


КЕЙСЫ, МЕНЯЮЩИЕ ЖИЗНЬ...

ОРГАНИЗАЦИЯ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

38



Так называется проект гимназии «Корифей», в 2022 году победивший на Всероссийском конкурсе «СОТ» («Сквозные образовательные технологии»). Название, вынесенное в заголовок, отражает целое направление проектной деятельности учеников 7–11-х классов, которое не только связано с реальной практикой работы крупных предприятий Екатеринбурга и Свердловской области, но и позволяет подросткам почувствовать себя нужными в больших, «взрослых» делах. 

Мария Калужская,
заместитель директора по научно-методической работе, МАОУ
«Гимназия № 210 «Корифей»»,
г. Екатеринбург

Сначала небольшой обзор ситуации со школьными проектами

Проектная деятельность старшеклассников сегодня входит в обязательную программу обучения и определяется требованиями ФГОС: не сухой анализ, не реферат, а именно проект с выходом на конкретный, практически полезный продукт. Инициатива сама по себе разумная: навыки проектирования нужны подрастающему поколению, возможно, больше, чем знание таблицы умножения или правил грамматики. Современная экономика развивается по проектным алгоритмам, проекты сопровождают нас повсюду, даже в сфере культуры и досуга. Любое шоу, медиапрограмма или раскрученный блог — это проект: не зная правил, не добьешься успеха.

В последнее время актуальным стало **жизненное проектирование** — целенаправленное моделирование собственной жизни, и оно тоже выглядит интересным вектором проектной деятельности в школах.

Однако с внедрением такого вот тотально ФГОСовского подхода (проекты готовят и защищают все старшеклассники) быстро обнажился ряд проблем.

Далеко не все учителя-предметники готовы (морально и методически) курировать проекты учащихся — особенно если они выходят на надпредметный уровень. Все, что напрямую не связано с предметной областью, вызывает у педагогов фрустрацию: «Я не могу руководить тем, в чем совершенно не разбираюсь». В конце концов процесс как-то «устаканива-

ется» (введена почасовая оплата за каждого ученика — и это аргумент), но руководство в итоге зачастую получается формальным, а проекты — примитивными и скучными.

Вечные трудности возникают с пресловутой практической частью. И действительно, что оригинального и полезного может сделать десятиклассник в качестве продукта? На самом деле может (IT-приложение, прибор, гайд, подкаст, выставку, волонтерскую акцию, художественный перформанс...), но все эти варианты связаны с серьезной работой, временными затратами, активными коммуникациями, сбором команды и т.д., а всем (и руководителю, и проектанту) легче обойтись «малой кровью». Поэтому добрая половина всех школьных проектов включает в себя соцопросы и их обработку с итоговой аналитикой. Редко число респондентов превышает 50 человек. Еще один проверенный ход: изготовление макетов и моделей чего-либо — от аппаратов Н. Теслы до древних артефактов. В итоге создается множество однообразных работ, а ученики остаются безнадежно оторванными от реальности.

Проектно-исследовательская деятельность теряет популярность: баллов за защиту дают немного (то ли дело олимпиады!..), а усилий нужно приложить не меньше, да еще попасть на перечневую НПК. Поэтому максимум времени лучшие ученики уделяют подготовке к ЕГЭ и олимпиадам, проектам же — по остаточному принципу. Остальные вообще стараются «отписаться» как можно быстрее. Серьезные источники по большей части забыты; информация

наскоро собирается из интернета и переписывается своими словами (проверка на антиплагиат обязательна). Если руководитель дотошный, он требует должной подачи содержания, нужного объема и оформления работы, если же нет... сойдет и компиляция на 15 страниц. Это так называемый массовый результат, за который ставится положительная отметка.

Конечно, остаются подростки, по-настоящему увлеченные проектированием, но их по пальцам можно пересчитать.

В этой ситуации серьезно тревожит «оптимизация» системы НПК на муниципальном и региональном уровнях. Например, в ряде городов упразднен районный уровень защиты: работы сразу собираются на городскую НПК по 4 (!) проекта от школы, отбор идет без всякой обратной связи, которая на самом деле и нужна ученикам. Большинство авторов сразу оказывается за бортом, а раньше можно было выступить на уровне района, послушать другие проекты, оценить себя и конкурентов, получить отзывы от членов комиссии. То есть приобрести опыт публичного выступления и внешней экспертизы.

Такие тенденции ощутимо снижают статус проектно-исследовательской

деятельности в ее обычном, школьном формате.

