



ГБНОУ Дворец учащейся молодежи Санкт-Петербурга

Серия «Развитие системы сопровождения профессионального самоопределения
детей и молодежи Санкт-Петербурга. Методическая поддержка»

ВЫПУСК 1

ПРОФОРИЕНТАЦИОННЫЙ НЕТВОРКИНГ

ПРАКТИЧЕСКОЕ ПОСОБИЕ

Под научной редакцией И. С. Сергеева

Санкт-Петербург
2020

Профориентационный нетворкинг : Практическое пособие / ГБНОУ Дворец учащейся молодёжи Санкт-Петербурга. Авт.-сост.: И. С. Сергеев, Т. Н. Четверикова ; под науч. ред. И. С. Сергеева. – СПб., 2020. – 36 с. – Серия : Развитие системы сопровождения профессионального самоопределения детей и молодёжи Санкт-Петербурга. Методическая поддержка. – Вып. 1.

Серия практических пособий обеспечивает методическую поддержку введения новых содержательных модулей «Концепции развития системы сопровождения профессионального самоопределения детей и молодёжи Санкт-Петербурга», утверждённой в декабре 2019 г. Данный выпуск посвящён инновационному направлению работы по сопровождению профессионального самоопределения – профориентационному нетворкингу «Обучающиеся + родители + работодатели». Представлены общие вопросы организации системы профориентационного нетворкинга, а также опыт Самарской области по организации коммуникативных площадок, который может быть использован как основа для построения и развития аналогичных практик в других регионах России, в том числе, в Санкт-Петербурге.

Практическое пособие предназначено для руководителей образования, педагогических работников образовательных организаций различных типов, решающих профориентационные задачи в работе с обучающимися, специалистов центров профориентации, профконсультантов, работников кадровых служб предприятий-работодателей, других лиц, вовлечённых в деятельность по сопровождению профессионального самоопределения детей и молодёжи.

Сведения об авторах:

Сергеев Игорь Станиславович – доктор педагогических наук, ведущий научный сотрудник Научно-исследовательского центра профессионального образования и систем квалификаций ФИРО РАНХиГС, методист ГБНОУ «Дворец учащейся молодёжи Санкт-Петербурга», научный руководитель проекта по развитию системы сопровождения профессионального самоопределения детей и молодёжи Санкт-Петербурга.

Четверикова Татьяна Николаевна – начальник отдела «Центр планирования профессиональной карьеры», ГБУ ДПО Самарской области «Центр профессионального образования».

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	4
Нетворкинг в системе профессиональной ориентации: общее понятие, цели и задачи ...	4
Проектирование ситуаций профориентационного нетворкинга	8
Методические разработки ситуаций профориентационного нетворкинга. Опыт Самарской области	13
1. «Генеральные встречи»	13
2. «Урок от профессионала»	16
3. «День профессий»	20
4. «Большой профориентационный день»	23
5. «Заводская олимпиада»	24
6. «Папа, мама – гид»	25
7. «Родительский день»	28
8. «Стартовая площадка»	29
9. «Урок для учителей»	31
10. «Урок труда»	34
Заключение	35
Приложение. Учебно-тренировочные упражнения для формирования навыков работы с ПН-конструктором	36

ВВЕДЕНИЕ

Серьёзные изменения социально-экономических и технико-технологических условий, в которых происходит процесс самоопределения современного человека, требует пересмотра общепринятых подходов к организации и ведению профориентационной работы. При этом необходимо учитывать три тезиса, которые авторам данного пособия представляются вполне очевидными, хотя их пока ещё трудно назвать общепринятыми.

Во-первых, подготовку человека к его профессиональному выбору необходимо начинать с ранних возрастов, с тем, чтобы к 8-9 классу у подростка уже был набор компетенций, обеспечивающих относительно самостоятельный и осознанный выбор профессии в современных проблемных условиях, препятствующих самостоятельности и осознанности выбора.

Во-вторых, профессиональное самоопределение не тождественно образовательному самоопределению. Рамочным процессом для данной статьи является именно профессиональное самоопределение (выбор будущей сферы профессиональной деятельности), относительно которого, в нормальной ситуации, образовательное самоопределение (выбор уровня и типа образования, а также конкретного вуза, колледжа или техникума) должно носить вторичный, вспомогательный характер.

В-третьих, нашим детям предстоит жить и работать в ином, новом мире. Поэтому нам следует не бояться новых слов, понятий и терминов (в том числе, заимствованных из бизнес-сферы), а исследовать новые возможности, которые они открывают. Одно из таких понятий – *профориентационный нетворкинг* – становится ключевым в современной модели организации профориентационной работы.

НЕТВОРКИНГ В СИСТЕМЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОРИЕНТАЦИИ: ОБЩЕЕ ПОНЯТИЕ, ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Нетворкинг (в широком смысле) – деятельность по созданию системы полезных для бизнеса или профессиональной деятельности социальных контактов, связей, актуальных либо перспективных. Использование понятия «нетворкинг» в профориентационном контексте требует, прежде всего, выявления тех субъектов, между которыми целесообразно выстраивание связей, полезных для достижения целей профориентации.

Социальная миссия профориентации состоит в том, что она призвана сбалансировать профессионально-карьерные намерения человека с потребностями экономики в квалифицированных кадрах определенного профиля и уровня подготовки. Этот тезис, который является давно утвердившимся в отечественной профориентологии и который мы вполне разделяем, указывает на двух основных, или конечных пользователей профориентационной работы: 1) человек, находящийся в ситуации профессионального самоопределения и 2) работодатель, находящийся в поиске актуальных или перспективных кадровых ресурсов. Если мы выбираем предметом своего интереса профориентационную работу с возрастной группой «дети, подростки и молодёжь», то первый из указанных субъектов требует уточнения: в качестве заказчиков и благополучателей ранней профориентации выступают обучающиеся и их родители (семьи, либо законные представители).

Таким образом, субъектное пространство профориентационного нетворкинга может быть представлено как «треугольник взаимодействия РРР»: Ребёнок – Родитель – Работодатель. В этом треугольнике образовательные организации, педагоги, психологи, профконсультанты играют значимую, но всё же вспомогательную роль квалифицированных посредников (провайдеров). В иных случаях пространство профориентационного нетворкинга может строиться и без участия образовательных организаций – речь идёт о корпоративных моделях профессиональной ориентации, получившими большое распространение в нашей стране на протяжении последнего десятилетия. Такие модели могут быть представлены, например, корпоративными классами «Газпрома» (где роль школы сводится лишь к предоставлению классных помещений), корпоративными олимпиадами «Росатома», системой профориентационных мероприятий с детьми и подростками разных возрастов от «РосГидро» и т.д. Все эти модели по-своему эффективны: как показывает эмпирический анализ имеющихся практик, их влияние на профессиональное самоопределение выпускников школ заметно

выше, чем влияние профориентационной работы, проводимой организациями профессионального и высшего образования и особенно самими школами.

В то же время, тезис о том, что главные интересанты профориентационной работы – это учащиеся, их родители, а также работодатели, – порой вызывает неприятие и протест со стороны образовательного сообщества. Этот протест справедлив, поскольку сам тезис является в значительной степени провокационным. Однако для того, чтобы опротестовать тезис, одного только эмоционального возражения недостаточно; необходимо ответить на два вопроса: 1) «Почему система профориентации, ограниченная «треугольником» обучающийся – родители – работодатель является неполноценной»? и 2) «Каковы собственные интересы и потребности системы образования как социального заказчика и благополучателя профориентационной деятельности?»

Отвечая на первый вопрос, нужно прежде всего определить ключевые интересы и цели каждого из субъектов «треугольника»:

- *работодателю* нужны выпускники, профессиональное самоопределение которых обладает заранее заданными свойствами, соответствующими кадровым потребностям работодателей (например: лояльность к данной конкретной компании; корпоративный патриотизм; преданность бренду; готовность не только отдавать фирме свои профессиональные компетенции, но и существенную часть своей личности; готовность испытывать определенные ограничения и даже терпеть определенные лишения ради работы именно в данной компании и т.д.);
- *родителю* нужно гарантированное счастливое и безоблачное будущее для своих детей (что, по наблюдению Н. С. Пряжникова, нередко выражается расхожей формулой «чтобы у моих детей всё было, а им бы за это ничего не было»);
- *обучающемуся* нужно найти себя во взрослом мире, добиться успеха, завоевать достойное место в социуме и в то же время обеспечить себе возможности для профессиональной и личностной самореализации.

Обозначенные цели не столько противоречивы, сколько лежат в совершенно разных смысловых пространствах. Взаимодействие между субъектами, интересы которых настолько различны, можно охарактеризовать метафорами – например, «разговор представителей разных народов, каждый из которых говорит на своём языке и не понимает других». Для любителей психологии может подойти образ «пересекающихся трансакций» по Бёрну, хотя, повторимся, здесь это только метафора.

В этой ситуации цели ни одного из трёх участников не смогут быть по-настоящему достигнуты (что и происходит на практике, вызывая нарастающую неудовлетворённость друг другом работодателей и работников, детей и родителей, родителей учащихся и их будущих работодателей), - если некий дополнительный субъект не возьмёт на себя роль контактора, переводчика и медиатора. Этим «дополнительным субъектом», очевидно, и должны стать образовательные организации; особое направление их деятельности, которое мы условно обозначили ролью «контактора, переводчика и медиатора» - не что иное, как *профориентационный нетворкинг*.

Итак, собственный интерес образовательных организаций в профориентационном взаимодействии человека и экономики, как особого *культурного института*, состоит в том, чтобы *окультурить*, гармонизировать это взаимодействие. Но для начала образовательной организации необходимо оформить и институционализировать взаимодействие субъектов «треугольника». *Основной инструмент профориентационного нетворкинга – коммуникативная площадка, в рамках которой обеспечены условия для встречи, знакомства и диалога учащегося, родителя и работодателя.* В качестве одного из возможных вариантов, такой площадкой может стать школа, колледж или вуз.

В то же время, помимо общих гармонизирующих задач по отношению к взаимодействию трех субъектов, у системы образования существуют и частные задачи:

- *по отношению к обучающимся* – педагогическое сопровождение их профессионального самоопределения (содействие становлению субъектной позиции, формирование необходимого набора «профориентационно значимых компетенций»¹) посредством серии

¹ Можно выделить следующие пять групп «профориентационно значимых компетенций» (компетенций профессионального самоопределения), формирование которых завершается в различных возрастных периодах,

погружений в реальный социально-профессиональный контекст и с использованием практикоориентированных форм сопровождения профессионального выбора (профпробы и др.);

- *по отношению к родителям* – коррекция и, более того, реформирование воззрений на мир труда и профессий, распространенных в родительском сообществе, разоблачение множества мифов и стереотипов восприятия; преодоление деформаций в ценностных основаниях профессионально-трудовой деятельности, восстановление ценности профессионализма; одним словом – активная работа с тем содержанием родительского сознания, которое чаще всего и является главным препятствием на пути самостоятельного и эффективного самоопределения детей;
- *по отношению к работодателям* – гуманизация их кадровой политики.

От решения этих задач напрямую зависит не только успешность самого профориентационного нетворкинга, но и достижение конечной цели профориентационной работы – снижение остроты противоречий между человеком и экономикой. Однако в практике профориентационной работы сегодня чаще всего решаются несколько иные задачи – не те, что наиболее актуальны, а те, которые наиболее понятны и привычны. Лишь первая из трёх обозначенных задач (сопровождение профессионального самоопределения обучающихся) в последнее время начинает осмысливаться педагогическим сообществом в её полноте и целостности. Вторая задача на первый взгляд может быть соотнесена с традиционным профессиональным информированием родителей. Однако это не так; разницу можно понять, осмыслив следующий известный афоризм: «Проблема не в том, что люди невежественны, а в том, что они знают слишком многое из того, что не соответствует действительности».

Что касается третьей задачи, то она пока может быть сформулирована только в общем виде. Довольно примечательно, что, хотя провокационный тезис о том, что школа является «лишним звеном» в системе профориентации, вызывает у педагогического сообщества протест, – попытка сформулировать те профориентационные задачи, которые школа должна действительно решать в современном противоречивом мире, точно так же вызывает реакцию протеста. Проблема профориентационного взаимодействия школы с предприятиями бизнес-сферы является тяжёлой и болезненной, но это не означает, что решение её можно откладывать до бесконечности. Введение понятия «профориентационный нетворкинг» позволяет понять, в чём именно должно заключаться это взаимодействие и на решение каких задач оно должно быть направлено.

Роль школы в системе профориентационного нетворкинга заключается в формировании трёх типов педагогически управляемого *профориентационного* взаимодействия: 1) «родители – учащиеся», 2) «работодатели – учащиеся», 3) «работодатели – родители». Первая взаимосвязь в той или иной степени уже освоена нашей педагогикой². В какой-то мере реализуется и вторая взаимосвязь; во всяком случае, здесь существует достаточное количество хорошо известных форм работы для различных возрастов, таких как экскурсии на предприятия, «индустриальные экспедиции» (разработка НМЦ «Школа нового поколения» Фонда Олега Дерипаски «Вольное Дело»), встречи с профессионалами, «Урок от профессионала» (опыт Самарской области), мастер-классы, профессиональные пробы, профессиональное обучение школьников. К этой же категории можно отнести и посещение школьниками, иногда совместно с родителями, конкурсов профессионального мастерства Worldskills Russia (и других), где можно не только увидеть элементы профессиональной деятельности в профессиональном контексте, но и наблюдать в разных ситуациях представителей компаний крупного, среднего и мелкого бизнеса и вступить с ними во взаимодействие. В наибольшей степени смыслу профориентационного нетворкинга соответствует посещение школьниками ярмарок

связанных с осознанной и самостоятельной готовностью субъекта: 1) ориентироваться в профориентационно значимом пространстве; 2) приобретать и осмысливать профориентационно значимый опыт; 3) осуществлять профессиональный выбор и принимать решения; 4) проектировать персональный профессионально-образовательный и карьерный маршрут; 5) продвигаться по этому маршруту.

