

КЕЙС-МЕТОД НА УРОКАХ ГЕОГРАФИИ

Симонова Мария Андреевна, учитель географии МАОУ – гимназия №13

Ильина Олеся Юрьевна, учитель географии МАОУ Гимназия №40

Кейс-технологии в педагогике

- это метод активного проблемного анализа, основанный на разборе реальных или смоделированных ситуаций. Учащиеся погружаются в проблему, стоящую перед конкретным человеком или организацией, и должны выработать и защитить своё решение.

История развития метода

Основоположником метода считается Кристофер Колумб Лэнгделл, декан Гарвардской школы права, который в 1870-х годах начал использовать анализ судебных решений вместо традиционных лекций.

Цели и роль преподавателя

Развиваемые навыки:

- Критическое мышление
- Анализ данных
- Принятие решений
- Эффективная коммуникация

Роль преподавателя:

Модерация дискуссии и
направление учащихся к
самостоятельным выводам
вместо передачи готовых знаний

Преимущества и ограничения

Преимущества:

- Совершенствует коммуникативные навыки и умение работать в команде
- Развивает аналитическое, критическое и творческое мышление
- Повышает мотивацию к обучению через связь теории с реальной жизнью
- Формирует практические навыки решения проблем и принятия решений

Потенциальные ограничения:

- Метод требует высокой готовности и мотивации от самих учащихся
- Существует риск развития «заблуждения» - когда учащиеся начинают анализировать не саму проблему, а литературное изложение кейса

Путь от идеи до реализации:

10 классы:

- естественнонаучный
(физика)
- соц.-экономический
(география)

**Конкурс «Большая
перемена»**

- работа с текстом
- решение кейсов

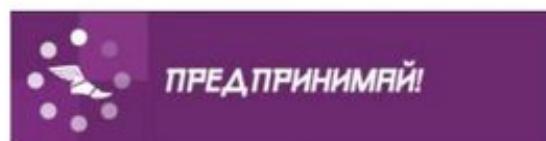
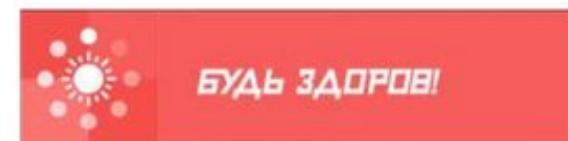
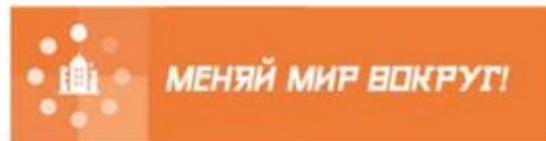
10 классы



Большая перемена

Вызовы «Большой перемены»

**БОЛЬШАЯ
ПЕРЕМЕНА**



Большая перемена

Этапы Конкурса для школьников 8-9, 10 классов и СПО



БОЛЬШАЯ
ПЕРЕМЕНА



Большая перемена

БИЗНЕС-ЭКОСИСТЕМЫ – БУДУЩЕЕ, СТАВШЕЕ НАСТОЯЩИМ

Задача кейса

Согласно исследованиям консалтинговой компании McKinsey, к 2025 году около 30 % корпоративного дохода в мире будут генерировать цифровые бизнес-экосистемы.

Этот термин пришел в мир бизнеса из биологии еще в прошлом столетии. Экосистема в биологии означает взаимодействующие друг с другом и окружающей средой сообщества организмов. Для выживания они должны одновременно соперничать и сотрудничать, тем самым они совместно эволюционируют и адаптируются к внешним потрясениям.

Современный бизнес, по сути, также вынужден конкурировать, сотрудничать и выживать в изменяющемся мире, то есть структурироваться в бизнес-экосистему, где конкуренция уходит на второй план, а сотрудничество, наоборот, приобретает решающее значение.

В качестве примера наиболее успешных экосистем можно привести Apple, сформировавшую единое пространство для владельцев смартфонов, планшетов, ТВ-приставок, компьютеров. Владельцы этих устройств могут воспользоваться бесшовным доступом к множеству услуг.

Сегодня многие компании, университеты и даже государства создают экосистемы. В основном они формируются вокруг повседневных потребностей человека. Такие проекты развиваются, в частности, Сбер, «Яндекс», Тинькофф, Mail.ru Group, университет НИТУ МИСиС.