Что же делать? Решение очевидно, хотя реализовать его непросто.

Нужно уходить от привычной модели, вернее, расширять и дополнять ее

Научные исследования в дальнейшем будут вести очень немногие выпускники, а вот регулировать бизнес-процессы, запускать стартапы, готовить к выпуску новую продукцию, формировать команды, создавать события (в качестве лидеров или участников) придется почти всем. Поэтому проектную деятельность в школе надо максимально приблизить к «полевым» условиям, окунуть учеников в реальные ситуации, где приходится принимать нестандартные решения.

В Положении о проектно-исследовательской деятельности, действующем в гимназии «Корифей», указаны следующие виды проектов, которые могут выбрать учащиеся:

- исследовательские (научно- либо учебно-исследовательские);
- технические (инженерно-технические разработки);
- творческие либо социальные; предпринимательские (решение

Проектную деятельность в школе надо максимально приблизить к «полевым» условиям, окунуть учеников в реальные ситуации, где приходится принимать нестандартные решения.

бизнес-кейсов от компаний, бизнес-проекты, стартапы);

- жизненные (на основе технологии жизненного проектирования).

Далее речь пойдет о методе кейсов: как мы вышли на эту технологию и почему она включена в перечень проектных работ.

Все началось с проекта **Молодежного бизнес-клуба**, предложенного в 2017 году двумя корифейскими старшеклассниками. Идея оказалась актуальной — проект победил во Всероссийском конкурсе «Социокультурное проектирование в развитии местных сообществ» (организатор — Агентство стратегических инициатив).

Клуб, впоследствии переименованный в **Молодежную бизнес-лигу** — МБЛ, задуман как открытая площадка для содержательного взаимодействия молодежи г. Екатеринбурга от 14 до 22 лет, объединяющая школьников и студентов вокруг реальных тем бизнеса, социальной проблематики, совершенствования городской среды и пр. Ключевые цели клуба — формирование у молодежи предпринимательского мышления, развитие деловых качеств, организаторских способностей и навыков эффективного общения.

На местном уровне, в Екатеринбурге, мы получили несколько целевых грантов от Фонда поддержки предпринимательства. Сейчас проект МБЛ имеет муниципальный статус и предлагает интересные образовательные программы, игровые и конкурсные форматы для учащихся школ Октябрьского района и не только.

Вот как представляет Молодежную

Отзывы экспертов

«Вот это реально полезная практическая статья! Спасибо! Практически берем и делаем у себя. Алгоритм описан. В кейсах и профориентация, и предпринимательство, и, как говорится, все-все из реальности».

«Обучение проектной деятельности — обязательное условие образования. Опыт гимназии “Корифей” всегда интересен. В нашей школе полгода назад открыли первую в Пермском крае школьную “Точку кипения”, где интересные спикеры предлагают детям, родителям, учителям, партнерам не просто обучение проектной деятельности, но и море мероприятий на основе метода проектирования, учат правильной коммуникации. Это прекрасный ресурс для школы и сообщества».

бизнес-лигу в школьной газете десятиклассница Милана Пахнутова, участница и победитель нескольких турниров и выездных школ:

«МБЛ — интенсивная образовательная программа, соединяющая бизнес-сообщество с молодежью. Но это официально, а мы говорим о ней так: семья, команда, проекты, новые навыки и возможности, эмоции, волейбол, падающие звезды,

суперкоучи и многое другое! Какой бы человек ни попал сюда, выйдет он уже совершенно другим.

Вся история крутится вокруг кейс-турнира — конкурса, где реальные компании делятся своими внутренними и внешними проблемами, “зашивают” их в кейсы, а школьники и студенты набирают команды и в течение месяца работают над поиском решений. Параллельно они учатся азам экономики, менеджмента и финансовой грамотности, приобретают навыки проектирования, получают обратную связь от преподавателей и заказчиков, а также дополнительные задания, касающиеся возможных рисков и факапов. То есть ребята проживают все ситуации, погружаются в них. Например, ходят в торговые точки или офисы, встречаются с персоналом и клиентами, находят слабые и сильные позиции, конфликтные зоны.

Через месяц варианты решений готовы — теперь нужно ярко и убедительно представить их заказчикам в финале турнира. Победители получают право участвовать в воплощении своих идей!

Важное добавление: участие бесплатное, было бы желание».

Милана подробно объяснила суть происходящего на турнире, но все-таки давайте начнем с азов.

