

ФОРМИРОВАНИЕ СОЦИО-КУЛЬТУРНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ У СТУДЕНТОВ НЕЯЗЫКОВОГО ВУЗА НА ПРИМЕРЕ КЕЙС ТЕХНОЛОГИИ

С.А. Бурикова (Москва, Россия)

В статье излагается идея эффективности применения кейс метода для развития социокультурных навыков на занятиях по английскому языку у студентов экономического факультета РУДН. Используя метод педагогического моделирования, автор проанализировал и обобщил преимущества кейс метода. Абсолютным преимуществом автор считает то, что студенты в рабочей группе в ограниченное время практикуют навыки обработки информации, решения бизнес проблемы, принятия решения по определенному вопросу, применяя теоретические знания и развивая навыки социо-культурного общения, будучи студентами мультикультурного вуза.

Ключевые слова: *социо-культурная компетенция, кейс технология, студенты экономисты, бизнес проблемы, обработка информации*

DEVELOPING SKILLS OF SOCIO-CULTURAL INTERACTION OF STUDENTS IN A NON-LINGUISTIC UNIVERSITY BY MEANS OF CASE STUDY

S. Burikova (Moscow, Russia)

This article deals with the analysis of the case study approach in English classes at the economic faculty of a non-linguistic university. Using the pedagogical modeling method, the author analyses and generalizes the advantages of that approach in teaching. The absolute advantage of the method the author considers that the group works on the common problem, using and processing the information given in conditions of the limited time. It is also a good opportunity for students to deeply reflect the theoretical concepts, and to design the new models of activity, training of the skills to generalize the information and develop their communicative skills.

Keywords: *socio cultural competence, case study, non-linguistic university, processing the information, problem solving*

Кейс технология является очень эффективным и актуальным методом обучения студентов неязыкового вуза. Несомненно, данный метод может применяться наиболее результативно на продвинутом этапе изучения иностранного языка, когда студенты обладают способностью к рефлексии на изучаемом языке. В таком случае его можно рассматривать как основной при обучении иностранному языку.

Проанализируем и обобщим в данной статье применение кейс технологию на практических занятиях по английскому языку со студентами экономического факультета РУДН. Используя метод педагогического моделирования мы продемонстрируем преимущества кейс технологии для формирования и развития навыков социокультурного взаимодействия студентов в мультикультурной среде.

Как пишет Е.Н. Малюга – «Межкультурная деловая коммуникация определяется не только социальными факторами, но и стереотипно-поведенческими условиями культурного общения. Деловые партнеры должны использовать иностранный язык при одновременном накоплении культурных знаний и формированием способности понимать ментальность носителей другого языка» [Малюга, 2008: 37]. Преподавателям иностранных языков следует не только учить языку, но и межкультурному общению.

Российские специалисты в сфере образования и дидактики пишут учебники и создают дистанционные курсы, которые нацелены на формирование и развитие способностей учащихся по преодолению трудностей и барьеров в общении с иностранцами. Этими вопросами успешно занимаются: О. А. Сулейманова, Ю.Б. Кузьменкова, Линн Виссон и другие.

Актуальность применения кейс технологии обуславливается общей направленностью изменений в российском образовании и продиктована двумя тенденциями. Во-первых, в России в последнее время идет реформа образования в целом. Согласно новым образовательным стандартам обучение должно быть направлено не только на приобретение знаний, а, в первую очередь, на развитие профессиональных компетенций, конкретных навыков и способностей, а также развитие мыслительных и творческих способностей. Преподаватели призваны стимулировать и развивать способности идентичности личности, способной к синтезу и анализу. Выпускники экономического факультета РУДН должны уметь воспринимать, обрабатывать и применять огромный объем информации.

Второй немаловажный фактор, обуславливающий актуальность применения кейс метода, заключается в требованиях, предъявляемых будущим специалистам. Они должны владеть компетенцией, позволяющей справляться с различными рабочими ситуациями, эффективно взаимодей-

ствовать с коллегами в мультикультурных организациях, особенно в условиях экономического и политического кризиса.

