



МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГУМАНИТАРНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ЮУрГГПУ»)

ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ
КАФЕДРА ЭКОНОМИКИ, УПРАВЛЕНИЯ И ПРАВА

**Применение кейс-заданий при изучении дисциплин профессионального
цикла в профессиональной образовательной организации**

Выпускная квалификационная работа по направлению
44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)
Направленность программы бакалавриата
«Экономика и управление»
Форма обучения очная

Проверка на объем заимствований:
61,61 % авторского текста

Работа рекомендована к защите
«15» мая 2025 г.
Зав. кафедрой Э,УиП

 Корнеев Д.Н.

Выполнила:
Студентка группы ОФ-409-081-4-1
Телегина Екатерина Васильевна 

Научный руководитель:
к.п.н., доцент
Изюмникова Снежана Андреевна 

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|---|----|
| ВВЕДЕНИЕ | 3 |
| ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРИМЕНЕНИЯ КЕЙС-ЗАДАНИЙ ПРИ ИЗУЧЕНИИ ДИСЦИПЛИН ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ЦИКЛА В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ | 7 |
| 1.1 Сущность понятия и становления кейс-заданий в российском образовании | 7 |
| 1.2 Классификация кейс-заданий | 14 |
| 1.3 Особенности применения кейс-заданий при изучении дисциплин профессионального цикла в профессиональной образовательной организации | 20 |
| Выводы по первой главе..... | 29 |
| ГЛАВА 2 ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА ПО ПРИМЕНЕНИЮ КЕЙС-ЗАДАНИЙ ПРИ ИЗУЧЕНИИ ДИСЦИПЛИН ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ЦИКЛА В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ | 31 |
| 2.1 Характеристика базы исследования и анализ использования кейс-заданий в ГБПОУ "Челябинский государственный колледж индустрии питания и торговли" | 31 |
| 2.2 Разработка кейс-заданий по дисциплине "Ценообразование" и плана-конспекта по теме «Основные ценообразующие факторы» с рекомендациями по их применению в условиях профессиональной образовательной организации | 38 |
| Выводы по второй главе..... | 48 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ | 50 |
| СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ | 54 |
| ПРИЛОЖЕНИЕ | 58 |

ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время для обучения будущих специалистов, обладающих соответствующими современному миру компетенциями, необходимо внедрять прогрессивные дидактические методы в образовательный процесс. Эффективность образовательного процесса достигается посредством применения преподавателями на занятиях интерактивных методов обучения, так как студенты, включаясь в работу, учатся не только усваивать теоретический материал, но и применять его на практике. Поэтому в современном образовании недостаточно использовать на занятиях только классические методы обучения. Важно понимать, что в ходе работы в условиях занятия с применением инновационных методик студенты имеют возможность подготовиться к реальным ситуациям, с которыми они могут столкнуться в работе по специальности после окончания обучения. Главными целями интерактивных методов обучения являются подготовка будущих специалистов к профессиональной деятельности, а также формирование практических навыков, связанных с деятельностью различных организаций, производств и государства.

Современная система подготовки квалифицированных специалистов подразумевает развитие у студентов способности к анализу и прогнозированию, умения принимать решения и осознавать их последствия, а также достижение способности к самоанализу. Во многом, таких результатов помогают достигнуть интерактивные методы обучения.

В современном образовании уже существует множество активных методов обучения, включающие в себя и метод применения кейс-заданий. Кейс-задания применяются в таких учебных дисциплинах как «Менеджмент», «Маркетинг», «Ценообразование», «Экономическая теория», «Педагогика», «Психология», «Экономика организации» и др.

Применение кейс-заданий становится более распространенным видом работы на учебном занятии. Посредством применения кейс-заданий

достигается знакомство обучающихся с профессиональной деятельностью, а также формируется интерес к будущей профессии.

Применение кейс-заданий предполагает ориентацию на ситуации, с которыми специалисты в определенной области сталкиваются, что способствует мягкой интеграции студентов в профессиональную деятельность и развитию способности принимать управленческие решения без особого труда и стресса.

Сегодня кейс-задания еще не столь популяризированы в профессиональных образовательных организациях, однако не возникает сомнений, что они способствуют формированию общих и профессиональных компетенций в подготовке грамотных специалистов.

Актуальность исследования обусловила выбор темы нашего исследования: **«Применение кейс-заданий при изучении дисциплин профессионального цикла в профессиональной образовательной организации».**

Цель исследования: изучить теоретические аспекты применения кейс-заданий при изучении дисциплин профессионального цикла и разработать кейс-задания по дисциплине профессионального цикла и рекомендации по их применению в образовательном процессе.

Объект исследования: процесс обучения в системе среднего профессионального образования.

Предмет исследования: применение кейс-заданий при изучении дисциплин профессионального цикла.

Задачи исследования:

1. Рассмотреть теоретические аспекты применения кейс-заданий при изучении дисциплин профессионального цикла в профессиональной образовательной организации.

2. Проанализировать применение кейс-заданий при изучении дисциплин профессионального цикла в ГБПОУ «Челябинский государственный колледж индустрии питания и торговли».

3. Разработать кейс-задания и план-конспект по дисциплине «Ценообразование».

4. Разработать рекомендации по применению кейс-заданий в условиях профессиональной образовательной организации.

Теоретико-методологическая основа. В данной работе мы опирались на труды С.Ю. Поповой и Е.В. Прониной, Н.Д. Стрекаловой и В.Г. Белякова, З.Ю. Юлдашева и Ш.И. Бобохужаева, И.А. Фарафоновой и С.А. Павловой и др.

Методы исследования: теоретические (анализ научно-педагогической и методической литературы по теме исследования, систематизация и классификация теоретического материала, обобщение); эмпирические (анкетирование, опрос, наблюдение, беседа).

Практическая значимость исследования состоит в возможности применения педагогами среднего профессионального обучения разработанных нами конспектов занятий с применением кейс-заданий по дисциплинам профессионального цикла и рекомендаций по их применению в образовательном процессе.

База исследования: ГБПОУ «Челябинский государственный колледж индустрии питания и торговли».

Структура исследования: работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованных источников и приложения.

Во введении указывается актуальность нашего исследования, цель, определяются объект, предмет исследования, ставятся задачи исследования, указываются теоретико-методологическая основа, методы исследования, практическая значимость, база исследования и структура работы.

В первой главе раскрываются теоретические аспекты применения кейс-заданий при изучении дисциплин профессионального цикла в профессиональной образовательной организации.

Во второй главе проводится практическая работа по применению кейс-заданий при изучении дисциплин профессионального цикла в

профессиональной образовательной организации, проводится анализ применения кейс-заданий при изучении дисциплин профессионального цикла в ГБПОУ «Челябинский государственный колледж индустрии питания и торговли», разрабатываются кейс-задания и план-конспект с применением кейс-задания по дисциплине профессионального цикла, предлагаются рекомендации по их применению в образовательном процессе.

В заключении приводятся выводы о проделанной работе, подводятся итоги.

ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРИМЕНЕНИЯ КЕЙС-ЗАДАНИЙ ПРИ ИЗУЧЕНИИ ДИСЦИПЛИН ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ЦИКЛА В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

1.1 Сущность понятия и становления кейс-заданий в российском образовании

Ключевым элементом при разборе понятия кейс-задания является непосредственно слово «кейс». Слово «case» при переводе с английского языка имеет несколько синонимичных определений, а именно: «обстоятельство», «дело», «случай», «пример», «ситуация». В русском языке на данный момент не существует эквивалент термину «case-study», поэтому отечественные авторы при написании научных работ, статей, учебно-методических пособий и другого используют такие термины как «кейс-стади», «кейс-метод», «кейс-технологии», «кейс-задания» [20].

Проанализировав учебную литературу и учебно-методические пособия, обобщая всю информацию, изложенную авторами о понятии «кейс», можно дать определение понятию «кейс-задание» и определить главную идею и суть кейс-метода.

Кейс-метод (от англ. *case* – случай, дело) – это метод активного обучения, основанный на анализе реальных или смоделированных ситуаций (кейсов). В отличие от традиционных методов, где акцент делается на усвоении теоретических знаний, кейс-метод фокусируется на применении этих знаний для решения практических задач. Философские основы метода коренятся в прагматизме и концепциях экспериментального обучения, отдающих приоритет практическому опыту и развитию критического мышления. Кейс-задания призваны не просто передать информацию, а помочь студентам развить аналитические способности, научиться работать с неполной информацией, принимать решения в условиях неопределенности и

отстаивать свою точку зрения. Метод возник в Гарвардской школе бизнеса и широко применяется в образовании и тренинге во всем мире [3].

В литературе встречаются различные термины для обозначения данной технологии. Зарубежные источники используют такие названия, как «метод изучения ситуации», «метод деловых историй» и «метод кейсов». Российская литература чаще применяет термины «метод анализа конкретных ситуаций», «метод деловых ситуаций», «кейс-метод» и «ситуационные задачи». Примечательно, что термин «ситуационные задачи» впервые был введен в 2001 году американскими исследователями Эткинсоном и Уилсоном в их книге «Стратегический маркетинг. Ситуации. Примеры» [21].

Становление гармонично развитой личности в современных условиях требует системного подхода, при котором навыки самостоятельного решения возрастных задач формируются с раннего детства. Ключевой парадигмой современного образования становится принцип "научить учиться", предполагающий развитие способности критически осмысливать, анализировать и творчески преобразовывать получаемую информацию. Именно этот подход лежит в основе инновационных педагогических методик, которые фокусируются на формировании профессионально значимых компетенций и практической подготовке к будущей деятельности. В данном контексте особую значимость приобретает кейс-метод как эффективный инструмент образовательного процесса. Данное утверждение и определяет актуальность применения «Кейс – метода» в практике образования. Кейс – технологии представляют собой группу образовательных технологий, методов и приёмов обучения, основанных на решении конкретных проблем, задач, позволяют взаимодействовать всем обучающимся, включая преподавателя.

Кейс-технология занимает особое место среди современных образовательных методик, выделяясь нетрадиционным подходом к передаче знаний. В отличие от классических форм обучения, этот метод предполагает погружение учащихся в анализ и поиск решений для смоделированных ситуаций, максимально приближенных к реальным профессиональным

вызовам. Особенность кейсов заключается в их способности моделировать сложные проблемные ситуации, заимствованные из практики и не имеющие единственно верного решения, что развивает у обучающихся критическое мышление и способность к многовариантному анализу. Эффективность применения этого метода напрямую зависит от профессиональной компетентности педагога, который должен в совершенстве владеть техникой разработки и проведения кейс-занятий [27].

Как одна из прогрессивных образовательных технологий, кейс-метод требует от преподавателей постоянного совершенствования методического мастерства, что значительно повышает качество учебного процесса. Особую ценность представляет технология подготовки учащихся к работе с кейсами, которая развивает комплекс компетенций: от навыков работы с информационными ресурсами до способности проводить самостоятельные исследования. Такой подход не только систематизирует имеющиеся знания, но и стимулирует познавательную активность, формируя у обучающихся исследовательские навыки и умение творчески подходить к решению нестандартных задач. Интерактивная природа метода превращает учебный процесс в увлекательное интеллектуальное путешествие, где каждый участник становится активным творцом знаний, а не пассивным получателем информации [24].

Кейс – метод зародился в Гарвардской школе бизнеса в начале XX века. Ведущие преподаватели понимали, что для обучения студентов-аспирантов не хватает той информации, которую дают учебники. В результате этого понимания было принято решение изменить подход к обучению. Было проведено интервью с ведущими бизнесменами и топ-менеджерами, а полученные данные были документированы в отчетах. В этих отчетах были зафиксированы ситуации, с которыми сталкиваются бизнесмены в своей деятельности, и как они их решают. Эти записи стали основой для создания системы обучения с помощью анализа бизнес-кейсов. В начале 20-го века преподаватели Гарварда начали добавлять в свои лекции студенческие

дискуссии. Преподаватель предлагал "кейс" или проблему, перед студентами ставилась задача, и они обсуждали различные варианты решения. В результате этот метод обучения стал популярным и существенной частью подготовки студентов в бизнес-школах. Первые подборки кейсов были опубликованы в 1925 году в Отчетах Гарвардского университета о бизнесе.

Кейс-метод (или, как писали в двадцатые годы, «метод казусов») был известен преподавателям экономических дисциплин в нашей стране еще в 20-е годы прошлого столетия. В сентябре 1926 года состоялась конференция преподавателей по экономическим дисциплинам в совпартшколах, на которой рассматривались вопросы применения различных методов и методик обучения, в том числе метод проектов или метод казусов. В период с октября 1924 г. по октябрь 1925 г. преподаватели совпартшкол ознакомились с методом казусов в одном из американских экономических журналов – органе Гарвардского университета.

Кейс-метод, достоинства которого так хорошо понимали преподаватели экономических дисциплин, тем не менее, не применялся в СССР достаточно долго. Интерес к нему возник лишь в конце двадцатого столетия.

Анализ ситуаций начал использоваться при обучении управленцев, в основном на экономических специальностях ВУЗов, в первую очередь как метод обучения принятию решений. Значительный вклад в разработку и внедрение этого метода внесли Г.А. Брянский, Ю.Ю. Екатеринославский, О.В. Козлова, Ю.Д. Красовский, В.Я. Платов, Д.А. Поспелов, О.А. Овсянников, В.С. Рапопорт и др. [21]

Кейс-метод дал возможность по-новому взглянуть на то, как учить студентов. Это привело к широкому распространению новых методов преподавания и организации учебных занятий. Но система образования того времени была достаточно закрытой и консервативной в отношении таких тем, поэтому кейс-метод быстро устарел и больше не использовался для получения профессионального образования [9].

В 90-х годах прошлого века метод кейс-заданий снова стал достаточно популярным и стал использоваться на уроках в образовательных учреждениях.

И только спустя почти 20 лет, в 90-е годы прошлого столетия, метод кейс-заданий снова становится достаточно популярным и начинает использоваться на учебных занятиях в образовательных организациях. Причиной тому стали, конечно же, политическая и экономическая ситуации в стране. Квалифицированные специалисты были необходимы для радикальных преобразований в экономике и перестройки, которые соответствовали новым условиям страны. Такие специалисты должны обладать способностями, включающими анализ, быстрое принятие решений в стрессовых и опасных ситуациях [7].

Университеты активно начали предлагать новые курсы по профильным предметам, таким как маркетинг, менеджмент и социология, в ответ на положение дел в стране. Методы обучения, используемые в новых дисциплинах, должны были быть обновлены. Это привело к распространению интерактивных методов обучения, которые включают кейс-задания. После этого иностранные примеры были переведены на русский язык и использовались в классе [6].

Значительный вклад в распространение и популяризацию применения кейс-заданий в образовательной деятельности внесли международные образовательные фонды и программы. Например, при поддержке фонда Джорджа Сороса был разработан и реализован проект «Развитие образования в России (среднее образование)». В рамках данного проекта проходило обучение методу кейс-стади, благодаря которому было подготовлено множество специалистов [24].

Многие учителя используют интерактивные методы обучения, такие как кейс-задания, в своих классах. Несомненно, этот метод является эффективным инструментом для обучения студентов, но только если он используется регулярно в учебном процессе. Если вернуться к истокам метода кейс-стади, можно сказать, что Гарвардский университет использует этот

подход в большинстве практических занятий, но это не так в России. В отечественном образовательном процессе использование кейс-заданий зависит от выбора преподавателя и его желания применять его.