Кейс-метод (кейс-стади, от англ.

case — «случай») — техника обучения, использующая описание реальных экономических и социальных ситуаций, которое не только содержит практическую проблему, но и актуализирует целый комплекс знаний.

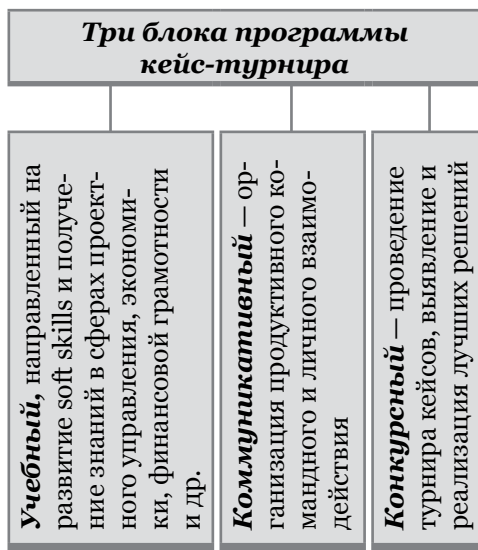
Важно, что сама проблема не имеет однозначных решений, учащимся предлагается найти оптимальные, на их взгляд, варианты и обосновать их.

Цель методики — обучать решению сложных, нетипичных и неструктурированных проблем, возникших в реальной жизни и полезных прямо сейчас.

Итак, метод кейсов (если кейсы действительно реальные и актуальные):

- развивает аналитические и творческие способности, помещая участников в сложные обстоятельства;
- провоцирует проблемные дискуссии, формирует навыки публичного выступления, убеждения и достижения согласия («выиграл — выиграл»);
- способствует развитию проектного мышления, отработке механизмов целеполагания и оптимальной организации делового цикла «от идеи до продукта»;
- учит работать в команде, распределять обязанности, выявлять лидеров.

Цель методики – обучать решению сложных, нетипичных и неструктурированных проблем, возникших в реальной жизни и полезных прямо сейчас.



Кураторы МБЛ (они же педагоги-организаторы гимназии «Корифей» Ирина Ахатова и Егор Жирохов) нашли способ наладить рабочее взаимодействие между школами и предприятиями, частными и государственными компаниями, фондами и общественными организациями. Они обратились к топовым компаниям Екатеринбурга (таким как крупные торговые сети «ЖизньМарт», «Сималенд», «Black Star», ЕМУП «Водоканал», сеть кофеен «Engels Coffe» и др.) с предложением-просьбой: «Предоставьте нам проблемные кейсы из своей практики — и получите свежие, нетривиальные решения от молодежной аудитории. А возможно, и присмотрите будущих сотрудников».

Компании откликнулись — не все и не сразу, но за три года заказчики сумели оценить потенциал кейс-турнира. Вот примеры кейсов со всех трех турниров:

- использование объектов культурного наследия г. Екатерин-

Отзывы экспертов

«И жизнь точно помечается, если глубоко прочитать данную статью. Автор доступным и понятным языком раскрывает значимость и реалистичность кейс-технологии. Не для отметки, а для жизни — вот девиз данной статьи».

«Прекрасная статья о том, как проектную деятельность в школе надо максимально приблизить к “полевым” условиям, окупить учеников в реальные ситуации, где приходится принимать нестандартные решения. Чудесным образом дополняет статью история о Молодежной бизнес-лиге, рассказанная десятиклассницей, эту бизнес-лигу прошедшей и прожившей. Мнение одного из участников проекта — для кого проект и был создан — особенно ценно».

«Очень впечатляет подход в работе школы по профориентации. Это реально, с вызовом, измеряемо, необходимо. Все по SMART-целям. А главное, это действительно про кейсы, меняющие жизнь».

бурга для образования молодежи (от Департамента молодежной политики);

- разработка концепции позиционирования гипермаркета (от компании «Сима-ленд»);
- разработка контент-политики ЕМУП «Водоканал»;
- повышение популярности и расширение клиентской базы сети городских кофеен (кейс компании «Engels Coffe»);
- заходим в новый регион: открытие первого магазина «Жизнь-Март» в г. Перми.

Молодежь предлагает действительно интересные сценарии для развития бизнеса, находит свежие подходы к масштабированию, привлечению клиентов, стратегиям продвижения. Некоторые идеи уже реализованы, и наши победители гордо смотрят на «свои» рекламные щиты, мерчи и маскоты.

