки бакалавров 38.03.01 «Экономика» и специалистов 38.05.01 «Экономическая безопасность» [3].

Отличительная черта УМК «Market Leader» − это коммуникативная ориентированность. Изучение английского языка позиционируется авторами в первую очередь, как овладение дополнительным средством общения в условиях международного бизнес-сообщества. Благодаря тому, что УМК создан в сотрудничестве выдающихся методистов, специализирующихся в области преподавания английского языка как языка международного делового общения, и одного из лидирующих источников профессиональной информации в области экономики и бизнеса, газеты «Financial Times», достигается высокий уровень коммуникативной ориентированности комплекса [4].

УМК «Market Leader» методически организован и структурирован таким образом, что обеспечивается максимальный положительный результат студентов в овладении всеми видами речевой деятельности. Особого внимания заслуживает содержание учебно-методических разделов (unit sections), включающее детально проработанные с точки зрения методики обучения иностранному языку компоненты. Эти компоненты логически и методически обоснованно выводят студентов на уровень самостоятельной продуктивной речевой деятельности в рамках заданий case-study.

Задания case-study УМК Market Leader можно охарактеризовать как примеры, взятые из реальной жизни бизнес-сообщества. Каждый кейс – это, с одной стороны, правдивое описание деловой проблемы и событий, а, с другой – это единый информационный комплекс, позволяющий целостно воспринимать ситуацию и оценивать поставленную проблему [4].

Задания case-study включены в состав каждого из 12 разделов УМК в качестве заключительного этапа учебно-методической работы по теме раздела. Это является весьма конструктивным методическим решением, т.к. студенты приступают к выполнению заданий кейса, накопив необходимый лексический запас по изучаемой теме и закрепив необходимые языковые навыки и умения в процессе учебно-методической работы с материалами раздела.

Таким образом, задания case-study УМК Market Leader стимулируют студентов использовать эти навыки и умения для решения коммуникативных и профессиональных задач в рамках ситуации кейса максимально приближенной к реалиям бизнес-сообщества, что, в результате, приводит к формированию компетенций, необходимых для коммуникации студентов на иностранном языке [4].

Отметим, что содержание заданий case-study основано на материалах, привлеченных из аутентичных профессиональных информационных источников. Интерактивный характер заданий case-study вызывает положительное отношение студентов и обеспечивает стабильный интерес в ходе работы с ними. Это, в свою очередь, способствует развитию творческого потенциала и готовности принимать решения, исходя из сложившейся ситуации профессиональной коммуникации на английском языке.

Особое значение имеет тот факт, что кейсы в УМК Market Leader воспринимаются студентами как единое информационное целое, позволяющее комплексно понять ситуацию во многом благодаря тому, что они презентованы в качестве примеров, взятых из реально функционирующего бизнеса [4].

Каждое задание case-study имеет четко сформулированную цель, иллюстрирует коммуникативную ситуацию деловой жизни с разных сторон, затрагивает наиболее интересные и, в тоже время, типичные и распространенные проблемы бизнес-сообщества, является актуальным на сегодняшний день, направлено на развитие деловой коммуникации посредством применения полученных языковых навыков и умений в процессе решения коммуникативных задач.

Остановимся подробнее на формате и структуре заданий case-study. Формат этих заданий примечателен тем, что каждое из них характеризуется сюжетной частью, которая вплетена в общую канву темы раздела (unit) УМК.

В описании кейса содержится информация, позволяющая понять окружение и сопутствующие обстоятельства, при которых развивается ситуация, указывается источник получения данных, название компаний, описание продукции, ее особенностей, а также имена и должности главных действующих лиц. В некоторых случаях приводятся мнения и высказывания сотрудников фирмы.

Задания case-study написаны интересным и доходчивым языком. Каждое из них начинается с описания общего состояния дел в компании с обозначением ее сильных и слабых сторон, а также с обрисовывания организационных отношений в компании и производственных или маркетинговых операций. Далее представлены коммуникативные задания и распределены роли студентов, которые они берут на себя, выполняя их. Например, студентам предлагается выступить в роли исполнительных директоров компаний или менеджеров по инвестициям, опираясь на учебно-методический материал кейса, который является необходимым и достаточным для конструирования модели ситуации.

Проблема кейса априори поставлена, подразумевая возможность нескольких решений. Коммуникация строится таким образом, что каждый предлагает варианты, опираясь на имеющиеся умения и навыки иноязычной коммуникации, а также знания в профессиональной области.

