

MODEL ZA POUČEVANJE POSLOVNE ANGLEŠČINE S ŠTUDIJO PRIMERA

Mateja Dostal

Ekonomska fakulteta, Ljubljana

Uvod

Študije primerov (angl. case study), ki jih učitelji obravnavamo in izkušamo, so eden večjih preizkusov za učitelja. Komunikacija, ki spontano nastaja med predstavitvijo, analizo in obravnavo študije primera je do neke mere načrtovana in obvladljiva, po drugi strani pa gre za vsakokratne izzive, kjer je ključen nabor izkušenj, spretnosti in znanj učitelja. Gre za enkratne, neponovljive uprizoritve, ki vedno znova vzniknejo na drugačen in edinstven način. Obravnave študije primera se ponavadi začnejo z zadrego in pogosto končajo z navdušenjem. V prispevku opredelim poslovni primer (angl. business case study) kot študijo primera, ki se nanaša na poslovno tematiko,¹ klasificiram poslovne primere (PP), povzemam izsledke raziskave stališč študentov uporabnikov poslovnih primerov na Ekonomski fakulteti in izpeljem model za učinkovito poučevanje poslovnega angleškega jezika s poslovnimi primeri.

Klasifikacija poslovnih primerov

Poslovni primeri se med seboj razlikujejo po področju, ki ga obravnavajo, po ureditvi besedila, po dolžini, težavnosti ipd. Primeri so lahko zelo kratki (odstavek ali dva), ali pa izredno dolgi (20-30 strani) in če sklepamo po tekmovanju za najboljši poslovni primer leta (Zaman, 2002: 5), najboljši primeri ne obsegajo več kot 12 strani besedila in 10 strani prilog.

Heath (Heath, 1998: 87) opiše šest različnih vrst poslovnih primerov (naključje, primer z ozadjem, vadbeni primer, situacijski primer, kompleksni primer in primer z odločitvijo), za katere bi lahko rekli, da se med seboj razlikujejo po dramatizaciji.

Romm in Mahler (Romm, Mahler, 1991: 259) ponujata razlikovanje med medosebnimi primeri (angl. interpersonal), kjer se študija primera osredotoča na razmerja (vodenje, reševanje konfliktov, ipd.) in nemedosebnimi (angl. non-interpersonal), ki se osredotočajo na vsebino tematike (obvladovanje krize, financ, idr.).

Primeri se lahko razlikujejo tudi glede centra pozornosti (Christensen et al, 1991: 141) in se osredotočajo na analizo, odločanje ali na izvedbo (klasična harvardska študija primera).

Posebno vrsto primera uporablja Argyris (Argyris, 1982: 296), pri katerem gre za nekatere karakteristike klasičnih primerov, kjer pa se v fazi obravnave zahteva od udeležencev, da z igro vlog v neposredni situaciji primer predstavijo in razpravljajo s kolegi o tem, kako naj bi se njihove predlagane rešitve vpeljale. Številni izvajalci so razvili vrsto primera, ki je podoben Argyrisovemu, ki je izpeljan iz situacije, ne temelji pa na teoriji učenja, ki bi bila osnova za obravnavo primera.

Literatura (Burgoyne in Mumford, 2001; Heath, 1998; Mumford, 1995; idr.) navaja tudi razliko med živimi in mrtvimi primeri t.j. primeri v prvi ali tretji osebi. Razlikujejo se po tem, ali udeleženci v razpravo (ustno ali pisno) prenesejo situacijo, ki jo sami trenutno doživljajo, ali pa izhajajo iz primerov, ki jim jih predstavi izvajalec.

Nadaljnja razlika, opisana v literaturi je, da posamezniki proučujejo primere, ki so vzeti iz njihove lastne resničnosti, morda napisani prav za njihovo podjetje (Crainer in Dearlove, 1998; Ewing, 1990; Klein, 2001; Mailick 1998; idr.), ali pa delajo na primerih s popolnoma drugega, oddaljenega področja (Barnes et al, 1994; Christensen et al, 1991; Mauffette-Leenders in Erskine, 2001; idr.).

Nekateri primeri so zelo pregledni, obstajajo pa tudi primeri, kjer zaradi preobilice nepomembnih in/ ali pomanjkanja pomembnih podatkov, bralec na prvi pogled ne more razbrati, kateri podatki so ključni in kako bi problem lahko rešil. Prav v tem pa se skriva eden osnovnih ciljev metode primera², ki je približati študentom situacije, s kakršnimi se bodo pogosto srečevali v poklicnem življenju. Tudi menedžer namreč nikoli ne razpolaga z vsemi podatki, ki bi jih potreboval za najboljšo rešitev, zato jih mora poiskati sam in se odločiti, kako bo ukrepal, svojo odločitev pa ustrezno argumentirati.

Z vidika zahtevnosti so običajno najkrajši primeri najbolj preprosti. Takšen je vadbeni poslovni primer, v katerem je podatke za možno rešitev mogoče razbrati iz kratkega opisa situacije (npr. izračun neto sedanje vrednosti, točke preloma in podobno).