Большая перемена

БИЗНЕС-ЭКОСИСТЕМЫ – БУДУЩЕЕ, СТАВШЕЕ НАСТОЯЩИМ

Твоя задача

Твоя задача — провести анализ сфер применения бизнес-экосистем, найти существенные отличия от других бизнес-моделей. Выявить основные преимущества экосистем, а затем предложить концепцию рабочей бизнес-экосистемы по созданию продукта либо экосистемы трансакций.

Погрузись в тему

Мы предлагаем подробнее погрузиться в сферу бизнес-экосистем. Тебе следует выбрать для анализа один из типов экосистем. Изучить мировой и отечественный опыт строительства таких экосистем. Найти перспективные направления, где возможно построить и реализовать бизнес-экосистему.

Памятка участнику

Тебе предстоит показать преимущества для всех участников данной системы. Рассчитать инвестиции в проект, выявить возможные риски, а также спрогнозировать сроки окупаемости и прибыльность экосистемы. Или доказать, что проект необходим для экономики страны, но не прибылен, и тогда предложить свои индикаторы успеха.

Большая перемена

- товары, уже реализуемые в магазинах «HOFF»

- компании, которые могут войти в систему «HOFF. HOME»

* - товары, представленные в небольшом количестве



Техническая реализация:

Необходимые действия	Кто это делает?
В системе будет стартовая страница/лэндинг действующего сайта «HOFF». В систему включены производители, у которых сейчас уже есть действующий сайт.	Разработчики
Будет необходима интеграция действующих сайтов компаний друг с другом и со стартовой страницей «HOFF».	
Изменение дизайна всех сайтов под стиль компании «HOFF».	Дизайнер
Создание единого входа для клиентов (единая авторизация). Клиент выполняет вход один раз и путешествует по системе, переходя с одного сайта на другой, даже не замечая этого	Разработчики
Создание единого окна продажи:	Разработчики
- установка единой корзины для покупок	
- единая точка оплаты (прием платежей через свой банк)	
Создание общего контакт-центра путем централизации действующих контакт-центров производителей + обучение сотрудников в соответствии с появлением новых товаров и услуг (единное полное информирование клиента)	Сотрудники компании

Преимущества

Для компании «HOFF»: увеличение прибыли, ассортимента товаров и услуг, выход компании на более высокий уровень, привлечение клиентов не только среднего, но и высокого уровня доходов благодаря индивидуальным услугам (дизайн, клининг, архитектура)

Для покупателей/пользователей: быстрое и удобное удовлетворение потребностей, широта выбора товаров и услуг, привлекательные условия покупки, индивидуальный подход, снижение территориальных барьеров, улучшение качества обслуживания

Для производителей/компаний: увеличение прибыльности, рост числа клиентов, выход на более высокий уровень, исключение неэффективных/недобросовестных посредников

Для компании государства: рост числа МСП, создание новых рабочих мест, рост ВВП, обеспечение технологической и производственной независимости России, стимулирование перехода потребителей на отечественные товары.

Риски

Для покупателей/пользователей: называние товаров и услуг, недостаток ответственности платформы за конечные продукты и услуги, ущемление прав потребителей.

Для производителей/компаний: недобросовестная конкуренция, ограниченный контроль над всей системой со стороны каждого участника

Для государства: снижение конкурентоспособности национальной экономики, риск утраты контроля за использованием данных (персональных и коммерческих).

Риск экосистемы: кибер-риски, технологические риски и риски для безопасности персональных данных клиентов цифровых экосистем и платформ.

Большие инвестиции на этапе запуска и масштабирования

Затраты на создание экосистемы:

Время реализации экосистемы – 6 месяцев (на создание общего сервиса)