Учитывая вышесказанное, мы считаем кейс метод наиболее подходящим для развития творческих способностей студентов-экономистов. На занятиях английского языка мы используем учебные пособия, которые содержат кейс задания. Они основаны на реалистичных бизнес проблемах или ситуациях и должны мотивировать и активизировать мыслительную и творческую активность студентов. Как правило, все студенты группы вовлекаются в процесс обсуждения, анализ и принятия решения по данной конкретной бизнес проблеме и, в конце концов, приходят к принятию решения по данному вопросу благодаря активному взаимодействию внутри группы. Таким образом, результаты полностью соответствуют поставленной цели: научить студентов-экономистов: 1. Обработать информацию; 2. Взаимодействовать в коллективе; 3. Решать проблему и принимать решение; 4. Развивать профессиональные компетенции.

Основы кейс методики лежат в глубокой древности. Одним из первых, кто применял этот метод обучения, был Сократ, который считал, что знание, полученное человеком в готовом виде, менее ценно для него, чем полученное в результате собственного мышления и поэтому второе является более долговечным.

Много позже метод был разработан в Гарвардской школе бизнеса в 20 годы 20 столетия, когда преподаватели поняли, что не существует учебников, подходящих для аспирантской программы в бизнесе. Ведущие практики бизнеса подготовили подробные отчеты о том, чем занимались их менеджеры, а так же о факторах, влияющих на их деятельность. Слушателям давались описания определенной ситуации, с которой столкнулась реальная фирма в своей деятельности. Они должны были ознакомиться с проблемой и найти решение в ходе коллективной дискуссии.

Кейс-метод широко используется в бизнес-обучении во всем мире. В России метод приобрел популярность с конца 90-х годов. В ведущих вузах Москвы, таких как МГИМО, МИСиС, МФТИ, МГТУ и других существуют кейс-клубы.

Кейс-методика классифицируется по структуре (*highly structured, unstructured, ground breaking cases*), по размеру, по сложности, по дисциплинам, по типам компаний, по регионам. Фокус нашего внимания сосредоточен на кейсах, которые содержатся в учебных пособиях по английскому языку: *Market Leader, English for Business Studies, The Business, Intelligent Business etc.*, которые являются основными при обучении английскому языку студентов экономического факультета РУДН. Стоит отметить, что большинство кейсов со временем устаревают, поскольку новые экономические условия требуют новых подходов, поэтому материал для своих кейсов мы, в том числе, подбираем из новостей, современных событий. Бакалавры, прошедшие практику в организациях способны предоставить материал для создания кейсов в виде отчетов, описания деятельности менеджеров и реально возникающих в фирмах бизнес ситуациях.

Одной из основных задач преподавателя, использующего кейс-метод, является вовлечение студентов в анализ, обсуждение и решение проблем. Для этого очень важно выполнение двух условий: материал кейса должен представлять для студентов профессиональный интерес и предусматривать возможность личного вклада студента в своё образование и в образование своей «команды». Интересный материал и возможность применения профессиональных знаний стимулирует участие в дискуссии. Желание решить проблему побуждает студентов не просто прочесть кейс, но тщательно его изучить, овладеть фактами и деталями. В ходе такого изучения происходит овладение новой лексикой, идиомами, новыми синтаксическими структурами, многократно встречающимися в тексте. Кроме того, необходимость выступления перед членами группы с обоснованием своего мнения на неродном языке, заставляет студентов тщательно готовить и логически выстраивать свои высказывания. Профессиональное знание и уверенность в способности положительно решить проблему, стоящую перед группой, является дополнительным стимулом для овладения коммуникативными умениями на иностранном языке. Апробирование своих коммуникативных способностей в ходе дискуссии даёт возможность каждому участнику обнаружить свои слабые стороны и стимулирует желание работать в направлении совершенствования знаний по языку и его употреблению в речи.