Суть кейс-метода заключается в том, чтобы студенты могли применить свои теоретические знания в практической деятельности во время занятий. Основная идея кейс-заданий состоит в том, что учащиеся должны проанализировать конкретную ситуацию, которая либо возникла в реальной жизни, либо была достоверно смоделирована преподавателем, и которая иллюстрирует определённую проблему, требующую глубокого анализа и решения.

При решении кейс-задания студенты не обязаны предоставлять единственно верное или точное решение; им разрешается использовать творческий и абстрактный подход. Ответ учащихся должен включать в себя идеи и методы, которые помогут эффективно справиться с поставленной задачей. Порой предлагаемые решения могут быть прописаны в самом кейсе, в таком случае студенты должны оценить их эффективность и целесообразность [20].

Таким образом, в процессе обучения студенты получают материал в форме ситуаций, условий, обстоятельств, а знания и профессиональные компетенции, обучающиеся осваивают в процессе креативной и творческой работы: самостоятельно анализирует данные кейс-задания, собирает необходимую информацию, выдвигает предположения, выслушивает различные точки зрения других студентов, учится делать выводы и умозаключения, получает результат.

Кейс-метод основан на следующих положениях:

1. Метод предназначен для обучения дисциплинам, истина в которых плюралистична, т.е. нет однозначного ответа на поставленный вопрос. При этом задачи преподавателя - активизировать обучаемых на поиск различных истин и подходов и помочь им сориентироваться в проблемном поле.

2. Акцент в обучении переносится с овладения готовым знанием на его выработку, на сотворчество обучаемого и преподавателя. Отсюда принципиальное отличие данного метода от традиционных методик - демократия в процессе получения знания, т. е. Равноправие всех со всеми и с преподавателем в процессе обсуждения проблемы.

3. Результатами применения кейс-метода помимо знаний являются навыки профессиональной деятельности, а также развитие системы ценностей, профессиональных позиций, жизненных установок, своеобразного мироощущения и миропреобразования.

4. Здесь преодолевается классический дефект традиционного обучения, связанный с сухостью, не эмоциональностью изложения материала [11].

Основные цели кейс-метода:

1. Развитие навыков анализа и критического мышления
2. Соединение теории и практики
3. Демонстрация различных позиций и точек зрения
4. Представление примеров принимаемых решений и их последствий
5. Формирование навыков оценки альтернативных вариантов в условиях неопределенности [27].

Кроме того, при решении задач формируются различные компетентности:

- отрабатываются коммуникативные навыки – точно выразить свои мысли; уметь слушать других, аргументировано высказывать точку зрения, подбирать контраргументацию и пр.;

- развиваются презентационные умения и навыки по представлению информации;

- вырабатывается уверенность в себе и в своих силах;

- формируются устойчивые навыки рационального поведения в условиях неполной информации при решении комплексных проблем;

- приобретаются экспертные умения и навыки, необходимые для оценки деятельности персонала;

- осуществляются самооценка и на ее основе самокоррекция индивидуального стиля общения и поведения;

- осваиваются партнерские отношения и приобретаются навыки сотрудничества и т.д. [33].

Для того чтобы учебный процесс с применением кейс-заданий был эффективным, необходимы два условия: хороший кейс и определенная методика его использования в учебном процессе [6].

В настоящее время преподаватели все чаще используют метод кейс-стади. Однако эффективное использование кейс-заданий на занятиях по профессиональному циклу требует систематического использования [1].

На современном этапе российского образования использование кейс-заданий при изучении дисциплин профессионального цикла помогает студентам приобрести не только определенные навыки, но и развить их творческие способности, способность общаться и способность интегрироваться в профессиональную деятельность.

Таким образом, применение кейс-заданий в рамках изучения дисциплин профессионального цикла является безусловно действенным. Это объясняется тем, что на занятиях с использованием данного подхода студенты не только внедряют теоретические знания, полученные в процессе обучения, но и развивают профессиональные навыки в условиях аудиторных занятий. Кроме того, кейс-задания стимулируют интерес студентов к выбранной профессии и дают возможность ознакомиться с основами профессиональной практики.

1.2 Классификация кейс-заданий

Кейс-задания классифицируются по различным признакам. Говоря о кейс-заданиях, которые преподаватели могут применять при обучении студентов в рамках изучения дисциплин профессионального цикла и экономических дисциплин в частности, можно их классифицировать по степени воздействия их источников. Данная классификация включает в себя практические, обучающие и научно-исследовательские кейс-задания [18].

Практические кейс-задания содержат описание исключительно действительно происходивших событий. Применение таких кейс-заданий позволяют достигнуть успеха в обучении студентов только при условии полного и достоверного изложения проблемной ситуации. Здесь важна каждая деталь, что помогает закрепить и углубить теоретические знания обучающихся.

Главной целью обучающих кейс-заданий является профессиональное воспитание. Кейс-задание такого вида не всегда отображает реальную ситуацию, а больше включает в себя собирательное описание типичных проблемных ситуаций, приближенных к тем, что могут произойти в действительности [34].

Научно-исследовательские кейс-задания используются для осуществления научной деятельности и выступают в качестве практического примера. Такие кейс-задания не обязательно должны содержать описание реальных ситуаций, могут содержать примеры даже из художественной литературы.

В зависимости от целей обучения кейсы могут отличаться по содержанию и организации представленного в них материала:

- кейсы, обучающие анализу и оценке. В этом случае в основе кейса максимально детальная информация, которую необходимо проанализировать и сделать соответствующие выводы, обосновав и предъявив их группе и преподавателю;

- кейсы, обучающие решению проблем и принятию решений. Прежде всего, такие кейсы предусматривают, что решение должно быть найдено на основе недостаточной или избыточной информации, фактов, данных и событий, описанных в кейсах. Тем самым обучающиеся ближе всего подводятся к реальности, учатся находить связи между имеющейся в распоряжении информацией и вырабатываемым решением. Материал в таких кейсах должен содержать признаки конфликтности, многовариантности методов принятия решений и альтернативности самих решений,

субъективности и ролевого поведения, динамики событий и возможности реализации предложенного решения [26].

Одним из широко используемых подходов к классификации кейсов является их сложность. При этом различают:

- иллюстративные учебные ситуации – кейсы, цель которых – на определенном практическом примере обучить студентов алгоритму принятия правильного решения в определенной ситуации;
- учебные ситуации – кейсы с формированием проблемы, в которых описывается ситуация в конкретный период времени, выявляются и четко формулируются проблемы; цель такого кейса – диагностирование ситуации и самостоятельное принятие решения по указанной проблеме;
- прикладные упражнения, в которых описывается конкретная сложившаяся ситуация, предлагается найти пути выхода из нее; цель такого кейса: поиск путей решения проблемы.

Заслуживает внимания классификация кейсов, приведенная Н. Федяниным и В. Давиденко, хорошо знакомыми с зарубежным опытом использования кейс-метода (рис.1) [35].



Рис.1. Классификация кейсов Н. Федянина и В. Давиденко

- “Структурированный кейс”. В таких кейсах предоставляется минимальное количество дополнительной информации. При работе с такими кейсами ученикам необходимо применять определенные модели или формулы; как правило, у задач данного типа существует оптимальное решение;

– “Маленькие наброски”. Кейсы содержащие, как правило, от одной до десяти страниц текста, а также одно или две страницы с приложениями; они знакомят с только ключевыми понятиями и при их разборе ученики должны опираться на собственные знания [18].

– “Большие структурированные кейсы”. Данные кейсы в объеме до пятидесяти страниц. Являются самыми сложными из всех видов учебных занятий подобного рода, потому что они предоставляют очень подробную информацию, включая ненужные детали. Интересно то, что, наоборот, самые необходимые для разбора сведения могут отсутствовать; учащиеся должны распознавать эти ошибки и исправлять их.

– “Первооткрывательские кейсы”. Те кейсы, в которых учащиеся должны не только использовать теоретические знания и практические навыки, которые они уже имеют, но и предложить что-то новое, при этом преподаватели и обучающиеся будут выступать в качестве исследователей.

В зависимости от целей обучения кейсы могут отличаться по содержанию и организации представленного в них материала:

– Кейсы, обучающие анализу и оценке. В этом случае в основе кейса максимально детальная информация, которую необходимо проанализировать и сделать соответствующие выводы, обосновав и предъявив их классу и преподавателю;

– Кейсы, обучающие решению проблем и принятию решений. Прежде всего, такие кейсы предусматривают, что решение должно быть найдено на основе недостаточной или избыточной информации, фактов, данных и событий, описанных в кейсах. Тем самым обучающиеся ближе всего подводятся к реальности, учатся находить связи между имеющейся в распоряжении информацией и вырабатываемым решением. Материал в таких кейсах должен содержать признаки конфликтности, многовариантности методов принятия решений и альтернативности самих решений,

субъективности и ролевого поведения, динамики событий и возможности реализации предложенного решения [26].

– Кейсы, иллюстрирующие проблему и ее решение. Этот вид кейсов может быть использован на первом этапе знакомства школьников с данной технологией. Он носит именно подготовительный обучающий, ознакомительный характер. Поэтому кейсы данного вида должны быть достаточно простыми как для самого разработчика, в том числе и учителя, который захочет попробовать себя в разработке кейса, так и для ученика, который будет приглашен к работе с текстом кейса. Вместе с тем, при этой простоте и доступности, данный вид кейсов должен содержать все основные признаки этой технологии, и решать главные задачи при ее использовании [19].

Нет определенного стандарта представления кейсов. Как, правило, кейсы представляются в печатном виде или на электронных носителях, однако включение в текст фотографий, диаграмм, таблиц делает его более наглядным для студентов. С печатной информацией или с информацией на электронных носителях легче работать и анализировать ее, чем информацию, представленную, например, в аудио- или видео- вариантах; ограниченные возможности многократного интерактивного просмотра могут привести к искажению первичной информации и ошибкам. В последнее время все популярнее становятся мультимедиа представление кейсов. Возможности мультимедиа представления кейсов позволяют избежать вышеназванных трудностей и сочетают в себе преимущества текстовой информации и интерактивного видео изображения [10].

По наличию сюжета кейсы делятся на сюжетные и бессюжетные. Сюжетные кейсы обычно содержат рассказ о произошедших событиях, включают действия лиц и организаций. Бессюжетные кейсы, как правило, прячут сюжет, потому что четкое изложение сюжета в значительной степени раскрывает решение. Внешне они представляют собой совокупность

статистических материалов, расчетов, выкладок, которые должны помочь диагностике ситуации, восстановлению сюжета.

Также кейс-задания различают по количеству страниц, содержащихся в них. В зависимости от объема выделяют полные, сжатые кейс-задания и мини-кейсы. Полные кейс-задания, как правило, содержат от 20 до 25 страниц и предусматривают работу в группе, результатом которой становится выступление с представлением решения, найденного командой. Сжатые кейс-задания обычно анализируют прямо в аудитории посредством дискуссии между преподавателем и студентами, по объему такие кейсы не превышают пяти страниц. Мини-кейсы также разбирают во время учебного занятия. Как правило, их не используют на полноценном практическом занятии, а применяют в качестве практических примеров во время теоретического обучения, так как их объем всегда в среднем 1-2 страницы [12].

Отдельные ученые полагают, что кейсы могут быть “мертвыми” и “живыми”. “Мертвыми” кейсами будут являться те кейсы, в которых изначально содержится вся необходимая информация для анализа. В свою очередь для того чтобы сделать кейс “живым” необходимо так его построить, чтобы учащиеся были вынуждены искать дополнительную информацию необходимую для анализа. Данный подход позволяет кейсу развиваться и оставаться актуальным долгое время [29].

Кейсы можно представлять в различных формах: от пары предложений на одной странице до различного множества страниц. Но следует помнить, что большие по объему кейсы могут вызывать определенные затруднения у учащихся по сравнению с кейсами с небольшим содержанием, особенно при работе впервые. Кейсы могут содержать описания некоторых отдельных событий или историю и последовательность событий, включать известные академические модели или же не соответствовать не одной из них.

В настоящее время все чаще в обучении студентов среднего профессионального обучения используется мультимедиа представление кейс-заданий. Это помогает разнообразить и вовлечь студентов в учебный процесс

тем, что в таком случае всегда используются яркие изображения, интерактивное видеоизображение, звуковое сопровождение и др. В таком случае студенты могут лучше представить себе проблемную ситуацию и визуализировать ее в своем сознании [8].

По типу методической части кейсы бывают вопросными, при их разрешении студентам нужно дать ответы на поставленные вопросы, либо кейсы-задания, которые формулируют задачу или задание [15].

Обучая студентов работе с кейсом, преподаватель, прежде всего, должен им объяснить, что у них есть свои особенности решения. Необходимо, прежде всего, следовать алгоритму выполнения кейса и особым технологиям его выполнения.

Опыт показывает, что кейс превращается тогда в эффективное учебно-методическое произведение, когда получает всестороннюю не только научную и методическую, но и жанровую проработку.

Каждый кейс может быть выполнен как одним студентом, так и в ходе групповой работы. Разрабатывая кейс, преподаватель должен адаптировать их к конкретной группе, выдвигать доступные для их понимания вопросы, проявлять тактичность и доброту в ходе построения заданий и избегать малейших ущемлений личности и грубых намеков [29].

Таким образом, можно заключить, что разнообразные типы кейс-заданий не являются взаимоисключающими, что позволяет использовать несколько различных кейсов в ходе одного практического занятия. Преподаватель выбирает кейс-задание в зависимости от целей и задач конкретного занятия, уровня подготовки студентов и общих способностей группы.

1.3 Особенности применения кейс-заданий при изучении дисциплин профессионального цикла в профессиональной образовательной организации

Кейс-метод сегодня является одним из наиболее популярных при подготовке менеджеров, юристов и экономистов, потому что он позволяет

активизировать множество факторов, таких как теоретические знания по предмету, практический опыт студентов, их способность выражать свои мысли, идеи и предложения, а также умение слушать и аргументировано поддерживать другие точки зрения. Метод кейса предназначен для получения знаний по дисциплинам, в которых истина плюралистична, т.е. нет однозначного ответа на поставленный вопрос, а есть несколько вариантов ответов, которые могут конкурировать по степени истинности. Задача преподавания – поиск с обучающимися не одной, а многих истин [5].

Ранее мы установили: кейс-ситуации — это реконструированные из реальной жизни обстоятельства, представляющие собой комплексный сценарий с аналитическими задачами, целью которых является осмысление и разработка решений в рамках учебного процесса для углубленного рассмотрения конкретных примеров по выбранным темам.

Применение кейс-заданий в условиях среднего профессионального обучения имеет следующие особенности:

- приоритетом данного метода является не приобретение теоретических знаний, а получение практико-ориентированных знаний и умений на основе творческого процесса команды студентов и преподавателя;

- данный метод не предусматривает поиск конкретных решений и действий, применимых к решению типовых задач, его задача ориентирована на поиск различных мнений и алгоритмов разрешения проблемных ситуаций;

- итогом использования кейс-заданий является не столько получение новых теоретических знаний, сколько умения и навыки, соответствующие будущей профессии студентов;

- студенты приобретают профессионально-ориентированное мышление, осознают ценность получаемой профессии [14].

