**ФОРМИРОВАНИЕ**

**ПРОФЕССИОНАЛЬНО**-**ОРИЕНТИРОВАННОЙ УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТУДЕНТОВ НА ОСНОВЕ КЕЙС**-**МЕТОДА**

М.Г. Сальникова, к.ф.-м.н., доцент

Ю.К. Сальникова

*ФГБОУ ВПО «Южно-Российский государственный политехнический университет (НПИ) им. М.И. Платова», Россия*

 В системе непрерывного образования важная роль отводится развитию познавательных мотивов личности как основы успешного обучения и способности к самообразованию. Поэтому преподавателю высшей школы в своей профессиональной деятельности необходимо оценить уровень мотивации студентов к обучению, их готовности к освоению нового материала и принять меры по усилению учебной мотивации.

Среди студентов первого курса профилей «Технология машиностроения» и «Менеджмент» ЮРГПУ (НПИ) нами был проведен анкетный опрос по известной методике Т.И. Ильиной «Изучение мотивации обучения в вузе». Методика имеет следующие шкалы:

- «Приобретение знаний» (максимальный балл – 12,6);

- «Овладение профессией» (максимальный балл – 10);

- «Получение диплома» (максимальный балл – 10) [1, с. 433 - 434].

Для каждого профиля были вычислены средние баллы по каждой из трех шкал. На рисунке 1 представлены результаты проведенного исследования. Преобладающим мотивом у студентов как технического, так и экономического профиля является получение диплома, т.е. преобладают внешние мотивы учебной деятельности. Низкие баллы по шкале «Овладение профессией» можно объяснить тем, что у большинства первокурсников слабое представление о выбранной профессии, поэтому мотивы её приобретения на начальном этапе обучения связываются с получением диплома. Мотивы по шкале «Получение диплома» и «Приобретение знаний» играют важную роль в процессе профессиональной подготовки бакалавра. Итогом обучения в высшей школе является получение диплома об образовании, но без приобретенных знаний не может быть квалифицированного работника соответствующего уровня и профиля. Несомненно, что на результаты успеваемости студентов влияют не только их способности, но и наличие учебной мотивации. Студент, осознающий потребность в знаниях, будет успешным в профессиональном обучении. С одной стороны, результаты проведенного исследования показывают наличие у обучающихся мотивации к приобретению знаний, но с другой стороны, результаты успеваемости оставляют желать лучшего. Как показывает опыт работы со студентами, многие из них не умеют организовать свою самостоятельную работу, обучаться без систематического внешнего контроля. Необходима серьезная методическая работа преподавателей по целенаправленному формированию у студентов умения учиться.

Рис. 1. Результаты анкетирования студентов

Особую роль, по мнению авторов, в повышении мотивации студентов к приобретению знаний играет использование таких интерактивных методов обучения, как кейс-метод, метод мозгового штурма, метод «взаимодействие и сотрудничество», метод учебной групповой дискуссии, работа в малых группах, которые могут с успехом применяться при изучении различных дисциплин [2,3]. Широкое распространение получило использование метода кейсов, заключающегося в непосредственном рассмотрении и обсуждении группой студентов деловых ситуаций и задач, связанных с их будущей профессиональной деятельностью. В рамках использования этого метода происходит обмен знаниями, идеями, способами деятельности, овладение элементарными навыками анализа деловых ситуаций, студенты учатся соотносить изученный теоретический материал с практикой, находить наиболее рациональное решение.

Применение кейс-метода требует учета особенностей различных аудиторий обучающихся, а также соблюдения определенных организационных правил во время работы над кейсом в группе [4]. Так, на первом и втором курсе целесообразно использовать учебные мини-кейсы, содержащие небольшой объем информации о правдоподобной ситуации, на основе которой студенты выполняют некоторое задание по теме. Разбор кейса должен базироваться на уже изученном теоретическом материале дисциплины.

При работе с кейсом студенты проходят следующие этапы:

* формирование отдельных подгрупп (4-6 человек). В целях обеспечения правильной организации работы, распределение ролей в подгруппах (в частности, выбор ответственного координатора и секретаря) целесообразно осуществлять на основе результатов теста Р.М. Белбина «Командные роли», позволяющего определить вклад каждого участника в работу команды и характер взаимодействия с остальными членами группы [3];
* предварительное (до занятия) ознакомление студентов с кейсом и списком рекомендованной литературы;
* индивидуальное изучение кейса каждым членом подгруппы и подготовка к занятию (домашняя работа);
* обсуждение кейса во время занятия в подгруппах, в ходе которого можно задавать преподавателю вопросы, уточняющие понимание кейса;
* разработка вариантов решений в каждой подгруппе;
* обсуждение итоговых вариантов индивидуальных решений в каждой подгруппе;
* составление письменного отчета о выполненном задании.

 Работа с кейсом предполагает самостоятельную активность и заинтересованность студентов. На первых порах это вызывает затруднения, поэтому необходима поддержка со стороны преподавателя в форме руководства обсуждением кейса и сообщения дополнительных сведений по теме.

