

## **Описание новых форм воспитательной работы в соответствии с программой воспитания**

Я, Зарипова Альбина Ильдусовна, являюсь выпускницей и уже 16 лет сотрудницей легендарной Гимназии №102 им М.С. Устиновой. В должности классного руководителя работаю 14 лет, в настоящее время я помогаю определиться с выбором профессионального пути ученикам 9 класса, который является моим вторым выпуском.

Вспоминая детство, каждый из нас часто воспроизводит события, связанные с жизнью в школьные годы. У меня также осталась добрая память о моем классном руководителе Альбине Валентиновне –педагоге, с которым связаны самые радостные минуты общения, который помогал мне в решении личностных проблем, в выборе жизненного пути, который был интересной личностью и своим примером вдохновил меня стать не просто учителем, а вдумчивым классным руководителем.

Задача воспитания дать первичный и успешный опыт жизни. Это может сделать только школа. Не случайно школьная дружба является самой прочной, светлой и долговременной. В процессе школьных (классных) взаимоотношений формируются основы нравственности, кристаллизуется самооценка, самосознание, характер, мировоззрение, уровень жизненных притязаний и жизненные планы.

Именно она сформировала во мне убеждение, что первичный и успешный опыт жизни, полученный ребенком в классе, помогает заложить в нем основы нравственности, расширить мировоззрение, определить жизненные ценности. Поэтому, работая с детьми, я стараюсь привлечь каждого ученика в активную жизнь класса, помогая самоопределиться.

Это связано и с тем, что современные дети обладают системно-смысловым типом сознания, нацеленным на осмысление окружающей действительности как смысловой реальности. Вопрос «Зачем?» пришел на смену вопросу «Почему?». Не причинно-следственная связь объектов и явлений интересует школьника, а смысл поступков и действий, если ребенок принимает и понимает смысл поступка или действия, которое он должен совершить, то он будет его выполнять.

Как классный руководитель я являюсь важнейшим звеном в воспитательной системе гимназии и осознавая эту особенность современных

детей, реализую индивидуальный подход к своим воспитанникам с учетом интересов, способностей, пожеланий детей, взаимодействия с родителями, исходя из этнокультурных условий среды. В этой связи, действия нацелены на:

- сохранение неповторимости каждого ученика, раскрытие его талантов и создание условий для нормального духовного, умственного и физического совершенства.

Помогают мне в этом использование **традиционных и современных технологий:**

#### **традиционные**

- педагогика сотрудничества
- гуманно – личностная технология
- технология коллективного творческого воспитания
- технология гуманного коллективного воспитания
- здоровьесберегающая технология

#### **современные**

- технология проектов;
- технология личностно-развивающего диалога;
- технология педагогического разрешения конфликта;
- информационно-коммуникативная технология;
- социальное проектирование;
- арт-технологии
- Web – технологии. Особенностью данной технологии является возможность организации интерактивного режима взаимодействия. Такие технологии обеспечивают учащихся и их родителей интерактивными обучающими и тестирующими программами. Так же, применяя данные технологии, можно проходить профориентационное тестирование и получать обратную связь учащемуся.
- Видеосвязь (видеоконференции, вебинары). Преимущество данной технологии в том, что у неё есть возможность записи с последующим предоставлением доступа для тех, кто не смог присутствовать на виртуальном мероприятии. В рамках профориентационной деятельности данную технологию можно использовать для проведения родительских собраний, встреч с представителями различных профессий, обучающих семинаров, групповых тренингов, классных часов.

Формы работы определяются, исходя из педагогической ситуации: беседы, дискуссии, игры, состязания, походы и экскурсии, конкурсы, ролевой тренинг, совместное участие в общественно полезном и творческом труде, художественно-эстетической деятельности и т.д.

Отслеживание результативности этой деятельности осуществляется путем использования диагностики воспитательных мероприятий проводимых в классе и выявления динамики личностного роста школьников.