Применение кейс-заданий при изучении дисциплин профессионального цикла делает возможным использование полученных во время теоретического обучения знаний к разрешению реальных проблемных ситуаций. Это благоприятно сказывается на умении студентов обоснованно выражать свою

точку зрения, проявляться как личность, быть частью коллектива. Кейс-задания расширяют способности обучающихся мыслить логически и рационально по отношению к заданной проблеме [7].

Говоря о профессиональных компетенциях, формирующихся у студентов профессионального обучения во время работы с кейс-заданиями можно выделить следующее:

- осваиваются навыки принятия решений в стрессовых ситуациях;
- расширяются экспертные знания в области профессиональной деятельности;
- вырабатывается эмоциональный интеллект, что обеспечивает умение четко выражать свои мысли, обоснованно доказывать свою точку зрения, принимать во внимание мнение коллег;
- приобретаются навыки передачи и раскрытия сути предоставленных данных;
- формируется объективная оценка своих способностей, что позволяет студенту самосовершенствоваться в профессиональной деятельности;
- развивается способность к совместной работе в коллективе [31].

В ходе работы с кейс-заданиями студенты все больше убеждаются, что возникающие проблемные ситуации, с которыми могут столкнуться организации, предприятия или же государство, не столь уникальны, как может показаться. Все субъекты экономики так или иначе сталкиваются с определенными трудностями в своей деятельности, задача грамотного специалиста уметь без труда применить свои знания на практике. Кейс-задания знакомят будущих специалистов с различными тактиками и способами урегулирования проблемных ситуаций [16].

Кейс-задание не должно противоречить нескольким аспектам: кейс должен быть структурированным, содержательным и емким, разрабатывать и применять кейс-задание следует поэтапно.

Рассмотрим структуру кейс-заданий. Различные источники по-разному трактуют и раскрывают структуру кейс-задания.

По мнению Н.Э. Камбалиной, структура кейс-задания состоит всего из трех частей, которые включают в себя необходимую для разбора кейса информацию, описание произошедшей ситуации и сами задания к кейсу [17].

Тем временем И.К. Маслаков и М.В. Семина в своем учебнике «Стратегия кейс-стади: методология исследования и преподавания» приводят следующую структуру кейсов:

- 1) контроль знаний по заданной теме;
 - 2) описание проблемной ситуации;
 - 3) задания к кейсу;
 - 4) дополнительные комментарии к проблемной ситуации;
 - 5) приложение, которое может содержать теоретическую базу, дополнительные сведения и др.;
- б) контроль исходных знаний по теме кейс-задания [22].

Авторы методического пособия «Организация активных и интерактивных форм проведения занятий» считают наиболее удобной и верной структуру кейс-задания, которая содержит описание проблемной ситуации с информацией, необходимой для анализа (статистические данные, финансовые отчеты организации, таблицы, диаграммы, графики и др.) и рекомендации. Рекомендации должны включать информацию для студентов (ссылки на учебную литературу, последовательность решения кейс-задания и др.), а также методическую записку для преподавателя, применяющего данный кейс на своем занятии. После должен быть выдвинут список вопросов, помогающих наиболее точно раскрыть суть кейс-задания [33].

При создании кейс-задания преподавателю следует учитывать несколько важных требований:

- кейс-задание должно включать работу не по отдельным темам экономической дисциплины, а по целому разделу (например, на занятиях по дисциплине «Экономическая теория» студенты должны научиться анализировать экономические явления и процессы неразрывно друг от друга,

выявлять проблемные ситуации при анализе кейсов и предлагать способы их решения);

– кейс-задания должны быть представлены в текстовой форме и содержать необходимые, для работы студентов, статистические данные, а также графики, иллюстрации, таблицы, формулы и др. (например, кейс-задание на тему исследования рынка недвижимости должны содержать в себе статистику спроса и предложения, статистику покупательской способности граждан и другие данные, влияющие на данный рынок);

– в содержании кейс-задания проблема не должна открыто формулироваться, здесь важно, чтобы студенты учились самостоятельно проводить анализ и определять проблемную ситуацию;

– кейс-задания должны отражать реальные ситуации, изменены могут быть только лишь наименования организаций, предоставляемых товаров или услуг, а также территориальное положение компании [7].

Эффективно разработанное кейс-задание должно соответствовать поставленным целям и задачам, уровню теоретических знаний обучающихся, а также демонстрировать проблемные ситуации действительности. Немаловажно и то, насколько актуален данный кейс на момент его применения в учебном процессе [2].

Работа с кейсом имеет свою специфику и предполагает разнообразие технологических подходов. Конкретный способ создания проблемной ситуации и организация самостоятельной работы зависит от ряда факторов: степени сложности учебного материала, располагаемого времени, особенности конкретного контингента студентов и др.

Можно использовать следующие варианты проведения занятий.

1. Ситуация готовится заранее самим преподавателем, затем зачитывается та ее часть, которая является инцидентом, а потом после завершения процесса задавания вопросов слушателями, каждая подгруппа принимает свое решение, и уже затем в открытой дискуссии обсуждаются его правильные и неправильные аспекты.

2. Преподаватель рассказывает обучаемым о технологии анализа ситуаций методом «инцидента», затем дается время 15 - 20 мин, и каждая команда отрабатывает свой вариант ситуации (взятый из книги, практической деятельности предприятий и т.п.). Когда ситуации у всех команд будут разработаны, тогда начинается процедура сбора информации: «инцидент» («случилось...»); вопросы и ответы; принятие решения; презентация решения и его анализ авторами ситуации. Затем другая команда действует в той же последовательности [2].

Современная методика работы с кейсами предполагает активную самостоятельную познавательную деятельность обучающихся: после изучения проблемной ситуации студент проводит комплексный анализ, выявляет ключевые аспекты проблемы и формулирует возможные решения, которые затем обсуждаются в групповой дискуссии.

При реализации кейс-метода в аудиторном формате временные рамки индивидуального анализа варьируются от 10 до 30 минут в зависимости от сложности и объема кейса. Данная технология развивает у студентов критическое мышление, навыки командного взаимодействия и способность к многофакторному анализу профессиональных ситуаций. Оптимальная продолжительность работы над кейсом составляет от 30 минут до 2 академических часов и определяется степенью сложности кейса, а также уровнем подготовки обучающихся, что соответствует принципам гибкого и дифференцированного подхода в современном образовании. В процессе работы студенты осваивают компетенции стратегического анализа и принятия управленческих решений, востребованные в условиях цифровой экономики.

Кейс-задание может быть представлено студентам разными способами. При изучении экономических дисциплин наиболее эффективной и методически обоснованной остается текстовая форма кейсов, позволяющая детально анализировать реальные бизнес-ситуации.

Ключевым элементом методики является совместное чтение кейса преподавателем и студентами, что создает условия для оперативного

выявления и устранения терминологических барьеров, обеспечивает моментальную обратную связь через систему уточняющих вопросов и формирует единое понимание проблемной ситуации всей учебной группой.

В процессе работы с кейсами преподаватель выступает в роли помощника или посредника для студентов, применяя современные педагогические технологии наставничества: стимулирует критическое мышление через систему наводящих вопросов, помогает выстраивать причинно-следственные связи между экономическими явлениями, корректирует аналитический процесс без прямого указания решений и создает условия для самостоятельного поиска оптимальных бизнес-решений, что полностью соответствует требованиям компетентного подхода и принципам развивающего обучения в условиях цифровой трансформации образования. Такой формат работы не только повышает эффективность усвоения учебного материала, но и формирует у студентов практические навыки аналитической работы, системного мышления и принятия управленческих решений, столь востребованные в современной профессиональной среде [4].

Выделяют следующие этапы работы с кейсом.

1. Подготовка кейса преподавателем. Работа по созданию кейса и вопросов для его анализа носит творческий характер. Она осуществляется за пределами аудитории и включает в себя научно-исследовательскую, методическую и конструирующую деятельность преподавателя.

2. Индивидуальная самостоятельная работа студентов с кейсом. В целом, работа студента с кейсом распадается на две фазы. Первая фаза представляет собой внеаудиторную работу, цель которой состоит в подготовке ко второй фазе - аудиторному анализу кейса.

3. Анализ практической ситуации в подгруппе (микрогруппе). Рассмотрение ситуаций может проводиться с разделением участников занятия на малые группы (по 4 - 8 человек). В случае малого количества обучаемых можно разбить присутствующих на пары. Количество людей варьируется в

зависимости от масштабов и сложности ситуации, от ее новизны. Работа в микрогруппах занимает центральное место в кейс-методе, так как это самый эффективный метод изучения и обмена опытом.

4. Предварительное обсуждение ситуации в аудитории. Этот этап нужен для того, чтобы преподаватель убедился в хорошем усвоении материала обучаемыми и в правильном понимании всеми присутствующими проблем, поставленных в ситуации, так как студенты самостоятельно по кейсу изучают новый материал, необходимый для выполнения практического задания. Методы проверки могут быть традиционными (устный фронтальный опрос, взаимопроверка, ответ по карточкам и т.д.) и нетрадиционными (тестирование, рейтинг и т.д.).

5. Межгрупповая дискуссия. Этот этап проводится на основе сообщений подгрупп. Представители, делегированные каждой из подгрупп для презентации итогового материала, выступают со своим анализом и предполагаемыми решениями, а участники из других подгрупп выступают в роли оппонентов. Преподаватель контролирует ситуацию и выполняет роль координатора и руководителя дискуссии, а при необходимости - оппонента и критика, активизируя и направляя дискуссию. Наиболее целесообразно организовать дискуссию между участниками анализа, поэтому можно «переадресовать» вопросы к другим обучаемым.

6. Подведение итогов. Оно осуществляется сначала желающими высказаться из аудитории, а затем самим преподавателем, ведущим занятие. Преподаватель дает оценку выводам подгрупп и отдельных участников, а также всему ходу дискуссии [23].

Преподавателю лучше использовать многокомпонентный метод формирования оценки. Ее составными будут оценки за:

- уровень активности на занятии (выступление, владение категориальным аппаратом, предложение плана действий, участие в обработке количественных данных и др.);

- подготовленные письменные работы (формулировка и анализ большинства проблем, имеющих в кейсе, собственные выводы, составленные документы оформлены надлежащим образом и др.).

Одновременно с оценкой формулируются и обосновываются варианты действий, которые не были предложены, допущенные ошибки, если такие были, и выделяются особенно продуктивные решения [13].

Кейс-задания характеризуются принципиальной многовариантностью решений, где для каждой проблемной ситуации существует спектр возможных стратегий, планов действий и оценочных суждений, что делает бессмысленной бинарную оценку ответов как "правильных" или "неправильных". Критериями анализа становятся степень обоснованности принимаемых решений, расчет рисков, оптимальность распределения ресурсов и адаптивность к изменяющимся условиям, что отражает реальные требования современной бизнес-среды с ее сложностью и неопределенностью. Такой подход принципиально меняет парадигму оценивания, признавая равнозначность различных решений при условии их аргументированности и соответствия контексту кейса [28].

Особую актуальность приобретает использование кейс-технологий в системе оценивания образовательных результатов: все чаще кейсы применяются не только в учебном процессе, но и в качестве экзаменационных заданий, причем возможны два формата - предварительная работа с кейсом (когда студенты получают задание заранее и представляют на экзамене развернутый аналитический отчет) или экспресс-анализ компактного кейса непосредственно на экзамене, что требует разработки специальных лаконичных кейсов, адаптированных к временным ограничениям экзаменационной сессии. Подобные оценочные процедуры максимально приближены к реальным профессиональным ситуациям, где специалисту приходится оперативно анализировать информацию и принимать взвешенные решения в условиях дефицита времени.

Таким образом, можно сказать, что применение кейс-заданий при изучении экономических дисциплин позволяет углубить теоретические знания студентов в области экономики, изучить разнообразие проблемных ситуаций, с которыми сталкиваются субъекты экономики в своей деятельности, развить способность принимать управленческие решения.

Выводы по первой главе

В первой главе данной работы были рассмотрены теоретические аспекты применения кейс-заданий при изучении дисциплин профессионального цикла в профессиональной образовательной организации.

В качестве кейс-заданий выступают проблемные ситуации, которые требуют анализа и решения. Применение этого метода в обучении позволяет развивать у студентов творческий потенциал, логическое мышление и умение применять теоретические знания в условиях практической деятельности.

Кейс-метод завоевал ведущие позиции в обучении за рубежом, активно используется в российской практике и считается одним из самых эффективных способов обучения студентов принятия решений не всегда стандартных ситуаций.

Эффективность использования кейс-заданий в процессе освоения профессиональных дисциплин объясняется тем, что данный метод помогает студентам применять теоретические знания на практике. Это объясняет, почему этот метод эффективен при изучении профессиональных дисциплин. Способность гармонично сочетать теорию и практику, что имеет большое значение для подготовки квалифицированных специалистов, является одним из основных преимуществ кейсов. Метод кейсов помогает улучшить навыки анализа ситуаций, оценки альтернатив, принятия наилучшего решения и планирования его выполнения. Когда этот метод используется неоднократно в течение учебного курса, у студентов формируется устойчивый навык решения практических задач.

Таким образом, кейс-задания являются не только инструментом повышения эффективности обучения, но и способом формирования у обучающихся ключевых профессиональных и личностных качеств, востребованных в современной трудовой среде. Их систематическое применение в процессе изучения профессиональных дисциплин способствует лучшей подготовке выпускников к требованиям будущей профессиональной деятельности.

Имея теоретическую основу, можно переходить к практической работе по применению кейс-заданий при изучении дисциплин профессионального цикла в профессиональной образовательной организации.

ГЛАВА 2 ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА ПО ПРИМЕНЕНИЮ КЕЙС-ЗАДАНИЙ ПРИ ИЗУЧЕНИИ ДИСЦИПЛИН ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ЦИКЛА В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

2.1 Характеристика базы исследования и анализ использования кейс-заданий в ГБПОУ "Челябинский государственный колледж индустрии питания и торговли"

В данном параграфе планируется проанализировать особенности применения кейс-заданий при изучении дисциплин профессионального цикла на базе Государственного бюджетного профессионального образовательного учреждения "Челябинский государственный колледж индустрии питания и торговли" (далее ГБПОУ «ЧГКИПиТ»).

«Челябинский государственный колледж индустрии питания и торговли» организовано Постановлением Правительства Челябинской области №183-П от 19.06.2008г. «О реорганизации областных государственных учреждений начального профессионального образования»

Местонахождение образовательной организации: г. Челябинск, улица Шоссе Metallургов, дом 47

Местонахождение филиалов:

Г. Челябинск ул. Ворошилова, 16

Челябинская область г. Копейск, улица Борьбы дом 59

Челябинская область, г. Коркино, улица 30лет ВЛКСМ, дом 171-б

Режим работы: Понедельник – суббота с 8.30 до 18.00.

В Учреждении реализуются следующие образовательные программы:

1. образовательные программы среднего профессионального образования - программы подготовки квалифицированных рабочих, служащих, программы подготовки специалистов среднего звена;

2. основные программы профессионального обучения – программы профессиональной подготовки по профессиям рабочих, должностям

служащих, программы переподготовки рабочих, служащих, программы повышения квалификации рабочих, служащих;

3. дополнительные общеобразовательные программы - дополнительные общеразвивающие программы, дополнительные предпрофессиональные программы;

4. дополнительные профессиональные программы - программы повышения квалификации, программы профессиональной переподготовки.