² См.: Антонова, М. В. Путешествие в мир профессий: книга для совместного чтения и обсуждения в семье и на классных часах / М. В. Антонова. – М.: Русское слово, 2018. – 128 с.; Елькина О. Ю. Путешествие в мир профессий : пособие для род.-лей уч.-ся 1 – 4 кл. / О. Ю. Елькина. – М.: ИЦ «Академия», 2012. – 160 с. и др.

вакансий. Однако это всё ещё слишком далеко от профориентационного нетворкинга, по крайней мере, по двум причинам.

Во-первых, профориентационный нетворкинг – это *непрерывный* процесс, предполагающий систематическую, последовательную и преемственную работу со всеми возрастами (как и процесс психолого-педагогического сопровождения профессионального самоопределения), тогда как на практике знакомство школьников с реальным профессиональным контекстом если и приобретает систематический характер, то не ранее 9-го класса.

Во-вторых, профориентационный нетворкинг – это организация *взаимовыгодных* полезных связей, тогда как на практике забота школы состоит в том, чтобы обеспечить самоопределение школьника. О выгоде другой стороны – работодателя – должен, как считается, думать сам работодатель (проблема в том, что он часто думает об этом, исходя исключительно из своих собственных представлений о «человеческом ресурсе»). Тем не менее именно в поисках такой взаимовыгодности заключается перспективное место школы как квалифицированного посредника; как известно, посреднические услуги высоко оплачиваются, и профориентационный нетворкинг мог бы стать важной нишей для платных услуг. (Надеемся, что никто не воспримет вышесказанное как предложение школам «продавать» своих наиболее способных учеников корпорациям, нуждающихся в способных работниках).

В условиях фактического отсутствия профориентационного нетворкинга большинство российских школьников знакомятся с профессионально-ориентированной практической деятельностью в её учебно-профессиональном варианте, в кружках, секциях и студиях дополнительного образования детей, весьма далёких от реального социально-профессионального контекста. В результате, они оказываются потом в весьма неприятной жизненной ситуации, обнаруживая, что в трудовых коллективах мало кто по-настоящему заинтересован в решении профессионально-трудовых задач, большинство же интересуется размером зарплаты, карьерным ростом, угождением начальству, межличностными взаимоотношениями в коллективе, возможностями для имитации деятельности, прямого отлынивания от своих обязанностей или перекладывания их на других работников и другими подобными вопросами, не имеющими отношения к содержанию своего труда. Многие родители, в свою очередь, видят свою обязанность в подготовке детей именно к такой жизненной ситуации, формируя у них разного рода навыки приспособительного поведения, чем нередко лишь вредят детям и их профессиональной карьере. Не правда ли, удивительно, что система общего образования предпочитает не замечать, что многих её питомцев в будущем ждут именно такие перспективы, воспринимая всё это то ли как неизбежное, то ли как должное?

Разрешение всего этого клубка застарелых проблем невозможно без организации третьего типа взаимосвязей: «работодатели – родители». В этом отношении определенные перспективы открывает осознание того факта, что на практике роли «родителя» и «представителя работодателя» часто сосредоточены в одном лице. Соответственно, направлениями педагогического воздействия школы должны стать: во-первых, *активизация работодательской позиции у родителей учащихся* и, во-вторых, *активизация родительской позиции у работодателей*. И то, и другое может быть использовано для снятия социально-психологических барьеров, препятствующих развитию взаимодействия «работодатели – родители» в рамках профориентационного нетворкинга. Одна из конкретных форм такого рода работы, входящая в практику современной школы – родительские мастер-классы, где родители предстают перед своими детьми в роли профессионалов, представителей будущих работодателей. Педагогическое воздействие этой формы на обучающихся очевидно; в данном случае автор статьи намерен акцентировать влияние, которое может иметь «родительский мастер-класс» на самих родителей, как на профессионалов и представителей работодателя. Существуют примеры и дальнейшего практического развития этой идеи; так, в школе № 77 г. Ярославля, работающей над проблемой «Механизм включения родительской общественности в процесс профессиональной ориентации обучающихся в современных социально-экономических условиях», действует профориентационная родительская лаборатория «Родитель+!», обеспечивая включение родителей в образовательный процесс школы в комплексе ролевых позиций «родитель – профессионал – сотрудник – представитель работодателя». Однако и это всё – пока что не профориентационный нетворкинг, а лишь создание для него необходимых условий: *коррекция*

родительского отношения к миру труда и профессий через активизацию у них профессиональной позиции и гуманизация отношений работодателей через активизацию в них родительской позиции.

Итак, профориентационный нетворкинг может рассматриваться как равноправный структурный элемент современной системы профессиональной ориентации, наряду с профессиональной информацией, профпропагандой, профотбором и профподбором, профдиагностикой и профконсультацией, профессиональной активизацией и профориентационно значимой практикой³. Профориентационный нетворкинг «Обучающиеся + родители + работодатели» включён в качестве одного из трёх инновационных содержательных модулей в «Концепцию развития системы сопровождения профессионального самоопределения детей и молодёжи Санкт-Петербурга», наряду с проектами для школьников 1-11 классов «Мир будущего» и сетевыми циклами организации профессиональных проб. Концепция предполагает решение следующих организационно-педагогических и научно-методических задач по формированию системы профориентационного нетворкинга в Санкт-Петербурге:

- 1) составление реестра существующих в Санкт-Петербурге практик профориентационного нетворкинга (коммуникативных площадок различного масштаба – на уровне организации, локальной сети, муниципального образования, района, города);
- 2) выявление актуальных дефицитов (прежде всего, по линии «родители – работодатели») и на этой основе – совершенствование имеющихся практик и проектирование новых;
- 3) разработка и апробация механизмов вовлечения родителей учащихся и работодателей в ситуации профориентационного нетворкинга;
- 4) разработка необходимого нормативно-правового и методического обеспечения и на этой основе – повышение квалификации педагогических кадров, вовлекаемых в организацию ситуаций профориентационного нетворкинга;

разработка цифровой платформы «Профориентационная карта города», обеспечивающей представление всех предстоящих нетворкинг-мероприятий на карте города в режиме реального времени с возможностью предварительной записи на них школьников, их родителей и других участников.

ПРОЕКТИРОВАНИЕ СИТУАЦИЙ ПРОФОРИЕНТАЦИОННОГО НЕТВОРКИНГА

В этом разделе представлена простая и общедоступная технология проектирования форм профориентационной работы в рамках направления «профориентационный нетворкинг». Не секрет, что именно в многообразии технологий и форматов, их оригинальности и яркости, нацеленности на восприятие современными детьми и подростками, заключается один из важнейших факторов профориентационной работы с обучающимися. Идея профориентационного нетворкинга (далее – ПН) позволяет максимально разнообразить профориентационную деятельность со школьниками и студентами, рационально сочетая эффективность и привлекательность.

Технология проектирования ситуаций ПН. Каждая ситуация профориентационного нетворкинга включает в себя пять составляющих:

- *организаторы* (чаще всего в этой роли выступают образовательные организации различного типа и/или предприятия-работодатели);
- *адресаты* (школьники, их родители, работодатели; в ряде случаев – педагогический и административный персонал образовательных организаций);
- *приглашённые участники* (среди которых могут быть, в различном соотношении, представители муниципальных органов власти, служб занятости, организаций профессионального и высшего образования, студенческого самоуправления, молодёжных объединений, успешные предприниматели, медийные персоны и т.д.);
- *территория* (школа, колледж, вуз, учебный центр или производственная зона предприятия, нейтральная территория и т.д.);
- *тематика* работы коммуникативной площадки.

³ Профессиональные пробы, программы профессионального обучения для школьников и др.

Различные сочетания обозначенных пяти элементов определяют многообразие форматов профориентационного нетворкинга. Из пяти типов элементов, как из деталей конструктора, складываются вариативные нетворкинг-ситуации. Соответственно, проектирование ситуаций профориентационного нетворкинга представляет собой перебор различных комбинаций обозначенных выше элементов и поиск наиболее оптимальной комбинации, в соответствии с поставленными целями и имеющимися возможностями. Для этого может быть использован следующий **алгоритм**.

Первый шаг – изготовление карточек. Для удобства проектирования каждый тип элементов рекомендуется оформить в виде комплекта карточек определённого цвета.

Возможные **организаторы ситуаций ПН** (красные карточки):

- школа,
- организация дополнительного образовательного образования детей,
- колледж / техникум;
- вуз;
- предприятие-работодатель;
- объединение работодателей,
- специализированный центр профориентации;
- служба занятости;
- органы муниципального управления;
- родительское объединение;
- молодёжное объединение;
- 2-3 пустых красных карточки для заполнения непосредственно по ходу работ⁴.

Возможные **адресаты** (зелёные карточки):

- старшие дошкольники;
- школьники 1-4 кл.;
- школьники 5-7 кл.;
- школьники 8-9 кл.;
- школьники 10-11 кл.;
- родители школьников (1-4, 5-7 кл.);
- родители школьников (8-9, 10-11 кл.);
- представители предприятий-работодателей;
- педагоги, занятые в профориентационном процессе;
- 2-3 пустых зелёных карточки.

Возможные **приглашённые участники** (жёлтые карточки):

- родители школьников;
- представители школьного (студенческого, молодёжного) самоуправления;
- специалисты предприятий – профессионалы;
- представители кадровых служб предприятий;
- руководители предприятий;
- успешные предприниматели;
- медийные персоны⁵;
- руководители района, города⁶;
- представители служб занятости, представители силовых структур;
- 4-5 пустых жёлтых карточек.

⁴ Пустые карточки для каждого типа элементов оказываются необходимы, поскольку заранее не всегда удаётся предусмотреть всех возможных организаторов, адресатов, участников или все возможные типы территорий. Если в ходе обсуждения возникает тот или иной новый вариант, карточка заполняется непосредственно в процессе работы с «пасьянсом».

⁵ Известные в регионе деятели спорта, культуры, искусства, лидеры мнений в сети Интернет и т.д.

⁶ Руководители и специалисты органов исполнительной власти города, района; представители муниципального самоуправления.

Возможная *территория* проведения ПН-мероприятия (голубые карточки):

- школа;
- колледж / техникум (аудитория, зал);
- колледж / техникум (мастерская, полигон);
- вуз (аудитория, зал);
- вуз (лаборатории, производственные участки);
- предприятие-работодатель (учебный центр);
- предприятие-работодатель (производственная территория);
- бизнес-инкубатор;
- технопарк;
- библиотека;
- музей;
- стадион;
- кафе;
- под открытым небом;
- 4-5 пустых голубых карточки.

Второй шаг – раскладывание «пасьянсов». Каждый «пасьянс» по форме представляет собой комбинацию карточек различных цветов, а по сути – не что иное, как тот или иной вариант ситуации ПН, иначе говоря – первичная схема будущего профорientационного мероприятия. При раскладывании «пасьянсов» используются следующие правила.

1. В каждом «пасьянсе» обязательно должны быть карточки всех цветов. Для этого используется шаблон (см. рис. 1), справа от которого в ряд выкладываются используемые карточки соответствующих цветов.



Рис. 1.
Вид шаблона для раскладки пасьянса

2. Карточек одного цвета может в одном пасьянсе может быть и более одной (рабочий момент в процессе раскладки представлен на рис. 2).

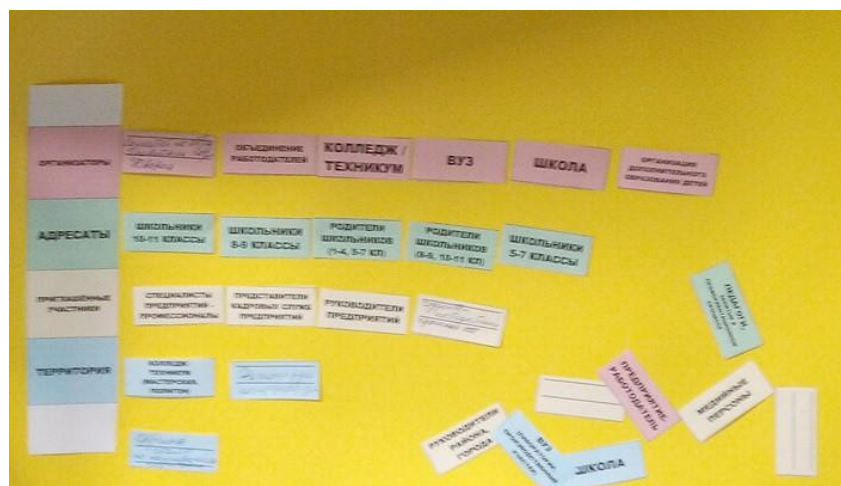


Рис. 2.
Рабочий момент:
пасьянс в процессе раскладки

Некоторые возможные варианты, иллюстрирующие второе правило:

- Организаторов может быть несколько, например, школа и профессиональная образовательная организация. Они уже могут иметь налаженные деловые контакты в рамках профориентационной работы, а возможно, такие контакты ещё предстоит наладить в ходе подготовки к данному мероприятию.
- Адресатами ситуации ПН могут быть, например, одновременно школьники и их родители. В качестве примера – совместное посещение конкурса профессионального мастерства в колледже, с последующим, также совместным обсуждением полученных впечатлений.
- Приглашённые участники могут быть включены в ситуации ПН в любом количестве и в любых сочетаниях, при этом можно организовать и дискуссионный формат. Например, открытая конференция с обсуждением требований к выпускникам – молодым специалистам, в которой участвуют представители кадровых служб работодателей, представители родительской общественности, преподаватели вузов и сами молодые специалисты; в качестве адресатов выступают абитуриенты, которые и задают вопросы.

3. Ситуация профориентационного нетворкинга может иметь несколько этапов (что будет конкретизировано далее при построении её сценария). В пасьянсе это отражается выбором нескольких различных карточек вида «Территория». Например: сначала производственная зона предприятия (экскурсионный этап), затем – зал учебного центра предприятия (рефлексивно-коммуникативный этап).