Pri pouku poslovnega angleškega jezika na Ekonomski fakulteti v Ljubljani gre v prvi vrsti za poslovne primere z ozadjem, situacijske primere

in primere z odločitvijo (Cotton, 2006). To so krajši poslovni primeri (2 strani), ki so tako medosebni kot nemedosebni, center pozornosti pa je enkrat na analizi, drugič na odločanju, a vedno na izvedbi (pisanje besedilnih vzorcev po obravnavi poslovnega primera, npr. zapisnik sestanka, delovni dokument, izjava za javnost ipd.). Razprava poteka na najrazličnejše načine (kot simulacija pogajanj, igra vlog, brainstorming, idr.)

Za vse udeležence obravnave poslovnega primera je priložnosti za komuniciranje obilo, to pa je za velike skupine študentov (okrog 40) redka priložnost in izziv, da spregovorijo in se preizkusijo v jeziku stroke v poslovni angleščini. Obravnava poslovnega primera je osredotočena tako na vsebino besedila določenega primera, kjer gre za strokovne cilje ekonomske stroke, kot tudi na potek obravnave, kjer pa gre za komunikacijske cilje jezikovne stroke. Tu nastajajo pisana in govorjena besedila (*slika 1*).

Slika 1: Besedilni vzorec: delovni dokument (nelektoriran [Dostal, 2004])

MEMO

To: John Williams, director of the Zumo company
 From: Tina Leskovek, Marketing Manager for Zumospa
 Date: 2.1.2003
 Subject: Ideas how to launch Zumo to Japan

Key ideas:

1. NAME

Zumo does not need a new name, because it sounds oriental and it is not hard to pronounce for Japanese.

2. CAN

- we keep the can
- we redesign the can

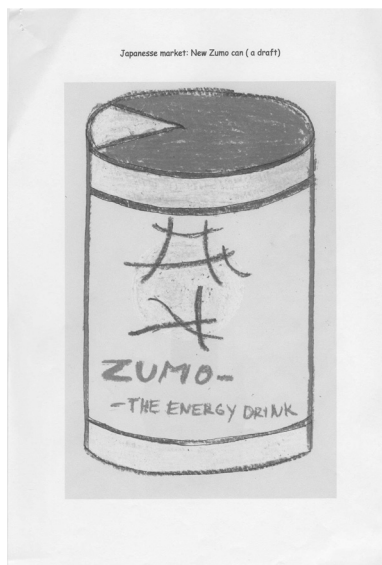
3. COLOURS

The most popular drink in Japan is Green Tea and that is why our advice is to add green colour to red and yellow, the main Zumo colours. With that change, we would like Japanese customers to associate on Green Tea. Red and yellow are symbolizing the sun, and according to the fact, that Japan is called "The country of a rising sun" those two colours also seem appropriate.

4. LOGO

We suggest adapting the logo to the Japanese culture. The best idea was using the well-known circle from Japanese national flag in yellow colour (see the attachment). For Japanese market is necessary to translate "The energy drink" line, that is a part of a logo, to Japanese language.

Attachment: "osnutek"



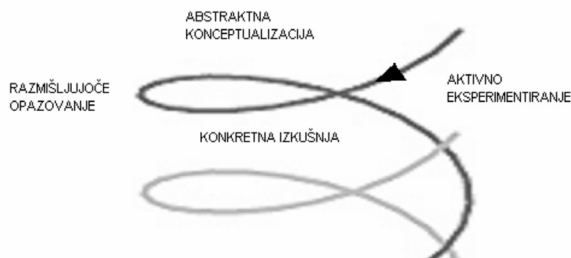
Poslovni primeri so jezikovne komunikacijske priložnosti s komunikacijskimi cilji vsebine in obravnave PP in hkrati strokovne priložnosti s strokovno vsebinsko obravnavo PP.

Raziskava

Raziskava izhaja iz vprašanja, kako čim bolj učinkovito poučevati tuji jezik stroke z metodo primera, ki jo poslovne fakultete po svetu že tradicionalno uporabljajo za izobraževanje bodočih menedžerjev. Utemeljujejo jo kot primarno metodo poučevanja in učenja stroke. Raziskave jo potrjujejo kot učinkovito, a zgolj s strani učiteljev ekonomskih in poslovnih strokovnih predmetov oz. izvajalcev PP. Stališča študentov niso poznana, raziskave celo kažejo (Burgoyne in Mumford, 2001), da izvajalci poslovnih primerov nimajo nikakršnega vpogleda v njihovo konkretno izkušnjo.

Pristop k znanstvenemu raziskovanju je temeljil predvsem na proučitvi teoretičnih osnov izkustvenega učenja in Kolbovega kroga izkustvenega učenja (*slika 2*), prejšnjih raziskav (Burgoyne in Mumford, 2001) in osebne izkušnje z obravnavo PP.

