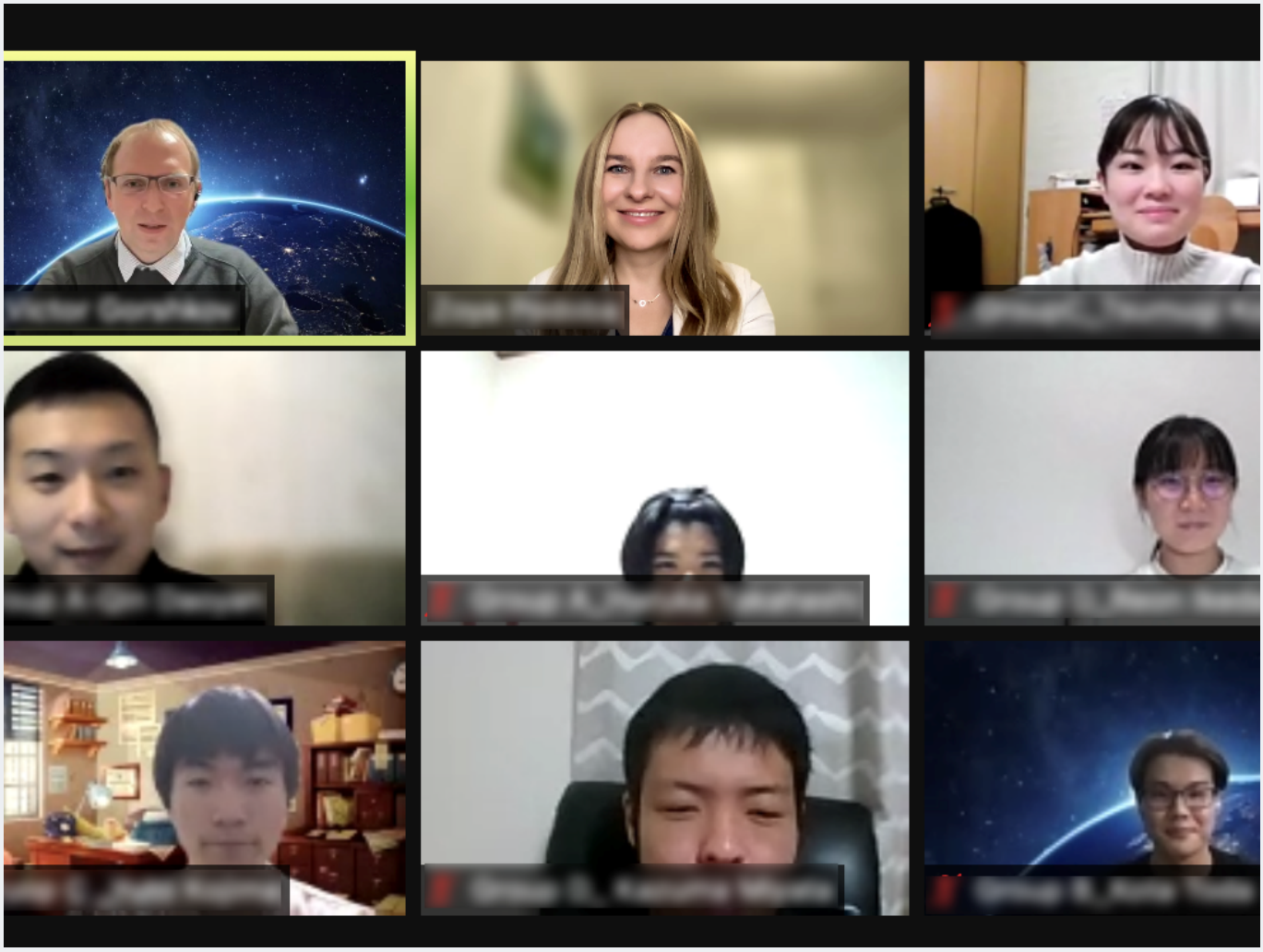
Учебные аудитории без границ объединяют студентов из России и Японии



24 ноября прошел заключительный этап проекта на английском языке «Учебные аудитории без границ объединяют студентов из России и Японии» (“Classrooms Beyond Borders – Connecting Students from Russia and Japan”). Организаторами выступили доцент Высшей школы сервиса и торговли Зоя ПОДОБА и доцент Факультета международных экономических исследований Университета префектуры Ниигата (University of Niigata Prefecture, Япония) Виктор ГОРШКОВ. Проект направлен на объединение студентов и ученых из разных стран для совместной деятельности и обсуждений в процессе освоения образовательной программы. Он создан для обогащения опыта обучения, улучшения межкультурного взаимодействия через онлайн-коммуникации, помощи в приобретении навыков работы с цифровыми технологиями и командной работы, а также для предоставления студентам возможности найти друзей по всему миру.

Реализация проекта проходила в несколько этапов. В нем приняли участие студенты из Японии, а также обучающиеся 1 курса магистерской программы «Международные торговые отношения» (направление подготовки «Торговое дело») и 4 курса бакалавриата (направление подготовки «Сервис»). В качестве основной темы исследования была выбрана глобальная экспансия Uniqlo на российский рынок fashion-ритейла.

Для выполнения задания студенты были объединены в четыре смешанные группы, состоящие из участников из России и Японии. В течение первого подготовительного этапа проекта студенты знакомились друг с другом, а также делились идеями о том, как ответить на вопросы кейса с использованием платформы Padlet, представляющей собой интерактивную онлайн-доску, позволяющую делиться заметками, фотографиями, комментировать и оценивать предложения участников.

На втором этапе проекта, который проходил с использованием платформы Zoom, были представлены итоговые групповые презентации с решением кейса. После чего прошло обсуждение расширения возможностей применения теоретических знаний к практическому примеру экспансии японских компаний на российский рынок.