Образовательные программы:

- «43.02.15 Поварское и кондитерское дело (ПИКД)»
- «19.02.13 Технология продуктов общественного питания массового изготовления и специализированных продуктов (ТПОП)»
- «38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров (ТЭ)»
- «38.02.08 Торговое дело (ТД)»
- «43.02.13 Технология парикмахерского искусства (ТПИ)»
- «43.02.17 Технологии индустрии красоты (ТИК)»
- «43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании (ОП)»
- «43.01.09 Повар кондитер (ПК)»
- «19.02.03 Технология хлеба, кондитерских и макаронных изделий (ХМК)»
- «19.02.08 Технология мяса и мясных продуктов (ТМ)»
- «19.02.11 Технология продуктов питания из растительного сырья (ТПР)»
- «19.02.12 Технология продуктов питания животного происхождения (ТПЖ)»
- «15.02.12 Монтаж, техническое обслуживание и ремонт промышленного оборудования (по отраслям) (ТО)»

– «15.02.17 Монтаж, техническое обслуживание, эксплуатация и ремонт промышленного оборудования (по отраслям) (ТО)»

– «38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям) (Б)»

В ГБПОУ "ЧГКИПиТ" организована только очная форма учебного процесса, а также форма обучения для ОВЗ (лица, не имеющие основного общего и среднего общего образования). Методическая работа в колледже является одним из видов профессиональной деятельности. Преподавателями колледжа постоянно разрабатываются и обновляются учебно-методические пособия и разработки, совершенствуются учебно-методические комплексы преподаваемых дисциплин и профессиональных модулей, примерами являются: учебно-методическое пособие по дисциплине ЕН.01 Математика, программа внеурочной деятельности на тему «Неделя английского языка», Методическая разработка занятия учебной практики по специальности: «Поварское и кондитерское дело» ПМ 07.01 Выполнение работ по рабочей профессии «Повар» и др.

При организации учебного процесса соблюдаются санитарные нормы, предъявляемые к его организации: объем нагрузки в часах, время на самостоятельную работу, время отдыха, удовлетворение потребностей в двигательной активности. Преподаватели колледжа в своей работе используя технические средства обучения, соблюдают здоровьесберегающий режим, учитывают требования санитарных правил. Все помещения колледжа оснащены естественным и искусственным освещением, воздушно-тепловой режим обеспечивается централизованным водяным отоплением и общеобменной приточно-вытяжной системой вентиляции, а также необходимым оборудованием и инвентарем в соответствии с требованиями санитарно-гигиенических правил при освоении основных и дополнительных образовательных программ.

Учебно-программная документация образовательной организации включает в себя учебные планы, учебные программы, календарный учебный график, методические рекомендации, правила организации учебного

процесса. Основная профессиональная программа колледжа разрабатывается в соответствии с требованиями ФГОС СПО и ФГОС СОО. В соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего общего образования п. 18.1.3 ч. 3 «Система оценки достижения планируемых результатов освоения основной образовательной программы среднего общего образования должна: обеспечивать комплексный подход к оценке результатов освоения основной образовательной программы, позволяющий вести оценку предметных, метапредметных и личностных результатов».

Оценка личностных результатов выражается в определении критериев, процедур, инструментария и форм представления результатов, а также в установлении границ применения системы оценки. Для проведения текущего контроля на учебных занятиях преподаватель использует различные методы и средства, обеспечивающие объективность оценки знаний и умений. Для проведения текущего контроля успеваемости педагогическими работниками разрабатываются оценочные средства и критерии оценки результатов каждой формы текущего контроля, которые включают: контрольные вопросы и типовые задания для практических занятий, лабораторных и контрольных работ, оценки результатов самостоятельной работы (докладов, рефератов, теоретической части проектов, учебных исследований), тесты и тестовые задания для платформы дистанционного обучения, примерную тематику рефератов и т.п. Результаты текущего контроля оцениваются по пятибалльной системе и заносятся в учебные журналы в соответствующей колонке.

Для изучения современных педагогических практик и выявления актуальных тенденций в применении инновационных образовательных технологий было проведено анкетирование (см. Приложение 1), направленное на анализ профессионального восприятия кейс-метода преподавательским составом ГБПОУ «ЧГКИПиТ».

В рамках исследования изучались следующие аспекты: понимание термина "кейс-задание" в профессиональной среде, практическая реализация данного метода в учебном процессе, выявление потенциала его применения, а

также систематизация проблемных зон, с которыми сталкиваются педагоги при внедрении кейс-метода. В опросе приняли участие 8 преподавателей экономических дисциплин («Экономика организации», «Статистика», «Аудит», «Основы бухгалтерского учета», «Ценообразование» и др.).

Преподаватели в целом демонстрируют верное понимание термина "кейс-задание". Большинство описывают его как "проблемная ситуация, требующая анализа и решения", "практическое задание, основанное на реальном или смоделированном случае", "ситуация, требующая принятия решений в условиях ограниченной информации".

В ответ на вопрос о возможностях использования кейс-заданий все преподаватели отметили широкий спектр возможностей использования кейс-заданий. Наиболее часто упоминаемые преимущества представлены на рисунке 1:

- Развитие аналитических навыков: 15%
- Развитие навыков решения проблем: 30%
- Развитие критического мышления: 15%
- Применение теоретических знаний на практике: 20%
- Повышение мотивации к обучению: 20%.



Рисунок 1 - Преимущества использования кейс-заданий

Обсуждая воспитательный аспект, преподаватели отмечают, что на занятиях с кейс-заданиями студенты имеют возможность проявить свой творческий потенциал, улучшить навыки командной работы, а также развить экономическое мышление и углубить интерес к своей профессиональной деятельности.

На вопрос о частоте использования кейс-заданий на практических занятиях преподаватели ответили следующим образом (рисунок 2):

- 3 опрошенных преподавателя регулярно используют кейс-задания на своих занятиях (37,5%)
- 2 - применяют их довольно часто (25%)
- 3 - изредка или вообще не используют (37,5%)

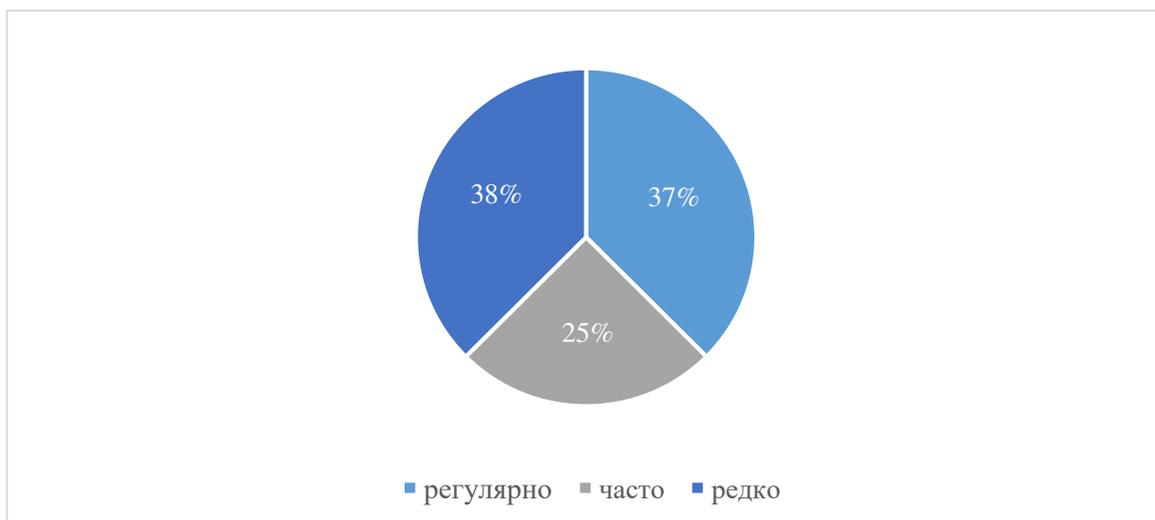


Рисунок 2 - Частота использования кейс-заданий преподавателями ГБПОУ «ЧГКИПиТ» в учебном процессе.

В ответ на вопрос о сложностях, с которыми сталкиваются преподаватели при внедрении кейс-заданий в учебный процесс, были получены следующие сведения (рисунок 3):

- 4 преподавателя (50%) указали на нехватку времени, необходимого для подготовки заданий;
- 2 преподавателя (25%) отметили, что наблюдают за собой неправильное распределение времени во время обсуждения кейсов, тем самым занятие затягивается.

– 2 преподавателя (25%) подчеркнули сложность в объективной оценке результатов работы студентов с кейс-заданиями.



Рисунок 3 - Трудности, возникающие при использовании кейс-заданий в образовательном процессе у преподавателей «ЧГКИПиТ».

Анализ результатов анкетирования преподавателей выявил три основные трудности, возникающие при использовании кейс-заданий в образовательном процессе.

Наиболее распространенной проблемой оказался недостаток времени, выделенного на подготовку и проведение занятий с применением кейсов (50% опрошенных). Это указывает на значительную трудоемкость разработки и адаптации кейсов к конкретным учебным целям и особенностям аудитории, а также на необходимость отведения достаточного времени для обсуждения и анализа результатов работы студентов с кейсами.

Вторая по распространенности трудность – неэффективное управление временем во время обсуждения кейсов (25%). Данная проблема приводит к затягиванию занятия и невыполнению запланированного объема работы. Преподавателю необходимы навыки эффективного управления дискуссией для своевременного подведения итогов.

Наконец, значительная часть респондентов (25%) отметила сложность в объективной оценке результатов работы студентов с кейсами. Это

свидетельствует о необходимости разработки четких критериев оценки, учитывающих не только конечный результат, но и процесс решения задачи, аргументацию и командную работу (в случае группового использования кейсов).

Таким образом, для успешного внедрения кейс-метода в образовательную практику необходимо разработать методические рекомендации по оптимизации подготовки и проведения занятий с кейсами, а также предложить систему оценивания результатов работы с кейс-заданиями.

2.2 Разработка кейс-заданий по дисциплине "Ценообразование" и плана-конспекта по теме «Основные ценообразующие факторы» с рекомендациями по их применению в условиях профессиональной образовательной организации

В рамках данного раздела была осуществлена разработка методических материалов по дисциплине «Ценообразование», направленных на формирование у студентов практических навыков анализа рыночных условий и принятия обоснованных ценовых решений. Основой для создания кейс-заданий послужил детальный анализ рабочей программы профессионального модуля, что позволило выделить ключевые компетенции, подлежащие освоению.

В рамках дисциплины «Ценообразование» для специальности 38.02.01 "Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)": должны сформироваться некоторые профессиональные и общие компетенции, отраженные в таблице 1.

Таблица 1 – Общие и профессиональные компетенции, сформированные у студентов

| Тип компетенции | Код | Формулировка компетенции |
|------------------------|-------|---|
| Общие компетенции (ОК) | ОК 2. | Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности |

Продолжение таблицы 1

| | | |
|--|--------|--|
| | ОК 3. | Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях; |
| | ОК 4. | Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде |
| Профессиональные компетенции (ПК/ОП) | ПК 1.3 | Учитывать затраты и формировать себестоимость. |
| | ПК 3.1 | Анализировать финансово-хозяйственную деятельность. |
| Специальные компетенции по дисциплине | ОПК 1. | Применять методы ценообразования в различных рыночных условиях. |
| | ОПК 2. | Разрабатывать ценовые стратегии. |
| | ОПК 3. | Оценивать эффективность ценовых решений. |

Требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:

- виды и классификацию цен;
- основные методы ценообразования;
- основы ценовой политики предприятия в рыночных условиях;
- формы и методы воздействия государства на цены;
- сущность международного ценообразования.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:

- определять структуру цены;
- рассчитывать цены в зависимости от изменения ставок налогов;
- рассчитывать цены с помощью различных методов ценообразования;
- рассчитывать тарифы на услуги;
- рассчитывать цены на экспортные и импортные товары.

Объем образовательной нагрузки включает в себя 46 часов теоретических занятий и 30 часа практических занятий. Промежуточная

аттестация проводится комплексно по междисциплинарным курсам в форме зачета.

Для оценки результатов освоения дисциплины «Ценообразование» используются следующие методы:

- 1) тестирование;
- 2) проверочная работа;
- 3) устный опрос;
- 4) выполнение сквозного задания;
- 5) экспертное наблюдение во время выполнения практических работ.
- 6) оценка результатов выполнения практической работы;

По результатам анализа было решено, что разработанные кейс-задания (приложение 2) должны отображать следующую тематику:

1. "Ценный органический йогурт: выживание на рынке"
2. «Выбор ценовой стратегии»
3. «Розничное ценообразование, предложенное компанией *Coca-Cola*»
4. «Государственное регулирование цен на жизненно важный препарат от диабета»
5. «Конкурентное ценообразование на локальном рынке»
6. «Выход российской компании "ЭкоДерево" на европейский рынок с экологичной мебелью»
7. «Кризисное ценообразование для производителя бытовой техники "Домашний уют"»
8. «Запуск инновационных AR-очков TechVision на конкурентный рынок»

В таблице 2 предложены критерии оценивания работы с кейс-заданием.
Таблица 2 – Критерии оценивания работы с кейс-заданием

| Этап работы с кейс-заданием | Критерии оценки и количество баллов |
|-----------------------------|-------------------------------------|
|-----------------------------|-------------------------------------|

| | |
|------------------|---|
| Работы в группах | <p>Глубина проработки проблемы:</p> <ul style="list-style-type: none"> – решения обоснованы, предложены альтернативные варианты – 3 балла; – решения обоснованы, альтернативных вариантов не предложено – 2 балла; – решения не обоснованы, альтернативных вариантов не предложено – 1 балл. |
|------------------|---|

Продолжение таблицы 2

| | |
|-----------|--|
| | <p>Новизна и неординарность представленного материала и решений: – решения и материал по кейсу являются новыми, представлены неординарно – 3 балла;</p> <ul style="list-style-type: none"> – решения и материал по кейсу не являются новыми, представлены неординарно – 2 балла; – решения и материал по кейсу не являются новыми, представлены ординарно – 1 балл. |
| Дискуссия | <p>Стройность, краткость и логичность изложения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - изложение структурировано, кратко и логично – 3 балла; - изложение не структурировано, кратко и логично – 2 балла; - изложение не структурировано, много лишней информации, логика изложения отсутствует – 1 балл <p>Этика дискуссии:</p> <ul style="list-style-type: none"> - соблюдены правила этики при выступлении группы/при выступлении других групп – 3 балла; - соблюдены правила этики при выступлении группы, но при выступлении других групп выявлены замечания – 2 балла; - правила этики не соблюдены – 1 балл. |

Оценки могут выставляться в соответствии с количеством полученных баллов:

- от 10 баллов и выше – выставляется отметка «5»;
- от 7 до 9 баллов – выставляется отметка «4»;
- от 5 до 6 баллов – выставляется отметка «3».

Кейс-задания направлены не только на освоение профессиональных умений, но и на развитие экономического мышления. Обсуждение кейсов помогает совершенствовать коммуникативные способности, учит эффективному взаимодействию в команде, а также развивает умение находить, аргументированно предлагать и защищать решения для различных ситуаций. Кроме того, такая практика формирует готовность рассматривать и принимать альтернативные взгляды.

