**ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ГОРОДА МОСКВЫ**

**«ШКОЛА № 1000»**

**Решение кейсов, как элемент преподавания элективного курса**

**«Основы предпринимательской деятельности»**

Автор:

Абрамкин Андрей Анатольевич,

учитель географии

**Москва, 2023 г.**

Оглавление

Цели 3

Задачи 3

Этапы реализации 3

Методы реализации практики 3

Методические материалы 3

Полученные результаты 7

Практическое значение 7

Перспективы дальнейшего развития 7

Приложение 9

**Цель:** Формирование практических навыков изучения, анализа и принятия решений проблемной ситуации, приближенной к жизни

**Задачи:**

1. развить следующие компетенции
* анализ экономической информации,
* умение оценивать долгосрочные и краткосрочные перспективы бизнеса,
* умение принимать антикризисные решения;

2) повысить мотивацию к качественному освоению курса «Основы предпринимательской деятельности»;

3) научиться правильно аргументировать и отстаивать собственную позицию, применять теоретические знания на практике.

**Этапы реализации**

Данный метод в работе элективного курса стал применяться на уроках осенью 2021 года и реализуется сейчас на уроках.

**Методы реализации практики**

В рамках реализации практики применяются словесный метод (диалог, монолог), который дает возможность задать высокий уровень теоретических знаний.

Наглядный (демонстрации, иллюстрации, просмотры видеоматериалов, таблицы, информационные листы), который помогает активизировать ребят с наглядно – образным мышлением. Практический метод через исследовательские задания, формируемые практические навыки и различные компетенции.

**Методические материалы**

Кейс-метод - это инновационный метод обучения, который учитывает все особенности предмета и формирует необходимые знания, умения и навыки.

Важным условием правильно составленного кейса является его соответствие следующим критерием учебные задачи, сформулированные в кейсе, необходимо актуализировать относительно современных реалий.

Приступая к созданию кейса, необходимо придерживаться следующего алгоритма:

1. Определение учебных целей и задач кейса.

2. Определение ключевых моментов ситуации, из которых складывается проблема.

3. Формулировка тезисов.

4. Сбор и обобщение информации, на базе которой будет создаваться проблемная ситуация.

5. Создание текста кейса и приложений к нему.

6. Апробация кейса в реальных учебных условиях и дальнейшая его корректировка.

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 или групповая самостоятельная работа с кейсом*. В работа с текстом осуществляется до 30 минут.

3. *Анализ практической ситуации в подгруппе (микрогруппе).* Рассмотрение ситуаций может проводиться с разделением участников занятия на малые группы (по 4 - 8 человек). 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. Методы проверки могут быть устный фронтальный опрос, взаимопроверка, ответ по карточкам, а также виде письменного ответа на задания и вопросы.

5. *Межгрупповая дискуссия*. 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.

Критерии оценивания устного ответа кейса обучающихся (Таблица №1)

Таблица №1

|  |
| --- |
| **Наименование критерия** |
| Профессиональное, грамотное решение проблемы |
| Новизна и неординарность решения проблемы |
| Краткость и четкость изложения теоретической части решения проблемы |
| Качество графической части оформления решения проблемы |
| Этика ведения дискуссии |
| Активность работы всех членов микрогруппы |
| Штрафные баллы (нарушение правил ведения дискуссии, некорректность поведения и т.д.) |

В рамках работы с кейсами наилучшему усвоению материала способствуют ряд аспектов:

* Постепенное повышение сложности кейсов;
* Визуализация данных;
* Наличие текстовой информации;
* Временная последовательность материала;
* Тщательная проработка стратегии обсуждения;
* Установление четких временных рамок в зависимости от сложности кейса;
* Создание условий для беспрепятственной коммуникации внутри микрогрупп;
* Возможность высказывания собственного мнение у каждого студента;
* Помощь преподавателя при затруднениях в решении кейса.

В качестве примеров представлены примеры кейсов для работы с обучающимися предпрофессиональных классов «Предпринимательский класс в московской школе» YouTube (приложение №1), Сударь (приложение №2), Вкусно и точка (приложение №3), [Ralf Ringer](https://ru.wikipedia.org/wiki/Ralf_Ringer) (приложение №4).

**Полученные результаты**

В рамках решения кейсов повысился интерес к элективному курсу, а также результативность участия в мероприятиях связанных с этапами кейсов. Например, участие в командной встрече «КейсБаттл» и занятие призового места.