### ***Диагностика оценивания воспитательных мероприятий проводимых в классе.***

Цель проведения такой диагностики – выяснить, насколько воспитательные мероприятия, реализуемые в 8 и 9 классах, способствуют позитивным изменениям в личности каждого ученика. Понимание этого необходимо для решения наиболее острых проблем организации процесса воспитания в классе.



Рисунок 1.



Рисунок 2.

По результатам социально-психологического тестирования за два года, наблюдается повышение на 7% количества учащихся, оценивающих психологический климат в классе как максимально благоприятный. Что свидетельствует об эффективности классной воспитательной программы.

### ***Диагностика оценивания личностного роста ученика и классного коллектива***

Цель проведения такой диагностики – выявить динамику развития личности школьника и уровень развития классного коллектива. В определении динамики использовалась методика диагностики личностного роста И.В.Кулешова, П.В.Степанов, Д.В.Григорьев.

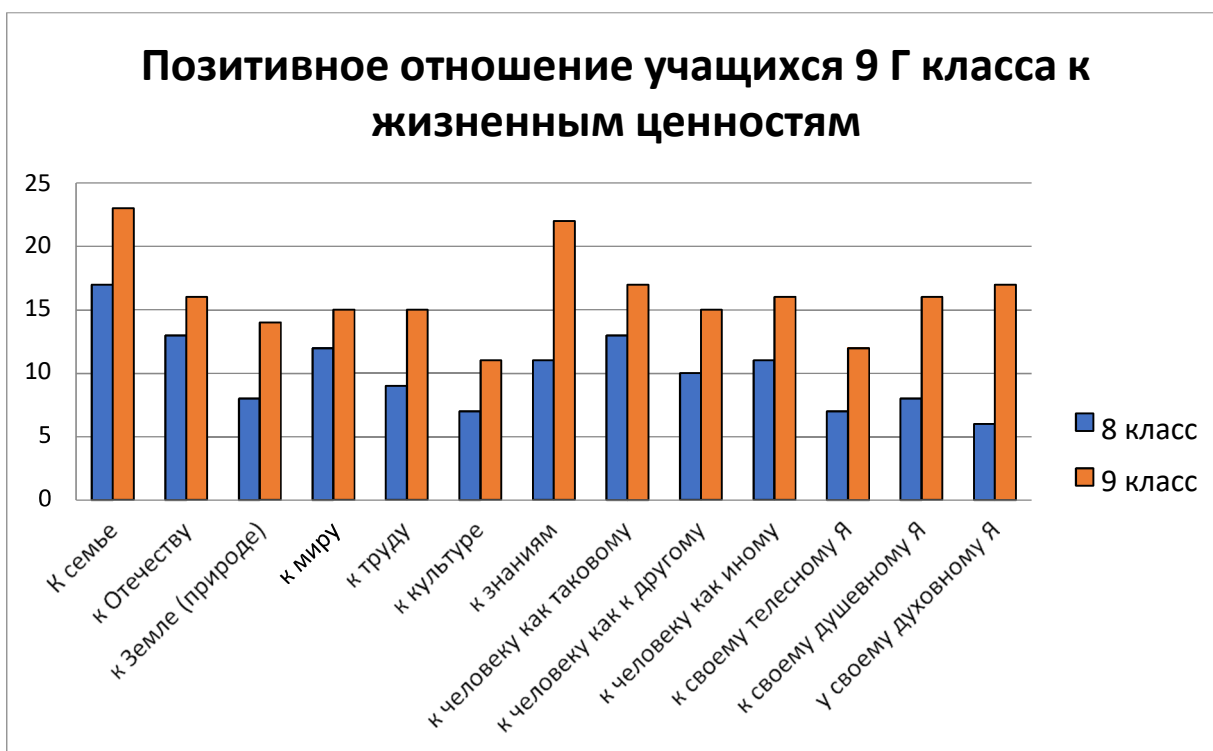


Рисунок 3.

Как видно из диаграммы, за два года ценностно-смысловые установки обучающихся возросли, что позволяет нам также сделать вывод об эффективно выстроенном воспитательном процессе в классе.