4. **Каждая ситуация профориентационного нетворкинга должна иметь свой содержательно-смысловой «фокус».** В пасьянсе это отражается следующим образом: карточек каждого цвета не должно быть слишком много. Иногда возникает соблазн спроектировать «универсальную» ситуацию, которая нацелена на всех возможных адресатов сразу и позволяет «одним махом» решить множество задач. Этого соблазна необходимо избегать, поскольку подобный замысел, будучи воплощён на практике, оказывается предельно бесформенной, бесструктурной и бессюжетной – а следовательно, и совершенно неэффективной ситуацией нетворкинга. Опыт регионов и отдельных организаций показывает, что под каждый тип адресатов и под каждый тип задач должна быть спроектирована своя особая ситуация профориентационного нетворкинга. Так, очевидно, что вопросы выбора колледжа или вуза в свете интереса к будущей профессии должны обсуждаться на иных площадках, нежели кейсы эффективного построения карьеры от успешных специалистов и руководителей, даже если те и другие адресованы одним и тем же категориям обучающихся.

Четвёртый шаг – определение последнего элемента проектируемой ситуации ПН, а именно – рамочной темы коммуникативной площадки. В качестве основных вариантов тематического поля проектируемого ПН-мероприятия могут быть обозначены:

- состояние и особенности регионального и местного рынков труда;
- профессиональные обязанности, технология, условия труда и другие особенности работы по тем или иным профессиям, требования к работникам;
- кадровая и социальная политика предприятий-работодателей;
- возможные варианты трудоустройства на предприятии («точки входа», стартовые должности, зарплаты и условия труда) и дальнейшие карьерные маршруты;
- пути и условия получения определенных профессий, специальностей;
- модели поведения выпускников на рынке труда (в данном районе, регионе, а также на основе профессиональной мобильности, на основе самозанятности, в онлайн и т.д.);
- опыт построения профессиональной карьеры успешных профессионалов, руководителей, бизнесменов, выпускников конкретной школы / колледжа / вуза и т.д.

Как видим, тематика ситуаций ПН строится преимущественно вокруг вопросов карьерной навигации. Это позволяет, во-первых, создать высокую внутреннюю мотивацию для всех участников встречи, в силу чего деловые межличностные отношения завязываются в ситуации естественного содержательного общения, а не в ходе неких взаимных «смотрин» работодателей и будущих работников. Во-вторых, как уже отмечалось, ПН-мероприятия решают важные задачи формирования профориентационно значимых компетенций, в том числе связанных с проектированием персонального профессионально-образовательного маршрута и корректировкой карьерных планов. На

коммуникативных площадках происходит освоение и осмысление соответствующей информации, в том числе в ситуациях обсуждений и дискуссий; проходят краш-тесты (проверку на прочность) собственные взгляды, решения и планы обучающихся; происходит развенчание ложных взглядов, стереотипных и мифологических представлений о сфере профессионального образования, о мире труда и профессий.

Возникает вопрос: всегда ли тема профориентационного нетворкинга должна определяться на основе уже сложившегося пасьянса, исходя из сформированной комбинации остальных элементов? Опыт показывает, что это требование не обязательно. Предлагаемый алгоритм работы с ПН-конструктором носит примерный характер; на практике работа с ним может выполняться в различной логике. Можно начать работу либо с проектирования ситуации на основе карточных пасьянсов, либо с поиска подходящей темы, либо с формулировки цели (ожидаемого результата) ПН-ситуации, с учётом которой затем будут уточняться все её элементы.

Пятый шаг – проектирование сценария, исходя из целей, тематики, места проведения и участников. По характеру сценария все ПН-мероприятия могут быть поделены на две категории:

- 1) слабо структурированные ситуации профориентационного нетворкинга;
- 2) хорошо структурированные ситуации.

Пример слабо структурированной ПН-ситуации – классическая ярмарка вакансий, не предполагающая какого-либо сюжета, отражённого в программе. Её результативность зависит исключительно от активности самих участников, которая, как правило, возникает спонтанно, когда завязывается взаимодействие между посетителем (студентом, выпускником, взрослым человеком, находящимся в поиске работы) и «человеком у стенда» (представителем предприятия-работодателя, кадрового центра или службы занятости). Достоинство такой формы работы – исключительно неформальный характер взаимодействия всех участников, «запрограммированная» персонализация и индивидуализация всего процесса. Недостатки:

- рутинный характер, не предусматривающий эмоционально ярких, увлекательных, либо остро проблемных моментов (один из тех случаев, о которых сказано: «профориентация порой напоминает диспансеризацию);
- возможность низкой активности и вовлечённости всех участников, особенно тех, которые не знают, «что именно им делать» и не обладают достаточными коммуникативными компетенциями;
- как следствие – возможная низкая результативность всей ситуации профориентационного нетворкинга.

Примеры высоко структурированных ПН-ситуаций приведены далее (см. раздел «Методические разработки ситуаций профориентационного нетворкинга. Опыт Самарской области», мероприятия «Урок от профессионала», «Стартовая площадка» и другие). ПН-ситуации, относящиеся к данной категории, обладают следующими особенностями:

- мероприятие имеет определённый сценарий, предполагающий чередование различных этапов, что оформляется в виде программы;
- для всех участников (или для отдельных категорий) предусмотрены определенные роли – спикер, экскурсовод, дискуссант, ведущий, задающий вопросы и т.д., а также различные виды деятельности (поисковая, коммуникативная, рефлексивно-ориентировочная, игровая или др.). В связи с этим, необходимым условием успешного проведения мероприятия является подготовка детальных методических рекомендаций для тех категорий приглашённых участников, которые будут активно задействованы в той или иной роли.

Шестой шаг – окончательная детализация мероприятия, включая разработку плана его подготовки и проведения, что предполагает определение сроков, необходимых ресурсов и ответственных. В ряде случаев, предусматривается пресс- и пост-релизов, рассылаемых в местные СМИ. Ещё один немаловажный момент – разработка названия («бренда») – оригинального, яркого, привлекательно, понятного для всех категорий адресатов и в то же время отражающее суть дела.

Представленная технология может содержательной стать основой для проект-сессии, тематического педсовета, производственного совещания в образовательной организации, посвящённого проблемам совершенствования профориентационной деятельности организации или предприятия. Результатом её практического использования станет собственный пакет методик

профориентационного нетворкинга, учитывающих локальные и местные особенности и нацеленных на системное решение комплекса профориентационных задач.

В заключительной части данного пособия (Приложение), приведено несколько учебно-тренировочных упражнений, позволяющих освоить логику работы с ПН-конструктором в индивидуальной или групповой работе.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РАЗРАБОТКИ СИТУАЦИЙ ПРОФОРИЕНТАЦИОННОГО НЕТВОРКИНГА. ОПЫТ САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ

В Самарской области, начиная с 2011 года, ежегодно проводится областная профориентационная акция «Неделя труда и профориентации. Семь шагов к профессии» (далее – Неделя труда). Неделя труда представляет собой 7-дневный «марафон» профориентационных мероприятий: областных, территориальных, школьных.

Целевая аудитория областной Недели труда – обучающиеся региональной системы образования Самарской области, их родители и работники системы образования. Особой категорией в целевой аудитории выступают обучающиеся «группы риска»: дети и подростки с ограниченными возможностями здоровья (в том числе обучающиеся индивидуально), оказавшиеся в трудной жизненной ситуации, стоящие на учете в КДН, дети-сироты и дети, оставшиеся без попечения родителей, дети из семей мигрантов и др.

Целевые ориентиры Недели труда – содействие профессиональному самоопределению учащихся через информирование целевой аудитории об актуальном состоянии экономики и рынка труда Самарской области, современном содержании существующих (хорошо известных) и новых (недавно появившихся) профессий/специальностей, современных технологиях и их связи с предметными областями в общем образовании, технологиях эффективного поведения на рынке труда; повышение престижа профессий и специальностей, востребованных экономикой региона.

Участниками областных профориентационных акций являются образовательные организации Самарской области на добровольной основе.

Отличительной особенностью Недели труда является проведение по всему субъекту Российской Федерации области единых по формату мероприятий (10 типов мероприятий), каждое из которых представляет собой определённый вариант организации коммуникативной площадки профориентационного нетворкинга. Проведение мероприятий в рамках региональной акции меняет их масштаб, и переводит локальные мероприятия отдельных школ в ранг социально значимых событий. Участие в акции повышает престиж системы образования в целом и конкретных образовательных организаций, территориальных управлений, позволяет найти новых социальных партнеров, создать собственный медиаповод и попасть в фокус внимания СМИ.

Далее представлены методические рекомендации по проведению десяти форматов мероприятий – площадок профориентационного нетворкинга – которые могут быть использованы как основа для построения и развития аналогичных практик в других регионах России, в том числе, в Санкт-Петербурге.

1. «Генеральные встречи»

Целевые ориентиры. Мероприятие направлено на формирование у обучающихся представлений об экономике региона и востребованности профессий через знакомство с историей, сегодняшним днем и перспективами развития конкретного предприятия / компании / учреждения / организации (далее – предприятие), кадровой политикой на предприятии и требованиями к профильному образованию; формирование у обучающихся представления о профессиональной карьере на примере успешного человека; мотивация обучающихся на планирование профессиональной карьеры и активную позицию в будущей профессиональной жизни.

Целевая аудитория. Обучающиеся общеобразовательных организаций, целесообразнее, если это будут учащиеся 8-11 классов.

Форма проведения. «Генеральные встречи» – это неформальная встреча обучающихся с первым лицом предприятия: генеральным директором, главным конструктором, главным врачом, мэром, главой и т.п. (далее – генеральный руководитель).

Оптимальный вариант, когда встреча организована на территории предприятия после обзорной экскурсии.

«Живое» общение учащихся с новыми интересными и известными людьми на темы, значимые для старшеклассников, воспринимается школьниками с интересом, а важная для профессионального самоопределения информация усваивается ими легко и надолго.

Содержание мероприятия. В ходе всего мероприятия учащиеся должны получить целостное представление о предприятии. Всю информацию можно разделить на части и знакомить школьников с ними на разных площадках предприятия: история предприятия – в музее, современный технологический процесс – в цехах, лабораториях и отделах, перспективы развития – непосредственно на встрече с генеральным директором.

Наиболее интересно (а значит, лучше запоминается школьниками) встреча проходит в форме дискуссионной площадки, когда обсуждаются плюсы и минусы работы на предприятии и в той сфере экономики, которую представляет предприятие, социальная политика предприятия (защищенность работников, система поддержки и поощрений, важно отметить применяемые меры наказания и за какие нарушения), возможности профессионального и карьерного роста (обязательно остановиться на пояснениях этих понятий, можно разъяснить на примерах), допускается обсуждение преимуществ и «слабостей» предприятия по сравнению с конкурентами и т.п. Генеральный директор должен быть готов отвечать на вопросы школьников, в том числе по теме «выбор профессии», а также отвечать на вопросы личного характера: на чем основывался выбор вуза или колледжа, как совместить интересы семьи и работы и пр.

Рекомендации по подготовке и проведению мероприятия.

Непосредственным организатором мероприятия «Генеральные встречи» может выступать территориальное управление (образовательная организация, уполномоченная территориальным управлением) или общеобразовательная организация. Ответственное за организацию мероприятия лицо (группа лиц) далее в тексте будет именоваться организатором.

При подготовке мероприятия в первую очередь организатором определяются конкретные задачи мероприятия. Например,

- расширение представлений учащихся о мире профессий во взаимосвязи с изучаемыми на школьных уроках технологиями, знакомство школьников с конкретным современным технологическим процессом;
- формирование и (или) расширение знаний учащихся об экономике, изучение определенной экономической отрасли на примере конкретного предприятия (раскрывается место и роль предприятия в структуре экономики страны, региона и территории);
- формирование и (или) расширение знаний учащихся о возможных путях построения профессиональной карьеры с учетом актуальных и перспективных требований рынка образовательных услуг в сфере профессионального образования (международного, федерального, регионального, территориального) и рынка труда (международного, федерального, регионального, территориального) и т.д.

На данном этапе организатор ориентируется на возраст учащихся и требования Федеральных государственных образовательных стандартов к результатам и условиям обучения.

Второй этап организации мероприятия – согласование всех вопросов с предприятием. Даже в случае если предприятие является давним и надежным социальным партнером организатора, рекомендуется вести официальную переписку (писать официальные письма с просьбой о проведении мероприятия, об уточнении условий проведения мероприятия, утверждать списки участников и пр.) – в ситуации информационной перегруженности письма позволяют легко восстановить суть и детали договоренностей, избежать недопониманий и разночтений. В первом (инициирующем) письме рекомендуется отметить те положительные эффекты, которые будут получены в результате мероприятия, например, формирование социально ориентированных ценностных установок у молодежи, формирование социально активного кадрового потенциала территории, воспитание у подрастающего поколения уважительного отношения к труду, формирование в обществе лояльности

к предприятию, содействие построению долгосрочной кадровой политики предприятия с опорой на жизненные ценности потенциальных работников, их карьерную направленность, требования и пожелания к рабочему месту, условиям труда, зарплатные ожидания и пр., формирование положительного имиджа востребованных профессий и рабочих мест и т.д.

Организатор и предприятие (как правило, предприятие представляет руководитель либо кадровой службы, либо пресс-службы) должны согласовать:

- цели и задачи мероприятия;
- дату и время мероприятия;
- план мероприятия (если мероприятие включает экскурсию, то маршрут экскурсии по предприятию). План должен отражать решение задач, поставленных организатором. Например, если стоит задача ознакомления школьников с технологическим процессом, то включение в план посещение производственных цехов обязательно, причем в последовательности, соответствующей этому процессу. Если необходимо сформировать у школьников представление о рынке труда, то важно в процессе экскурсии называть конкретные профессии и специальности, численный состав этих специалистов на предприятии и по возможности в отрасли в целом, периодичность обновления кадров разных специальностей, потребность в конкретных специалистах на сегодняшний день, в среднесрочной и долгосрочной перспективе и т.д.;

- продолжительность мероприятия в целом и составных частей мероприятия (с учетом продолжительности эффективного восприятия информации школьниками, сменой видов деятельности школьников);

- содержание информации для подготовки школьников к мероприятию (история развития предприятия, спектр продукции предприятия, биография генерального руководителя и пр.) либо отсутствие такой подготовки;

- план встречи генерального руководителя со школьниками и основные темы (вопросы) для обсуждения (в качестве примера см. раздел «Содержание мероприятия»);

- формат встречи (круглый стол, дискуссионная площадка, вопрос-ответ и др.);

- модерацию встречи (кто будет модератором: сам генеральный руководитель или другой человек; приглашение модератора, согласование с ним всех вопросов проведения встречи);

- минимальное и максимальное количество школьников-участников мероприятия, причем возможен вариант, когда в мероприятии принимает участие одна группа школьников, либо вариант, когда предприятие проводит экскурсию для нескольких групп учащихся, а далее для встречи с генеральным руководителем все школьники размещаются в одном большом помещении, например, в актовом зале;

- особые условия посещения предприятия, например, наличие бахил, необходимость сдавать вещи в камеру хранения, запрет на пользование сотовым телефоном и фото- и видеосъемку и т.п., требования к пропускному режиму (наличие паспорта), возможные требования к одежде и обуви (например, обувь без острых каблуков) и пр.;

- содержание предварительного инструктажа по технике безопасности;

- освещение мероприятия в СМИ (субъекты СМИ, платность либо бесплатность приглашения, основные аспекты в пресс-релизах и пост-релизах, места съемок и пр.);

- способ доставки школьников на мероприятие;

- завершающая встречу фотография на память (на каком фоне, в каком помещении, кто фотографирует, каким образом стороны обмениваются фотографиями и т.д.)