Slika 2: Krog izkustvenega učenja. Kolb, 1984: 42



Namen raziskave o učinkovitosti poučevanja poslovnega angleškega jezika s PP je bil proučiti stališča študentov uporabnikov (izvajalcev oz. moderatorjev in udeležencev oz. nemoderatorjev) PP na Ekonomski fakulteti v Ljubljani, ki PP obravnavajo pri predmetu poslovnega angleškega jezika in drugih strokovnih predmetih in ugotoviti ali/ kako intenzivnost izkušnje oz. izpostavljenost poslovnemu primeru vpliva na globino njihove konkretne izkušnje z obravnavo PP (četrtá Kolbova faza³).

Za izbrani teoretični okvir raziskave (proučitev učinkovitosti PP) in postopek raziskovanja (anketna raziskava) je bil uporabljen raziskovalni instrument za zbiranje podatkov, ki zagotavlja zanesljivost in veljavnost (anketni vprašalnik). V skladu z izbranim pogledom na teorije učenja je bil ciljni predmet poučevanja konkretna izkušnja študentov uporabnikov o zanimivosti in uporab-

nosti PP, koristnosti PP za znanje, spretnosti in prenos izkušenj, dejanskem in želenem vzorcu komuniciranja med obravnavo PP in možnih transferjih.

Anketni vprašalnik obsega pet sklopov: prvi sklop sprašuje po splošnih podatkih anketirancev (spolu, oceni angleškega jezika na maturi, oceni angleškega jezika na Ekonomski fakulteti in stik s poslovnim angleškim jezikom); drugi sklop obravnava prednosti in slabosti metode primera, kjer se za podane trditve meri stopnja strinjanja oz. nestrinjanja s trditvijo; tretji sklop se osredotoča na konkretno izkušnjo z obravnavo PP pri predmetu poslovnega angleškega jezika na Ekonomski fakulteti; četrti sklop obravnava konkretno izkušnjo z obravnavo PP pri ostalih strokovnih predmetih na Ekonomski fakulteti; peti sklop proučuje transferno vrednost in transferne potenciale znanja, spretnosti in izkušenj s PP.⁴

Po pilotni anketni raziskavi, kjer je bila uporabljena tudi metoda znanstvenega razgovora z respondenti, so bile izbrane kvantitativne in kvalitativne metode za analizo podatkov (statistično obdelavo podatkov in statistično sklepanje ter analizo vsebine). Empirična raziskava je zaokrožena s kritično primerjavo in sintezo rezultatov.

V namerni vzorec je bilo z osebnim anketiranjem zajetih 100 od 457 registriranih študentov tretjega letnika univerzitetne smeri pri predmetu poslovnega angleškega jezika (študentje uporabniki PP). V namerni vzorec so bili zajeti respondenti iste starostne skupine z isto stopnjo izobrazbe, vendar z različnim statusom moderatorja oz. nemoderatorja, različnostjo po spolu, različnimi ocenami maturitetnega znanja angleškega jezika, različno oceno znanja poslovne angleščine na fakulteti in različno stopnjo izpostavljenosti poslovni in strokovni angleščini.⁵

Kvantitativna analiza z anketno raziskavo zbranih podatkov je bila opravljena s pomočjo statističnega paketa SPSS 11.0 v okolju MS Windows⁶, odgovori na odprta vprašanja pa so bili obdelani kvalitativno z analizo vsebine.

Analiza rezultatov

Z analizo vsebine je bilo ugotovljeno, da obravnava PP z uravnoteženim pristopom in upoštevanjem Kolbovega modela v vsaki izmed faz metode primera moderatorjem in nemoderatorjem predstavlja priložnosti za usvajanje znanja, spretnosti in izkušenj in omogoča učinkovito učenje. Študentje uporabniki (moderatorji in nemoderatorji) menijo, da gre pri obravnavi PP tako za pridobivanje in utrjevanje jezikovnega kot tudi strokovnega znanja, spretnosti in vpogleda. Obravnava PP študentom uporabnikom omogočajo usvajati in razvijati znanja in spretnosti za namene

ekonomskih in poslovnih ved kot tudi znanja in spretnosti za namen učinkovitega komuniciranja v poslovnem angleškem jeziku.

Analiza vsebine je potrdila pozitivne transferje obravnave PP pri poslovnih angleščini predvsem z ostalih strokovnih predmetov na poslovno angleščino; poleg vertikalnih gre tudi za horizontalne transferje, poleg splošnih še za specifične in vsebinske.