В моем классе 26 учеников. Хорошая успеваемость, достаточно развитая мотивационная сфера, почти все ребята-активисты, постоянные

участники школьных и муниципальных олимпиад, конкурсов, соревнований разного характера – от спортивных и досуговых до интеллектуальных.

В этом учебном году важным направлением в моей воспитательной работе, как классного руководителя выбрана **деятельность по профессиональной ориентации** учащихся. 9 класс – это время самоопределения для учащихся, время выбора своего жизненного пути.

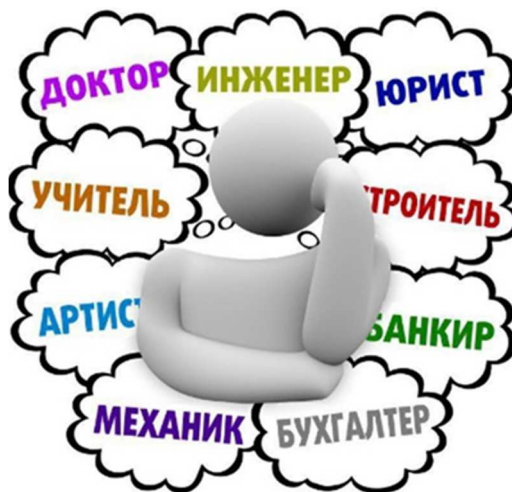
Именно в этот период особенно актуальны профориентационные мероприятия, направленные на ознакомление учащихся с различными профессиями, колледжами и техникумами. Важно, чтобы по окончании 9 класса ученики сделали осознанный выбор, который предопределит их дальнейшую жизнь. Для достижения поставленной цели мною был разработан воспитательный проект **«Маршрут Успеха»**.

### *Основная часть*

#### **Проект «Маршрут Успеха»**

*«Самое воспитание, если оно желает счастья человеку, должно воспитывать его не для счастья, а готовить к труду жизни. Воспитание должно развивать в человеке привычку и любовь к труду; оно должно ему дать возможность отыскать для себя труд в жизни»*

*К.Д. Ушинский.*



## Пояснительная записка.

Первая серьезная жизненная проблема, с которой сталкиваются старшеклассники -это выбор будущей профессии. Вопрос «Кем я буду?» задает себе каждый молодой человек. И здесь главное – не растеряться, сориентироваться и сделать правильный выбор, соответствующий интересам, способностям, возможностям, ценностным установкам, и, наконец, требованиям, которые предъявляют профессии к личности. Поэтому большое внимание в школе необходимо уделять целенаправленной профориентационной работе среди всех участников учебно-воспитательного процесса.

Сегодня в мире существует около 10.000 профессий, но среди выпускников школ из года в год популярностью пользуются только несколько десятков из них (экономист, юрист, программист).

Зачастую выбор школьников является необоснованным и случайным, а проектирование собственной профессиональной карьеры происходит под влиянием широкого спектра различных факторов:

1. Профессии родителей, советы родителей или других родственников
2. Профильное образование в 10-11-х классах
3. Престиж профессии в обществе
4. Будущая профессия, которая уже окончательно выбрана для себя
5. Желание продолжить обучение в конкретном профессиональном учебном учреждении
6. Школьные предметы, которыми бы хотелось углубленно заниматься
7. Художественная литература, кино- и видеofilмы, СМИ
8. Собственный практический опыт профессиональной работы
9. Примеры и опыт друзей, знакомых
10. Рекомендации учителей
11. Уверенность в своих способностях и профессионально важных качествах
12. Интуитивное принятие решений
13. Выбор пока не сделан, возможно, будет сделан после окончания школы
14. Все это неважно, так как всё определяет случай и другие.

Выбор профиля обучения и выбор профессии взаимообусловлены, поэтому **допрофильная** подготовка и должна иметь профориентационный

характер, чтобы помочь каждому ученику осознанно построить свою индивидуальную траекторию развития.