и пр.

Все достигнутые договоренности рекомендуется зафиксировать организатором на бумаге и отправить на электронную почту представителю предприятия на согласование, например, в виде подробного плана с примечаниями. Как отмечалось выше, такое письмо систематизирует, уточнит и упрочит все договоренности.

Следующий этап – подготовка к мероприятию в соответствии с договоренностями.

Особое внимание организатору необходимо уделить *подготовке школьников к встрече с генеральным руководителем.*

Отобранная группа (группы) учащихся информируется о предстоящем мероприятии.

В соответствии с достигнутыми договоренностями, школьники получают (или не получают) дополнительную информацию о предприятии и генеральном руководителе. В случае если дополнительная информация нужна, предприятие является крупным, а генеральный руководитель – «медийным» лицом, то школьники могут самостоятельно найти необходимую информацию (что будет способствовать развитию навыков работы с информацией).

Со школьниками обсуждаются темы, в рамках которых будет проходить разговор с генеральным руководителем, согласованные ранее с представителем предприятия. В рамках полученных тем школьники должны составить вопросы генеральному руководителю. Будет лучше, если они обсудят эти вопросы с родителями, особенно, если предприятие выполняет роль градообразующего на данной территории, и многие родители являются работниками предприятия. Часто для школьников имеет значение, что их вопросы не будут предварительно обсуждаться с генеральным руководителем: в «отрепетированных», подготовленных ситуациях они теряют интерес к происходящему. Соответственно, организатору необходимо учесть эти нюансы при подготовке школьников к мероприятию.

За несколько дней до мероприятия школьники-участники мероприятия собираются, на этой встрече коллективно обсуждаются все придуманные вопросы, отбираются самые интересные, с помощью педагогов корректируются формулировки вопросов, формируется примерный порядок, в котором вопросы будут задаваться. Важно научить ребят правильно задавать вопросы: каждый школьник, прежде чем задать вопрос, должен представиться, назвать класс и школу (если школьники будут из нескольких школ). Если беседа будет проходить в режиме вопрос-ответ, то задающий вопрос может сразу и поблагодарить генерального руководителя за ответ. Организатор формирует у школьников положительное отношение к встрече, настраивает их на неформальное общение.

Ожидаемые результаты. В ходе мероприятия школьники и их педагоги получают наглядное представление о современном предприятии и его руководителе – успешном человеке в современных условиях. Общение с известным «медийным» человеком, во-первых, формирует у школьников социально приемлемые ориентиры успешности: труд и профессионализм. Во-вторых, полученные во время общения знания и установки в последующем транслируются ими своим сверстникам, семье, знакомым и т.д. Таким образом формируется имидж необходимых обществу профессий и специальностей, рабочих мест. В целом у подрастающего поколения формируются установки, способствующие их успешной социализации в будущем.

Участие образовательной организации в мероприятии «Генеральные встречи» дает возможность найти новых социальных партнеров и попасть в фокус внимания СМИ.

2. «Урок от профессионала»

Целевые ориентиры. Мероприятие «Урок от профессионала» направлено на повышение учебной мотивации школьников, осознание обучающимися практической значимости знаний, получаемых на школьных уроках. Профорентация в данном случае выступает «завуалированной» целью: формирование положительного имиджа профессий, востребованных региональной экономикой, происходит ненавязчиво через формирование уважительного отношения к представителю профессии, к человеку определенного труда. Мероприятие наглядно демонстрирует конечную цель получения как школьного, так и профессионального образования – трудовая деятельность. Тем самым способствует решению основной задачи профессионального самоопределения: обучение учащихся планировать профессиональную карьеру. Зачастую школьники воспринимают обучение в вузе / колледже не как процесс получения профессионального образования с целью последующего трудоустройства по полученной специальности, а как продолжение школьного обучения: «так надо», «после школы все учатся в вузе / колледже», «сначала надо диплом получить, потом видно будет» и пр. Знакомство и общение с успешными профессионалами приближает школьников к составлению плана собственной профессиональной карьеры.

Формат мероприятия. «Урок от профессионала» предполагает проведение одного или нескольких уроков (химия, физика, литература и т.д.) по учебному плану школы «дублерами», в качестве которых выступают представители мира труда: руководители, инженеры, технологи, начальники подразделений предприятий / организаций / учреждений; известные люди: журналисты, художники, писатели, спортсмены и др.; представители органов государственной власти и

муниципального самоуправления; а также руководители общественных советов, союзов и объединений работодателей и др. (далее – дублеры).

Возможны различные варианты проведения мероприятия: от полноценного ведения дублером всего урока по учебному плану до участия дублера лишь в отдельной части урока.

Общая схема мероприятия.

1 этап (планирование мероприятия): определение и приглашение дублеров, согласование даты мероприятия, определение классов, участвующих в мероприятии;

2 этап (подготовка к мероприятию): подготовительная работа учителя-предметника с дублером, подготовительная работа с классами, участвующими в мероприятии, составление расписания (с учетом занятости кабинетов и занятости педагогов, в том числе учителей на «педсовете»), подготовка помещений, приглашение СМИ;

3 этап (проведение мероприятия): проведение урока дублером (дублерами);

4 этап (завершение мероприятия): проведение «педсовета», подготовка материала для СМИ.

Планирование мероприятия.

При планировании мероприятия важно соблюдение соотношения: дублер – урок (предмет) – класс – кабинет:

дублер (приглашение дублеров) – один из основных моментов организации мероприятия. Количество приглашаемых дублеров (соответственно, количество организуемых уроков) зависит от желания и возможностей организаторов. Чем выше статус приглашаемого дублера, тем сложнее согласовать его присутствие на мероприятии. Поэтому рекомендуется назначать дату мероприятия, исходя из возможностей самого статусного дублера, и начинать согласование надо как можно раньше;

урок (предмет) – должен соответствовать характеру профессиональной деятельности дублера: журналист может провести литературу, инженер – математику, технолог – химию, физику, другой предмет по профилю своей деятельности, агроном – биологию, медик – анатомию, спортсмен – физкультуру и т.д. При этом тема урока должна соответствовать учебному плану и быть понятна и интересна дублеру;

класс, в котором будет проходить урок – оптимальный возраст учащихся 8-11 классы, так как дублерам интереснее общаться со взрослыми школьниками, способными на рефлекссию и живую, непосредственную реакцию. Кроме того, дублеры ориентированы на привлечение молодежи в свою профессию, а, значит, ориентированы на общение с учащимися 9-11 классов;

кабинет – так как уроки дублеров проходят одновременно, в школах, где используется так называемая кабинетная система, важно учесть в расписании занятость кабинетов: проводить уроки лучше в соответствующих кабинетах (физику в кабинете физики, литературу – в кабинете литературы и т.д.).

Проведение уроков дублерами лучше планировать на 2-й урок по расписанию. Это обусловлено, во-первых, организационным удобством (встречать дублеров удобнее во время первого урока, когда вестибюль школы относительно свободен), во-вторых, психофизиологическим состоянием учащихся (ко 2-ому уроку они уже проснутся, еще не устанут, не захотят есть, будут находиться в привычной обстановке и т.д.).

Подготовка мероприятия.

Для подготовки урока учитель-предметник передает своему дублеру тему урока, методические разработки (скан или ксерокопию материалов из учебника, дополнительной литературы, тетрадей с печатной основой и пр.), а также план урока (план, план-конспект, схему или технологическую карту урока на усмотрение учителя-предметника). Рекомендуется в ходе урока предусмотреть время на знакомство школьников с дублером, а также на вопросы школьников и ответы дублера на них. Время зависит от класса, в котором будет работать дублер, и от самого дублера (насколько они открыты общению, «разговорчивы», заинтересованы в предмете и др.), может варьироваться от 3 минут до 15 (основное время должно уйти непосредственно на урок). Дублер принимает решение, в каком объеме он будет проводить урок (полностью или только какую-то определенную часть его). Учитель-предметник должен быть готов проконсультировать дублера по вопросам ведения урока или его содержания. Для удобства общения учителю-предметнику и дублеру лучше обменяться контактными телефонами и адресами электронной почты.

Не рекомендуется проводить с классом подготовку к уроку (репетицию). В данном случае важен живой отклик школьников на человека-практика.

Рекомендуется рассказать школьникам о дублере: его биографию, карьерный путь, рассказать о занимаемой им должности, роде и содержании деятельности. Важно сделать акцент на «карьерообразующих» моментах в биографии, например, занимает высокую должность в сравнительно молодом возрасте, участвовал в каких-то значимых событиях для города (села) или разработке определенных технологий, продуктов и пр. Если дублер является «медийным» человеком, то можно дать задание школьникам самостоятельно найти информацию о нем. Необходимо ненавязчиво предупредить школьников, что дублер – не профессиональный педагог, зато у них есть уникальный шанс узнать, каким образом в жизни могут пригодиться теоретические знания по школьному предмету или уточнить какие-то нюансы профессиональной деятельности.

Проведение мероприятия.

Встречу дублеров рекомендуется организовать в вестибюле школы. Если дублеров много или если дублеры будут в сопровождении своих коллег (что вполне возможно по разным причинам, об этом договариваются в процессе подготовки), если на мероприятии будут присутствовать СМИ и другие гости (например, из органов местного самоуправления, органов управления образованием), то здесь же надо организовать регистрацию. Для регистрации лучше подготовить заполненный лист: ФИО гостей (дублеров, сопровождающих их лиц, представителей органов управления образованием, СМИ и др.) уже должны быть внесены, чтобы приходящие просто называли себя и, не задерживаясь, проходили дальше.

Если на мероприятие были приглашены журналисты, то при регистрации им необходимо предоставить распечатанные пресс-релизы (пример пресс-релиза «Урок от профессионала» в приложении).

После регистрации специальные дежурные провожают гостей в определенное помещение, где гости раздеваются (нужно приготовить вешалки, плечики и пр.) и знакомятся с учителями-предметниками. Возможен вариант, когда учителя-предметники встречают дублеров в вестибюле и уже далее сами везде их сопровождают.

Как правило, гости приезжают незадолго до начала урока, поэтому, как правило, организовывать чайный стол в это время не требуется. Важно, чтобы гости имели возможность воспользоваться зеркалом, а в туалете были в наличии необходимые принадлежности (туалетная бумага, мыло, желательны бумажные полотенца, корзина для мусора, пр.).

Урок учитель и дублер проводят по согласованной схеме. Вначале учитель представляет дублера. Возможен вариант, когда о дублере рассказывает сопровождающий его коллега (например, руководитель кадровой службы предприятия). В ходе урока дублеру необходимо выйти на разговор:

- в каких профессиях и сферах жизни взрослого человека могут пригодиться знания, получаемые школьниками в рамках школьного обучения, этого предмета, этой темы. В результате школьники приходят к выводу о необходимости получения качественного школьного образования для успешной профессиональной жизни;
- собственная профессиональная деятельность в структуре экономики региона. Вывод – каждый труд почетен и нужен.

Урок заканчивается в режиме «вопрос-ответ» и общей фотографией класса, учителя и дублера. При этом не обязательно использовать профессиональную камеру, можно фотографировать на обычный цифровой фотоаппарат или смартфон. Сделать фотографии можно поручить двум ученикам из класса по очереди.

Возможна ситуация, когда учащиеся захотят взять автограф у дублера. Это поощряется. Поэтому надо предусмотреть наличие у дублера маркера / ручки. Автографы можно ставить на школьных тетрадях, детских блокнотах. Если обсудить этот вопрос со школьниками заранее, то, например, на физкультуру дети могут принести свои мячи, бейсболки и т.п.

Возможная проблема: класс с дублером могут продолжить общение после урока. Несмотря на позитивные результаты такого общения как для школьников, так и для дублера, необходимо соблюдать регламент мероприятия и школьного расписания. Задача учителя вежливо, но твердо закончить общение. Оптимальный вариант – «вынудить» дублера на обещание повторного визита в

школу, или, напротив, на приглашение школьников на экскурсию на предприятие, где работает дублер.

Завершение мероприятия.

Проведение «педсовета» планируется на 3-й урок по расписанию.

В данном случае «педсовет» – это условное название мероприятия, на котором присутствуют дублеры, директор школы, завучи-организаторы, учителя-участники (всех школьных учителей приглашать не надо), другие гости (представители органов управления образованием, СМИ и др.). «Педсовет» проводится в форме круглого стола. Реальная цель данного мероприятия – дать возможность дублерам поделиться эмоциями. Взрослые состоявшиеся, успешные, самоуверенные люди, неожиданно оказавшиеся в незнакомой, крайне несвойственной им ситуации, будут переполнены эмоциями. Обязательно надо дать возможность каждому дублеру эти эмоции проговорить, иначе у людей останется ощущение незаконченности, брошенности, неудовлетворенности и даже обиды. Название мероприятия «педсовет» необходимо использовать (не подменять названиями «круглый стол» или другими), так как дублеры находились в роли педагогов, и данное мероприятие для них – продолжение педагогической жизни. При этом в высказываниях гостей, как правило, достаточно много рационального – всем присутствующим педагогам весьма полезно слушать их внимательно!