Алгоритм работы над кейсом включает подготовительный этап, этап решения проблемы и оценочный этап. Подготовительный этап включает работу над лексикой и грамматикой, которая нужна для того чтобы помочь участникам четко выразить свои мысли и убедительно обосновать членам группы свою точку зрения.

На занятиях по английскому языку со студентами экономического факультета и Института Мировой Экономики и Бизнеса РУДН как основное учебное пособие мы используем учебный комплекс *Market Leader*. Это учебное пособие, основанное на кейс-методе. В соответствии стандартам владения иностранным языком, принятым Европейским Советом, учебник рассчитан на уровень уверенного пользователя (*B2 Vantage*). Данный уровень подразумевает умение понимать общее содержание сложных текстов частной и общей тематики, охватывать содержание профессиональных дискуссий, говорить на иностранном языке спонтанно и бегло, способность четко и развернуто высказываться по широкому спектру тем, высказывать свою точку зрения по проблемному вопросу, вычленять преимущества и недостатки разных путей решения заданной проблемы.

Третье издание учебника абсолютно обновленное, создано при сотрудничестве с *Financial Times* – одним из главных ресурсов бизнес информации в мире. Учебник может представлять интерес для изучающих английский язык для применения его в международном бизнесе.

Учебный комплекс основывается на бизнес тематике и содержит такие виды деятельности как: выстраивание отношений с партнерами по бизнесу, успешность брендов и компаний, международный

маркетинг, Интернет – торговля, управление кризисными ситуациями, стили управления, культурные различия в глобальном бизнесе, бизнес-этика, конкурентность. Учебник содержит достаточный объем материала для формирования социокультурных компетенций студентов. Для развития данных навыков полностью разработаны разделы: Change, Cultures, Human Resources, Ethics, Leadership. Студенты, изучающие мировую экономику и бизнес на базе данного учебного комплекса, смогут не только расширить свои знания о мировом бизнесе, но и развивать социо-культурные навыки, необходимые для успешного бизнес взаимодействия в глобальном пространстве.

В фокусе нашего внимания находятся кейс-задания, содержащиеся в каждом разделе, относящиеся к тематике данного раздела. Они основаны на реалистичных проблемах или ситуациях, возникающих в бизнесе и позволяют использовать языковые и коммуникативные навыки, полученные при изучении раздела. Кейс-задания дают возможность практиковать навыки говорения на английском языке в условных, но реалистичных бизнес ситуациях. Каждый кейс завершается письменным заданием – пресс-релизом, где студенты должны обобщить результаты дискуссии, составить отчет о проделанной работе. В завершение предлагается видео-запись с консультацией по дискуссионной проблеме.

Проанализируем, например, кейс Acquiring Asia Entertainment. С нашей точки зрения он представляет наибольший интерес, поскольку в современных условиях глобализации и расширения рыночных отношений в азиатском регионе, будущим специалистам пригодятся навыки коммуникации и ведения дел с азиатскими партнерами.

В самом общем виде задача формулируется таким образом: Как многонациональная медиа группа Decker Group сможет интегрироваться в новую компанию, созданную на платформе гонконгской компании? Слияние произошло недавно. Студентам предлагается профиль компании, где представлены все ее основные характеристики: название, место локации, численность штата, объем оборота. Затем дается краткая характеристика деятельности и описание недавних событий, связанных со слиянием. В пресс-релизе речь шла о слиянии, однако на деле Decker Group является главным действующим лицом. Далее приводятся истинные причины для поглощения, вовлекающие студентов в суть проблемы. А именно, Decker Group хочет расширить свое влияние на китайском рынке, а в будущем на рынках Сингапура и Малайзии через Asia Entertainment. Причем обе компании, как кажется, способны успешно сотрудничать. Однако, проблема может заключаться в различиях стилях управления внутри компании, когда австралийский способ ведения бизнеса будет внедряться в азиатской компании. Новым исполнительным директором назначен выпускник Гарвардской Школы Бизнеса, имеющий репутацию сильного лидера, способного принимать трудные решения и безупречно владеющий китайским языком.

