

Методическая характеристика заданий case-study в обучении студентов экономических направлений подготовки на примере УМК MarketLeader

Сухорукова Н.А.

Ростовский государственный университет путей сообщения

Современная система высшего образования нацелена на формирование различных компетенций будущих бакалавров и специалистов. Достижение этой важной цели обеспечивается тем, что полученные в процессе обучения знания, умения и навыки переходят в приобретение опыта самостоятельной деятельности и личностной ответственности студентов. Иначе говоря, переходят в плоскость формирования ключевых компетенций.

В процессе освоения дисциплин «Иностранный язык» и «Иностранный язык профессиональная коммуникация» ключевой компетенцией является коммуникативная компетенция. Применение метода case-study весьма актуально для формирования данной компетенции. Эффективность и результативность метода case-study подтверждается опытом его применения на практике.

УМК «Market Leader» методически организован и структурирован таким образом, что обеспечивается максимальный положительный результат студентов в овладении всеми видами речевой деятельности. Задания case-study включены в состав каждого из 12 разделов УМК. Содержание заданий case-study основано на материалах, привлеченных из аутентичных профессиональных информационных источников.

Опыт учебно-методической работы подтверждает эффективность заданий case-study в развитии иноязычной коммуникативной компетенции. Студенты приобретают комплекс умений и навыков в решении сложных проблем из реальной жизни бизнес-сообщества, приобретая опыт делового общения на английском языке.

Таким образом, констатируем, что задания case-study УМК Market Leader характеризуются методическими особенностями, которые позволяют эффективно развивать коммуникативную компетенцию студентов.