Сегодня недостаточно эффективно дать ученику рекламный буклет или прийти на классный час и рассказать о профессии. Чтобы привлечь внимание представителей так называемого поколения Z, требуется интерактивность и разного рода активности. Исследуя запросы современной молодежи, мы разработали следующие *инновационные профориентационные активности*.

Важное место в профориентационной работе в классе занимает работа в социальных сетях, направленная на создание привлекательного контента, нацеленного не только на ученика, но и на его родителей. Вовлеченность в такую форму дает учащемуся возможность вхождения в новый социальный круг общения, члены которого объединены общностью интересов. Для создания контента активно привлекаются лидеры общественного мнения, а также используется такая форма, как «**SuccessStories**» – истории успеха учащихся и педагогов.

Помимо активной работы в социальных сетях, систематически осуществляется запись кратких видеуроков преподавателями профильных классов по различным общеобразовательным предметам (математика, русский язык, литература, история, обществознание, химия, физика, биология, информатика) для дальнейшей публикации их в видеоблоге. Такие видеуроки позволяют познакомиться со стилем преподавания своих будущих педагогов, с их подачей информации.

Популярными среди учащихся стали **профориентационные нетворкинги**. Нетворкинг (англ. «networking»: от «net» – сеть и «work» – работать) – это социальная и профессиональная деятельность, направленная на то, чтобы с помощью круга друзей и знакомых максимально быстро и эффективно решать сложные жизненные задачи. Пример такой задачи – выбор будущей профессии и, соответственно, профиля подготовки для оптимального выбора предметов для сдачи основного государственного экзамена. Нетворкинг – это командная работа, предполагающая наличие экспертов, новичков, модератора.

С учетом современных условий мы разработали два варианта нетворкинга: **онлайн- нетворкинг** и **real-нетворкинг**.

Для проведения онлайн-нетворкинг, рассчитанного на дистанционный формат профориентации, используется хорошо зарекомендовавшая себя платформа Zoom. Плюсы дистанционного нетворкинга очевидны: большой охват аудитории; возможность присоединиться к группе, находясь, например, в отдаленном районе города; расширение социальных контактов с теми, кто имеет схожие с тобой интересы. Практика показывает, что, помимо плюсов, у онлайн-форм есть и свои минусы. В онлайн-нетворкинге нет возможности использовать подвижные формы коммуникативного взаимодействия, как правило, отсутствует эмоциональное заражение.

**Real-нетворкинг** организуется на территории гимназии: команда обучающихся в течении трех дней проходит тренинг (во время каникул). В качестве экспертов выступают представители различных учреждений среднего профессионального образования, бывшие ученики гимназии, нашедшие свое профессиональное призвание, которые не только делятся своим опытом, рассказывают все плюсы и минусы своего направления (1 день), но и проводят игры на взаимодействие, на знакомство с профессией (2 день). Во время третьего дня учащимся предлагается решение Кейсов (анализ конкретных ситуаций) например симулирование сдачи экзамена или представление своей профессии, презентация своего бизнес – проекта или своей собственной компании, на выполнение задания дается 3 часа, после чего каждая команда презентует свой ответ. Новички – это учащиеся 9 классов: на них и направлен нетворкинг. В качестве модератора выступает преподаватель, который и направляет эту активность в правильное русло. Также в рамках непрерывного образования подобные нетворкинги проводятся в командах, когда в качестве экспертов выступают студенты I курса техникума или университета (того или иного направления, в зависимости от профессиональных интересов обучающихся), а в качестве новичков – учащиеся 9 классов. В таком случае модератором выступает преподаватель, представляющий рассматриваемое направление подготовки.

Необходимо создавать все условия в первую очередь для того, чтобы человек уже в школе почувствовал себя субъектом профессионального, жизненного и культурного самоопределения, автором собственной биографии и человеком, причастным к созданию общественно значимого продукта. Этому, безусловно, способствует организация социально-значимой деятельности. Учитывая возрастные особенности учащихся, их потребность в



личностном и профессиональном самоопределении, в самореализации, разработан проект «Маршрут Успеха».