Задания case-study УМК Market Leader развивают логическое, аналитическое и абстрактное мышление студентов, т.к. вовлекают их в практически реальные условия делового взаимодействия и поиска решения поставленных задач. Отметим также, что методическая организация заданий case-study выводит студентов на уровень дискуссии и мотивированных высказываний на английском языке по поставленной проблематике.

Кейсы в учебнике Market Leader с точки зрения развития видов речевой деятельности и активизации умений пользоваться ими в речевой коммуникации подразделяются на блоки: чтение, письмо, аудирование, говорение, объединенные общей тематикой рассматриваемой ситуации [4].

Наличие разнообразных коммуникативных заданий, направленных на развитие устной и письменной речи, а также на развитие способности давать мотивированную оценку и формулировать обоснованное мнение по обсуждаемой проблеме на английском языке способствует тому, что задания case-study УМК Market Leader имеют солидный методический потенциал в формировании компетенций, необходимых для осуществления иноязычной коммуникации.

Наряду с обозначенными характеристиками заданий case-study УМК Market Leader стоит отметить, что прослеживается определенная поэтапность учебно-методической работы с ними. Можно выделить пять основных этапов: 1) знакомство с ситуацией и выявление ее особенностей; 2) выделение проблемы; 3) выбор того или иного решения; 4) презентация этого решения; 5) обсуждение эффективности принятого решения, возможных последствий и вариантов дальнейшего развития ситуации.

Представление решения и его обсуждение в группе является неотъемлемой и очень важной составляющей заданий case-study. Их учебно-методическая ценность заключается в том, что формируется ценное интегральное качество будущего профессионала – умение представлять и отстаивать результат своей интеллектуальной деятельности, пользуясь коммуникативными возможностями иностранного (английского) языка. Систематическая работа с заданиями case-study УМК Market Leader способствует формированию готовности студентов использовать иностранный язык (английский) для решения задач профессиональной деятельности, пользоваться им, в первую очередь, как средством делового общения.

Наряду с этим, происходит выработка комплекса умений у студентов, благодаря которым они активно участвуют в речевой коммуникации, в ее продуктивных и рецептивных видах, способны понимать чужие высказывания и выражать собственные мысли и суждения в устной и письменной формах на английском языке.

Значимой методической характеристикой также является и то, что задания case-study ориентированы на различные формы работы со студенческой аудиторией: индивидуальная работа, коллективно-групповая работа и работа в мини-группах. Важным моментом органичного сочетания различных форм работы на занятии является продуманность и осмысленность мнений студентов, возможность обмена информацией и поиска наиболее оптимального решения ситуативной проблемы кейса.

Необходимо акцентировать тот факт, что очень значимой в выполнении заданий case-study является эмоциональная вовлеченность и заинтересованность студентов, т.к. они имеют дело с «жизненной» ситуацией, максимально соответствующей бизнес-реалиям. Группа погружается в коммуникативную ситуацию на английском языке. Это создает условия максимальной активизации использования языковых знаний, умений и навыков в практике общения, а также способствует эффекту умножения знаний, обмена открытиями и собственными идеями.

Подводя итог, отметим, что кейсы представляют собой специфическую разновидность исследовательской аналитической технологии, в виду того, что студенты выполняют операции исследовательского процесса, аналитические процедуры, пользуясь коммуникативными возможностями иностранного (английского) языка.

Результаты учебно-методической работы подтверждают эффективность заданий case-study в развитии компетенций, необходимых для осуществления иноязычной коммуникации. Студенты приобретают комплекс умений и навыков в решении сложных проблем из реальной жизни бизнес-сообщества, приобретая опыт делового общения на иностранном (английском) языке.

Таким образом, можно констатировать, что задания case-study УМК Market Leader характеризуются методическими особенностями, которые позволяют эффективно формировать компетенции студентов, предусмотренные рабочими программами в структуре основной образовательной программы [3].

**Список использованной литературы**

1. *Долгоруков, А.М.* Метод case-study как современная технология профессионально-ориентированного обучения / А.М. Долгоруков. − URL: <http://www.evolkov.net/case/case.study.html>
2. *Плотников, М.В.* Технология case-study/Плотников М.В., Чернявская О.С., Кузнецова Ю.В. // Учебно-методическое пособие. – Нижний Новгород.: 2014. – 208 с.
3. Рабочие программы дисциплин в структуре Основной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, по специальности 38.05.01 Экономическая безопасность. − URL: http://www.rgups.ru
4. *David Cotton.* Market Leader Pre-intermediate Business English Course Book / David Cotton, David Falvey, Simon Kent // Pearson Longman, 2009. − 160 p.