После ознакомления с возможной проблемой в общих чертах, студенты слушают аудио-запись интервью с исполнительным директором о причинах поглощения. Из которого недвусмысленно следует, что Decker Group хочет расширить сферу своего влияния на азиатском телевидении, в том числе путем транслирования фильмов из Австралии. Директор уверенно заявляет о том, что в первое время могут возникать сложности на почве культурных различий, однако, замечает, что его менеджеры имеют представление о китайской культуре и, что он сам превосходно знает китайский язык. Тем не менее, рабочим языком компании будет английский. Стоит предложить студентам сосредоточить внимание на проблемах, которые могут возникнуть при управлении процессом.

В мини-группах они должны составить перечень спорных вопросов и сложных ситуаций, которые появятся при ведении интегрированного бизнеса двух компаний с разной культурной базой и разными общекультурными ценностями, находящимися в основе бизнес культуры. Преподаватель может заранее подготовить дополнительный материал по данному аспекту, представить краткую справку, или собственный комментарий.

Далее в кейсе приводятся собственно проблемы, возникшие в компании спустя год совместной работы, актуально представленные в виде e-mail, написанного начальником отдела кадров вице-президенту компании. Начальник отдела кадров обеспокоен большой текучестью кадров, низким уровнем морального духа и недовольством коллектива. Основными причинами увольнений и недовольства и как следствие низкой производительности труда являются языковые проблемы – нефинансирование обучения английскому языку. И далее следует подробный перечень острых вопросов, связанных со стилем управления. Люди критикуют слишком быстрый темп работы, непривычную для них техническую составляющую, плохую еду, жалуются на отсутствие китайцев в руководстве, на то, что они не знают стратегии компании и кто их руководитель.

Коллектив, в общем и целом, обеспокоен тем, что они теряют свою культурную принадлежность, что руководство не понимает различий между обычаями и нормами поведения в разных культурах и все новые менеджеры настроены только на получение прибыли.

Студентам предлагается примерить на себя роль топ менеджеров, которые способны решить эти сложные вопросы. Первая группа играют роль австралийских менеджеров во главе с исполнительным директором. Второй группе предлагается роль азиатских топ менеджеров, сохранивших свои должности после поглощения. Группы отдельно готовятся к совещанию, имея на повестке дня вопросы, которые нужно решить. А именно, какие управленческие ошибки были допущены, какие практические меры можно принять для улучшения рабочей ситуации, какие уроки следует извлечь, чтобы в будущем компания могла эффективно работать. Под эффективностью мы понимаем не только производственные успехи и результаты деятельности, но и удовлетворение членов коллектива от проделанной работы, сохранение чувства собственного достоинства и культурной идентичности.

Для успешного решения данных вопросов студентам, несомненно, понадобятся фоновые знания об особенностях двух культур, которые может предоставить преподаватель или они сами могут приобрести их, пользуясь интернет-ресурсами.

На заключительном этапе студенты должны составить протокол совещания с указанием конкретных мероприятий, сроков и ответственных. Мероприятия должны быть нацелены на решение всех вопросов, затронутых в ходе дискуссии. Последний этап является, на наш взгляд, очень важным, поскольку в русской культуре зачастую дискуссионные вопросы не находят финального решения, особенно в студенческой аудитории и тренировать навык принятия решения важная задача преподавателя.

Еще один яркий пример кейса, направленного на развитие межкультурной компетенции студентов, представлен в разделе Business culture briefing. Речь идет о неформальном брифинге, посвященном бизнес культурам, который проводится в нашей стране. Сначала по структуре кейса студентам предлагается фоновая база. Студентам предлагается выступить консультантами, работающими в фирме, которая готовит бизнес людей, собирающихся впервые посетить Россию и погрузиться в корпоративную культуру, а также неформальную обстановку, в российский социум. Студенты должны подготовиться к брифингу, включив вопросы, связанные с российской и другими бизнес культурами.