Работу по данному вопросу с учащимися, я начала не случайно. Этому предшествовала диагностическая и консультативная работа с учащимися и их родителями. В начале года педагогом- психологом гимназии была проведена диагностика отношения к различным направлениям деятельности учащихся моего класса 9Г, с использованием методики «Профиль» (методика «Карты интересов» А.Голомштока в модификации Г.Резапкиной). Мы получили следующие результаты:



Из диаграммы видно, что профессиональные интересы преобладают в направлениях литература и искусство; предпринимательство и домоводство. На третьем месте спорт и военное дело. В классе есть немало ребят (5 человек), показывающих слабый интерес ко всем направлениям. Хотя по одной методике нельзя делать определенных выводов, на этих ребят мне следует обратить внимание, потому что у них могут быть проблемы с самооценкой, низкая мотивация. Учащиеся с высокими баллами по нескольким шкалам нередко испытывают другие трудности – не могут выбрать из нескольких вариантов. Поэтому считаю, что по мере реализации проекта эти трудности будут преодолены и учащиеся более точно определятся с профессиональным направлением.

### **Цель проекта:**

Сформировать готовность учащихся к осознанному выбору профессионального пути.

### **Задачи проекта:**

1. Создать систему внеклассных мероприятий профориентационной направленности.
2. Создать условия для раскрытия способностей обучающихся и их осознанного профессионального самоопределения.
3. Повысить уровень осведомленности обучающихся о современном рынке труда и специальностях, востребованных на данный момент.
4. Выработка у школьников сознательного отношения к труду.
5. Наладить сотрудничество с партнерами, заинтересованными в профессиональной подготовке школьников.
6. Организовать информационную работу с родителями учащихся и консультативную помощь педагога - психолога.
7. Апробировать мониторинг качества профориентационной работы в классе.

### **Нормативно-правовое обеспечение программы:**

- Федеральный Закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 г. № 273 – ФЗ;
- Конвенция о правах ребенка;
- Конституция Российской Федерации;
- Федеральный закон от 24.07.1998 № 124-ФЗ «Об основных гарантиях прав ребенка в Российской Федерации»;
- Федеральный государственный стандарт по организации профессиональной ориентации граждан в целях выбора сферы деятельности (профессии) трудоустройства, прохождения профессионального обучения и получения дополнительного профессионального образования (Приказ Министерства труда и социальной защиты РФ от 23.08.2013 №380-н);
- Локальный акт «Положение о структуре, порядке разработки и утверждения рабочих программ учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей)»;

- Постановление Министерства труда и социального развития Российской Федерации от 27.09.1996 № 1 «Об утверждении Положения о профессиональной ориентации и психологической поддержке населения в Российской Федерации»;

### **Формы работы по реализации программы:**

#### Формы работы с классом:

- классные часы интеллектуального, нравственного, патриотического, творческого содержания;
- проведение совместных праздников (родители, педагоги, учащиеся);
- участие в акциях благотворительной направленности;
- организация выставок (совместная деятельность детей и родителей);
- проведение дискуссий, деловых и ролевых игр.
- проведение Нетворкинга
- создание Videоблога
- создание телеграмм бота
- создание QR-кода, создание стенда по профориентации (информация о профессии, при считывании QR кода)

#### Формы индивидуальной работы с учащимися:

- беседы;
- контроль успеваемости и посещаемости уроков;
- вовлечение в коллективные дела класса и школы;
- психологическое анкетирование с психологом школы по вопросам профориентации подростков;
- индивидуальное расписание школьников по подготовке к ОГЭ.