В помещении для проведения «педсовета» желательно разместить столы в виде круглого стола (чтобы не подчеркивать особую статусность кого бы то ни было). В углу помещения ставится чайный стол: вода, чай, кофе, конфеты и печенье желательно в обертках. Чтобы не затягивать время на чаепитие, лучше сразу создать ситуацию, когда гости с чашками рассаживаются за круглым столом по собственному усмотрению и пьют чай уже в процессе «педсовета».

Педсовет начинает директор. Его вступительная речь короткая, он представляется, благодарит гостей, которые, несомненно, являясь очень занятыми людьми, выполняя серьезную и важную работу, отложили все дела и смогли найти время на детей. Акцент ставится на двух моментах:

- возможность детям посмотреть на жизнь немного с другой точки зрения, с позиции профессионального будущего: «Изо дня в день они видят одних и тех же людей, и какие бы правильные слова не говорили педагоги, к сожалению, со временем они «замыливаются», перестают восприниматься детьми. Сегодня вы показали школьникам перспективу, своим примером ответили на вопрос «зачем учиться в школе»;
- возможность учителям по-новому посмотреть на свою работу, увидеть в ней что-то новое, интересное, а может быть, и заметить какие-то упущения и недочеты.

Директору в данном случае нельзя хвалить школу, рассказывать о высоких результатах, использовать педагогическую терминологию, использовать цифры и отчеты. Речь должна быть краткой, приветливой, исключительно «человеческой», рекомендуется обращаться к дублерам, как к коллегам.

В заключении директор просит высказаться всех желающих: «хотелось бы услышать ваше мнение, узнать ваши впечатления от школы, от сегодняшнего дня».

Общение участников «педсовета» происходит в свободном порядке. Важно, чтобы высказался каждый дублер. Не обязательно, чтобы говорили все учителя. Желательно, чтобы не было потока благодарностей от них. Лучше, если учителя будут говорить о прагматичных вещах: например, о реакции детей на новый образ учителя, что натолкнуло учителя на новые идеи, или учитель в хорошо знакомой теме увидел какой-то новый аспект, который пригодится в будущей практике, или дублер, сам того не заметив, подсказал учителю что-то, например, мотивацию детей на изучение неинтересной или тяжелой темы и пр.

Когда высказались все дублеры, в случае присутствия на мероприятии представителей от органов управления образованием, надо предоставить слово им, поблагодарив за помощь в организации мероприятия.

Завершает «педсовет» директор словами благодарности всем. Можно в форме шутки предложить протоколировать решение о начале дружеских отношениях с «новыми» педагогами, включить их в резерв педагогического коллектива и при необходимости «вызывать на работу». Выразив надежду на дальнейшее сотрудничество («надеемся, что нам не откажут в билетах на баскетбольный матч, на выставку в доме журналистов, еще не раз откликнетесь на наше приглашение»)

и пр.), «педсовет» объявляется закрытым. Все участники мероприятия приглашаются сделать общее фото на память.

Необходимо заранее продумать, на каком фоне будет сделана общая фотография: школьные стенды, зеленый уголок, др.

Важно: общую фотографию надо отправить дублерам в этот же день.

После общей фотографии можно предложить гостям продолжить неформальное общение за чашкой чая. Как правило, гости сразу разъезжаются, учителя провожают своих дублеров до выхода из школы.

Участие СМИ. Если журналисты приглашены на платной основе, то организаторы оговаривают с ними, что снимать, где, в каком объеме и прочее.

Если журналисты будут освещать на мероприятие бесплатно, то, как правило, они снимают небольшие сюжеты на уроках и берут интервью у дублеров, учителей, директора школы, учащегося, принявшего участие в мероприятии. В связи с этим необходимо предупредить детей в классах, участвующих в мероприятии, чтобы во время урока они не обращали внимания на журналистов. Целесообразнее попросить журналистов брать интервью после «педсовета», когда у всех участников уже сформировалось свое мнение и отношение к происходящему, однако, в случае бесплатной работы, журналисты самостоятельно принимают решение и лучше оказывать им содействие в работе. Основные тезисы в интервью педагогов:

- важно, что школьники не от учителей, а из уст людей с производства слышат, зачем нужны знания, как добиться успеха, что спорт – это здорово, знать таблицу умножения наизусть гораздо выгоднее, чем пользоваться калькулятором, что математика нужна литератору, потому что развивает логику и пр.;
- не только школа нуждается, чтобы известные и успешные люди приходили к детям. Если обществу нужны грамотные граждане, социально активные, с гражданской позицией, то такие встречи школьников с министрами, успешными бизнесменами, ведущими инженерами, знаменитыми актерами и т.д. должны стать нормой – дети учатся на примерах.. И какие примеры мы им показываем, такое будущее молодежь выстраивает для себя и, соответственно, для общества.

В случае если журналисты не откликнулись на приглашение и не присутствовали на мероприятии, шанс опубликовать материал в СМИ еще имеется. Для этого надо подготовить по итогам проведенного мероприятия пост-релиз, приложить фотографии и отправить пакет материалов в печатные СМИ и Интернет-СМИ. Даже если эти материалы не заинтересуют журналистов, подготовленный пост-релиз с фотографиями размещается на Интернет-ресурсе организатора мероприятия, тем самым, выполняя свою задачу.

Ожидаемые результаты. У школьников в ходе мероприятия формируется положительное отношение к людям труда, повышается учебная мотивация, активизируется процесс профессионального самоопределения, социализации в целом.

Педагоги в общении с дублерами мотивируются на повышение квалификации, расширение собственных знаний в сфере преподаваемого предмета, практическом применении знаний в реальной жизни, в современном производстве.

Принимая участие в мероприятии, и учащиеся, и педагоги становятся трансляторами полученной информации от дублера для своих друзей, родителей и т.д. Тем самым в обществе формируется положительный имидж востребованных экономикой профессий и специальностей, рабочих мест, формируются социально приемлемые установки и ценности.

«Урок от профессионала» дает возможность общеобразовательной организации найти новых социальных партнеров, закрепить имеющиеся социальные связи, попасть в фокус внимания СМИ.

3. «День профессий»

Целевые ориентиры. Мероприятие направлено на ознакомление учащихся с содержанием определенной профессии (группы родственных профессий) в совокупности с информацией о путях и условиях получения соответствующего профессионального образования.

Целевая аудитория: учащиеся общеобразовательных организаций, оптимально – учащиеся 5-11 классов.

Форма проведения. Мероприятие проводится в один день и включает в себя последовательно:

- экскурсию по предприятию / организации / учреждению (далее – предприятие),
- экскурсию по профессиональной образовательной организации и (или) вузу (далее – ПОО), в которой ведется обучение по профессиям и специальностям, востребованным на данном предприятии,
- круглый стол (обсуждение увиденного).

Возможен вариант, когда мероприятие проводится только на базе предприятия и включает в себя экскурсию и круглый стол. В этом случае важно, чтобы активными участниками экскурсии и особенно круглого стола были представители ПОО.

Подготовка к мероприятию. Инициатором мероприятия могут выступать общеобразовательная организация, предприятие или ПОО. Организаторами являются представители всех трех (четырех) субъектов. Зачастую имеет смысл официальное создание межведомственной рабочей группы по подготовке мероприятия с представителями всех организаторов.

В первую очередь организаторы определяются с конкретными **задачами** мероприятия.

При этом общеобразовательная организация учитывает возраст учащихся и требования Федеральных государственных образовательных стандартов к результатам и условиям обучения, например, ознакомление учащихся со спецификой работы определенных специалистов (цели, содержание и предмет труда, типы основных орудий, производственные операции и обязанности, санитарно-гигиенические условия, организация и режим труда и т.д.).

Для ПОО мероприятие помогает формировать положительный имидж как конкретных специальностей (профессий), так и в целом учреждения. Если мероприятие проводится для учащихся выпускных классов, то конкретная задача заключается в наборе абитуриентов. Если учащиеся более младшего возраста, ПОО формирует потенциальный контингент абитуриентов.

И для общеобразовательной организации, и для ПОО снижение возраста учащихся для участия в мероприятии – адекватный подход к профориентационной работе: это средство, которое минимизирует риски спонтанного профессионального выбора, способствует мотивации учащихся к получению знаний, необходимых для освоения привлекательной профессии, формирует осознанный профессиональный выбор.

Предприятие, участвующее в мероприятии, решает задачи долгосрочной кадровой политики, формирует положительный имидж в обществе.

Второй этап организации мероприятия – согласование всех вопросов. Даже в случае долговременного партнерства всех организаторов, рекомендуется вести официальную переписку (писать официальные письма с просьбой о проведении мероприятия, об уточнении, согласовании условий проведения мероприятия, утверждать списки участников и пр.) – в ситуации информационной перегруженности письма позволяют легко восстановить суть и детали договоренностей, избежать разногласий.

Примерные вопросы для согласования:

- цели и задачи мероприятия;
- дата и время мероприятия;
- план мероприятия (в том числе маршрут экскурсии по предприятию и ПОО). План должен отражать решение задач, поставленных организаторами;
- продолжительность мероприятия в целом и составных частей мероприятия (с учетом продолжительности эффективного восприятия информации школьниками, сменой видов деятельности школьников);
- содержание информации для подготовки школьников к мероприятию (история развития предприятия, спектр продукции предприятия, история создания и развития ПОО и пр.) либо отсутствие такой подготовки;
- план заключительного круглого стола: участники и основные темы (вопросы) для обсуждения, модерация;
- минимальное и максимальное количество школьников-экскурсантов;
- особые условия посещения предприятия и ПОО, например, наличие бахил, необходимость сдавать вещи в камеру хранения, запрет на пользование сотовым телефоном, фото и видеосъемку и

т.п., требования к пропускному режиму (наличие паспорта), возможные требования к одежде и обуви (например, обувь без острых каблуков) и пр.;

- содержание предварительного инструктажа по технике безопасности;
 - освещение мероприятия в СМИ (субъекты СМИ, платность либо бесплатность приглашения, основные аспекты в пресс-релизах и пост-релизах, места съемок и пр.);
 - способ доставки школьников на предприятие и далее в ПОО;
 - завершающая встреча фотография на память (на каком фоне, в каком помещении, кто фотографирует, каким образом стороны обмениваются фотографиями и т.д.)
- и пр.

Все достигнутые договоренности рекомендуется зафиксировать и обменяться по электронной почте всем организаторам, например, в виде подробного плана с примечаниями. Как отмечалось выше, такое письмо систематизирует, уточнит и упрочит все договоренности.

Следующий этап – подготовка к мероприятию всеми сторонами в соответствии с договоренностями.

Экскурсии (экскурсия). Так как основная цель мероприятия – ознакомление учащихся с содержанием определенной профессии (группы родственных профессий), то во время экскурсии необходимо подробно рассмотреть основное содержание труда работников изучаемой профессии, орудия их труда, конечный и промежуточные результаты труда, контроль качества, а также условия труда, организацию рабочего места и как следствие требования работодателя к работникам (медицинские показания и противопоказания, психологические характеристики, требования к уровню образования, необходимость и периодичность повышения квалификации и пр.) и т.д. Вся информация о содержании профессии должна представлять не обрывочные сведения, а логично укладываться в общую схему технологического процесса, завершаться показом значения труда. Школьники должны получить информацию о численном составе специалистов этой профессии на предприятии и по возможности в отрасли в целом, периодичности обновления кадров, потребности в специалистах на сегодняшний день, в среднесрочной и долгосрочной перспективе и т.д.

Если в качестве одной из задач экскурсии является получение учащимися опыта определенной деятельности – реализация профпроб – важно предусмотреть время не только на сам процесс, но и на эмоциональную реакцию учащихся на новый опыт. Рефлексия, безусловно, включается в план круглого стола, но и непосредственно у рабочего места школьнику обязательно надо дать возможность проявить эмоции, высказать мнение.

При планировании экскурсии по ПОО рекомендуется строго соблюдать рамки информации о изучаемой профессии: демонстрировать те лаборатории, учебные мастерские, классы и др., которые имеют непосредственное отношение к этой профессии.

Проведение профпроб во время экскурсии на предприятии не исключает возможности проведения профпроб в учебных мастерских ПОО.

Круглый стол. Участники круглого стола: все школьники, ведущие специалисты и (или) топ-менеджеры предприятия (от 2 до 5-7 человек); представитель администрации ПОО (ректор, директор, заместитель директора и т.п.). Можно пригласить на круглый стол студентов ПОО (порядка 2-5 человек, не больше, чем школьников). Важно, чтобы все участники круглого стола принимали участие в экскурсиях.

Длительность круглого стола – 15-20 минут.

Содержание – обсуждение плюсов и минусов работы по данной профессии, в том числе и медицинские противопоказания, профессиональные заболевания и пр., перспективы сохранения и развития этой профессии на рынке труда. Важно, чтобы дискуссия была «живой» и откровенной. Желательно, чтобы школьники были основными «выступающими». В качестве примера для простоты организации такой дискуссии можно разделить их на две группы (те, кто сидят слева от модератора, и те, кто сидят справа от него), каждой группе дать задание составить список характеристик профессии: первой группе – положительных, второй группе – отрицательных. Мнения школьников дополняют студенты, если таковые присутствуют на мероприятии. Завершают беседу самые статусные взрослые участники от предприятия и ПОО (директор техникума, ректор вуза, директор предприятия): они резюмируют услышанное, акцентируя внимание детей на положительных моментах получения

профессионального образования именно в этом колледже / техникуме / вузе и работы именно на этом предприятии.

В заключении – общая фотография на память. Необязательное, но желательное заключение встречи – памятные подарки, сувениры школьникам от предприятия и ПОО (для закрепления позитивных установок).

Ожидаемые результаты. У школьников формируется целостное представление о траектории получения профессионального образования с последующим трудоустройством по полученной профессии. Кроме того, у них формируются социально приемлемые ориентиры успешности: труд и профессионализм. Полученные во время общения знания и установки в последующем транслируются школьниками своим сверстникам, семье, знакомым и т.д. Таким образом формируется имидж необходимых обществу профессий и специальностей, рабочих мест. В целом у подрастающего поколения формируются установки, способствующие их успешной социализации в будущем.

Участие образовательной организации в мероприятии дает возможность найти новых социальных партнеров и попасть в фокус внимания СМИ.