Proučitev stališč študentov uporabnikov je pokazala, katere so prednosti in slabosti metode primera in kakšno mesto predstavlja obravnava PP pri predmetu poslovnega angleškega jezika in ostalih strokovnih predmetih. Največjo prednost obravnave PP uporabniki vidijo v izpostavljenosti strokovnemu jeziku, t.j. jeziku v rabi, kjer navajajo uporabljanje strokovnega besedišča v situaciji kot pogoj za obvladovanje določene strokovne teme in reševanje problema. Pomembna prednost je tudi delovno vzdušje, kjer navajajo sproščenost, odprt odnos z učiteljem in možnost za izmenjavo mnenj kot najbolj pomembne prednosti PP. Pomembna je ustrezna in zanimiva tematika, kjer kot glavna atributa poudarjajo kratkost in praktičnost PP. Zanimivo je, da je velika prednost tudi samostojnost in prosta izbira pri predstavitvi PP, ki ju navajajo skupaj z dobro opredeljenimi navodili učitelja. Glavna slabost obravnave PP je nemotiviranost udeležencev, kot vzrok pa navajajo utrujenost in preobremenjenost. Študentje uporabniki transferne možnosti vidijo predvsem v poglobljanju in intenziviranju izkušenj z vodenjem skupine.

Menijo, da bi veljalo omejiti dolžino in količino PP, nameniti več pozornost PP iz poslovne prakse, ki jim je kot uporabnikom blizu, predvsem pa jih vzpodbujati k čim večji samostojnosti pri predstavljanju in analiziranju PP ter hkrati povečati vlogo samostojnosti v skupini, nadaljevati z delom v manjših skupinah, uvajati in uporabljati raznovrstno IT tehnologijo in orodja, nameniti PP več časa za razpravo, povečati interaktivnost, uvajati raznolike pisne vzorce in nagraditi predstavitve in sodelovanje.

Raziskava je potrdila izjemno vlogo konkretne izkušnje in globine te izkušnje, ki se jasno odrazi v sami motiviranosti in odločitvi za vlogo moderatorja PP pri pouku poslovnega angleškega jezika; ta je odvisna predvsem od jezikovne uspešnosti v preteklosti in stika z jezikom v sedanjosti. Najodločilnejšo vlogo pri odločitvi za predstavitev PP predstavlja izpopolnjevanje v tujini.

Izhajajoč iz načel metode primera in izkustvenega učenja ter načel komunikacijske metodologije poučevanja tujega jezika,⁷ je bilo na podlagi ugotovitev empirične raziskave moč razviti aplikativni model za učinkovito poučevanje in učenja poslovnega angleškega jezika s PP, ki uporabnikom omogočajo usvajati in razvijati znanja in spretnosti za namene

ekonomskih in poslovnih ved kot tudi znanja in spretnosti za namen učinkovitega poslovnega komuniciranja v angleškem jeziku.

Model za učinkovito poučevanje in učenje poslovnega angleškega jezika s poslovnim primerom

Pri izkustvenem učenju, metodi primera in komunikacijskem pristopu kot strategiji za poučevanje tujega jezika je potrebno izhajati iz glavnih postavk in posameznih faz izkustvenega kroga učenja, t.j. konkretne izkušnje, razmišljujočega opazovanja, abstraktne konceptualizacije in aktivnega eksperimentiranja, pri tem pa upoštevati njihovo kompleksnost.

Stalno upoštevanje konceptov je grafično ponazorjeno z modelom (*slika 3*), kjer so navedene ključne lastnosti in sestavine poučevanja poslovne angleščine s poslovnimi primeri. V modelu trodelni in štiridelni grafikoni prikazujeta večplastnost modela za ključne vidike, ostali pa so del situacije, ki jo načrtuje vsak učitelj sam, kar omogoča tudi sprotne in drugačni priložnosti primerne prereze modela. V modelu je prav za takšne priložnosti uporabljen prazen prostor.

Model je ciklični in se spiralno prepleta z najpomembnejšimi značilnostmi obravnave poslovnega primera. Je večdimenzionalen, dinamičen in prilagodljiv, saj zmore v svoji verigi zajeti tudi značilnosti in posebnosti, ki tu niso navedene, saj gre pri izkustvenem učenju za zelo kompleksne in subjektivne dejavnike.

V središču modela je moderator (učitelj ali kombinacija učitelja in študentov), ki načrtuje in moderira obravnavo PP. Ob straneh modela, ki se nadaljuje in nadgrajuje, so nemoderatorji, t.j. udeleženci obravnave PP. Moderator glede na posamične stopnje PP (predstavitev, analizo ali razpravo), motiviranost udeležencev (integrativno, instrumentalno in notranjo ter zunanjo motivacijo), jezikovno okolje (temo) in komunikacijske sposobnosti (jezikovne, sporočanje, sporočanje-strateške in kulturna uzaveščenost) načrtuje in izbira komunikacijsko strategijo za omogočanje izkustvenega učenja upoštevajoč cilje, okoliščine, organizacijo in vplivanje posamezne učne izkušnje.

Poslovni primer v modelu služi kot spodbujevalec motiviranja (model PPZZ, Marentič, 2000: 189), kar omogoča vertikalne, horizontalne, vsebinske in proceduralne transferje znanja, spretnosti in vpogleda. Proces učenja poslovnega angleškega jezika s poslovnimi primeri je ciklični zaradi temeljnih značilnosti izkustvenega učenja in metode primera. Poteka po principu spiralnega vgrajevanja, kjer je cilj strateško strokovno-jezikovno znanje, spretnosti in vpogled.