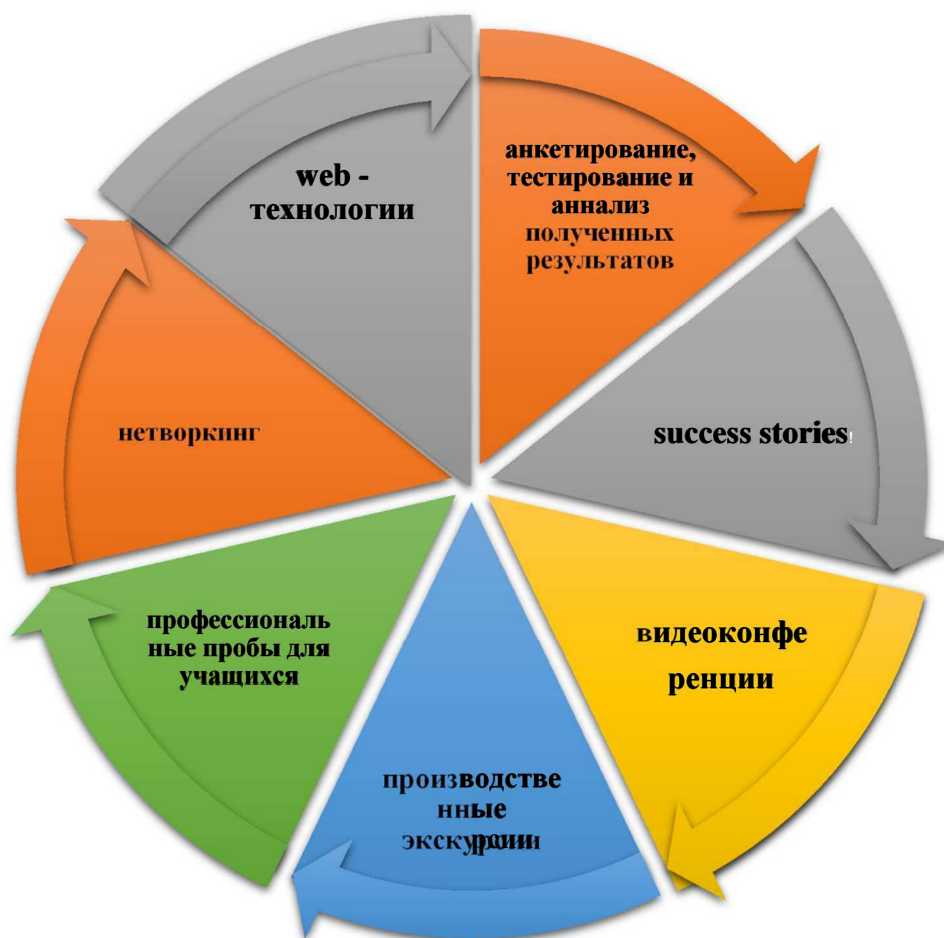
#### Формы работы с родителями:

- индивидуальные консультации с родителями при директоре «Успешная сдача ОГЭ»
- день открытых дверей;
- анкетирование и тестирование родителей; организационные и тематические родительские собрания (виртуальные);

#### Формы работы с педагогами, работающими в классе:

- беседы;
- консультации для классного руководителя и родителей;
- посещение занятий;

- проведение совместных классных часов.



### Этапы реализации

Этап	Цель	Задачи
1. Организационный этап	подготовка условий профориентационной работы	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. изучить нормативную базу.</li> <li>2. разработать, обсудить и утвердить программу по профориентации воспитанников.</li> <li>3. проанализировать материально-технические, педагогические условия реализации программы.</li> <li>4. подобрать диагностические методики по основным направлениям программы</li> </ol>

		5. составление плана по реализации проекта
2.Практический этап - запуск реализации проекта	реализация программы по профориентации. проведение мониторинга в целях определения эффективности проекта (на начало, промежуточный мониторинг);	<p>1. отработать наиболее эффективные формы и методы воспитательного воздействия.</p> <p>2. обогащать содержание профпросвещения.</p> <p>3. расширять и укреплять связи и отношения детского дома с учреждениями города.</p> <p>6. вовлекать в систему профпросвещения представителей всех субъектов образовательной деятельности.</p> <p>7. проводить мониторинг реализации проекта.</p> <p>8. принимать участие в экскурсиях в различные учреждения города.</p>
3.Заключительный этап – обобщение опыта работы	анализ итогов реализации программы.	<p>1. обобщить результаты работы, дать анализ проектной деятельности.</p> <p>2. провести коррекцию затруднений в реализации программы.</p> <p>3. планирование перспективы работы с учётом полученных результатов на следующий период.</p>