**Практическое значение**

Решение кейсов дает возможность применять теоретические знания для того, чтобы решать задачи практического характера. Иными словами, школьник получает практический опыт работы в самых разнообразных и нестандартных ситуациях. Суть метода, построенного на изучении и анализе конкретных ситуаций, основывается на том, что ситуация, предложенная для решения, заключает в себе не только ту или иную практическую проблему, но и способствует актуализации ранее приобретенных знаний, необходимых для её решения. Важным условием в выборе таких учебных ситуаций становится неоднозначность или вариативность их решения.

**Перспективы дальнейшего развития**

В рамках использования кейсов предполагается участие ребят предпрофессионального класса в чемпионатах и конкурсах, квизах, а также в проектно-исследовательской деятельности.

Таким образом, кейс-метод, совместно с тренингами, дискуссией, проектами, ролевыми и деловыми имитационными играми, портфолио, относится к педагогическим технологиям, построенным на принципе погружения в учебный процесс всех его участников. Использование его в качестве дидактического инструмента при изучении довольно широкого круга вопросов, способствует качественному их содержанию. Формирует умение использовать полученные знания в различных практических целях. Помогает будущим специалистам, находясь еще в стенах учебного заведения, приобрести навыки командной работы, сформировать умение генерировать свои собственные идеи и технологии их внедрения, заложит основы умения критично и оперативно работать с большими объёмами разнонаправленной информации.

Приложение №1

**Кейс онлайн-платформы YouTube**

YouTube был основан Стивом Ченом, Чедом Херли и Джаведом Каримом. Эта троица была первыми сотрудниками PayPal, которые обогатили их после того, как компания была куплена eBay.

YouTube в переводе с жаргонного английского означает «вы в телевизоре»
В настоящее время всем известно понятие видеошеринг. Данное словосочетание полностью обязано своим существованием Ютубу. Именно на этом ресурсе в полной мере было реализовано свободное распространение видеоматериалов среди пользователей одного сервиса.
Началом разработки и создания видеохостинга занималась тройка парней из города Сан-Бруно, штат Калифорния в 2005 году.Теми тремя парнями были: Чад Харли, Стив Чен и Джавед Карим.
 Стив Ши Чен и Джавед Карим были инженерными программистами, которые создавали программную оболочку сайта, а Чад Херли занимался веб-дизайном, тегами, а также видео-аспектами нового проекта.
 В работе над программированием сайта Стиви Чен и Джавед Карим применяли технологию Флеш-видео, которая давала возможность получить довольно хорошее качество видеозаписи по тем временам, при малом объеме передаваемых данных. Самым первым видео, загруженным на видеохостинг, является ролик, который снял один из его разработчиков Джавед Карим 28-го апреля 2005 года в зоопарке города Сан-Диего, штат Калифорния, длительность записи составляла 18 секунд. Качество его было низким, а сам ролик не нес никакой смысловой нагрузки. Но оно стало основой сайта, а сегодня платформа YouTube даже потеснила телевидение.
 Мало кто знает, но изначально разработчиками планировалось сделать Ютуб социальной сетью для знакомств, в которой общение можно было бы производить посредством видеороликов. Другими словами, знакомство и дальнейшее общение шло бы не в текстовом режиме, а при помощи видео с возможностью поставить оценку просмотренному ролику.
 В сентябре 2006 года Чад Хёрли и Стивен Чен продают ресурс компании Google, за что получают более 1,6 млрд. долларов США. Джавед Карим в то время учился в Стемфорде и не участвовал в сделке. Каждый получил свою долю акций после продажи:

-Чад Хёрли – $345,6 млн.

-Стив Чен – $326,2 млн.

 -Джавед Карим – $64,6 млн
 Развития YouTube после сделки с Google имело огромное количество. В конце 2008 года на Youtube было разрешено размещение полнометражных фильмов и телевизионных эпизодов, а также видеохостинг подписал договор с MGM, Lions Gate Entertainment, CNS. В ноябре 2011 на сайте появился сервис Analytics. Он помогал пользователям отследить статистику просмотров. Вскоре на платформе появилась возможность организовывать онлайн-трансляции, благодаря которым стало возможным наблюдать за событиями в прямом эфире. И созданы первые каналы с эксклюзивным контентом.

В феврале 2015 создатели запустили сервис YouTube.Kids – приложение для мобильных устройств, куда попали ролики для семейного просмотра. Клип «Despacito» взорвал все рейтинги по просмотрам на YouTube в январе 2017 года. В первые сутки его просмотрело 5 млн человек, а на сегодняшний день он собрал свыше 6,7 млрд просмотров.

 Согласно Alexa.com на сегодняшний день Youtube занял вторую позицию в рейтинге посещаемости сайтов. Единственным конкурентом YouTube на сегодняшний день является площадка Tik-tok. Здесь также можно загружать видео, оставлять лайки и комментарии. 800 млн человек просматривают приложение каждый месяц, а скачано оно было более 1,5 млрд раз.