Slika 3: Model poučevanja poslovnega angleškega jezika s poslovnimi primeri



nemoderator	moderator			nemoderator
IZKUSTVENO UČENJE	konkretna izkušnja	razmišljujoče opazovanje	abstraktna konceptualizacija	aktivno eksperimentiranje
NAČRTOVANJE	cilji	okoliščine	organizacija	vplivanje
SPOSOBNOSTI	jezikovne	sporočanje	sporočanje-strateške	kulturna uza-veščenost
MOTIVACIJA	integrativna	instrumentalna	notranja	zunanja
PPZZ MODEL MOTIVIRANJA	pozornost	pomembnost	zaupanje	zadovoljstvo
TRANSFER	vertikalni	horizontalni	vsebinski	proceduralni
...				

UČENJE	znanje	spretnost	vpogled
ZNANJE	deklerativno	proceduralno	strateško
JEZIKOVNO OKOLJE	tema	komunikacijska strategija	komunikacijska sposobnost
OBRAVNAVA ŠTUDIJE PRIMERA	predstavitev	analiza	razprava
MOTIVACIJA	globalna	situacijska	dejavnostna
...			

Aplikacija modela

Med obravnavo poslovnega primera potekajo 3 temeljne faze, t.j. predstavitev, analiza in razprava.

S teoretičnimi izhodišči in izsledki raziskave je bilo moč izoblikovati model za obravnavo poslovnega primera, ki študentom omogoči intenzivnejšo izkušnjo, t.j. model, kjer izvedbo (vsaj) prve faze obravnave PP

t.j. predstavitve poslovnega primera, prevzamejo študentje moderatorji. To je zagotovo tvegano, a za samo udejanjanje kasnejših faz izkustvenega učenja ključnega pomena. Predstavitev primera pri klasičnem primeru temelji na resničnem primeru, za katerega v praksi že obstaja rešitev, ki pa bi jo lahko udeleženci doživljajo kot edino možno. Obstoj ene same rešitve poleg že omenjene predstavlja tudi nevarnost, da med analizo in razpravo o možnih rešitvah skupina ne bo izpolnila komunikacijskega cilja, t.j. ubeseditev možnih rešitev v jeziku stroke v poslovni angleščini.

Za obravnavo primera je ključnega pomena identifikacija s primerom, zato naj izbira PP ustreza zastavljenemu jezikovnemu cilju, jezikovnemu predznanju, izkušnosti udeležencev ter poslovnemu okolju udeležencev. Poleg izbire primera je za identifikacijo s PP najbolj pomembno, kako je primer predstavljen. Vsaka, še tako majhna podrobnost udeležencem pomaga, da se laže vživijo v svojo vlogo, t.j. vlogo menedžerja, ki rešuje problem. Posamezne priloge (npr. bilanca stanja, izkaz uspeha idr.) so pri predstavitvi primera dobrodošle, pogosto pa celo nujne, saj brez teh podrobnosti primer ni razumljiv, ali pa bi o njem lahko razpravljali samo na splošno.

Študentje se samostojno odločijo, katerega od pripravljenih poslovnih primerov bodo predstavili, nato pa sami sestavijo projektno skupino. Prednost tega, da PP predstavijo študentje, ne pa morda učitelj, je tudi, ali pa najbolj, v identifikaciji, raznolikosti interpretacij in pristopov, uporabe virov in IT, kar v nadaljevanju vpliva na raznovrstnost načinov analize in vodenja razprave. Študentje v času, ki ga imajo za predstavitev, vsak s svojo aktualizacijo primera udeležencem omogočijo, da se med analizo in razpravo bolje vživijo v problematiko in odigrajo svoje vloge⁸. Identifikacija s primerom tako dobiva vsakič sveže razsežnosti.

Skupaj s simulacijo ta faza omogoča konkretno izkušnjo tako za moderatorje (*slika 4*), kot tudi za nemoderatorje.

Slika 4: Besedilna vzorca (nelektorirana [konkretna izkušnja moderatorjev (zgoraj) in nemoderatorja (spodaj). Dostal, 2004])

Česa smo se naučili pri tem in kako bi ga izboljšali?

Case study je prav gotovo zanimiva oblika ocenjevanja predstavitvenih sposobnosti in znanja angleškega jezika. Pri predstavitvi smo dobili nekaj izkušenj, ki nam bodo gotovo v pomoč pri morebitnih naslednjih predstavitvah.

Videli smo, da je težko pridobiti zanimanje študentov za neko temo in še težje jih pripraviti do dela. Vendar pa se to da doseči v veliki meri s tem, da je predstavitev kratka in kar se da zanimiva, hkrati pa se poudarja delo študentov.