**Продолжительность проекта:** 2022-2023 учебный год

**Партнеры:** учителя-предметники, педагог-психолог, социальный педагог, библиотекарь, родители, колледжи и техникумы Казани. (Казанский технологический колледж, Казанский торгово-экономический колледж, Казанский техникум информационных технологий и связи, Казанский

энергетический колледж, Казанский авиационно – технический колледж, КАТ, ТИСБИ, Казанский кооперативный техникум).

### **Ожидаемые результаты:**

1. Повышение мотивации учащихся к труду.
2. Оказание адресной психологической помощи обучающимся гимназии №102 в осознанном выборе будущей профессии.
3. Обучение учащихся основным принципам построения профессиональной карьеры.
4. Ориентированность учащихся на реализацию собственных замыслов в реальных социальных условиях.
5. Ориентированность выпускника в поле возможностей профессионального выбора в условиях реального и потенциального рынка труда и образования в пределах г. Казани.
6. Сформированность мотивационно-потребностной сферы личности, наличие развитых интересов, склонностей и способностей.
7. Профессиональное самоопределение выпускника школы.

### **Показатели эффективности проекта**

<b>Количественные</b>	<b>Качественные</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- охват обучающихся гимназии профпробами, мероприятиями и конкурсами профориентационной направленности;</li><li>- количество профпроб, мероприятий, конкурсов профориентационной направленности ежемесячные, квартальные, годовые отчеты, процентное соотношение;</li><li>- количество организаций-партнеров, вовлеченных в реализацию данного проекта;</li><li>- расширение горизонтов сотрудничества;</li><li>- информационно-методическая работа по реализации проекта, количество разработанных и</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- положительный резонанс и отзывы о мероприятиях проекта, освещение проведенной работы на сайте учреждения, видеоблоге учащихся, публикации;</li><li>- анализ деятельности по профориентационной работе;</li><li>- скоординированность деятельности организаций-партнеров с Гимназией №102, наличие соглашений по сотрудничеству, договоров по взаимодействию</li></ul>

распространенных информационно-методических материалов (буклеты, листовки, рекламные проспекты, обобщение опыта, методические разработки).	
--	--

### План реализации проекта.

Мероприятия		Сроки проведения	Ответственные
<b>Организационный этап</b>			
1.	Разработка и утверждение проекта «Профориентация школьников «Время выбора»»	сентябрь 2022 года	классный руководитель, педагог-психолог
2.	Создание банка данных об учебных заведениях и предприятиях г.Казани	октябрь 2022	классный руководитель
3.	Разработка мероприятий, конкурсов по реализации проекта.	ноябрь 2022	классный руководитель, педагог-организатор
4.	Подборка диагностического инструментария	ноябрь 2022	педагог-психолог
5.	Заключение договоров с учреждениями СПО и ВПО, предприятиями г.Казани	в течении учебного года	директор
<b>Практический этап</b>			
<b>Конкурсы по профориентации для учащихся</b>			
1.	Конкурс «Профессия, которую я выбираю»	октябрь 2022	кл.руководитель, педагог - организатор
2.	Конкурс «В океане профессий»	декабрь 2022	кл.руководитель, педагог-организатор
3.	Конкурс презентаций «Трудовые династии»	февраль 2023	кл.руководитель, педагог – организатор
4.	Квиз «Профессии моего города»	март 2023	кл.руководитель, педагог организатор