4. «Большой профориентационный день»

Целевые ориентиры. Мероприятие направлено на оказание помощи обучающимся в профессиональном самоопределении с учетом потребностей рынка труда региона. Оптимально – предоставить школьникам возможность получить максимально возможный спектр профориентационных услуг на одной площадке

Целевая аудитория: обучающиеся общеобразовательных организаций, оптимально – учащиеся 8-11 классов. Возможен вариант проведения «Семейного дня профориентации» с расчетом на совместное участие родителей и учащихся.

Возможные формы мероприятия: профориентационное консультирование, профориентационное тестирование, тренинг по профессиональному самоопределению или эффективному поведению на рынке труда, презентации профессиональных образовательных организаций (колледжей, техникумов) и образовательных организаций высшего образования (вузов), информационные лектории о рынке труда, экономике региона (конкретной территории), предприятиях, функционирующих на территории региона (муниципалитета), формах временной трудовой занятости и пр.

Содержание и организация мероприятия определяются, исходя из возможностей организатора. Чем шире спектр профориентационных услуг планируется предоставить учащимся, тем больше потребуется ресурсов.

Мероприятие может быть организовано по принципу «карусели», когда все участники мероприятия проходят через все организованные площадки (мини-тренинги, лектории, презентации и пр.), либо к ним в класс заходят все специалисты и приглашенные гости со своими материалами и программами.

Мероприятие может быть организовано по принципу свободного посещения участниками работающих площадок (как правило, этот принцип используется, когда организовывается «Семейный день профориентации»). В этом случае рекомендуется разработать график проведения лекций, тренингов, презентаций и заранее ознакомить с ним участников.

Ресурсы сторонних организаций, рекомендуемые к привлечению для организации и проведения мероприятия:

- центры занятости населения – информирование о рынке труда, тренинги по эффективному поведению на рынке труда (в том числе, например, мастер-классы по составлению резюме), мероприятия из программы «Старт в профессию», тестирование, консультирование и др.;
- дома молодежных организаций, отделы (управления) по делам молодежи (молодежной политике) при муниципальных и местных администрациях, молодежные центры и т.п. – информирование о формах временной трудовой занятости в период каникул и во время учебы, правовой ликбез в вопросах занятости несовершеннолетних, тренинги по эффективному поведению на рынке труда и профессиональному самоопределению, тестирование, консультирование и др.;

- мэрии, муниципальные администрации, местные администрации – информирование о прогнозе развития экономики и прогнозной потребности в квалифицированных кадрах, мерах поддержки молодых специалистов и др.;
- предприятия, организации, учреждения, в том числе представители малого и среднего бизнеса – информирование о роли предприятия в развитии экономики территории, региона, страны, перспективной потребности в квалифицированных кадрах, мерах поддержки молодых специалистов, требованиях к работникам предприятия и др.;
- профессиональные образовательные организации (колледжи, техникумы), образовательные организации высшего образования (вузы) – презентация своих учреждений, тестирование, консультирование и др.

Ожидаемые результаты. Полученная информация способствует осознанному выбору профессии, пониманию значения профессиональной деятельности для человека и общества, условий успешной профессиональной деятельности.

Организация и участие общеобразовательной организации в мероприятии дает возможность найти новых социальных партнеров и попасть в фокус внимания СМИ.

5. «Заводская олимпиада»

Целевые ориентиры. Мероприятие, в первую очередь, направлено на повышение учебной мотивации у обучающихся, формирует ценность школьного образования в контексте будущей профессиональной занятости. Кроме того, у обучающихся формируются представления о профессиональной карьере и мотивация на планирование профессиональной карьеры, на активную позицию в будущей профессиональной жизни.

Целевая аудитория: обучающиеся общеобразовательных организаций, оптимально – учащиеся 8-11 классов.

Форма проведения: олимпиада по определенному предмету, профильному для конкретного предприятия.

Отличительные особенности. Мероприятие проводится на базе предприятия. В основе каждой олимпиадной задачи – производственный процесс. Соответственно, олимпиадные задачи разрабатываются совместно специалистами предприятия и педагогами.

Проверка работ проводится сразу же после окончания олимпиады во время экскурсии школьников по предприятию (время проверки работ можно увеличить за счет организации обеда в заводской столовой). Награждение победителей проходит в этот же день на территории предприятия топ-менеджерами предприятия. На усмотрение руководителей предприятия награждение проводится с вручением памятных подарков всем участникам.

Организация мероприятия. В олимпиаде могут участвовать учащиеся одной школы, но в идеальном варианте участвуют учащиеся нескольких школ.

Организаторами мероприятия являются:

- предприятие;
- общеобразовательная организация или орган управления образованием (либо уполномоченная им образовательная организация).

При подготовке мероприятия организаторы должны согласовать:

- цели и задачи мероприятия;
- дату и время мероприятия;
- план мероприятия (если мероприятие включает экскурсию, то маршрут экскурсии по предприятию). План должен отражать решение задач, поставленных организатором;
- продолжительность мероприятия в целом и составных частей мероприятия (с учетом продолжительности эффективного восприятия информации школьниками, и сменой видов деятельности школьников);
- план подготовки олимпиадных задач (ответственность за их составление, как правило, возлагается на педагогов, технологи предприятия согласовывают их в соответствии с технологическим процессом на предприятии);
- минимальное и максимальное количество школьников-участников мероприятия;
- особые условия посещения предприятия, например, наличие бахил, необходимость сдавать

вещи в камеру хранения, запрет на пользование сотовым телефоном и фото- и видеосъемку и т.п., требования к пропускному режиму (наличие паспорта), возможные требования к одежде и обуви (например, обувь без острых каблучков) и пр.;

- содержание предварительного инструктажа по технике безопасности;
 - освещение мероприятия в СМИ (субъекты СМИ, платность либо бесплатность приглашения, основные аспекты в пресс-релизах и пост-релизах, места съемок и пр.);
 - способ доставки школьников на мероприятие;
 - при включении в план обеда – условия его оплаты;
 - состав участников мероприятия от образовательной организации и от предприятия, их роль на каждом этапе мероприятия;
 - процедуру награждения (в том числе наличие памятных подарков для всех участников);
 - завершающая встреча фотография на память (на каком фоне, в каком помещении, кто фотографирует, каким образом стороны обмениваются фотографиями и т.д.)
- и пр.

Даже в случае, если организаторы мероприятия являются давними и надежными социальными партнерами, рекомендуется вести официальную переписку (писать официальные письма с просьбой о проведении мероприятия, об уточнении условий проведения мероприятия, утверждать списки участников и пр.) – в ситуации информационной перегруженности письма позволяют легко восстановить суть и детали договоренностей, избежать недопониманий. В первом (инициирующем) письме рекомендуется отметить те положительные эффекты, которые будут получены в результате мероприятия: например, формирование социально ориентированных ценностных установок у молодежи, формирование социально активного кадрового потенциала территории, воспитание у подрастающего поколения уважительного отношения к труду, формирование в обществе лояльности к предприятию, содействие построению долгосрочной кадровой политики предприятия с опорой на жизненные ценности потенциальных работников, их карьерную направленность, требования и пожелания к рабочему месту, условиям труда, зарплатные ожидания и пр., формирование положительного имиджа востребованных профессий и рабочих мест и т.д.

Все достигнутые договоренности рекомендуется зафиксировать и обменяться по электронной почте, например, в виде подробного плана с примечаниями. Как отмечалось выше, такое письмо систематизирует, уточнит и упрочит все договоренности.

Ожидаемые результаты. В ходе мероприятия школьники и их педагоги получают наглядное представление о современном предприятии, технологическом процессе. У школьников возрастает мотивация к учебе, повышается осознанность получения знаний (их «профпригодность»). Педагоги мотивируются на повышение квалификации. Предприятие получает возможность «раннего» формирования кадрового резерва: выявить наиболее перспективных молодых людей для стимулирования их в получении профильного профессионального образования и трудоустройства у себя на предприятии в будущем.

Проведение «Заводской олимпиады» дает возможность общеобразовательной организации найти новых социальных партнеров и попасть в фокус внимания СМИ.

6. «Папа, мама – гид»

Целевые ориентиры . Мероприятие «Папа, мама – гид» направлено на расширение знаний обучающихся о конкретном предприятии / учреждении / организации, его месте и роли в структуре экономики региона / территории, современном производстве, содержании и условиях труда. Мероприятие способствует формированию трудовых династий, развивает у школьников уважительное отношение к труду родителей. Зачастую в результате мероприятия отмечается положительная динамика в детско-родительских отношениях.

Форма проведения: экскурсия обучающихся на предприятие / в учреждение / в организацию (далее – предприятие).

Мероприятие может быть организовано в двух вариантах.

Первый вариант.

Мероприятие организовывается для обучающихся одного класса (одной группы) образовательной организации на рабочее место родителя одного из учеников (воспитанников). В этом

случае организатором, как правило, выступает образовательная организация в лице классного руководителя (воспитателя).

В зависимости от цели мероприятия экскурсия может быть полностью проведена только на рабочем месте родителя, либо включать в себя это рабочее место как составную часть. В любом случае, желательно (по возможности) чтобы о своей работе рассказал сам родитель.

Второй вариант.

Мероприятие организовывается для обучающихся разных возрастов и возможно разных образовательных организаций, объединенных в группу по принципу работы их родителей на одном предприятии – куда организовывается экскурсия. В этом случае организаторами на паритетной основе выступают само предприятие и территориальное управление образования (образовательная организация, уполномоченная территориальным управлением), возможно, также орган местного самоуправления.

Родители обучающихся-экскурсантов на усмотрение руководства предприятия могут принимать участие в экскурсии вместе с детьми (если производственный процесс допускает их отсутствие на рабочем месте на время проведения экскурсии, либо возможно замещение родителя-работника другим специалистом предприятия). Возможен вариант, когда родители находятся на своих рабочих местах, а маршрут экскурсии включает посещение этих рабочих мест. В крайнем случае, при невозможности посетить рабочие места всех родителей обучающихся-экскурсантов, экскурсовод в процессе экскурсии обязательно рассказывает о роли их труда в производственном процессе и объясняет, почему нет возможности посмотреть на их рабочие места.

Конкретная цель мероприятия определяется из интересов организаторов.

Образовательная организация исходит из возраста обучающихся, требований Федеральных государственных образовательных стандартов к результатам и условиям обучения. Например, для дошкольников во время экскурсии важно продемонстрировать многообразие мира профессий, на примере отдельных профессий показать во взаимосвязи основное содержание труда, орудия труда профессионала и результаты его труда, объяснить общественную значимость труда. Для учащихся 7-9 классов цель экскурсии может заключаться в расширении представлений школьников о мире профессий во взаимосвязи с изучаемыми технологиями, в расширении их знаний непосредственно о предприятии, его месте и роли в экономике страны, региона и территории, в изучении содержания и условий труда той или иной профессии, путях получения профессионального образования и повышения квалификации и т.п. В качестве одной из задач экскурсия может быть ориентирована на получение учащимися опыта определенной деятельности – реализации профпроб.

Заинтересованность *органов местного самоуправления* выражается в стремлении закрепления молодежи на «малой родине» – данной территории посредством развития конкретного предприятия (как правило «градообразующего» для данной территории).

Для *предприятия* экскурсия – один из элементов долгосрочной стратегии развития кадрового потенциала, возможность объективного планирования кадровой политики с опорой на жизненные ценности потенциальных работников, их карьерную направленность, требования и пожелания к рабочему месту, условиям труда, зарплатные ожидания и прочее. Кроме того, сотрудничество с системой образования – это формирование и поддержание положительного корпоративного имиджа, продвижение бренда предприятия в общество.

Таким образом, перед образовательной организацией стоят более конкретные цели и задачи, следовательно, для их достижения именно образовательной организации логичнее взять на себя ведущую роль при подготовке плана мероприятия.

Помимо цели организаторы **должны согласовать** следующие позиции:

– дата и время экскурсии;

– план (маршрут) экскурсии. План должен отражать решение задач, поставленных организатором. Например, если стоит задача ознакомления школьников с технологическим процессом, то включение в план посещение производственных цехов обязательно, причем в последовательности, соответствующей этому процессу. Если необходимо сформировать у школьников представление о рынке труда, то важно в процессе экскурсии называть конкретные профессии и специальности, численный состав этих специалистов на предприятии и по возможности

в отрасли в целом, периодичность обновления кадров разных специальностей, потребность в конкретных специалистах на сегодняшний день, в среднесрочной и долгосрочной перспективе и т.д.;

- продолжительность мероприятия в целом и составных частей экскурсии (с учетом продолжительности эффективного восприятия информации школьниками, и сменой видов деятельности школьников);

- содержание информации для подготовки школьников к экскурсии (история развития предприятия, спектр продукции предприятия и пр.) либо отсутствие такой подготовки;

- минимальное и максимальное количество школьников-экскурсантов, их возраст;

- особые условия посещения предприятия, например, наличие бахил, необходимость сдавать вещи в камеру хранения, запрет на пользование сотовым телефоном и фото- и видеосъемку и т.п., требования к пропускному режиму (наличие паспорта), возможные требования к одежде и обуви (например, обувь без острых каблучков) и пр.;

- содержание предварительного инструктажа по технике безопасности;

- освещение мероприятия в СМИ (субъекты СМИ, платность либо бесплатность приглашения, основные аспекты в пресс-релизах и пост-релизах, места съемок и пр.);

- способ доставки школьников на мероприятие, встреча школьников на предприятии;

- завершающая встреча фотография на память (на каком фоне, в каком помещении, кто фотографирует, каким образом стороны обмениваются фотографиями и т.д.)

и пр.

На усмотрение организаторов (в первую очередь предприятия) в план экскурсии можно включить элементы профпроб, мастер-класс или круглый стол по обсуждению школьниками с ведущими специалистами предприятия его актуального состояния и перспектив развития, пакета социальных гарантий, программ поддержки молодых специалистов и т.д.