Весной 2020 года Youtube решил запустить сервис коротких видео, который назывался shorts.

Вопросы и задания:

1. В чем заключалась идея создания YouTube?
2. С каких направлений Google получается доходы от YouTube?
3. Является ли Tik-tok конкурентом? Почему?
4. Какие перспективы у YouTube в ближайшее время?
5. Разработайте Бизнес-модель Остервальдер по созданию успешного аккаунта на YouTube.

Приложение №2

**Кейс компании Сударь**

В городе Коврове, под Владимиром, в 1952 г. на месте рядов для торговли было открыто швейное объединение. Фабрика стала выпускать мужскую и детскую одежду, а с 1964 года начала производить классические костюмы. Спрос на продукцию постепенно возрастал, и в 1982 г. произошло расширение производства с добавлением новых корпусов, в которых разместились цеха и оборудование.

Несмотря на кризис в 90-е годы, компания продолжала работать на договорной основе с зарубежными партнерами из Великобритании, Швеции и Германии. Это позволило оснастить производство новыми технологиями и оборудованием.

В 1992 году руководством предприятия было решено переименовать Ковровое швейное объединение в акционерное общество «Сударь».

Постепенно начали открываться фирменные магазины с брендовой продукцией во Владимире, Нижнем Новгороде и Ярославле. С начала 2000-х годов число филиалов увеличивалось и достигло 30.

Сегодня «Сударь» – это крупное производственное предприятие, которое специализируется на выпуске стильных классических костюмов для мужчин и школьной одежды. Продукт  компании:
 1. Профессионально подобранный образ любому мужчине в соответствии с его статусом, стилем жизни и особенностями телосложения, в котором он выглядит элегантно.
 2. Модная и качественная одежда, которая дает мужчине положительные эмоции, уверенность и помогает ему стать успешнее.

Также Сударь включает в себя:

Возможность воспользоваться бесплатной собственной химчисткой. На протяжении многих лет предоставляется возможность бесплатно почистить любой купленный товар, в зависимости от размера имеющейся бонусной карты. Например, при наличии скидочной карты размером 5% вам дается 1 бесплатная химчистка в подарок. Обладателем максимальной 15% карты — 3 химчистки. Дополнительно учитывается тип приобретения:

* Если купить костюм, магазин вам начислит 3 подарочных купона, а выбрав ремень — сможете бесплатно почистить одну сорочку.
* Бесплатную подгонку приобретенной одежды под ваш размер в ателье Сударь.
* Получение бонусных карт.
* Приобретение подарочных карт.
* Упаковку всех купленных товаров в экологически чистые пакеты.

Популярность костюмов «Сударь» во многом объясняется гибкой ценовой политикой компании. Любой покупатель может найти здесь для себя подходящую модель, а цены начинаются от 6000 рублей. Кроме того, действуют специальные предложения и система скидок, которыми с удовольствием пользуются большие компании при приобретении корпоративной одежды для своих сотрудников.

Элитную модель бизнес-класса, фирма приготовила для своих клиентов обширную линию таких костюмов, изысканных и остро модных. Не уступают им в нарядности и элегантные изделия для посещения свадеб и других торжественных мероприятий.

Разнообразные фасоны и цветовые решения позволяют подобрать идеально сидящий костюм для любого типа фигуры. Для мужчин с небольшой полнотой компания изготавливает пиджаки свободного покроя, с застежкой на одну-две пуговицы. Такой фасон открывает нарядную рубашку и зрительно делает силуэт значительно стройнее.

Компания «Сударь» приготовила для своих клиентов немало приятных сюрпризов. Для тех мужчин, кто хочет полностью подобрать все необходимые предметы для гармоничного комплекта с костюмом, в продаже есть рубашки и галстуки, бабочки и другие аксессуары в виде зажимов, ремней и запонок.

Вопросы и задания:

1. В чем успех компании Сударь?
2. На какой контингент рассчитана продукция?
3. Какие бонусы предоставляет компания при покупке продукции?
4. Какие на Ваш взгляд должны быть пути развития компании?
5. Зачем компания предоставляет бесплатную химчистку?
6. Составьте SWOT-анализ компании.

Приложение №3

**Кейс «Вкусно — и точка»**

Бренд, имеющий название «Вкусно — и точка», официально начал работать в России с 12 июня 2022 года. Он стал преемником сети McDonald’s, покинувшей российский рынок.

Покупателем американской сети оказался кузбасский предприниматель Александр Говор. Ранее он управлял 25 ресторанами «Макдоналдс» по франшизе. Всего в России франчайзинговые договоры с американскими ресторанными брендами были только у трех компаний. «Макдоналдс» тем не менее распоряжался большинством заведений самостоятельно.

