

УДК 174.4

МЕТОД КЕЙСОВ В ПРЕПОДАВАНИИ ДЕЛОВОЙ ЭТИКИ

М. В. ХРАМЦОВА

Белорусский национальный технический университет
Минск, Беларусь

В преподавании деловой этики перед преподавателем вырастает проблема, сформулированная Гете в «Фаусте»: «Суша теория, мой друг, а древо жизни бурно зеленеет». Но также существует и возможность преодолеть это противоречие с помощью метода Case Study, разработанного Гарвардским университетом.

Демократизация процесса обучения и формирования профессиональных навыков достигается сегодня благодаря множеству методов и технологий, таких как дискуссия, пресс-конференция, мозговой штурм, учебные дебаты, ролевые, имитационные игры и т. д. Тем не менее кейс-метод демонстрирует ряд неоспоримых преимуществ, а именно: практическую направленность (позволяет применить теоретические знания для решения неоднозначных ситуаций), высокую эмоциональную вовлеченность и возможность формирования исподволь так называемых «мягких навыков» (soft skills) и острого аналитического мышления, которые потребуются будущим экономистам-менеджерам в профессиональной деятельности при принятии сложных этических решений.

Метод кейсов сегодня не только получил широкое распространение в обучении экономике, бизнес-наукам, но и прекрасно зарекомендовал себя в преподавании бизнес-этики. Ничто так не позволяет определить свою этическую позицию, свои моральные ценности и принципы, как вынесение оценки конкретным действиям реальных персонажей в конкретной деловой среде.

Огромная роль в создании или подборе уже существующих кейсов отводится преподавателю. Например, зарубежные учебники бизнес-этики изобилуют готовыми кейсами, такими как «Форд Пинто», «Финансовая пирамида Мэдоффа» или «Дело Эдди Леппа», позволяющими студентам применять теории этики на практике. Для «оживления» кейса необходимо построить его так, чтобы спровоцировать учащихся на поиск дополнительной информации для анализа, разработать провокационные вопросы для ведения открытой дискуссии, где преподаватель выступает в роли дирижера, умело направляющего студенческую аудиторию.

И, наконец, кейс очень нуждается в визуальных средствах и лучше всего работает в виде презентации в Power Point.

В результате вместо традиционного монолога перед скучающей аудиторией, вместо сухости, неэмоциональности изложения материала, вы инициируете сотворчество преподавателя и студенческой группы, т. е. активный совместный поиск в решении поставленной дилеммы.