Študentom smo poskušali dati kar najbolj jasna navodila za delo, kar nam je tudi v precejšnji meri uspelo. Manjše težave so se pokazale, ko je zanimanje študentov nekoliko padlo, saj se je bližal konec predavanja. Iz tega smo se naučili, da mora biti zaključek zelo kratek in jedrnat, kar bi lahko bilo v pomoč vsem naslednjim voditeljem.

Čeprav smo se ob svojem prvem tovrstnem vodenju kar dobro odrezali, smo veliko pridobili iz svojih napak, na kar bomo pozorni v prihodnje. Namreč vsak se največ nauči iz svojih napak, kar pa je možno le z vajo in izkušnjami.

Case study je zelo uporaben in mislim, da je študentom zelo dobro dati možnost, da pridobijo take izkušnje, ki jim bodo velikokrat prišle prav. Edina stvar, ki bi jo lahko izboljšali je zanimanje za vodenje Case studija. Namreč pravilno je, da ni obvezen, saj se že s tem spremeni odnos študentov do njega, po drugi strani pa bi morali vzbujati večje zanimanje zanj, saj je koristen za pridobivanje tovrstnih izkušenj.

Tomaž,
Jure in
Borut

So what have I learned?

Personally I perceived those written assignments as a great way to improve our writing skills. And what is even better – on cases, simulating a real situation. Some case studies were more some were less interesting. But that is beside the point as I have gained something from each and every one. In addition to improving my writing ability I have also brushed up on my grammar. And that will be extremely valuable to us, especially when we get a job.

And then: Why was it worth for me to hand the assignments in as we went along?

Because we tend to forget things that are done in a hurry. And by handling in the written assignments promptly I had more than enough time to memorise the basic rules of writing a letter, e-mail, press releases.... Consequently I am one step closer to my goal, the CEIBT certificate.

Jaka Japelj

Analiza primera temelji na dejstvih. Pred predstavitvijo PP je za nemoderatorje individualna, za moderatorje individualna in skupinska, po predstavitvi pa skupinska. Moderator ponudi udeležencem izhodišča, ki jih vzpodbudijo k iskanju temeljnih dejstev in osnovnih problemov v obravnavanem primeru. Zaradi nevarnosti različnih interpretacij dejstev, se je pri skupinski analizi problema potrebno poenotiti pri identificiranju osnovnih problemov.

V razredu za to fazo poskrbijo študentje skupaj z učiteljem. Študentje v fazi predstavitve ponudijo udeležencem izhodišča, učitelj moderator pa v tej fazi organizira delo v skupini tako, da bo v nadaljevanju razprava čim bolj učinkovita. Tu učitelj pomaga pri izhodiščih in ključnih vprašanjih, ko je to potrebno, pogosto pa študentje moderatorji poskrbijo tudi za to, saj so v projektnih skupinah že analizirali problem, ki ga kasneje v fazi analize v skupinah začrtajo in nakažejo možnosti, predvsem pa spodbudijo k reševanju in rešitvi.

Razprava o primeru je sklepna faza obravnave primera. Faza razprave je izjemno pomembna, saj usposablja za spretnost argumentiranega razpravljanja in reševanja problemov. Ker več skupin razpravlja samostojno, učitelj moderator poda jasna navodila za delo v manjših skupinah študentov (za sestanek, pogajanja, brainstorming, idr.) in kasneje vodi skupno plenarno razpravo. Udeležence časovno omeji in poskrbi za ureničevanje komunikacijskih ciljev obravnave poslovnega primera tako, da kroži med skupinami udeležencev in spremlja, kako poteka delo, da bo med plenarno razpravo v vlogi moderatorja lahko lažje povezoval posamezne skupine. Poskuša na primeren način izzvati razmišljanje udeležencev, spodbuditi izpovedovanje lastnih izkušenj, mnenj in prepričanj, omogočiti, da se znanje in osebne izkušnje udeležencev s transferji lahko prenašajo na ostale udeležence v skupini in poskrbeti, da se tako izražene informacije povežejo v celovit sistem.

Namen obravnave PP je doseči dogovorjeni cilj skupinskega dela, pri tem pa učitelj moderator lajša in pospešuje delo v skupini in ustvarja komunikacijsko okolje, v katerem lahko vsakdo izrazi svoje mnenje ob spoštovanju mnenja drugih. Dogajanje poveže s cilji strokovne in jezikovne obravnave ter ovrednoti, kaj je bilo dobro in kaj bi kazalo še izboljšati.