Все достигнутые договоренности рекомендуется **зафиксировать** на бумаге (сделать это рекомендуется представителю образовательной организации и отправить на электронную почту представителю предприятия на согласование, например, в виде подробного плана с примечаниями). Даже в случае если предприятие является давним и надежным социальным партнером образовательной организации, рекомендуется вести официальную переписку (писать официальные письма с просьбой о проведении мероприятия, об уточнении условий проведения мероприятия, утверждать списки участников и пр.) – в ситуации информационной перегруженности письма позволяют легко восстановить суть и детали договоренностей, избежать недопониманий. В первом (инициирующем) письме рекомендуется отметить те положительные эффекты, которые будут получены в результате мероприятия, например, формирование социально ориентированных ценностных установок у молодежи, формирование социально активного кадрового потенциала территории, воспитание у подрастающего поколения уважительного отношения к труду, формирование в обществе лояльности к предприятию, содействие построению долгосрочной кадровой политики предприятия с опорой на жизненные ценности потенциальных работников, их карьерную направленность, требования и пожелания к рабочему месту, условиям труда, зарплатные ожидания и пр., формирование положительного имиджа востребованных профессий и рабочих мест и т.д. Согласование деталей, подробного плана по электронной почте помогает упрочить договоренности и избежать разногласий.

Особое внимание организатору (организаторам) необходимо уделить **подготовке родителей**, участвующих в мероприятии. Как правило, первое «публичное выступление» сложно дается человеку.

Ожидаемые результаты. В ходе мероприятия школьники получают наглядное представление о роли труда своих родителей, что формирует у них уважительное отношение к труду в целом, и своих родителей (родителей своих одноклассников) в частности. Через знакомство с конкретным предприятием у школьников расширяются знания о структуре экономики, современном производстве, содержании и условиях труда. Полученные во время мероприятия знания в последующем транслируются ими своим сверстникам, семье, знакомым и т.д. Таким образом популяризируются востребованные экономикой специальности, повышается имидж работы на производственном предприятии.

7. «Родительский день»

Целевые ориентиры. Мероприятие направлено на информирование родителей о возможностях региональной системы профессионального образования, перспективах регионального рынка труда, особенностях профессионального самоопределения подростков в современных условиях и способах оказания помощи своим детям в их профессиональном самоопределении.

Целевая аудитория: родители обучающихся общеобразовательных организаций. Возможен вариант, если группа родителей будет сформирована по какому-либо признаку, например, родители детей-инвалидов и учащихся с ОВЗ, родители выпускников 9, 11 классов, родители учащихся начальных классов и др.

Возможные формы мероприятия: лекторий, групповая консультация, тренинг, дискуссионная площадка, круглый стол и др.

Содержание и организация мероприятия определяются, исходя из возможностей организатора. Чем больше информации планируется предоставить родителям, тем больше потребуется ресурсов.

Если организатором принято решение о проведении мероприятия с использованием различных форм для большого количества родителей (для всей школы) одновременно, то мероприятие может быть организовано по принципу «карусели», когда все участники группами проходят через все организованные площадки (мини-тренинги, лектории, презентации и пр.), либо к каждой группе родителей (в класс) заходят все специалисты и приглашенные гости со своими материалами и программами.

Допустимо проведение мероприятия в форме родительских собраний – общешкольных, классных, по параллелям, по группам и т.д.

Ресурсы сторонних организаций, рекомендуемые к привлечению для организации и проведения мероприятия:

центры занятости населения – информирование о современном и перспективном состоянии рынка труда, лектории и презентации по эффективному поведению на рынке труда, групповое консультирование и др.;

дома молодежных организаций, отделы (управления) по делам молодежи (молодежной политике) при муниципальных и местных администрациях, молодежные центры и т.п. – информирование о формах временной трудовой занятости в период каникул и во время учебы, правовой ликбез в вопросах занятости несовершеннолетних, лектории и презентации по эффективному поведению на рынке труда и профессиональному самоопределению, групповое консультирование и др.;

мэрии, муниципальные администрации, местные администрации – информирование о прогнозе развития экономики и прогнозной потребности в квалифицированных кадрах, мерах поддержки молодых специалистов и др.;

предприятия, организации, учреждения, в том числе представители малого и среднего бизнеса – информирование о роли предприятия в развитии экономики территории, региона, страны, перспективной потребности в квалифицированных кадрах, мерах поддержки молодых специалистов, требованиях к работникам предприятия и др.;

профессиональные образовательные организации (колледжи, техникумы), образовательные организации высшего образования (вузы) – презентация своих учреждений, тестирование, консультирование и др.;

органы управления образованием – информирование о современной структуре региональной системы профессионального образования, возможностях, перспективах развития и др.

Ожидаемые результаты. Повышение информированности родителей (не от педагогов, а «из первых рук») способствует успешному профессиональному самоопределению обучающихся, кроме того снижает уровень тревожности в семье, оптимизирует отношения в диаде «родители-школа».

Организация и участие общеобразовательной организации в мероприятии дает возможность найти новых социальных партнеров и попасть в фокус внимания СМИ.

8. «Стартовая площадка»

Целевые ориентиры. Мероприятие направлено на ознакомление обучающихся с условиями получения профессионального образования по определенной специальности (группе родственных специальностей) в конкретной профессиональной образовательной организации (колледже, техникуме) или в конкретном вузе (далее – ПОО).

Целевая аудитория: обучающиеся общеобразовательных организаций, оптимально – учащиеся 5-11 классов.

Форма проведения.

Мероприятие проводится в один день и включает в себя последовательно:

- экскурсию по ПОО;
- дискуссионную площадку (обсуждение увиденного).

Инициатором мероприятия может выступать общеобразовательная организация или ПОО.

Организаторами являются представители обеих сторон с распределением ответственности.

Участниками мероприятия помимо школьников и сопровождающих их педагогов могут быть родители школьников. В обязательном порядке к участию в мероприятии приглашаются представители одного или нескольких предприятий, где работают выпускники ПОО. Желательно участие специалиста службы занятости населения. Возможно участие представителя органов власти, а также студентов ПОО (2-5 человек).

Подготовка. В первую очередь организаторы определяются с целями и конкретными задачами мероприятия.

Общеобразовательная организация учитывает возраст учащихся и требования Федеральных государственных образовательных стандартов к результатам и условиям обучения. В качестве примера целью может выступать ознакомление учащихся со спецификой получения определенной специальности и условий труда этих специалистов; задачи мероприятия: ознакомление с целями, содержанием и предметами труда, типами основных орудий, производственными операциями и обязанностями, санитарно-гигиеническими условиями, организацией и режимом труда и т.д. Одной из задач мероприятия может являться получение учащимися опыта определенной деятельности – реализация профпроб.

Для ПОО мероприятие помогает формировать положительный имидж как конкретных специальностей (профессий), так и в целом учреждения. Если мероприятие проводится для учащихся выпускных классов, то конкретная задача заключается в наборе абитуриентов. Если учащиеся более младшего возраста, ПОО формирует потенциальный контингент абитуриентов.

И для общеобразовательной организации, и для ПОО снижение возраста учащихся для участия в мероприятии – резонное решение: это средство, которое минимизирует риски спонтанного профессионального выбора, способствует мотивации учащихся к получению знаний, необходимых для освоения привлекательной профессии, формирует осознанный профессиональный выбор.

Предприятие, участвующее в мероприятии, решает задачи долгосрочной кадровой политики, формирует положительный имидж в обществе.

Второй этап организации мероприятия – согласование всех вопросов. Даже в случае долговременного партнерства всех организаторов, рекомендуется вести официальную переписку (писать официальные письма с просьбой о проведении мероприятия, об уточнении, согласовании условий проведения мероприятия, утверждать списки участников и пр.) – в ситуации информационной перегруженности письма позволяют легко восстановить суть и детали договоренностей, избежать недопониманий.

Примерные вопросы для согласования:

- цели и задачи мероприятия;
- дату и время мероприятия;
- план мероприятия (в том числе маршрут экскурсии по ПОО). План должен отражать решение задач, поставленных организаторами;
- продолжительность мероприятия в целом и составных частей мероприятия (с учетом продолжительности эффективного восприятия информации школьниками и сменой видов деятельности школьников);

– содержание информации для подготовки школьников к мероприятию (история создания и развития ПОО, спектр направлений подготовки, успешные выпускники и пр.) либо отсутствие такой подготовки;

– приглашение других участников мероприятия (представителей предприятий, службы занятости, органов власти) и согласование с ними вопросов их участия в мероприятии;

– план заключительной дискуссионной площадки: участники и основные темы (вопросы) для обсуждения, модерация;

– минимальное и максимальное количество школьников-экскурсантов;

– особые условия посещения ПОО, например, наличие бахил, необходимость сдавать вещи в гардероб, запрет на пользование сотовым телефоном и фото- и видеосъемку и т.п., требования к пропускному режиму (наличие паспорта), возможные требования к одежде и обуви (например, обувь без острых каблуков) и пр.;

– содержание предварительного инструктажа по технике безопасности;

– освещение мероприятия в СМИ (субъекты СМИ, платность либо бесплатность приглашения, основные аспекты в пресс-релизах и пост-релизах, места съемок и пр.);

– способ доставки школьников в ПОО;

– завершающая встреча фотография на память (на каком фоне, в каком помещении, кто фотографирует, каким образом стороны обмениваются фотографиями и т.д.)

и пр.

Все достигнутые договоренности рекомендуется зафиксировать и обменяться по электронной почте, например, в виде подробного плана с примечаниями. Как отмечалось выше, такое письмо систематизирует, уточнит и упрочит все договоренности.

Следующий этап – подготовка к мероприятию сторонами в соответствии с договоренностями и сферой ответственности. Как правило, общеобразовательная организация организует группу школьников, проводит с ними предварительную работу; ПОО готовит экскурсию, приглашает представителей предприятия, службы занятости, органов власти, а также готовится к модерации дискуссионной площадки.

Дискуссионная площадка.

Цель проведения дискуссионной площадки – обсуждение условий получения определенного профессионального образования в данной ПОО с точки зрения дальнейшего трудоустройства по полученной специальности.

Вопросы для обсуждения:

- ожидания и реальность общего впечатления от ПОО (здание, учебные классы, внешний вид студентов и пр.);
- ожидания и реальность общего впечатления об условиях получения профессионального образования (оснащение учебных лабораторий, мастерских, новые специфические знания и пр.);
- рефлексия результатов профпроб (отзывы 1-2 человек);
- минусы специальности (условия труда, медицинские противопоказания и пр.);
- плюсы специальности (гарантии трудоустройства, оплата труда и социальные пакеты специалистам, возможность самозанятости и пр.).

Важно организовать беседу так, чтобы в первую очередь высказались школьники. Их мнение дополняют и при необходимости корректно поправляют взрослые участники мероприятия:

- представители предприятия – информация об условиях трудоустройства и работы: социальный пакет, зарплата, программы поддержки молодых специалистов, варианты карьерного роста, в том числе повышения квалификации и пр.;
- специалисты службы занятости – информация о востребованности специалистов данного профиля на рынке труда сегодня и в прогнозируемом будущем;
- представители органов власти – информация о мерах государственной поддержки данной сферы экономики с точки зрения гарантий востребованности данных специалистов в прогнозируемом будущем.

Итогом разговора должна стать мысль, что данная профессиональная образовательная организация (вуз) является стартовой площадкой в успешную профессиональную жизнь.

Длительность дискуссионной площадки: 15-30 минут.

Заключительная часть мероприятия: общая фотография на память. Необязательное, но желательное заключение встречи – памятные подарки школьникам от ПОО, предприятия (для закрепления позитивных установок).

Ожидаемые результаты. У школьников формируется целостное представление о траектории получения профессионального образования с последующим трудоустройством по полученной профессии. Кроме того, у них формируются социально приемлемые ориентиры успешности: труд и профессионализм. Полученные во время общения знания и установки в последующем транслируются школьниками своим сверстникам, семье, знакомым и т.д. Таким образом формируется имидж необходимых обществу профессий и специальностей, рабочих мест. В целом у подрастающего поколения формируются ориентиры, способствующие их успешной социализации в будущем.

Участие образовательной организации в мероприятии дает возможность найти новых социальных партнеров и попасть в фокус внимания СМИ.

9. «Урок для учителей»

Целевые ориентиры. Мероприятие «Урок для учителей» направлено на информирование педагогов о ресурсах профориентационной работы в современных условиях.

Целевая аудитория. Участниками мероприятия «Урок для учителей» могут быть:

1) педагогические работники общеобразовательных организаций, в частности:

- учителя-предметники;
- классные руководители;
- заместители директоров по воспитательной работе;
- педагоги-организаторы;
- педагоги-психологи;
- социальные педагоги;
- учителя-логопеды (учителя-дефектологи);
- воспитатели;
- библиотекари;
- тьюторы;

2) педагогические работники дошкольных образовательных организаций, в частности:

- воспитатели;
- методисты;
- педагоги-психологи;
- логопеды.

Отличительные особенности мероприятия.

Первое. Обязательными активными участниками мероприятия являются приглашенные специалисты, не работающие в системе образования (далее – гости). Это могут быть:

- специалисты территориальных центров занятости;
- носители определенных профессии: руководители и сотрудники предприятий (организаций, учреждений);
- представители органов местного самоуправления;
- социальные партнеры образовательной организации и другие.

В зависимости от программы мероприятия приглашенных специалистов может быть несколько, а может быть только один. Участие специалистов не из системы образования выводит такое мероприятие за рамки мероприятий уровня образовательной организации.

Второе. Основной темой мероприятия является актуальное состояние рынка труда и экономики региона, и (или) современные технологии производства, и (или) содержание новых профессий.

Третье. Педагогические работники являются не пассивными слушателями, а активными участниками мероприятия.

Основное содержание мероприятия. В рамках мероприятия «Урок для учителей» педагогические работники получают объективную информацию о таких аспектах современной экономики и рынка труда региона, как:

- приоритетные для региона, муниципалитета, населенного пункта отрасли экономики;

- востребованные профессии и кадровые потребности рынка труда региона;
- имеющиеся рабочие места на территории региона;
- современные условия и содержание труда, современные технологии;
- система профессионального образования в регионе.

В зависимости от целевой аудитории, программы и длительности мероприятия могут быть охвачены либо все вышеназванные аспекты, либо выбран один / несколько. Например, работников дошкольных образовательных организаций будет уместно проинформировать о современных условиях труда, новых профессиях, содержании современных профессий «ближайшего окружения» воспитанников, не затрагивая темы, связанные с трудоустройством и профессиональным образованием.