Услуга	Стоимость в месяц	Итоговая стоимость за 6 месяцев
Разработчики	200 000 руб./специалист (с учетом современной ситуации и оттоком специалистов, их уровень оплаты труда достаточен высокий)	1 200 000 руб./специалист
10 специалистов на создание сайта «HOFF»		
4 специалиста в каждую компанию-производителя		
Итого 42 разработчика	Итого 8 400 000 в месяц	Итого 50 400 000 рублей
Покупка банковской лицензии	5-5,6 млн (банки, имеющие право открывать валютные счета и входящие в систему страхования вкладов – ССБ)	
Дизайнер сайта	100 000 руб./специалист	600 000 руб./специалист
1 специалист на каждую компанию		Итого 800 000 в месяц
Сотрудники по обучению, работе с персоналом	60 000 руб./специалист	360 000 руб./специалист
10 специалистов	Итого 600 000 в месяц	Итого 3 600 000
ИТОГО:		64 300 000 за 6 месяцев
В стоимость не включается:		
- аренда серверов для работы приложений и сайтов, т.к. все будет строиться на уже существующих и работающих сайтах компаний		
- аренда помещений, т.к. все будет проходить удаленно или на территории существующих магазинов «HOFF»		Или 10 716 666 за 1 месяц

Окупаемость экосистемы:

Для определения сроков окупаемости каждый вид реализуемой в экосистеме услуги был проанализирован системой Яндекс.Wordstat. Рассчитано, что даже если **1% от этого поиска будет осуществлен в виде покупки товара или услуги в экосистеме «HOFF.HOME»**, то это будет следующее количество покупок/операций в месяц.

Поисковый запрос	Показов в месяц	Количество операций в месяц
дизайн квартир	249 745	2497
продажа квартир	2 077 855	20755
уборка квартир	131 600	1319
ремонт квартир	806 730	8067
умный дом	289 834	2898
строительство частного дома	97 092	970
ИТОГО		3 646 600

Если взять общую стоимость одной операции примерно в 100 000 рублей, получается 3 646 600 000 в месяц будет оборот бизнес-экосистемы

За включение в экосистему компании-производители будут выплачивать лидеру экосистемы «HOFF» от 3 до 5% комиссии от объема продаж.

Следовательно, компания «HOFF» будет получать в среднем от **109 398 000 до 182 330 000 рублей в месяц прибыли** от сотрудничества с компаниями экосистемы.

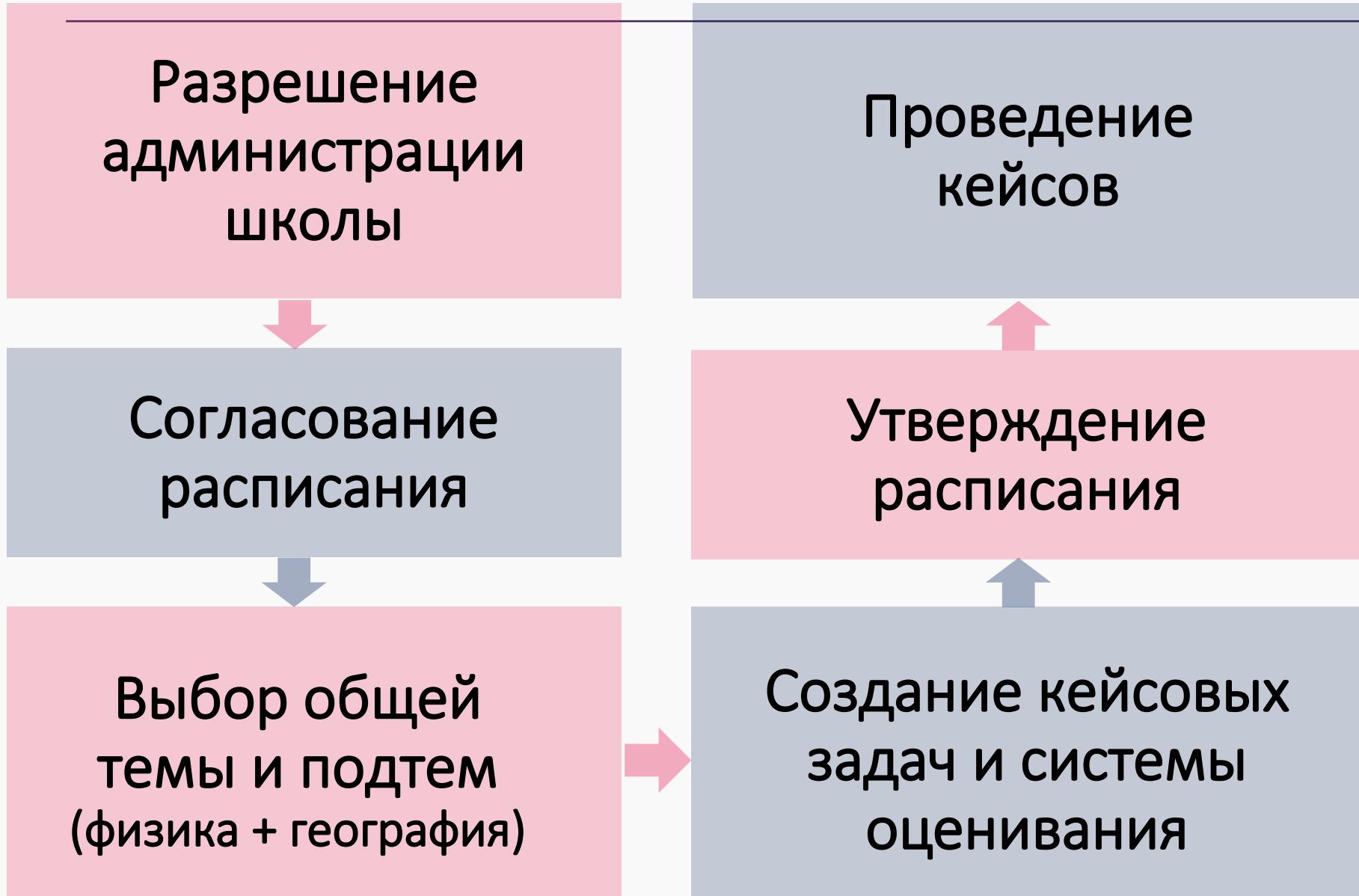
Получается, что **окупаемость бизнес-экосистемы «HOFF.HOME» возможна в первый месяц деятельности экосистемы без учета затрат на поддержание работы экосистемы.**