Переходя к разработке плана-конспект занятия с применением кейс-задания, важно помнить, что план-конспект включает следующие элементы:

1. тему занятия;
2. цели и задачи занятия;
3. структуру занятия;
4. подготовку домашнего занятия;
5. рефлексию.

В ходе анализа рабочего плана дисциплины «Ценообразование» было принято решение разработать план-конспект комбинированного занятия по теме «Основные ценообразующие факторы». Разработанный план-конспект представлен в приложении 3.

Данное занятие имеет следующие цели:

1. Образовательная: сформировать у студентов знания основных факторов, влияющих на процесс формирования цен на товары и услуги.
2. Развивающая: способствовать развитию аналитического мышления студентов при анализе различных факторов, влияющих на ценообразование.
3. Воспитательная: сформировать у студентов ответственное отношение к процессу ценообразования и понимание его социальной значимости.

При разработке плана-конспекта комбинированного занятия по теме «Основные ценообразующие факторы» за основу была взята лекция для изучения теоретических аспектов. В этап проверки усвоения и закрепления учебного материала было внедрено кейс-задание (Кейс №1 "Ценный органический йогурт: выживание на рынке") из разработанных кейсов.

Работа над кейс-заданиями позволяет студентам не только закрепить теоретические основы ценообразования, но и проанализировать практические аспекты формирования цен, включая влияние ключевых ценообразующих факторов: рыночного спроса, издержек производства, конкурентной среды и государственного регулирования. В процессе решения кейсов, учащиеся получают возможность моделировать реальные рыночные ситуации, оценивать воздействие различных экономических параметров на ценовую политику предприятия и разрабатывать адаптивные стратегии ценообразования.

При этом для достижения максимальной эффективности обучения необходимо соблюдение некоторых рекомендаций, которые предложены в следующем параграфе данной работы.

В результате проведения опроса среди преподавателей ГБПОУ «ЧГКИПиТ» были выявлены трудности проведения занятий с использованием кейс-заданий, а именно недостаток времени, выделенного на подготовку и проведение занятий с применением кейсов, неэффективное управление временем во время обсуждения кейсов и сложность в объективной оценке результатов работы студентов с кейсами.

Для устранения данных проблем были разработаны рекомендации для эффективного проведения занятий с использованием кейс-заданий:

1. Устранение недостатка времени на подготовку и проведение занятий.

Одной из ключевых проблем при внедрении кейс-метода является значительная временная нагрузка на преподавателей, связанная с разработкой учебных кейсов и организацией продуктивных дискуссий. Создание качественных кейсов требует серьезной аналитической работы, включающей подбор актуальных материалов, формулировку проблемных заданий и разработку системы оценивания. Для минимизации временных затрат рекомендуется:

- Использовать готовые кейсы и базы данных: целесообразно применять проверенные кейсы из специализированных баз данных и

образовательных платформ, адаптируя их содержание под конкретные учебные задачи и уровень подготовки студентов. Это позволяет сохранить методическую ценность материалов при значительном сокращении временных затрат.

– Разработать модульные кейсы: Данная методика обеспечивает многовариантность использования учебного материала - один базовый кейс может быть последовательно применен в рамках нескольких занятий за счет комбинации различных модулей в соответствии с поставленными дидактическими задачами и временными рамками. Важным преимуществом модульного подхода является его универсальная адаптивность, позволяющая легко модифицировать содержание и сложность заданий с учетом особенностей конкретной студенческой группы, их уровня подготовки и профессиональной направленности, что значительно расширяет дидактические возможности кейс-метода при сохранении целостности изучаемого материала [32].

– Распределить подготовку: для оптимизации процесса разработки учебных кейсов целесообразно внедрить систему коллективной подготовки, предполагающую распределение функциональных обязанностей между преподавателями: один может заниматься сбором и систематизацией информационных материалов, другой - проведением глубокого анализа данных, третий - формулировкой проблемных заданий и контрольных вопросов. Такой подход к организации работы не только существенно сокращает временные затраты на создание кейсов, но и способствует повышению их методического качества за счет синергетического эффекта от объединения профессионального опыта и экспертных знаний разных специалистов, что в конечном итоге приводит к созданию более содержательных и дидактически выверенных учебных материалов [38].

– Оптимизировать поиск информации: использовать эффективные инструменты поиска информации, такие как специализированные базы данных, научные журналы и академические ресурсы. Такой технологичный

подход к информационному обеспечению учебного процесса позволяет не только минимизировать временные затраты на поиск релевантных данных, но и гарантирует получение достоверной, актуальной и методологически обоснованной информации, что принципиально важно для создания качественных кейсов, соответствующих современным образовательным стандартам и профессиональным требованиям [36].

– Автоматизация рутинных задач: внедрение цифровых технологий позволяет оптимизировать стандартные процессы при подготовке кейсов, например, автоматически генерировать презентации с помощью Canva или PowerPoint шаблонов, а также заполнять оценочные листы через Google Forms или Excel с макросами, что сокращает временные затраты и минимизирует ручной труд.

2. Эффективное управление временем во время обсуждения кейсов.

Неэффективное управление временем во время дискуссии – распространённая проблема, приводящая к затягиванию занятия и невыполнению запланированного объема. Чтобы избежать этого, необходимо:

– Чётко структурировать обсуждение: Для обеспечения продуктивной дискуссии необходимо предварительно разработать логическую схему обсуждения, включающую последовательность этапов, строгий временной регламент для каждого блока и заранее подготовленный перечень конкретных вопросов, что создаст содержательные рамки и предотвратит отклонения в сторону второстепенных тем.

– Использовать техники модерации: применять техники активного слушания, задавать уточняющие вопросы, направлять дискуссию в нужное русло и своевременно подводить промежуточные итоги.

– Назначить таймкипера: назначить одного из студентов или использовать таймер для контроля времени, выделяемого на каждый этап обсуждения.

Заранее определенные правила дискуссии: для повышения продуктивности группового обсуждения необходимо предварительно

установить четкие коммуникационные нормы, включая фиксированную продолжительность индивидуальных выступлений, систему стимулирования вовлеченности всех участников и требования к этике взаимодействия, подразумевающие конструктивную критику и учет различных точек зрения [38].

При работе в подгруппе (команде) каждому участнику рекомендуется придерживаться следующих правил:

- активно принимать участие в высказывании идей и в обсуждении;
 - терпимо относиться к мнениям других участников;
 - не прерывать высказывающего, давать ему возможность полностью высказаться;
 - не повторяться вслух;
 - не манипулировать неточными или неверными сведениями для того, чтобы приняли Вашу точку зрения;
 - помнить, что каждый участник имеет равные права;
 - не навязывать своего мнения другим;
28. – четко формулировать свое окончательное мнение (устно или письменно) [2].

– Применение методов активного обучения: использовать интерактивные методы, такие как мозговой штурм, работа в малых группах или ролевые игры, для повышения вовлеченности студентов и эффективности обсуждения.

3. Обеспечение объективной оценки результатов работы студентов.

Объективная оценка результатов работы студентов с кейсами – сложная задача, требующая чётких критериев и методик. Для повышения объективности оценки необходимо:

- Разработка критериев оценки: заранее разработать подробные критерии оценки, которые будут понятны и доступны студентам. Критерии должны учитывать разные аспекты работы: анализ ситуации, аргументация,

качество решений, командная работа и т.д. Эти критерии следует предоставить студентам до начала работы с кейсом. Разработанные критерии представлены в таблице 2.

– Использование оценочных листов (рубрик): применить оценочные листы или рубрики, которые помогут структурировать оценку и обеспечить её объективность. Оценочный лист должен содержать четкие критерии и шкалы оценки для каждого критерия.

– Многообразие методов оценки: использовать несколько методов оценки: письменные отчеты, устные презентации, самооценку, взаимооценку. Это позволит получить более полное представление о работе студентов.

– Обратная связь: предоставить студентам подробную и конкретную обратную связь по результатам их работы, указывая как сильные, так и слабые стороны, а также рекомендации по улучшению.

Также стоит применить рекомендацию по проведению профессиональной рефлексии после решения кейс-заданий. Рефлексивная практика играет ключевую роль в образовательном процессе, позволяя студентам критически осмыслить собственные решения, принятые в ходе работы с кейсом, и проанализировать эффективность своих действий. Этот этап способствует выявлению как сильных сторон, так и зон развития, помогая обучающемуся определить наиболее продуктивные стратегии и аспекты, требующие дополнительной проработки [4].

При проведении рефлексии могут использоваться несложные вопросы, помогающие направить студента в русло самоанализа, например:

- С какими трудностями в работе с кейс-заданием вы столкнулись?
- Что нового вы узнали о своей будущей профессиональной деятельности?
- Как вы считаете знания, полученные на занятии, понадобятся Вам в жизни?

Внедрение этих рекомендаций потребует времени и усилий, но систематический подход к подготовке, проведению и оценке кейс-заданий

позволит преподавателям эффективно использовать этот метод обучения и добиваться наилучших результатов.

Выводы по второй главе

Во второй главе данной работы была проведена практическая работа по применению кейс-заданий при изучении дисциплин профессионального цикла в профессиональной образовательной организации.

Во время выполнения практической работы был проведен анализ особенностей применения кейс-заданий при изучении дисциплин профессионального цикла в ГБПОУ «Челябинский государственный колледж индустрии питания и торговли». В процессе анализа был проведен опрос преподавателей, посредством которого удалось понять, как преподаватели понимают термин «кейс-задания», и как часто они применяют данный метод на своих занятиях.

Анализ ответов свидетельствует, что преподаватели целенаправленно включают кейс-задания в учебный процесс, однако частота их применения варьируется в зависимости от специфики дисциплины, тематического содержания и временных рамок занятия. Большинство преподавателей, участвовавших в исследовании, выразили готовность активнее внедрять кейс-метод в учебный процесс, однако указали на ряд существенных организационных сложностей. Основное препятствие, по их мнению, заключается в значительных временных затратах, необходимых для качественной разработки и методического оформления кейс-заданий.

На основании анализа рабочей программы профессионального модуля была разработана подборка кейс-заданий по дисциплине «Ценообразование» и план-конспект по теме «Основные ценообразующие факторы» с применением кейс-задания.

В конце анализа по результатам проведенного исследования были разработаны практические рекомендации по внедрению кейс-метода в

образовательный процесс, направленные на решение выявленных проблемных аспектов.

Полученные результаты исследования демонстрируют значительный педагогический потенциал кейс-метода, однако подчеркивают необходимость системного подхода к его внедрению, включающего не только разработку качественного методического обеспечения, но и проведение целенаправленной работы по повышению квалификации преподавателей в области современных образовательных технологий, а также создание соответствующей организационно-педагогической среды для их эффективного применения.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Результаты исследования подтверждают актуальность и практическую значимость работы. Данные полученные в результате исследования позволяют сформулировать окончательные выводы.

В ходе выполнения выпускной квалификационной работы достигнута ее цель. В достижении данной цели были поставлены и решены следующие задачи:

1. Рассмотрены теоретические аспекты применения кейс-заданий при изучении дисциплин профессионального цикла в профессиональной образовательной организации.

2. Проанализировано применение кейс-заданий при изучении дисциплин профессионального цикла в ГБПОУ «Челябинский государственный колледж индустрии питания и торговли».

3. Разработаны кейс-задания по дисциплине «Ценообразование» и план-конспект по теме «Основные ценообразующие факторы» с применением одного из кейсов.

4. Разработаны рекомендации по применению кейс-заданий в условиях профессиональной образовательной организации.

В ходе изучения теоретических аспектов применения кейс-заданий при изучении дисциплин профессионального цикла было выявлено, что кейс-задания – это ситуации или обстоятельства, созданные на основе событий, часто взятых из жизни, требующих анализа и принятия решений, для того, чтобы на учебных занятиях было возможно разобрать и проанализировать конкретные случаи по какой-либо теме.

Кейс-метод представляет собой эффективную образовательную технологию, сущность которой заключается в создании условий для практического применения студентами теоретических знаний через анализ смоделированных или реальных профессиональных ситуаций. Особенностью данного подхода является его ориентация на развитие аналитического

мышления и творческого подхода к решению задач, где учащиеся не ограничены поиском единственно верного ответа, а имеют возможность предлагать нестандартные решения, оценивать их эффективность и обосновывать свою позицию. В процессе работы с кейсами формируется комплекс профессиональных компетенций: от навыков критического анализа информации и сбора данных до способности аргументированно представлять свою точку зрения и учитывать альтернативные мнения [37].

Значимость кейс-метода в образовательном процессе подтверждается его способностью трансформировать пассивное усвоение информации в активную познавательную деятельность, где студенты выступают не просто получателями знаний, а полноценными участниками образовательного процесса. Такой подход не только повышает мотивацию к обучению, но и обеспечивает плавный переход от теоретической подготовки к практической профессиональной деятельности. Полученные в ходе исследования данные свидетельствуют о том, что систематическое применение кейс-технологий способствует формированию у студентов гибкого мышления, готовности к работе в условиях неопределенности и способности принимать взвешенные решения – качества, особенно востребованных в современной профессиональной среде. Результаты проведенного анализа подтверждают эффективность кейс-метода как инструмента подготовки компетентных специалистов, способных творчески подходить к решению профессиональных задач и адаптироваться к динамично меняющимся условиям рынка труда.

В ходе анализа особенностей применения кейс-заданий при изучении дисциплин профессионального цикла в ГБПОУ «Челябинский государственный колледж индустрии питания и торговли» было проведено анкетирование, направленное на выявление степени использования и роли кейс-метода в процессе изучения дисциплин профессионального цикла.

Проведённое исследование методом анкетирования преподавательского состава экономических дисциплин показало, что все респонденты хорошо знакомы с кейс-методом, а также считают, что применение кейс-заданий

открывает многие возможности в обучении, воспитании и даже развитии творческих способностей у студентов. Преподаватели колледжа считают, что кейс-задания нужно применять в учебном процессе.

Анализ результатов анкетирования преподавателей выявил три основные трудности, возникающие при использовании кейс-заданий в образовательном процессе. Наиболее распространенной проблемой оказался недостаток времени, выделенного на подготовку и проведение занятий с применением кейсов (50% опрошенных). Это указывает на значительную трудоемкость разработки и адаптации кейсов к конкретным учебным целям и особенностям аудитории, а также на необходимость отведения достаточного времени для обсуждения и анализа результатов работы студентов с кейсами.

Вторая по распространенности трудность – неэффективное управление временем во время обсуждения кейсов (25%). Данная проблема приводит к затягиванию занятия и невыполнению запланированного объема работы. Преподавателю необходимы навыки эффективного управления дискуссией для своевременного подведения итогов.

Такое же количество преподавателей (25%) отметили сложность в объективной оценке результатов работы студентов с кейсами. Это свидетельствует о необходимости разработки четких критериев оценки, учитывающих не только конечный результат, но и процесс решения задачи, аргументацию и командную работу (в случае группового использования кейсов).