Формы проведения мероприятия. «Урок для учителей» наиболее результативен, если проводится для групп численностью 15-30 человек. В зависимости от задач мероприятия группа по должностному составу может быть однородной (например, к участию приглашаются только методисты или только учителя химии) либо смешанной (например, приглашаются воспитатели подготовительных групп и учителя начальных классов). Также участвовать в мероприятии могут педагогические работники из одной или разных образовательных организаций.

Так как мероприятие «Урок для учителей» по своей сути практико-ориентированное, предпочтительнее такие формы его проведения, как:

- мастер-класс;
- экскурсия;
- деловая презентация.

Наиболее эффективно сочетание нескольких форм работы, чередование мини-лекций, показа и практических действий, которые должны иметь ярко выраженную обучающую направленность.

В какой именно форме или их сочетании будет проводиться «Урок для учителей» территориальное управление (образовательная организация, уполномоченная территориальным управлением) или образовательная организация определяют самостоятельно.

Территория проведения мероприятия. «Урок для учителей» можно организовать на базе:

- образовательной организации (детского сада, школы, техникума/колледжа);
- Центра занятости населения;
- предприятия, организации, учреждения.

Выбор места проведения мероприятия определяется конкретными задачами мероприятия, имеющимися ресурсами территории, существующими социальными связями, наличием интереса педагогов к той или иной профориентационной тематике.

Рекомендации по подготовке и проведению мероприятия.

Непосредственным организатором мероприятия «Урок для учителей» может выступать Ресурсный центр, специализированный профориентационный центр или общеобразовательная организация. Ответственное за организацию мероприятия лицо (группа лиц) далее в тексте будет именоваться организатором.

При подготовке мероприятия «Урок для учителей» в первую очередь организатором определяются конкретные задачи мероприятия. Например,

- показ педагогам современного производства, современного технологического процесса с привязкой к преподаваемому учебному предмету;
- показ педагогам результативных форм работы по информированию учащихся/воспитанников о востребованных профессиях региона/территории/населенного пункта;
- демонстрация перспектив развития/изменения какой-либо профессии;
- демонстрация неизвестных для широкой общественности сторон какой-либо профессии;
- формирование у педагогов представлений о деятельности Центра занятости населения, о действующих программах содействия занятости несовершеннолетних и выпускников, о работе ярмарок вакансий и учебных мест;
- формирование у педагогов представлений об условиях приема, обучения, о материально-технической базе определенной профессиональной образовательной организации и т.п.

Далее определяется база проведения мероприятия (принимающая сторона). Организатор согласовывает с принимающей стороной максимальную и минимальную наполняемость группы (с учетом всех сопровождающих лиц и представителей СМИ при наличии таковых), дату, время, продолжительность и форму проведения мероприятия, его содержание и материал для информационного наполнения.

Оптимальная продолжительность содержательной части мероприятия – от 40 минут до 1,5 часа.

В зависимости от поставленных задач мероприятия и имеющихся ресурсов принимающей стороны формируется группа участников. На этом этапе становится понятно, какую именно аудиторию нужно собирать: будут ли это педагоги из разных образовательных организаций или из одной, сколько будет человек, будет ли группа однородной по должностному составу или смешанной, будут ли педагоги принимать участие в мероприятии в обязательном порядке или по желанию и т.п. В зависимости от вышеперечисленного организатор выбирает форму информирования педагогов: рассылка информационных писем, издание приказа или письменное объявление. Сообщать педагогам о предстоящем мероприятии следует заблаговременно для того, чтобы зарезервировать время для формирования и утверждения окончательного списка участников.

Если на мероприятии предполагается присутствие представителей СМИ, нужно продумать условия для их результативной работы. Обычно журналисты уделяют одному мероприятию не более 40 минут, за это время им нужно сделать видеосъемку нескольких сюжетов для последующего монтажа и взять интервью у 1-2 участников. Поэтому следует заранее продумать, как расположить участников в помещении, чтобы было удобно вести видеосъемку и перемещаться во время мероприятия, не отвлекая участников, кто и когда будет давать интервью, как разнообразить «картинку» мероприятия.

Особое внимание нужно уделить организации доставки участников (в том числе гостей и представителей СМИ) на базу проведения мероприятия: будет ли централизованный подвоз участников или каждый будет добираться самостоятельно, где будут ожидать участники, прибывшие задолго до начала мероприятия, и кто будет встречать опоздавших. Следует иметь в виду, что опоздать к началу мероприятия могут не только педагоги, но и гости.

Педагогам до мероприятия нужно обязательно рассказать о целях этой акции в целом и задачах этого конкретного мероприятия, а также отметить необходимость дальнейшей трансляции информации, которая будет получена педагогами на мероприятии, обучающимся, их родителям, другим педагогам.

Если предполагается экскурсия на какой-либо промышленный объект, организатору нужно уточнить особые условия посещения этого объекта, например, наличие бахил, необходимость сдавать вещи в камеру хранения, запрет на пользование сотовым телефоном и фотографирование и т.п., требования к пропускному режиму (наличие паспорта), возможные требования к одежде и обуви (например, обувь без острых каблуков), а также обязательно провести для педагогов инструктаж по технике безопасности.

Регистрацию участников мероприятия следует проводить быстро и организованно. Участники (в том числе гости) известны организатору заранее, поэтому целесообразно в лист регистрации сразу впечатать их данные (фамилию, имя, отчество, должность, место работы и т.п.) и затем отметить присутствующих. Это не только экономит время, но помогает избежать неловкой ситуации, если регистратор не знает в лицо статусного человека.

Для участников мероприятия желательно подготовить пакет раздаточных материалов «на память». Если работа с раздаточными материалами предполагается во время мероприятия, то раздать их участникам нужно при регистрации. Какие-либо памятные подарки или информационные буклеты лучше раздавать в конце мероприятия, например, во время подведения итогов.

Рефлексия мероприятия «Урок для учителей» – его важный компонент. Рефлексия может быть проведена в разных формах (круглый стол, анкетирование и т.п.). Педагоги должны получить ответы на все возникшие у них в ходе мероприятия вопросы, а организатор – обратную связь от педагогов. Так как участники в дальнейшем передадут полученную информацию и свои личные впечатления от мероприятия своим коллегам, учащимся, их родителям, необходимо во время проведения рефлексии убедиться, что эти информация и впечатления будут объективными и адекватными.

В целом, творческий подход и тщательная организация являются залогом успешного проведения мероприятия «Урок для учителей».

Ожидаемые результаты. В ходе мероприятия педагогические работники получают наглядное представление о современных технологических процессах, условиях труда, условиях получения образования для освоения конкретных профессий, о современных формах профориентационной работы. Транслируя полученные знания своим воспитанникам, ученикам, студентам, их родителям, своим коллегам, знакомым, педагоги косвенным образом формируют имидж необходимых обществу профессий и специальностей, рабочих мест, ценностные ориентиры молодежи, способствуют успешной социализации обучающихся.

Использование полученных педагогами в ходе мероприятия знаний в собственной профориентационной работе и при преподавании учебных предметов способствует повышению у обучающихся мотивации к обучению, повышению осознанности получения знаний. Участие образовательной организации в мероприятии «Урок для учителей» дает возможность найти новых социальных партнеров и попасть в фокус внимания СМИ.

10. «Урок труда»

Целевые ориентиры. Мероприятие направлено на освоение обучающимися определенных трудовых навыков.

Целевая аудитория: обучающиеся образовательных организаций (с дошкольного возраста до выпускников 11 классов).

Форма проведения. Мероприятие может проходить в форме мастер-классов, конкурсов профмастерства среди школьников, уроков «Технологии» или социального проектирования и волонтерства и пр.

В данном случае «урок» может быть организован как урок в учебном процессе (урок «Технологии» в соответствии с расписанием) или как мероприятие в рамках внеурочной деятельности. Во втором случае длительность мероприятия определяется в соответствии с возрастом обучающихся, их психофизиологическими особенностями, а также темой «урока» и пожеланиями ведущего «урока».

Отличительная особенность мероприятия. В качестве ведущих мастер-классов, уроков технологии и пр. должны выступать не учителя, а носители профессий (родители, приглашенные специалисты предприятий-партнеров), представители (студенты / преподаватели) образовательных организаций среднего профессионального образования и высшего образования. Участие педагогического работника в качестве ведущего мастер-класса допустимо только в случае полного несовпадения его основной деятельности и темы «Урока труда» (например, учитель математики проводит мастер-класс по сашико, учитель химии проводит мастер-класс по косоплетению и т.д.). Допускается проведение «Уроков труда» сотрудниками образовательной организации из числа обслуживающего персонала: поваром, слесарем, садовником – в соответствии с родом основной деятельности.

Во время проведения мероприятия важно обращать внимание обучающихся на пользу владения данным трудовым навыком в бытовой жизни (самостоятельное выполнение работы без приглашения специалиста и оплаты его труда), а также возможной самозанятости в ситуации проблем с трудоустройством.

Возможные темы «Урока труда»: основы оказания первой медицинской помощи, элементы кройки и шитья, правила сервировки стола, столярное дело, кулинарное искусство, карвинг, визаж, элементы ногтевого сервиса, монтаж санитарно-технических систем (замена вентиля, смесителя), основы садоводства и флористики (уход за комнатными растениями, составление икебаны и пр.), электромонтажные работы (устройство и ремонт электророзетки, выключателя, светильника и т.д.) и др.

Организация мероприятия. «Уроки труда» могут проводиться на базе общеобразовательной организации, профессиональной образовательной организации (техникума, колледжа), образовательной организации высшего образования (вуза), предприятия, иных учреждений и организаций по согласованию.

Количество и содержание «Уроков труда» зависят от возможностей организаторов и принимающей стороны.

Группа обучающихся для участия в «Уроке труда» может представлять один класс (группу) или быть сформирована из разных классов по принципу проявленного интереса.

Ожидаемые результаты. У обучающихся формируется определенный трудовой навык, который в дальнейшей жизни может стать хобби либо приносить материальный доход. В целом у подрастающего поколения формируются навыки и установки, способствующие их успешной социализации в будущем.

В случае получения негативной реакции на полученный опыт важно сразу перевести его в положительный контекст: «теперь ты знаешь, что это не твое, у тебя есть время попробовать себя в другом деле, зато в случае крайней необходимости ты это сможешь сделать самостоятельно» и т.д.

Участие в мероприятии родителей положительно сказывается на детско-родительских отношениях.

Приглашение к участию в мероприятии представителей из других организаций, учреждений, ведомств и т.д. дает возможность найти новых социальных партнеров и попасть в фокус внимания СМИ.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В последнее время принято говорить о профориентации обучающихся как о некоей проблемной зоне, при этом под «проблемами» обычно имеется в виду пакет дефицитов (нормативно-правовых, финансовых, кадровых и т.д.), которые препятствуют развитию профориентационной работы. Однако, на наш взгляд, *главная трудность состоит не в ресурсных дефицитах профориентации, а в противоречивости всего того социально-профессионального контекста, который составляет предмет профориентационной работы.* Истинные барьеры для развития российской профориентации – это, во-первых, упорное нежелание прямо обозначить комплекс проблем и противоречий, накопившийся в мире труда и профессий, и сделать их предметом обсуждения (в результате мы продолжаем заниматься не тем, чем нужно, а тем, чем не страшно); во-вторых, неумение выстраивать горизонтальные взаимовыгодные связи с другими заинтересованными сторонами; в-третьих, привычная склонность всех и каждого ожидать, что «мои проблемы решит кто-то другой», а именно – государство. Работодатель ждёт от государства кадров нужной квалификации с заранее заданными свойствами профессионального самоопределения. Родитель ждёт от государства, что оно обеспечит безоблачное будущее их детей, предоставив им достаточное количество высокооплачиваемых рабочих мест с хорошими условиями труда. Те же родители, вместе со школой, ждут от государства, что оно обуздает эксплуататорские замашки иных работодателей и принудит их гуманно относиться к своему кадровому ресурсу. Система образования ждёт от государства, что оно выделит ресурсы на профориентационную работу, а в школах введёт ставки профконсультантов. Идея профориентационного нетворкинга предполагает, что его потенциальные участники осознали практическую бесплодность и морально-психологическую ущербность подобных ожиданий и заняли принципиально иную позицию: «Мы вступаем в диалог, чтобы решать наши проблемы сами и сообща».

Учебно-тренировочные упражнения для формирования навыков работы с ПН-конструктором

Упражнение 1.

Используя ПН-конструктор, отразите содержание нескольких практик профориентационного нетворкинга, используемых в Самарской области (см. раздел «Методические разработки ситуаций профориентационного нетворкинга. Опыт Самарской области»). Затем коротко (в одном предложении) охарактеризуйте тематическое поле мероприятия.

Пример.

Название мероприятия: «День профессий».

Организаторы: предприятие-работодатель, профессиональная образовательная организация / вуз.

Адресаты: школьники определённой возрастной группы (8-9 либо 10-11 кл.).

Приглашённые участники: представители предприятия (специалисты), преподаватели колледжа / вуза.

Территория: первый этап – предприятие; второй этап – колледж / вуз (аудитории, лаборатории, мастерские и т.д.); третий этап – колледж / вуз (зал).

Тематическое поле: на первом этапе – экскурсия по предприятию, на втором – экскурсия по профессиональной образовательной организации (вузу), где ведётся обучение по профессиям и предприятиям востребованным на данном предприятии, на третьем – круглый стол с обсуждением увиденного.

Упражнение 2.

Определите 2-3 существующие в Санкт-Петербурге (в Вашем районе или за его пределами) регулярные либо периодически действующие коммуникативные площадки, на практике решающие задачи профориентационного нетворкинга. Используя ПН-конструктор, отразите их содержание. Можно ли их усовершенствовать – повысить степень их структурированности, «фокусности», профориентационной эффективности?

Упражнение 3.

Подберите паянс под мероприятие: «Городской (региональный) финал конкурса Ворлдскиллз» таким образом, чтобы оно стало полноценным нетворкинг-мероприятием, адресованным определённой категории (определённым категориям) участников профориентационного процесса. Максимально используйте кадровые и иные ресурсные возможности, которые сконцентрированы на площадках финала Ворлдскиллз. Обязательное условие: проектируемое ПН-мероприятие должно быть хорошо структурированным: разработайте эскиз программы, определите основные этапы и роли участников.