Zaključek

Poučevanje poslovne angleščine je zaradi svoje specifičnosti vezano na širše poslovno in strokovno okolje, ki lahko ob pravilnem izkoristku potencialov in mnogovrstnih transferjev omogoči zelo dobro osnovo za boljšo izpostavljenost jezikovnim in strokovnim izkušnjam. Pri obravnavi po-

slovnega primera je cilj učne enote komunikacijska naloga ali spretnost, ki jo študent uporabnik stopnjuje glede na njeno kognitivno in ne glede na jezikovno zahtevnost. Model za učinkovito poučevanje in učenje poslovnega angleškega jezika temelji na ugotovitvi, da obravnava poslovnega primera omogoča celostni učni kontekst za pouk poslovnega tujega jezika in avtentični jezikovni kontekst, v okviru katerega se lahko razvija jezik. Uporabnikom omogoča, da ustvarjajo svoja lastna besedila (govorjene in pisane besedilne vzorce), ki so nasledek praktične dejavnosti, ter jih spodbuja, da tvegajo pri rabi jezika in poiščejo načine, s katerimi bodo res lahko izrazili to, kar želijo. Omogoča bogat jezikovni vnos in visoko motivacijski kontekst, ter spodbuja k uspehu na individualni kognitivni in jezikovni ravni.

Opombe

- [1] Opis specifične situacije v podjetju, ki ga študentje proučijo in analizirajo, kaj se je zgodilo, skupaj z učiteljem in kolegi predstavijo situacijo, zagovarjajo stališča in v paru, manjših skupinah ali na plenarnem srečanju razpravljajo o možnih rešitvah.
- [2] Metoda primera je uporaba primera v vzgojno-izobraževalne namene, kjer obravnava poteka po treh osnovnih fazah: predstavitev, analiza in razprava (Mijoč, 1997: 12).
- [3] V *prvi fazi obravnave* študentje dobijo PP, pregled, komentar in analizo podatkov, predstavljenih v njem. Gre za Kolbovo fazo razmišljujočega opazovanja (RO). V *drugi fazi* študentje primer proučijo (kaj se je zgodilo, zakaj se je zgodilo, kakšne so možne rešitve za katerikoli identificirani problem). V tej fazi študentje prepoznajo, v čem je bistvo primera. Lahko se jih vzpodbudi k posplošitvam oz. zaključku o povezavi PP z drugimi situacijami, s katerimi se soočajo. Ta vidik se ujema s fazo, ki jo Kolb opisuje kot fazo abstraktne konceptualizacije (AK). Kolbova *tretja faza* aktivnega eksperimentiranja (AE), je faza, v kateri se preverjajo mnenja, pripombe, komentarji in zaključki, ki služijo kot osnova za oblikovanje novih izkušenj. Lahko pričakujemo, da metoda primera omogoči tudi to fazo, saj se skozi vrsto PP, učenje z enega primera tako proces kot tudi vsebina preneseta na analizo in razpravo o PP, ki sledita. Na daljši rok se konkretna izkušnja s študije primera lahko prenese na delovno situacijo. Vsebina in obravnava PP sama po sebi še ne omogočata *četrte faze* t.i. faze konkretne izkušnje (KI). Pričakovati je, da se bodo študentove prejšnje izkušnje prenašale na fazi razmišljujočega opazovanja in abstraktne konceptualizacije kot nekakšne že uporabljene konkretne in dragocene izkušnje. Z metodo opazovanja je bilo ugotovljeno, da bi učitelj s svojim delom lahko omogočil večjo intenzivnost oz. globino konkretne izkušnje in s tem neprestano prehajanje skozi vse štiri

stopnje Kolbovega kroga.