По итогам анализа были предложены рекомендации, которые устранят трудности, возникающей у преподавателей ГБПОУ «ЧГКИПиТ», а именно помогут в устранение недостатка времени на подготовку и проведение занятий, следующие действия: использование готовых кейсов и базы данных, разработать модульные кейсы, оптимизировать поиск информации, автоматизировать рутинные задачи. Научат эффективному управлению временем во время обсуждения кейсов: чётко структурированное обсуждение, использование техники модерации: применение техники активного слушания,

своевременное подведение промежуточных итогов и заблаговременное определение правил дискуссии. Для того, чтобы обеспечить объективную оценку результатов работы студентов, предложены следующие рекомендации: заранее разработать подробные критерии оценки, которые будут понятны и доступны студентам, применить оценочные листы или рубрики, которые помогут структурировать оценку и обеспечить её объективность предоставить студентам подробную и конкретную обратную связь по результатам их работы, указывая как сильные, так и слабые стороны, а также рекомендации по улучшению.

Внедрение этих рекомендаций потребует времени и усилий, но систематический подход к подготовке, проведению и оценке кейс-заданий позволит преподавателям эффективно использовать этот метод обучения и добиваться наилучших результатов.

На основании проведенного анализа было принято решение о разработке кейс-заданий и плана-конспекта с применением одного из кейсов. При разработке плана-конспекта комбинированного занятия по теме «Основные ценообразующие факторы» за основу была взята лекция-беседа для изучения теоретических аспектов. В этап проверки усвоения и закрепления учебного материала было внедрено кейс-задание (Кейс №1 "Ценный органический йогурт: выживание на рынке") из разработанных кейс-заданий. Разработанные кейс-задания можно применить в учебном процессе на практических занятиях по дисциплине «Ценообразования», а также студентами в период прохождения практики.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Абрамова, О. Ф. CASE-технологии: изучать или исключать? [Текст]/ О.Ф. Абрамова // Вестник высшей школы. – 2019. - № 9. – С.109-110;
2. Абызов, А. Г. Сборник кейсов для вузов по дисциплинам гуманитарного и социально-экономического цикла: учебно-методическое пособие / А.Г. Абызов, И.С. Андронов, Л.Б. Егорова [и др] // Санкт-Петербургский университет управления и экономики, Институт гуманитарных и социальных наук СПб. : Изд-во СПбУУиЭ, 2015. - С.137;
3. Адонина, Н. П. Кейс-стади: история и современность [Текст] /Н.П. Адонина //Высшее образование сегодня. – 2018. – № 11. – С.43-48;
4. Азбукина, Е. Ю. Роль рефлексии в профессиональном становлении педагога [Текст] / Е.Ю.Азбукина // Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2018. - №2. – С. 90-94;
5. Айкина, Т. Ю. Метод кейсов в формировании коммуникативной компетенции студентов [Текст] /Т.Ю. Айкина //Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2018. – №1. – С.58-61;
6. Бахтина, А. С. Проблема использования кейс-стади в образовательном процессе. / А. С. Бахтина // Векторы благополучия: экономика и социум. 2016. № 2. – С. 23-31;
7. Бондарь, Т. О. ИСТОРИЯ РАЗРАБОТКИ КЕЙС-ТЕХНОЛОГИЙ / Т. О. Бондарь // Вестник магистратуры. – 2021. – №4–2 (115). – С. 65–66;
8. Брызгина, Н. А. Технология проблемного обучения и кейсметода на уроках [Текст] / Н. А. Брызгина //Педагогическая мастерская. Все для учителя! – 2018. – № 7. – С.13-16;
9. Буранова, Г. Е. Сущность применения метода кейс-технологий в организации учебного процесса / Г. Е. Буранова, Ш. Э. Носирова // Academy. – 2020. – № 9(60). – С. 29–31;

10. Волков, В. Н. Кейс-метод в обучении / В. Н. Волков. – М. : Юрайт, 2018. – С. 212;
11. Гагарина, Е. В. Методика преподавания профессиональных дисциплин в условиях реализации ФГОС СПО / Е. В. Гагарина // Молодой ученый. – 2019. – № 11. – С. 245-247;
12. Геец Н.Ф. Кейс-стади как технологический метод обучения / Н.Ф. Геец // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2017. – № 3. – С. 1–4;
13. Гладких, И.В. Нужны ли современным студентам традиционные бизнес-кейсы? / И. В. Гладких, А. Л. Замулин, С. А. Старов // Вестник Санкт-Петербургского университета. Менеджмент. 2019. № 9. – С. 288-314;
14. Горячева, Е. С. Особенности применения кейс-технологии в образовательном процессе / Е. С. Горячева // Вестник Башкирского государственного педагогического университета им. М. Акмуллы. – 2023. Т. 2, № S1(67). – С. 118–120;
15. Евдокимова, Я. Ш. Метод case-study в профессиональном образовании / Я. Ш. Евдокимова // Современные научные исследования и инновации. – 2017. – № 1. – С. 42-45;
16. Егенисова, А. К. Применение метод кейс-стади в образовании / А. К. Егенисова, У. А. Аманкосова // Colloquium-Journal. – 2018. – № 5–3(16). – С. 15–18;
17. Егоркин, А. В. Кейс-метод в обучении менеджменту / А. В. Егоркин. – СПб. : Питер, 2015. – С. 160;
18. Ефремова, Е. Н. Классификация кейсов и их особенности / Е. Н. Ефремова // Форум. – 2020. – № 3(19). – С. 17-21;
19. Казакова, Л. Н. Кейс-технологии (case-study) как средство формирования общих профессиональных компетенций, обучающихся в системе СПО / Л. Н. Казакова, А. В. Полякова // Восточно-Европейский научный журнал. – 2017. – № 2–2(18). – С. 100–103;

20. Калустьянц, К. А. Использование кейс-технологий в современном вузовском образовании / К. А. Калустьянц // Проблемы современного педагогического образования. – 2020. – № 67-4. – С. 160–162;
21. Камбалина, Н.Э. Современные образовательные технологии. Технология разработки кейсов. – Кемерово, 2017. – С. 44;
22. Красникова, А. В. Особенности использования кейс-технологии в образовательном процессе / А. В. Красникова // Вестник науки и образования. – 2020. – № 4–1(82). – С. 88–91;
23. Луговая, Л.С. Современные методы обучения. Метод case-study (кейс-стади) в образовании [Текст] /Л.С. Луговая. – М.: Академия, 2017. – С. 198;
24. Мирзаханян, Р.Э. Применение инновационных технологий обучения студентов как способ повышения качества образования [Текст] / Р.Э. Мирзаханян // Статистика и экономика. – 2015. - №1. – С. 26-29. Москва : Академический Проект, Альма Матер, 2018. – С. 445;
25. Образовательная программа среднего профессионального образования - программа подготовки специалистов среднего звена
Специальность: 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)
[Электронный ресурс]-
https://chgkipit.ru/docs/tab1_obraz_2025/b/2025_opop_b.pdf
26. Османов, М. М. Классификация кейс методов, используемых в образовании / М. М. Османов // Проблемы современного педагогического образования. – 2021. – № 70-4. – С. 272;
27. Перяшкина, А. А. Сущность и основа кейс-технологии в профессиональном образовании / А. А. Перяшкина, А. А. Трифанова, Е. В. Барабашкина [и др.] // Психология, социология и педагогика. – 2022. – № 2(86);
28. Пянзина, Ю. А. Кейс как основной элемент метода обучения case-study / Ю. А. Пянзина // Вестник Курганской ГСХА. 2015. №1. – С. 75-76;

29. Савельева, М.Г. Педагогические кейсы: конструирование и использование в процессе обучения и оценки компетенций студентов: учебно-методическое пособие / М.Г. Савельева. – Ижевск: УдГУ, 2013. – С. 94;
30. Сайт: ГБПОУ «Челябинский государственный колледж индустрии питания и торговли» <https://chgkipit.ru/index.php>
31. Соколова, М.Г. Лаврентьева О.В. Кейс – технологии в преподавании экономики в профессиональной образовательной организации / М.Г. Соколова, Е.Г. Соколова, // Дидакт. – 2020. – №1(5). – С. 61–65;
32. Султанова, М. К. Вопросы использования кейс-метода в рамках проблемного подхода / М. К. Султанова, Л. М. Аллахвердиева, Ш. Ш. Султанова // Вестник науки и образования. 2017. № 2. – С. 71-74;
33. Телегина, Е. В. Кейс-задания как инструмент развития профессиональных компетенций / Е. В. Телегина, Е. А. Коняева // Профессиональное образование: методология, технологии, практика. – 2025. - №18;
34. Федоринова, З.В. Использование метода case-study для гуманитаризации образования в техническом вузе [Текст] / З. В. Федоринова // Вестник Томского педагогического университета. – 2017. – №4. – С. 90-92;
35. Федотова, О. Д. Исследовательские и учебные кейсы этнопедагогической направленности в системе профессиональной подготовки студентов: учебное пособие / О. Д. Федотова – М.: Мир науки, 2022. – С. 6-9;
36. Шимутина, Е. В. Кейс – технологии в учебном процессе / Е. В. Шимутина // Народное образование. – 2019. – №2. – С. 172-179;
37. Эсаулова, М. Б. Метод case-study в формировании профессиональных компетенций студентов / М. Б. Эсаулова // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. – 2015. – № 1. – С. 118-123;
38. Юшкова, В. В. Кейс-метод в профессиональном образовании [Текст] / В.В. Юшкова // Профессиональное образование. Столица. – 2018. – №9. – С. 40 – 41.

ПРИЛОЖЕНИЕ

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Уважаемый, коллега!

Ваше мнение очень важно для нас. Пожалуйста, ответьте на следующие вопросы, чтобы помочь нам лучше понять использование кейс-заданий в процессе изучения дисциплин профессионального цикла в ГБПОУ «ЧГКИПиТ».

Выберите один из предложенных ответов. Если желаете, Вы можете выбрать несколько вариантов или предложить свой собственный. Мы заранее благодарим Вас за участие в нашем опросе!

1. Что для вас означает термин «кейс-задание»?
2. Какие преимущества, по вашему мнению, приносит использование кейс-заданий в процессе обучения студентов?
3. Использование кейс-заданий при обучении студентов...
 - а) необходимо;
 - б) очень важно;
 - в) необязательно;
 - г) неважно;
 - д) совсем ненужно.
4. Как часто Вы используете кейс-задания в обучении студентов...
 - а) регулярно;
 - б) часто;
 - в) редко;
 - г) никогда.

5. С какими трудностями вы сталкивались при применении кейс-заданий на своих занятиях?

а) с недостатком времени, которое необходимо затратить на подготовку заданий;

б) неэффективное управление временем во время обсуждения кейсов;

в) сложность в объективной оценке результатов работы студентов с кейсами.

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

Кейс №1 "Ценный органический йогурт: выживание на рынке"

Компания "ЭкоФуд", небольшое предприятие, производит органический йогурт из молока коров, выращенных на собственной ферме без использования антибиотиков и ГМО. Компания гордится высоким качеством своей продукции и использует только натуральные ингредиенты.

"ЭкоФуд" успешно продавала свой йогурт в местных фермерских магазинах и на рынках выходного дня по цене 80 рублей за баночку (150 грамм). Однако, руководство решило расширить рынок сбыта и выйти в крупные сетевые супермаркеты.

При переговорах с сетями выяснилось, что супермаркеты готовы закупать йогурт, но требуют цену не более 60 рублей за баночку. Руководство "ЭкоФуд" оказалось в сложной ситуации: снижение цены на 25% может привести к убыткам и поставить под угрозу существование компании.

Информация о компании "ЭкоФуд":

Производственные затраты:

- Молоко (органическое): 20 руб./баночку
- Ингредиенты (ягоды, фрукты, мед): 10 руб./баночку
- Упаковка (биоразлагаемая): 8 руб./баночку

- Производство (энергия, амортизация оборудования, заработная плата рабочих): 12 руб./баночку

Постоянные затраты:

- Аренда фермы и цеха: 500 000 руб./месяц
- Зарплата административного персонала: 300 000 руб./месяц
- Маркетинг и реклама: 100 000 руб./месяц

Объем производства: 50 000 баночек в месяц (максимальная мощность)

Каналы сбыта:

Фермерские магазины и рынки: 80 руб./баночку (реализация 40 000 баночек)

Предлагаемый супермаркет: 60 руб./баночку (потенциальный объем реализации 10 000 баночек)

Позиционирование: Органический йогурт премиум-класса

Вопросы кейса:

1. Проанализируйте основные ценообразующие факторы, влияющие на цену йогурта "ЭкоФуд". Разделите их на внутренние и внешние.
2. Предложите конкретную цену для йогурта в супермаркетах, обоснуйте свой выбор, учитывая все ценообразующие факторы и цели компании "ЭкоФуд".
3. Какие рекомендации вы можете дать руководству "ЭкоФуд" для повышения эффективности производства и снижения себестоимости продукции без потери качества?

Кейс №2 «Выбор ценовой стратегии»

После кризиса 1998 года многие российские производители стремились снизить себестоимость своей продукции, видя в этом, во-первых, резерв для повышения прибыли, а во-вторых, – возможность за счет более низких цен получить преимущество в конкурентной борьбе с иностранными производителями. Был разработан целый ряд

«антикризисных» продуктов – более дешевых, чем существовавшие на рынке аналогичные товары. Именно таким продуктом стал майонез «Ряба» производства Нижегородского масло-жирового комбината (НМЖК).

Решив в прошлом году укрепить свои позиции в Москве, НМЖК столкнулся с необходимостью провести анализ своей ценовой политики исходя из стратегических маркетинговых задач. Традиционно рынок майонеза в России был сильно разобщен – несмотря на большой объем этого рынка, общенациональных лидеров на нем было всего два-три. Такое положение было обусловлено прежде всего организационной структурой масло-жировой промышленности в СССР, которая затем была унаследована российским рынком майонеза. Этой организационной структурой в каждом крупном городе был предусмотрен свой масло-жировой или жировой комбинат (МЖК/ЖК), который обеспечивал бы майонезом город и прилегающие районы. С появлением иностранных производителей — в первую очередь, компаний Unilever (марка Calve) и CPC Foods/Best Foods (марка Hellmann), – начали развивать свои марки и производители национального масштаба. Тем не менее говорить о переустройстве структуры рынка еще рано.

По содержанию жира в майонезе выделяют три категории этого продукта:

1) майонез с низким содержанием жира (до 35 %). Эта группа представлена в основном легким майонезом иностранных производителей (например, Hellmann's «Домашний») и занимает около 34 % рынка майонеза в целом;

2) майонез со средним содержанием жира (около 50 %). Наиболее ярким представителем этой группы является майонез Calve производства компании Unilever. Этот сегмент занимает 19 % рынка;

3) майонез с высоким содержанием жира (более 60 %). Наиболее яркий пример – традиционный российский «Провансаль», занимает 47 % всего рынка.

Нижегородский масложировой комбинат (НМЖК) является основным игроком на рынке майонеза в Нижнем Новгороде (84,9 % рынка в массовом выражении). Среди марок НМЖК можно выделить майонез «Провансаль» (67 % жирности – 50,7 % рынка), а также майонез «Ряба» высокой (67 %) и низкой (35 %) жирности, которые занимают 7,8 % и 6,8 % рынка соответственно. «Ряба» в рознице стоит незначительно дороже, чем «Провансаль»: 35 руб./кг легкий майонез и 41 руб./кг жирный майонез «Ряба» против 33 руб./кг «Провансаль». Из иностранных производителей на рынке Нижнего Новгорода присутствует компания Unilever, которая занимает 5 % рынка и предлагает свою продукцию по средней розничной цене 53 руб./кг. Рынок майонеза в Москве является самым крупным региональным рынком в России (превосходит нижегородский более чем в 14 раз в массовом выражении), и на нём наиболее ярко выражено влияние иностранных компаний. Unilever и Best Foods занимают 7 % и 3 % рынка соответственно и предлагают свою продукцию по средней розничной цене 64 и 60 руб./кг.