Прибыльность экосистемы начнется сразу после окупаемости.

Инвестиционная привлекательность:

- территориальная: магазины сети HOFF располагаются во всех крупных городах России

- кадровая: в экосистему приглашены компании, которые пользуются известностью на российском рынке как качественные поставщики товаров и услуг.



1. Нераспространение ядерного оружия

(«Ядерные державы», ДНЯО, позиции стран по отношению к мировым ядерным кризисам XXI века)

2. Строительство АЭС «Аккую» в Турции

(обоснование географического положения станции, её юридическая уникальность, энергетический баланс Турции и задачи на его изменение, экономические и политические преимущества проекта, роль российско-турецкого конфликта 2015-2016 годов, строительство Россией АЭС в других странах)

3. АЭС «Академик Ломоносов»

(обоснование выбора расположения станции, первая плавучая атомная электростанция в США и почему от нее отказались, обоснование в каких отраслях экономики и хозяйства целесообразнее использовать плавучие АЭС, основные риски существования электростанций такого типа)

4. Белоярская АЭС

(обоснование выбора расположения станции, АЭС России и их расположение, преимущества атомных электростанций над электростанциями других типов)

5. Авария на АЭС «Фукусима - 1»

(территория расположения и территория поражения, зависимость территории поражения от времени года, в которое произошла авария)

Первый опыт: «Атомная энергетика»

1 этап: разделение на команды и решение кейсов



Первый опыт: «Атомная энергетика»

Разделение на команды:

- Равное количество географов и физиков
- Ребята не общались между собой ранее
- Сильных географов ставить на сложные кейсы

Первый опыт: «Атомная энергетика»

2 этап: защита кейсов и оценивание учителями



Первый опыт: «Атомная энергетика»

Критерии оценивания:

1. Оценка работы с кейсом

Глубина анализ источников информации

Четкость изложения материала

Логичность изложения

2. Правильность и полнота решения, отсутствие ошибок

Оценка доклада/выступления команды

Грамотная, хорошо поставленная речь

Соблюдение тайминга

Убедительность аргументации при ответе на вопросы

3. Творчество и нестандартный подход к решению кейса

Первый опыт: «Атомная энергетика»

3 этап: сбор обратной связи

1. Понравилась ли тематика?
2. Оценка своего вклада в работу группы
3. Выбор самой лучшей команды
4. Предложение тем

Перечислите плюсы и минусы урока-решения кейсовых задач

26 ответов

+ узнали новый материал, поработали в команде: - мало времени

+:узнала много нового о АЭС и их истории

+:пообщалась с другим классом

-:вопросы после выступлений,не валите так сильно пожалуйста,мы же только учимся(

+Сближение людей , углубление в материал - мало времени

+ работать в команде/ - мало времени на выступления,

+/-довольно непростые темы

Плюсы: развитие навыков работы в команде, умение распределить задачи, улучшение навыков поиска нужной информации