На втором этапе кейса участники слушают аудиозапись, где можно отчетливо выявить основные различия между культурами, провоцирующие культурный шок. Например, вещи, касающиеся отношения людей к организации времени, детали выстраивания бизнес отношений, нацеленность на результат, а также необходимость в некоторых культурах устанавливать личные хорошие отношения, прежде чем начать совместные дела. При наличии в группе студентов – представителей разных культур, им дается задание подготовить неформальный доклад о бизнес культурах своих собственных стран. Затем они должны проконсультировать топ менеджеров, собирающихся вести дела в этих странах.

В кейсе представлена тематика для обсуждения, включающая, например, внешний вид людей в разных жизненных ситуациях (дресс- код мужчин и женщин); нормы поведения (порядок обращения друг к другу, личная и общественная дистанция, отражающая отношение к категории «пространство»); организация свободного времени и развлечения (подарки, темы для обсуждения, приглашения домой); проведение собраний и совещаний (пунктуальность, статусность и иерархичность, принятие решений); ведение бизнес календаря (назначение сроков, повестки дня, время суток для ведения бизнеса, время обеда). Готовясь к консультированию топ менеджеров, студенты сосредотачиваются на моментах, о которых, возможно, и вовсе никогда не задумывались, осознают свою личную культурную идентичность, понимают разницу между чужими культурами. Последним этапом этого кейса является письменный доклад, который должен содержать наиболее интересную информацию, полученную в результате выполнения кейса. Как правило, выполнение подобных кейсов на занятиях по английскому языку проходит очень интенсивно, живо и увлеченно и, безусловно, многому учит студентов. Они не только практикуют навыки владения английским языком в рамках заданной тематики, но и формируют свои профессиональные компетенции будущих экономистов и менеджеров.

В рамках статьи мы рассмотрели лишь два кейса, которые мы успешно используем на занятиях по английскому языку со студентами экономического факультета и Института Мировой экономики и бизнеса РУДН. Как было сказано выше, мы используем так же другие учебные пособия и дополнительные материалы для решения нашей главной задачи – формирование социокультурных компетенций студентов.

Абсолютным преимуществом кейс метода мы считаем тот факт, что он дает возможность организовать работу студентов в группе, объединить их для решения общей проблемы, учить их самостоятельно добывать информацию, перерабатывая в короткие сроки ее огромный объем. Еще одним положительным моментом, несомненно, является то, что студенты получают возможность глубже осознать теоретические знания, полученные при изучении других дисциплин в рамках их специальности, что работает на формирование их профессиональной компетенции. И что еще немаловажно, студенты учатся анализировать и синтезировать, мыслить критически и творчески, а так же развивают свои коммуникативные навыки.

Список литературы

- [1] *Малюга Е. Н.* Взаимовлияние деловой коммуникации и межкультурного делового дискурса. Журнал Известия Российского государственного педагогического университета. А. И. Герцена. Выпуск №84, 2008.
- [2] *Самовар А. Л., Р. Портер Э.* (ред.). Межкультурная Коммуникация. А. Читатель. 9-й выпуск. Wadsworth Publishing Company, ИТР, 2000.
- [3] *Сантаяна Дж.* Характер и мировоззрение американцев. – М.: Идея-Пресс, 2003.
- [4] *Totalin, Барри.* Деловой Английский в глобальную эпоху. – М.: РУДН, 2016.
- [5] *Холл Е. Т. Холл М. Л.* Понимание культурных различий: немцы, французы и американцы. – Intercultural Press, Inc., 1990.
- [6] *Хофстеде И.Г.* Последствия культуры: Международные различия в ценностях и отношении к труду. – Бевебли-Хиллз (Коэф.), 1980.