 Рассмотренная последовательность работы студентов с кейсом направлена на формирование таких общекультурных и профессиональных компетенций, как

* способность к самоорганизации и самообразованию;
* способность проводить эксперименты по заданным методикам, обрабатывать и анализировать результаты, описывать выполнение научных исследований, готовить данные для составления научных обзоров и публикаций;
* владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления [6,7].

Так, студентам первого курса профиля «Менеджмент» при изучении дисциплины «Маркетинг» предлагаются кейсы, направленные на формирование навыков применения теоретических знаний к конкретным рыночным ситуациям и условиям, анализа рынка и осуществления разработки оптимальной стратегии с учетом разнообразных внешних факторов и неоднозначностью поведения участников рыночных отношений. Приведем пример кейса при изучении темы «Маркетинговая среда предприятия».

­­­­­­­­­­­­­­­­­­­­­­ Кейс «Вид конкуренции». Отделом маркетинга предприятия «Конкорд» был проведен сбор данных о натуральном и стоимостном объеме продаж по самому предприятию и его конкурентах, действующих на сегменте рынка «Сапоги женские осенние» (табл.1). Определите вид конкуренции, рассчитав индекс Херфиндала, и дайте рекомендации по разработке конкурентной стратегии на рассматриваемом сегменте рынка.

Таблица 1

Характеристика производителей в сегменте

«Сапоги женские осенние», тыс. пар, млн. руб. [5]

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Производитель | Объем продаж в натуральном выражении | Объем продаж в стоимостном выражении |
| «Конкорд» | 25,69 | 4800,50 |
| Конкурент №1 | 15,00 | 2400,00 |
| Конкурент №2 | 30,00 | 5200,00 |
| Конкурент №3 | 10,50 | 1800,00 |
| Конкурент №4 | 12,00 | 2300,00 |
| Конкурент №5 | 5,00 | 680,00 |
| Конкурент №6 | 7,50 | 800,00 |

 Кейс-метод находит широкое применение в обучении экономическим дисциплинам, но в дисциплине «Математика» можно выделить некоторые разделы, в которых использование кейс-метода более эффективно, чем традиционные методы обучения. В качестве примера приведем кейс, который предлагается студентам второго курса профиля «Технология машиностроения» при изучении темы математической статистики «Проверка статистических гипотез».

Кейс «Необходима ли переналадка станка?». Отделом технического контроля машиностроительного предприятия были измерены двадцать случайно отобранных деталей, изготовленных на автоматическом станке. Результаты измерений (в мм) приведены в таблице 2.

 Таблица 2

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № детали | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| контроли-руемый размер | 34,8 | 34,9 | 35,0 | 35,1 | 35,3 | 34,9 | 35,0 | 35,1 | 35,1 | 34,9 |
| № детали | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 |
| контроли-руемый размер | 35,1 | 35,3 | 35,0 | 35,3 | 35,1 | 35,3 | 35,1 | 35,3 | 35,0 | 34,8 |

Предполагается, что контролируемый размер является непрерывной случайной величиной, распределенной по нормальному закону. Проектный контролируемый размер детали равен 35 мм. Обеспечивает ли станок проектный размер деталей?

Применение кейс-метода в учебном процессе позволяет создавать квазипрофессиональные ситуации на занятиях, осуществлять перенос акцентов от обучающей деятельности преподавателя к познавательной деятельности студентов, для которых усвоение учебной информации становится не самоцелью, а средством регуляции их будущей профессиональной деятельности.

**Список использованной литературы**

1. *Ильин, Е.П.* Мотивация и мотивы / Е.П. Ильин. – СПб.: Питер, 2003. – 512 с.
2. *Сальникова, М.Г.* Некоторые аспекты организации самостоятельной работы студентов при обучении математике / М.Г. Сальникова // Математика и естественные науки. Теория и практика: Межвуз. сб. науч. тр. Вып. 11. – Ярославль: Издат. дом ЯГТУ, 2016. – С.157-160.
3. *Сальникова, Ю.К.* Повышение коммуникативной компетентности студентов в рамках разработки инновационных методов обучения в техническом вузе / Ю.К. Сальникова // Наука. Образование. Культура. Вклад молодых исследователей: сб. статей по материалам III Междунар. науч. конф. препод., молодых ученых, аспир. и студ. вузов / под ред. Л.Н. Соколовой; Южно-Российский государственный политехнический университет им. М.И. Платова. – Новочеркасск: ЮРГПУ (НПИ), 2016. – С. 107 – 110.
4. *Самарина, С.М.,* *Калугина, С.А.* Применение кейс-методов в преподавании маркетинга / С.М. Самарина, С.А. Калугина // [Маркетинг](http://dis.ru/magazine/periodicals/138/) в России и за рубежом. 1999. №4. С. 88-93.
5. *Соколова, Н.Г.* Основы маркетинга: практикум /Н.Г. Соколова. – Ростов н/Д: Феникс, 2010. – 378 с.
6. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 15.03.05 Конструкторско-технологическое обеспечение машиностроительных производств (уровень бакалавриата). Утвержден Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 1000 от 11 августа 2016 г.
7. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата). Утвержден Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 7 от 12 января 2016 г.