Львиная доля столичного рынка майонеза (57 %) контролируется Московским жировым комбинатом, который предлагает свою продукцию по средней розничной цене 39 руб./кг и в обороте которого марка «Провансаль» занимает более 90 %. Следует отметить, что в России марка «Провансаль» уже давно утратила признаки товарной марки и обозначает скорее тип продукта и характерный вкус, нежели конкретный продукт конкретного производителя. В связи с этим при выборе продукта под этим названием потребитель склонен ориентироваться скорее на его цену, чем на какие-либо другие качественные параметры.

Перед тем как представить свою продукцию в столице, руководство НМЖК провело исследование, которое должно было выявить, как майонез нижегородского производства будет восприниматься москвичами. В результате оказалось, что практически вся гамма продукции комбината (не говоря уже о легком майонезе «Ряба») воспринимается как майонез более

легкий, чем тот, что представлен на рынке Москвы. Многие потребители проводили прямую параллель между этим майонезом НМЖК и более дорогими продуктами иностранных производителей.

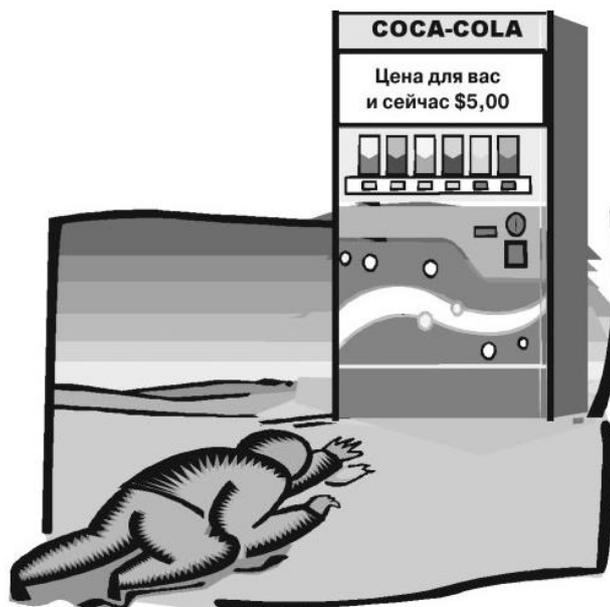
Таким образом, руководство НМЖК встало перед выбором: либо вести «битву за Москву» с помощью политики низких цен (и использовать затратный метод ценообразования), либо продвигать марку «Ряба» в более высоком ценовом сегменте рынка, пытаясь конкурировать с иностранными производителями.

Вопросы кейса:

1. Следует ли НМЖК позиционировать товарную марку «Ряба» в более высоком ценовом сегменте рынка? Почему?
2. Какую ценовую стратегию следует использовать НМЖК для майонеза «Ряба» в Москве? Почему?
3. Какую розничную цену НМЖК следует установить для майонеза «Провансаль» и «Ряба» на московском рынке?

Кейс №3 «Розничное ценообразование, предложенное компанией *Coca-Cola*»

Coca-Cola решила начать установку первого в мире автомата по продаже напитков, способного учитывать соотношение спроса и предложения, и повышать цены, когда спрос растет и ценность напитка для клиентов повышается. Проще говоря, новый автомат должен был повышать цену напитка при росте температуры окружающего воздуха.



Как заявил Дуг Айвестер (Doug Ivester), глава этой компании, такая схема ценообразования является «справедливой». «Кока-кола — это продукт, ценность которого для потребителей изменяется во времени», — заявил он в интервью бразильскому журналу *Veja*. «Во время финального матча чемпионата мира по футболу, когда кипят страсти и люди приходят на стадион, чтобы увидеть это грандиозное зрелище, ценность охлажденной кока-колы очень высока. Поэтому вполне справедливо, что в этот момент она будет стоить дороже. Автомат лишь механизмирует этот процесс».

Надо сказать, что, когда *Coca-Cola* сообщила о таком решении, это вызвало поразительно однозначную — негативную — реакцию всех клиентов и средств массовой информации, так как подобная модель ценообразования спровоцировала возмущение потребителей. Более того, *Coca-Cola* предоставила отличную возможность сыграть контригру в области рекламы своей главной конкурентке, компании *PepsiCo*, которая через сутки опубликовала большую рекламную полосу во всех журналах с одной-единственной фразой: «*Pepsi-Cola* не будет спекулировать на жажде своих клиентов!»

В итоге ряд менеджеров *Coca-Cola*, готовивших проект чудо-автомата, довольно скоро лишились своих постов, а сама компания от этой идеи ценовой дискриминации довольно быстро отказалась.

Нелишне вспомнить, что торговля изначально предполагала спор между продавцом и покупателем относительно уровня цены, по которой они согласны заключить сделку купли-продажи. И это всегда означало возможность существования различных цен на один и тот же товар в зависимости от степени переговорного мастерства покупателей и продавцов. Вместе с тем в ряде стран сейчас достаточно широко применяется и метод установления единых цен на потребительские товары. Он распространен, например, в розничной торговле США, где все магазины определенной торговой системы продают данный товар всем покупателям по одной и той же цене.

Отметим, что не все типы ценовой дискриминации запрещены законом, - некоторые из них, пусть с оговорками, но признаются правом. Это прежде всего скидки за объем закупки, функциональные скидки, с помощью которых возмещаются некие дополнительные затраты посредников в канале товаропродвижения, и, наконец, скидки в связи с изменением условий работы рынка: роста или падения издержек, либо существенного изменения цены конкурирующими поставщиками товара.

Вопросы кейса:

1. Как вы лично относитесь к идее, предложенной компанией Coca-Cola?
2. Как вы считаете, должно ли государство реагировать на ценовую дискриминацию?

Кейс №4 «Государственное регулирование цен на жизненно важный препарат от диабета»

Фармацевтическая компания «ФармаКорп», выпускающая жизненно важный препарат от диабета, столкнулась с серьёзной проблемой: государство ввело максимальную цену на это лекарство, что сделало его производство убыточным. Ситуация усугубляется тем, что себестоимость препарата значительно выросла из-за подорожания импортных

компонентов, необходимых для его производства. На рынке присутствуют аналоги от иностранных производителей, однако их поставки нестабильны из-за логистических сложностей и колебаний валютных курсов. При этом пациенты, зависящие от этого лекарства, не могут позволить себе дорогие аналоги, а отсутствие доступного препарата напрямую угрожает их здоровью. Перед компанией стоит сложная задача: как сохранить производство, не нарушая государственных требований и не оставляя пациентов без жизненно важного лекарства?

Для выхода из этой ситуации необходимо проанализировать несколько возможных решений.

1. Можно ли перераспределить затраты, например, сократив расходы на упаковку или маркетинг, без ущерба для качества продукта?

2. Есть ли возможность договориться с государством о компенсациях или субсидиях, учитывая социальную значимость препарата?

3. Стоит ли разработать более дешёвый аналог (дженерик), который соответствовал бы установленным ценовым ограничениям, но при этом оставался рентабельным?

4. Как можно косвенно повысить доход, например, предлагая дополнительные сервисные услуги для больниц или программы лояльности для аптек, чтобы компенсировать потери от фиксированной цены на основной продукт?

Кейс №5 «Конкурентное ценообразование на локальном рынке»

В городе действует три крупных кафе, предлагающих бизнес-ланчи. Ваше кафе — новичок на рынке и должно установить конкурентоспособную цену.

Исходные данные:

Себестоимость одного бизнес-ланча — 170 руб.

Цены конкурентов:

Кафе А — 200 руб.

Кафе В — 220 руб.

Кафе С — 240 руб.

Целевая доля рынка — 15% через 3 месяца.

Задание:

1. Выберите и обоснуйте метод ценообразования (ориентированный на конкурентов, на ценность, и др.).
2. Рассчитайте цену и определите уровень прибыли.
3. Смоделируйте сценарий изменения цены при акции/скидке.
4. Проанализируйте эластичность спроса.
5. Предложите стратегию по удержанию клиентов без снижения цены.

Кейс №6 «Выход российской компании "ЭкоДерево" на европейский рынок с экологичной мебелью»

Российская компания "ЭкоДерево", специализирующаяся на производстве экологичной мебели из массива дерева, планирует выход на перспективный, но конкурентный немецкий рынок, где сталкивается с рядом серьезных вызовов. Основными препятствиями становятся высокие таможенные пошлины при ввозе готовой продукции в ЕС, увеличивающие конечную цену товара на 30%, а также разница в налогообложении - более высокий уровень НДС в Европе по сравнению с Россией. Ситуация осложняется жесткой конкуренцией: с одной стороны, глобальный гигант ИКЕА предлагает более дешевую продукцию, хотя и менее экологичную, с другой - местные немецкие мастерские делают ставку на ручную работу и премиальное качество, но по значительно более высоким ценам. При этом целевая аудитория "ЭкоДерево" - сознательные потребители, приверженцы принципов устойчивого развития (sustainability), готовые платить за экологичность, но ожидающие разумного соотношения цены и качества.

Перед компанией стоит комплекс вопросов, требующих тщательного анализа:

1. Как правильно рассчитать экспортную цену с учетом всех дополнительных издержек, включая логистику, таможенные платежи и налоги?
2. Существует ли возможность снижения таможенных платежей через частичную локализацию производства или сборки в ЕС?
3. Какое ценовое позиционирование выбрать - премиум-сегмент или более демократичный масс-маркет?
4. Как адаптировать цену под разные страны ЕС (например, в Скандинавии готовы платить больше)?

Кейс №7 «Кризисное ценообразование для производителя бытовой техники "Домашний уют"»

Компания "Домашний уют", российский производитель стиральных машин и холодильников, столкнулась с серьезным финансовым кризисом из-за роста себестоимости продукции на 40% вследствие подорожания ключевых компонентов - металла, электроники и логистических услуг, вызванного санкционным давлением. Текущие розничные цены на технику уже находятся на пределе рентабельности, при этом потребительский спрос значительно снизился из-за общего падения покупательной способности населения, вынужденного экономить на крупных покупках.

Ситуация осложняется агрессивной конкуренцией: с одной стороны, китайские производители предлагают более дешевые аналоги, привлекающие бюджетных покупателей, с другой - премиальные бренды Samsung и Bosch сохраняют свои ценовые позиции благодаря лояльности состоятельной аудитории, менее чувствительной к удорожанию. При этом государство ввело ряд льгот для поддержки локализованного производства, однако их получение требует времени и бюрократических процедур.

Перед руководством компании стоят сложные вопросы ценообразования:

1. Как пересмотреть цены, чтобы не потерять клиентов?

2. Можно ли уменьшить издержки без потери качества (например, заменить часть компонентов)?

3. Стоит ли сегментировать рынок (например, выпустить упрощенную линейку)?

4. Как государственные меры (субсидии, льготы) могут повлиять на ценообразование?

Кейс №8 «Запуск инновационных AR-очков TechVision на конкурентный рынок»

Компания TechVision разработала революционный продукт - "умные" очки с дополненной реальностью, способные проецировать перед глазами пользователя навигационные подсказки, уведомления и мгновенный перевод текста в реальном времени, что открывает новые возможности как для обычных потребителей, так и для профессионального использования. Однако запуск этого инновационного продукта сопряжен с серьезными вызовами: высокие затраты на НИОКР, включающие разработку специализированного программного обеспечения и уникального дизайна, дорогостоящее производство из-за использования специальных линз и мощных процессоров, а также необходимость значительных маркетинговых инвестиций для вывода нового продукта на рынок.

На конкурентном поле TechVision сталкивается с такими технологическими гигантами, как Apple с их Vision Pro и Meta с Quest, чьи продукты, хотя и ориентированы преимущественно на виртуальную реальность и имеют более высокую цену, уже завоевали определенную долю рынка и лояльность потребителей. Потенциальная аудитория нового продукта разнообразна: от технологических энтузиастов и гиков до профессионалов в различных областях (инженеров, врачей) и путешественников, ценящих функционал перевода в реальном времени.

Перед компанией стоят амбициозные цели - окупить значительные затраты на разработку в течение двух лет и закрепиться на рынке до выхода

новых моделей конкурентов. Для достижения этих целей руководству TechVision необходимо решить ряд ключевых вопросов ценообразования:

1. Какую ценовую стратегию выбрать («снятие сливок», проникновение, ценовую дискриминацию)?

2. Какие методы ценообразования применить (затратный, конкурентный, ценностный)?

3. Как учесть эластичность спроса (насколько покупатели чувствительны к цене)?

4. Нужно ли предлагать подписку на ПО или продавать очки единовременно?

ПРИЛОЖЕНИЕ 3

План-конспект комбинированного занятия по теме «Основные ценообразующие факторы» (учебная дисциплина «Ценообразование»)

Дисциплина: Ценообразование.

Тема занятия: «Основные ценообразующие факторы».

Тип занятия: комбинированное занятие.

План изучения темы:

1. Понятие «Ценообразующие факторы»;
2. Классификация факторов;
3. Внешние и внутренние факторы;
4. Взаимосвязь между ценообразующими факторами;
5. Пример влияния ценообразующих факторов на товар.

Цель занятия:

1. Образовательная: сформировать у студентов знания основных факторов, влияющих на процесс формирования цен на товары и услуги.

2. Развивающая: способствовать развитию аналитического мышления студентов при анализе различных факторов, влияющих на ценообразование.

3. Воспитательная: сформировать у студентов ответственное отношение к процессу ценообразования и понимание его социальной значимости.

Учебные цели:

1. Уровень «знания»:

– получить новые знания по теме «Основные ценообразующие факторы»;

– знать определение термина «Ценообразующие факторы»;

– уметь классифицировать факторы, влияющие на процесс формирования цен на товары и услуги.

2. Уровень понимания:

– объяснять влияние различных факторов на формирование цены;

– предсказывать изменения цены в зависимости от изменения факторов.

3. Уровень применения:

– применить на практике полученные знания в области ценообразующих факторов посредством решения кейс-задания.

4. Уровень анализа:

– Определить ключевые факторы, влияющие на формирование цены конкретного товара.

5. Уровень синтеза:

– Написание эссе на тему «Влияние ценообразующих факторов на стоимость определенного товара/услуги»

Формы обучения: лекция и практика.

Методы обучения: объяснение, решение кейс-заданий, беседа и др.

Средства обучения: учебная литература; компьютер с необходимым ПО (Microsoft Word, Power Point); мультимедийный проектор, раздаточный материал.

Формы организации познавательной деятельности: индивидуальная, групповая.

Ключевые слова: ценообразующие факторы; цена; ценообразование, внутренние и внешние факторы.

Межпредметные связи: с дисциплиной «Экономика организации».

Внутрипредметные связи: с темой «Структура цены и формирование её составляющих».

Список используемой литературы

1. Батраева, Э. А. Ценообразование в торговле: учебное пособие / Э. А. Батраева. — Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2018. — 156 с. — ISBN 978-5-7638-4040-7.