Минус: не хватает времени для полной защиты кейса на уроке, тяжело подбирать объем текста в рамки малого кол-ва времени с учетом скорости чтения/говорения каждого участника группы

Плюсы: новая информация,слаженная работа двух направлений, опыт в работах подобного плана

Минусы :не все серьёзно подошли к выполнению задания

Первый опыт: «Атомная энергетика»

4 этап: итоги

1. Перемудрили
детям было сложно, облегчить задания
2. Продумать систему оценивания
3. Не успевали, сократить количество

Второй опыт: «Тепловая энергетика»

1. Газовая промышленность

(газопровод «Северный поток» и политические конфликты вокруг него, газопровод «Сила Сибири» и преимущества для взаимоотношений России и Китая)

2. ТЭК Свердловской области

(Программа развития электроэнергии Свердловской области, оценка топливных и энергетических запасов региона, почему 60% электростанций Свердловской области работают используя природный газ)

3. Энергетика в автопроме

(определение районов сборки и производства легковых автомобилей зарубежных компаний в России, факторы размещения предприятий, проблемы использования электромобилей в России,)

4. Энергетическая безопасность

(Октябрьская война 1973 года как повод арабским странам-экспортерам нефти впервые в истории применить нефтяное оружие, первый нефтяной шок 1973-1974 гг. , концепция мировой энергетической безопасности)

Третий опыт: «Космос»

1. Международная космическая станция
2. Космодромы
3. Космическое пространство и небесные тела
4. Космический мусор

Кейсы сейчас:

Реализация полноценных кейсов на уроках сейчас вызывает сложности, так как в социально-экономическом профиле нет углубленной географии (1 час неделю).

Где пытаемся реализовать?

- выездные научные смены ;
- частично на уроках и на курсах ВД.

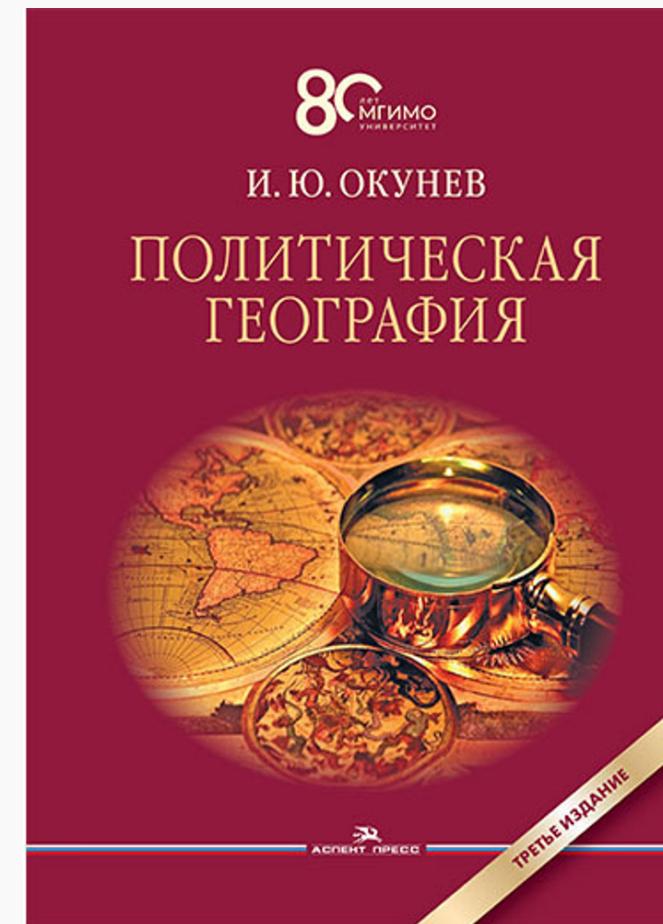
Создание кейсов

1. Читаем:

- новости
- научные статьи
- учебники ВУЗов

2. Создаем основной текст (главный)

3. Придумываем задания



Решение кейсов:

- выполнить 1 любое задание
- придумать 1 задание к кейсу

15 минут