Еще одним важным партнером проекта является Уральский филиал РАНХиГС: преподаватели подключаются к учебному блоку и работают в жюри, студенты младших курсов участвуют в программе на равных со школьниками (и, кстати, далеко не всегда побеждают). И каждой весной вуз предоставляет нам актовъй зал и несколько аудиторий для проведения финала.

По итогам каждого сезона МБЛ группа самых активных и креативных ребят проходит стажировки в тех компаниях, развитию которых они помогли. Пока это короткие и скорее «гостевые» программы, но лиха беда начало!..

Снова процитирую Милану: «Надеюсь, что “Сима-ленд” возьмет что-то из наших идей себе на заметку. Теперь каждый раз захожу в этот гипермаркет со странным ощуще-

нием: я приложила руку и мозги к этому пространству! Главный вывод, который я сделала: чтобы стать профессионалом и продать свой продукт, нужно слушать и слышать именно то, что хочет заказчик...»

Можно ли превратить бизнес-кейсы в полноценные проекты и сделать их отдельным направлением системы проектно-исследовательской деятельности в школе? Мы считаем: да, безусловно. Надо только немного «докрутить» исследовательскую часть и представить продукт не только заказчику, но и школьной комиссии.

Школьный проект — это специально организованный и самостоятельно выполняемый учащимися комплекс действий, завершающихся созданием продукта и его представлением в виде публичной презентации.

Типологическими признаками проектов являются: практико-ориентированный или прикладной характер, доминирующий метод, логическая последовательность действий (от теории к практике), наличие конкретного социально полезного продукта и т.д. Все перечисленное относится к работе с кейсами, если:

- поиску решения предшествует сбор и анализ информации (впоследствии входящие в теоретическую главу);
- происходит обучение методике кейс-стади;
- приобретаются навыки проектной деятельности;
- в итоге производится и презентуется продукт (маркетинговая стратегия, разработка дизайна, мерча или рекламной кампании, бизнес-план, программа меропр-

ятия и т.д.), который одобряется комиссией профессионалов — преподавателями вуза, представителями бизнеса, общественных организаций, фондов и др.

Ежегодно от 15 до 20 наших старшеклассников участвуют в программах МБЛ, решают кейсы и в случае выхода проекта в финал турнира имеют право получить оценку по проектной деятельности, предоставив текст своей работы, презентацию и выписку из протокола решения конкурсной комиссии.

Однако главный результат связан не с возможностью зачесть проект. Совместное решение бизнес-кейсов расширяет зону успешной социализации через практическую общественно значимую деятельность: решение реальных проблем на производстве, в сфере услуг, в управлении рабочими процессами. Ученики разных школ, в том числе так называемых ШНОР, получают равный доступ к ресурсам программы, а также поддержку в реализации собственных идей и проектов. Создаются смешанные команды: ученики и педагоги-кураторы работают вместе, оставляя за рамками кейса учебную успешность, социальные, национальные и культурные различия.

Все играют на равных, акцент делается на ценности сотрудничества и максимальном вкладе каждого.

На сегодняшний день в программу МБЛ и кейс-турнир уже вовлечены 16 школ и один вуз, более 1000 учащихся и 300 студентов. Нам удалось привлечь к сотрудничеству «Точку

кипения», Центр бизнес-образования, управление образования Октябрьского района г. Екатеринбурга, Агентство геймификационных решений «Принцип Домино», креативный кластер «ДОМНА», ВШЭ, ООО «Фудсовет», ЕМУП «Водоканал», Корпорацию развития Среднего Урала, отель «Angelo by Vienna House Ekaterinburg», группу компаний «MOZGO», компанию Black Star, гипермаркет «Сима-ленд», сеть продуктовых магазинов «ЖизньМарт» и др.

Проект с каждым годом расширяется, объединяя конкурсным движением школьников и студентов остальных районов Екатеринбурга и даже других регионов.

Очень важно, что победившие в турнире решения внедряются в рабочие процессы, истории успеха в свою очередь становятся кейсами и мотивируют остальных участников. Аутсайдеров нет, все тестируют профессиональные роли, применяют полученные знания на практике и вкладываются в общий результат.

Через подобные форматы можно разнообразить и углублять систему проектной деятельности в школах и вузах, придавать ей реальный смысл и оснащать учеников эффективными инструментами для построения будущей профессиональной карьеры. Уже несколько выпускников программы запустили собственные стартапы и нацелились на успех в малом и среднем бизнесе.

Кейсы действительно меняют жизнь! ■