2. Косинова, Е. А. Ценообразование: теория и практика: учебное пособие / Е. А. Косинова, Е. Н. Белкина, А. Я. Казарова. — Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет, АГРУС, 2012. —

Структура занятия

| Этап занятия, время | Деятельность педагога | Деятельность обучающегося | Необходимые средства обучения |
|--|---|---|---|
| 1. Организационный момент (2 мин) | Приветствие группы. Проверка посещаемости. Анализ готовности обучающихся к получению нового материала | Проверка собственной готовности. Самостоятельная проверка посещаемости (выполняет староста группы) | Журнал, ручка |
| 2. Введение в тему занятия (8 мин) | Наводящие вопросы формируют у обучающихся интерес к изучаемой теме и помогают сформировать тему предстоящего занятия | Участие в обсуждении, ответы на вопросы преподавателя, самостоятельная формулировка темы занятия, запись темы в тетрадь, мотивация учебной деятельности | Тетрадь, ручка, презентация |
| 3. Мотивация к учебной и познавательной деятельности (6 мин) | Педагог рассказывает о практикоориентированности данной темы, о ее значимости для изучения дисциплины | Студенты слушают и при необходимости задают вопросы | Презентация |
| 4. Изложение нового материала (35 мин) | Объяснение новых знаний по теме «Основные ценообразующие факторы» | Получение новых знаний | Раздаточный материал, презентация |
| 5. Проверка усвоения материала (30 мин) | Представление кейс-заданий для проверки усвоения материала. | Решение заданий | Тетрадь, ручка |
| 6. Выдача домашнего задания (3 мин) | Выдача домашнего задания: Выберите любой товар или услугу и напишите эссе на тему «Влияние ценообразующих факторов на стоимость (выбранного товара/услуги)» | Выполнение домашнего задания в часы самостоятельной работы | Компьютер, интернет-ресурс, презентация |
| 7. Рефлексия учебной деятельности обучающихся, подведение итогов занятия (6 мин) | Проведение рефлексии с помощью вопросов о том, как прошло занятие. Подведение итогов занятия | Ответы студентов на вопросы преподавателя | |

Порядок проведения занятия

Организационный момент

Добрый день, уважаемые студенты. Староста группы, составьте список отсутствующих и сдайте его в конце занятия. Для сегодняшнего занятия вам понадобятся тетрадь, ручка.

Введение в тему занятия

Сегодня мы начинаем изучение интересной и важной темы в дисциплине «Ценообразование». Прежде чем мы перейдем к обсуждению этой темы, давайте поразмышляем. В нашей повседневной жизни мы приобретаем различные товары и пользуемся услугами, но задумывались ли вы как формируется цена на эти товары и услуги? Что влияет на то, сколько мы платим за определенный товар или услугу? Ответ студентов...

Давайте вместе разберемся в этом вопросе, погружившись в мир факторов, определяющих цены на товары и услуги, и тем самым узнаем, какие процессы лежат в основе формирования цен.

Тема нашего занятия - "Основные ценообразующие факторы". Запишите тему в тетрадь.

Мотивация к учебной и познавательной деятельности

Мы рассмотрим, как различные аспекты влияют на то, сколько стоит товар или услуга. Это знание не только интересно, но и крайне важно для понимания современной экономики и бизнеса.

Изучение ценообразующих факторов имеет огромное значение по нескольким причинам:

1. Для потребителей: понимание того, как формируются цены, помогает потребителям сделать осознанный выбор при покупке товаров и услуг. Знание ценообразующих факторов помогает им понять, почему цены изменяются и какие факторы влияют на стоимость товаров.
2. Для предпринимателей и компаний важно понимать, какие факторы влияют на ценообразование, чтобы правильно установить цены на свои

товары и услуги, а также для прогнозирования изменений в затратах и спросе.

3. Изучение ценообразующих факторов важно для понимания экономических процессов, влияющих на инфляцию, уровень жизни, конкуренцию и другие аспекты экономики.

Изложение нового материала

В условиях рыночной экономики на формирование цен влияют факторы, получившие название ценообразующих. Запишем определение «Ценообразующие факторы»

Ценообразующие факторы — это комплекс взаимосвязанных экономических, политических и психологических сил и интересов, под влиянием которых формируется цена.

Факторы ценообразования многообразны, но с определенной степенью условности их можно классифицировать по признакам, указанным в таблице. Раздать карточки «Классификация факторов ценообразования» и попросить вклеить в тетрадь.

| Классификация факторов ценообразования | Факторы | Характеристика |
|---|--------------------|--|
| По уровню | Макроэкономические | Действующие в масштабах экономики |
| | Отраслевые | Действующие в масштабах отрасли |
| | Микроэкономические | Действующие на уровне предприятия |
| По отношению к деятельности предприятия | Внешние | Не зависящие от деятельности предприятия |
| | Внутренние | Определяемые предприятием |
| По направлению воздействия | Прогрессивные | Способствующие росту цен |
| | Регрессивные | Способствующие снижению цен |

Раздаточный материал «Классификация факторов ценообразования»

В экономике страны общая динамика и уровень цен определяются факторами макроэкономической конъюнктуры. При формировании цен на отраслевом товарном рынке на их уровень начинают влиять факторы, отражающие развитие отрасли, а при обосновании цен на предприятии

учитываются как конкретные условия, в которых действует предприятие, так и конкурентная среда, в которой оно функционирует.

Внешние факторы не зависят от предприятия и определяются экономической ситуацией в государстве и на мировом рынке, предприятие не может их контролировать, но должно учитывать в процессе ценообразования. Среди них выделим следующие:

- *Политические.* На цене товара может отразиться антимонопольная политика, наличие государственного регулирования оборота определенных видов товаров, санкции на импорт и экспорт (чаще всего от подобных факторов страдают акции компаний);

- *Потребительские* — воспринимаемая покупателем ценность, престижность, полезность, востребованность, дизайн, эксплуатационные характеристики, соотношение цены и качества продукции;

- *Макроэкономические* — фаза экономического цикла, уровень инфляции в стране, состояние экономики и совокупного спроса. Видимым примером является изменение мировых цен и курсов валют, после чего наблюдаются резкие скачки цен;

- *Микроэкономические* — особенности налоговой политики, которая действует в стране, скорость товарооборота, величина издержек на производство;

- *Правовые.* Иногда государство вводит законы, которые запрещают дискриминацию цен, ограничивают верхний предел стоимости товаров (обычно только жизненно важных). Так, хлебопекарня не имеет права устанавливать наценку на хлеб больше 10 %, даже если изготовление обошлось дороже, поскольку действуют Правила предельно допустимых розничных цен на отдельные виды социально значимых продовольственных товаров первой необходимости, утвержденные Постановлением Правительства РФ от 15.07.2010 № 530 (в ред. от 21.03.2016);

- *Специфические* — сезонность спроса на определенные категории товаров, размер эксплуатационных затрат потребителя, наличие точек сервисного обслуживания или ремонта и т. д.

Внутренние факторы – это контролируемые предприятием факторы, определяемые характером деятельности предприятия, которые оно само формирует и которыми может управлять. Выделим следующие факторы, относящиеся к данной группе:

- *Уровень спроса и предложения.* Если спрос превышает предложение, цены могут расти. И наоборот, если предложение превышает спрос, цены могут снижаться.

- *Конкуренция.* Конкуренция может привести к снижению цен, поскольку производители стремятся привлечь потребителей.

- *Жизненный цикл товаров.* Существует ряд товаров, которые имеют ограниченный жизненный цикл. Применительно к таким товарам, их стоимость может отличаться на каждом временном промежутке.

Возьмем для примера шампиньоны. Жизненный цикл выращиваемых шампиньонов очень короткий, поэтому сразу после сбора (в первые дни продажи) можно поставить максимальную цену, а по мере их старения постепенно ее снижать, чтобы минимизировать убытки.

- *Маркетинговая стратегия.* Стоимость продукта — ключевой индикатор, на основе которого его относят к определенной рыночной области. Это определяет дальнейшую стратегию позиционирования и продвижения товара.

- *Прогнозирование действий конкурентов.* В случае недооценки данного фактора начинается ценовая война, во время которой каждая из конкурирующих компаний стремится снизить стоимость товара, чтобы удержать спрос. Подобная стратегия никому не выгодна, поэтому реакцию конкурентов важно прогнозировать заранее.

- *Управление расходами.* Расходы предприятия нужно регулярно восполнять, чтобы не прекращался процесс производства товара.

Вследствие этого затраты снова трансформируются в материально-производственные ресурсы. Подобный круговорот именуется себестоимостью производства

Обратите внимание на экран (схема «Факторы, влияющие на рост и спад цен»). Все факторы могут способствовать как росту, так и снижению цены, а между собой они взаимосвязаны и взаимозависимы, т.е. образуют систему, хотя степень их влияния различна.

Взаимосвязь между ценообразующими факторами.

Примеры влияния различных факторов на формирование цен.

Внешние факторы:

1) Макроэкономические факторы: Уровень инфляции может привести к росту цен на товары и услуги, так как компании вынуждены компенсировать увеличение затрат на производство и логистику.

2) Политические факторы: Введение санкций против определённых стран может ограничить доступ к некоторым ресурсам и технологиям, что приведёт к увеличению стоимости производства и, соответственно, цен на конечную продукцию.

3) Правовые факторы: Установление государством предельных розничных цен на определённые категории товаров ограничивает возможности компаний по установлению собственных цен, что может привести к снижению маржинальности бизнеса.

4) Потребительские факторы: Изменение предпочтений потребителей в сторону экологически чистых продуктов может стимулировать рост цен на такие товары, поскольку их производство требует дополнительных затрат на соблюдение экологических стандартов.

Внутренние факторы:

1) Цель компании и её маркетинговая стратегия: Компания, стремящаяся завоевать долю рынка, может временно снизить цены на свои товары или услуги для привлечения новых клиентов, что повлияет на общую стратегию ценообразования.

2) Жизненный цикл товаров: на этапе внедрения нового продукта на рынок компания может установить высокие цены для покрытия первоначальных затрат на разработку и маркетинг, но по мере роста конкуренции цены могут снизиться.

3) Управление расходами и формирование себестоимости товара: Снижение затрат на производство или логистику может позволить компании снизить цены без ущерба для своей прибыли.

Эти примеры демонстрируют, как различные факторы могут влиять на процесс ценообразования, делая его сложным и многогранным процессом.

Интересный факт о цене: Знак валюты рядом со стоимостью напоминает людям о расставании с деньгами и заставляет тратить меньше. В целом, отсутствие каких-либо символов (в том числе, точек, запятых) в ценовом блоке улучшает его восприятие.

Пример влияния ценообразующих факторов на конкретный товар:

Для анализа влияния ценообразующих факторов на конкретный товар или услугу, рассмотрим пример цветочного магазина “Мария”, где красная роза продается по цене 100 рублей. Этот пример иллюстрирует, как различные факторы влияют на формирование цены.

Внешние факторы:

Политические: В России существуют правила предельно допустимых розничных цен на социально значимые товары, что ограничивает возможности цветочных магазинов в установлении цен.

Потребительские: Воспринимаемая ценность и спрос на цветы могут колебаться в зависимости от сезона, праздников и культурных событий.

Макроэкономические: Изменение курса валют и инфляция могут влиять на стоимость импортных цветов, что отражается на конечной цене для покупателя.

Микроэкономические: Особенности налоговой политики и издержки на производство и транспортировку цветов также влияют на конечную стоимость.

Анализ показывает, что цена на красную розу в магазине “Мария” формируется под влиянием множества внешних и внутренних факторов. Внешние факторы, такие как государственное регулирование и экономические условия, задают рамки для ценообразования, в то время как внутренние факторы позволяют магазину адаптировать цены под текущие условия рынка.

Анекдот:

— Это вы давали рекламу, что у вас самые низкие цены в городе?

— Да, мы.

— Но какие же они низкие? У вас на ценниках нули уже в один ряд не помещаются!

— А при чем тут нули? Вы лучше посмотрите, как наши ценники низко висят? Самые низкие в городе!

Проверка усвоения материала

Важно отметить, что цена является сложным экономическим параметром, который зависит от множества факторов.

Назовите на какие основные виды разделяются факторы ценообразования? (внутренние и внешние.)

Перечислите факторы, относящиеся к внутренним, а затем к внешним.

Уважаемые студенты, сейчас предлагаю вам решить кейс-задания:

Кейс №1 "Ценный органический йогурт: выживание на рынке"

Компания "ЭкоФуд", небольшое предприятие, производит органический йогурт из молока коров, выращенных на собственной ферме без использования антибиотиков и ГМО. Компания гордится высоким качеством своей продукции и использует только натуральные ингредиенты.

"ЭкоФуд" успешно продавала свой йогурт в местных фермерских магазинах и на рынках выходного дня по цене 80 рублей за баночку (150 грамм). Однако, руководство решило расширить рынок сбыта и выйти в крупные сетевые супермаркеты.

При переговорах с сетями выяснилось, что супермаркеты готовы закупать йогурт, но требуют цену не более 60 рублей за баночку. Руководство "ЭкоФуд" оказалось в сложной ситуации: снижение цены на 25% может привести к убыткам и поставить под угрозу существование компании.

Информация о компании "ЭкоФуд":

Производственные затраты:

- Молоко (органическое): 20 руб./баночку
- Ингредиенты (ягоды, фрукты, мед): 10 руб./баночку
- Упаковка (биоразлагаемая): 8 руб./баночку
- Производство (энергия, амортизация оборудования, заработная плата рабочих): 12 руб./баночку

Постоянные затраты:

- Аренда фермы и цеха: 500 000 руб./месяц
- Зарботная плата административного персонала: 300 000 руб./месяц
- Маркетинг и реклама: 100 000 руб./месяц

Объем производства: 50 000 баночек в месяц (максимальная мощность)

Каналы сбыта:

Фермерские магазины и рынки: 80 руб./баночку (реализация 40 000 баночек)

Предлагаемый супермаркет: 60 руб./баночку (потенциальный объем реализации 10 000 баночек)

Позиционирование: Органический йогурт премиум-класса

Вопросы кейса:

1. Проанализируйте основные ценообразующие факторы, влияющие на цену йогурта "ЭкоФуд". Разделите их на внутренние и внешние.

2. Предложите конкретную цену для йогурта в супермаркетах, обоснуйте свой выбор, учитывая все ценообразующие факторы и цели компании "ЭкоФуд".

3. Какие рекомендации вы можете дать руководству "ЭкоФуд" для повышения эффективности производства и снижения себестоимости продукции без потери качества?

Сейчас мы разделимся на несколько групп, по итогу проделанной работы каждая команда выступит со своим решением, мы обсудим предложенные варианты в формате дискуссии. Решение должно быть обосновано аргументами. Участие в дискуссии предполагает краткое изложение своего мнения, здесь важно соблюдать этику дискуссии.

Выдача домашнего задания

Уважаемые студенты, на этом наше занятие подходит к концу, прошу вас записать домашнее задание.

Домашнее задание: Выберите любой товар или услугу и напишите эссе на тему «Влияние ценообразующих факторов на стоимость (выбранного товара/услуги)»

Рефлексия учебной деятельности обучающихся, подведение итогов занятия.

Подведем итог занятия. Что нового Вы узнали на занятии? Как вы считаете знания, полученные на занятии, понадобятся Вам в жизни? С какими трудностями в течение занятия вы столкнулись?

Мне было очень приятно с вами работать. Спасибо за внимание.