- [4] Za zaprta vprašanja je bila poleg nominalne uporabljena petstopenjska Likertova lestvica, odprta vprašanja pa omogočajo proste odgovore.
- [5] Večina anketirancev je moderatorjev (75%), ostali so nemoderatorji. Anketiranci so večinoma ženskega spola (60%). Zanimivo je, da je med moderatorji 57% žensk, kar je manj od povprečja celotnega vzorca, med nemoderatorji pa kar 68% žensk. Večina anketirancev ima prav dobro in dobro predznanje angleškega jezika na maturitetni stopnji, dobra petina anketirancev (21%) pa ima odlično predznanje splošnega angleškega jezika na maturitetni stopnji z oceno 5. Med moderatorji je manj od povprečja študentov z oceno 6 (53,3%), več z oceno 7 (30,7%), več z oceno 8 ali 9 (14,7%) in več z oceno 10 (1,3). Čeprav so nemoderatorji dosegli na maturitetni ravni višje ocene od povprečja celotne skupine anketirancev, so na fakultetni ravni v povprečju dosegli nižje ocene od povprečnih. Velika večina študentov nima nikakršnega stika s poslovno angleščino poleg angleščine na fakulteti (70%), ostali pa poslovno sodelujejo s tujci (14%), se študijsko izpopolnjujejo v tujini (12%) ali pa obiskujejo tečaj poslovne angleščine na jezikovni šoli (4%). Pri primerjavi moderatorjev in nemoderatorjev izstopa podatek, da se nihče od nemoderatorjev ni študijsko izpopolnjeval v tujini. Pri obeh skupinah se jih 4% izpopolnjuje na tečaju poslovne angleščine na jezikovni šoli, med nemoderatorji jih kar 24% poslovno sodeluje s tujci, med moderatorji pa le 10,7%.
- [6] Preizkus hipoteze se je nanašal na to ali spol in pretekle izkušnje z ang. j. (uspešnost v preteklosti, stik z jezikom in status moderatorja PP) vplivajo na stališča uporabnikov PP. Za vsako stališče je bil na vzorcu izveden T-preizkus domneve o razliki med dvema aritmetičnima sredinama za neodvisna vzorca (preizkus skupin) in meje intervala zaupanja za razliko aritmetičnih sredin pri predpostavki enakosti oz. neenakosti varianc ob upoštevanju stopnje značilnosti) ali neodvisna spremenljivka vpliva na mnenje anketirancev. Kjer je bila točna stopnja značilnosti $P \leq 0,05$, je bil sprejet sklep, da izbrana spremenljivka vpliva na strinjanje z izbrano trditvijo.
- [7] PP so priložnost za dolgoročno razvijanje vseh naštetih sposobnosti, saj je jezikovni pouk poslovne angleščine osredotočen na raznovrstne poslovne teme (obvladovanje krize, mednarodno trženje, maloprodaja idr.). Tema določa izbor besedišča in učno situacijo (Nunan & Lamb, 1996), situacija pa določa jezikovne oblike in strukture, s katerimi izrazimo jezikovne funkcije, ki so kratkoročni cilj (iskanje informacij, informiranje, primerjanje, urejanje, razvrščanje, analiza, sklepanje, utemeljevanje in prepričevanje, reševanje problemov, sinteza, evalvacija) za doseganje dolgoročnih ciljev, t.j. uporabljati jezik za izpeljavo komunikacijskih nalog. Med jezikovno funkcijo in temo je povezava, ki omogoči, da študent lažje generalizira. Tako se dolgoročni cilji (komunikacijska sposobnost), uresničuje z doseganjem kratkoročnih, operativnih ciljev (izražanje jezikovnih funkcij), kjer komunikacijska strategija nastopa v vlogi pospeševalnika truda in pospeševalnika aktivnosti za doseganje ciljev.

- [8] Študentje PP predstavijo v prvi osebi (npr. naše podjetje, mi, naš problem, ipd.), spremenijo ime podjetja, izdelajo logotip podjetja, priponke z imenom in funkcijo posameznega člana, oblečeni so kot predstavniki podjetja; iz namišljenega podjetja se s posnetkom, ki so ga posneli, javljajo s tiskovne konference; posnamejo kratke filme v podporo razpravi; ipd.

Literatura

- Argyris Chris (1982). *Reasoning, learning and action*. San Francisco, CA Jossey-Bass.
- Barnes Louis, Christensen Carl Roland in Hansen, Abby J. (1994). *Teaching and the Case Method. Instructors Guide*. Boston: Harvard Business School Press.
- Burgoyne John, Mumford Alan (2001). *Learning from the Case Method*. Cranfield: European Case Clearing House.
- Christensen Carl Roland, Garvin David A., Sweet Ann (1991). *Education for Judgement: The Artistry of Discussion Leadership*. Boston: Harvard Business School Press.
- Cotton David, Falvey David, Kent Simon (2006). *New Market Leader; Upper-Intermediate Business English*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Crainger Stuart, Dearlove Dez (1998). *Gravy Training: Inside the World's Top Business Schools*. Oxford: Capstone.
- Dostal Mateja (2004). Učinkovitost poučevanja poslovnega angleškega jezika s poslovnimi primeri [magistrsko delo in predstavitev]. Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta.
- Ewing David W. (1990). Inside the Harvard Business School, *New York, Times Books*.
- Heath John (1998). *Teaching and Writing Case Studies: a Practical Guide*. Bedford: European Case Clearing House.
- Klein Hans E. (2001). *Interactive Teaching and Learning: Case Method and Other Techniques*. Omni Press: Madison.
- Kolb David A. (1984). *Experiential Learning*. New Jersey: Prentice Hall.
- Mailick Sidney, Stumpf Stephen A. (1998). *Learning Theory in the Practice of Management Development: Evolution and Applications*. Westport: Quorum Books.
- Marentič-Požarnik Barica (2000). *Psihologija učenja in pouka*. Ljubljana: DZS.
- Mauffette-Leenders Louise A., Erskine James A. (2001). *Learning with Cases*. Ivey, University of Western Ontario: Richard Ivey School of Business.
- Mijoč Nena (1997). Metoda primera in njena uporaba v izobraževanju odraslih. *Vzgoja in izobraževanje*, str. 9-14.
- Mumford Alan (1995). *Learning at the Top*, London: Mc-Graw-Hill Book Company.
- Nunan David, Lamb Clarice (1996). *The Self-directed Teacher*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Romm Celia T., Mahler Walter R (1991). Case Study Challenge - a New Approach to an Old Method. *Management, Education and Development*, 22, 4, str. 257-273.
- Zaman, Maja (2002). Poslovni študijski primeri. *Mentor*. Ljubljana: Pedagoški center Ekonomske fakultete.