Чтобы дистанцироваться от бренда McDonald’s, был разработан новый логотип, на котором изображены две желтые палочки и оранжевый круг, сложенные в букву «М» на зеленом фоне. Созданием визуального оформления сети занималась ГК «Родная речь». В пресс-службе «Вкусно — и точка» отмечали, что на логотипе были изображены две палочки картофеля фри желтого цвета и бургер — желто-оранжевого. Меню в новых ресторанах напоминает меню «Макдоналдс».

Некоторые бургеры или другие продукты исчезли, а другие просто сменили название. Однако появились и новые позиции. В компании заявляют, что 99% поставок приходит от российских компаний. Но, некоторые ингредиенты продукции, например, мясо для бургеров, производятся за рубежом. Мясные полуфабрикаты завозятся из Уругвая и Парагвая. Иностранные поставщики отвечают за кофе, а также за лецитин, который используется в приготовлении булочек.

По словам генерального директора сети, на начальном этапе открытия ресторанов из-за проблем с логистикой и упаковкой изначально будут доступны не все ранее известные блюда. Изменилась и цветовая гамма упаковок еды. Набор с игрушкой «[Хэппи Мил](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A5%D1%8D%D0%BF%D0%BF%D0%B8_%D0%9C%D0%B8%D0%BB)» пока не продаётся. Блюда, которые остались в меню, содержат те же ингредиенты и готовятся на том же оборудовании, что и в ресторанах «Макдоналдс», но подаются в другой упаковке.

С 15 сентября 2022 года вместо напитков «Coca-Cola», «Fanta», и «Sprite» продаются напитки под брендом «Добрый», который также принадлежит The Coca-Cola Company. Как заявлено в декабре, детские игрушки, на замену «[Happy Meal](https://ru.wikipedia.org/wiki/Happy_Meal)», появятся в ближайшее время.

Вопросы и задания:

1. С какими проблемами в начале открытия столкнулась компания и как их решать с Вашей точки зрения?
2. Разработайте модель «Колесо бренда» для компании «Вкусно — и точка».
3. Выполните SWOT-анализ ресторана «Вкусно — и точка».

Приложение №4

**Кейс компании Ralf Ringer**

Компания Ralf Ringer была создана в 1996 году Андреем Бережным, который с 1993 года осуществлял импорт обуви из Индии.

Производство располагалось на площадях фабрики «Буревестник», производственные активы которой позднее были выкуплены. В 2004 году объём производства составил 1 млн пар в год. В 2005 году была открыта фабрика во Владимире, а в 2006 году в Зарайске.

Помимо производства обуви компания занимается поставками оборудования для обувного производства, а также ремонтом и восстановлением обувного оборудования.

В 2011 году компания, специализируясь на обуви средненижнего и среднесреднего ценового сегмента, занимала вторую строчку в рейтинге Ageis Media по размерам рекламных бюджетов среди обувных марок.

Первоначально отечественный бренд занимался исключительно производством качественной и удобной мужской обуви. Но в 2014 году состоялось важное событие в истории компании — выпущена первая линия женской и детской обуви, которая имела ошеломительный успех среди клиентов.

Секрет успеха данного предприятия заключается еще и в том, что это хорошая компания, в которой работают и люди с ограниченными возможностями. Помимо этого, бренд занимается благотворительностью.

Ежегодно компания представляет 2 коллекции: «весна-лето» и «осень-зима». За последние несколько лет значительно расширился ассортимент, количество моделей и фасонов.

Мужской ассортимент обуви представлен несколькими линейками, каждая из которых включает в себя модели определённого типа:

* City. Повседневная и удобная обувь.
* Style. Элегантные силуэты на выход.
* Weekend. Обувь для любителей активного отдыха и прогулок за городом.
* Classic. Деловая обувь, идеально подходит для ношения в офисе.

Обувь для обладателей нестандартной формы ног. Все модели в этой линейке шьются с увеличенным объёмом и полнотой. При этом силуэты обладают повышенной износостойкостью.

Real Ralf. Универсальная линейка, которая подойдёт для любого случая или образа.

Что касается женской обуви, то здесь Ralf Ringer ещё пока не успели развернуться «на полную». В женском ассортименте представлены только две основные линейки: City и Style.

Ralf Ringer на данный момент один из самых востребованных и популярных производителей в России.

Вопросы и задания:

1. Составьте схему мужского ассортимента компании.
2. Почему компания начала создавать линию женской обуви?
3. Проанализируйте каким образом развивается компания?
4. Опишите причины успеха бренда.