5.	Викторина «Желания и потребности»	апрель 2023	педагог-организатор
<b>Мероприятия с учащимися</b>			
1.	Диагностическое тестирование «Карта интересов» А.Е.Голомшток <a href="http://psytests.org/profession/mapG-run.html">http://psytests.org/profession/mapG-run.html</a>	сентябрь 2022	педагог-психолог
2.	Лекция «Мои способности и возможности»	октябрь 2022	кл.руководитель
3.	Нетворкинг (Время Выбора)	ноябрь 2022	кл.руководитель здр соц.педагог
4.	Классный час «Как правильно выбрать профессию?»	октябрь 2022	кл.руководитель
5.	Создание листовок «Новые профессии 21 века», «Моя профессиональная карьера»	ноябрь 2022	кл.руководитель учащиеся
6.	Дискуссия «Почему человек становится лучше, когда трудится?»	ноябрь 2022	кл.руководитель
7.	Деловая игра «Лабиринты выбора»	декабрь 2022	социальный педагог
8.	Видеоконференция. Час общения «Планирование профессионального пути» (СПО по графику)	декабрь 2022	кл.руководитель
8.	Диспут «Что такое цель жизни?»	декабрь 2022	кл.руководитель
9.	Тренинг «Познай самого себя».	декабрь 2022	педагог – психолог
10.	Классный час «Как избежать ошибок при выборе профессии?» (формула хочу-могу-надо)	январь 2023	кл.руководитель
11.	Деловая игра «Как работает центр занятости населения?»	январь 2023	кл.руководитель пед.организатор социальный педагог
12.	КВН «Вернисаж профессий»	февраль 2023	кл.руководитель пед.организатор
13.	Экскурсия в национальную библиотеку.	февраль 2023	кл.руководитель



14.	Встреча с представителями интересных профессий.	март 2023	кл.руководитель родители
15.	Создание QR-кодов. Оформление стенда по профориентации «Твое профессиональное будущее»	март 2023	кл.руководитель учащиеся
16.	Паспорт «Моя профессиональная карьера» (Приложение 1)	апрель 2023	кл.руководитель
17.	Защита мини – проектов по выбору «На пороге взрослой жизни».	май 2023	кл.руководитель
<b>Работа с родителями</b>			
1.	Виртуальное родительское собрание «Подросток выбирает профессию».	сентябрь 2022	кл.руководитель
2.	Проведение родительских собраний.	по графику	кл.руководитель
3.	Индивидуальные консультации с родителями, по вопросу выбора профессий обучающимися.	ежемесячно	педагог-психолог
4.	Привлечение родителей к оформлению профориентационных стендов, к организации экскурсий.	по графику	кл.руководитель
5.	Подготовка рекомендаций родителям по возникшим проблемам профориентации.	по мере необход.	педагог-психолог
<b>Заключительный этап</b>			
1.	Проведение анализа результатов.	сентябрь-октябрь 2023	кл.руководитель
2.	Коррекция затруднений в реализации проекта.	декабрь 2022	кл.руководитель
3.	Обобщение и распространение опыта по профориентационной работе.	в течении года	кл.руководитель

**В результате работы по проекту в течение 4-х месяцев,**

**мною отмечены следующие положительные результаты:**

- совершенствование навыков поиска, отбора, систематизации, представления информации (найдена информация о 3000 профессиях)
- повышение уровня коммуникативных навыков, совершенствование опыта работы в парах, группах сменного состава;

- наблюдается повышение интереса и желание учащихся продолжать работу и популяризировать ее среди сверстников (подготовлен буклет «Новые профессии XXI века» (приложение2), составлена слайдовая презентация «Калейдоскоп профессий», снят видеоролик «Это наш выбор».
- Создание стенда о профессиях с информацией, представленной в виде Qr -кода.
- Уменьшение количества учащихся со слабо выраженными профессиональными интересами.



Из диаграммы видно, что некоторые учащиеся изменили свой выбор. На момент проведения диагностики увеличился интерес к направлению физика и математика, из 5 учащихся имеющих слабо выраженные профессиональные интересы осталось лишь 2 человека, что позволяет сделать вывод об эффективности проводимой работы.

### Перспектива дальнейшего развития проекта

- создание видеоблога, телеграмм бота.
- учащиеся изъявили желание организовать игры, КВН, викторины среди учащихся 9 классов «Есть такая профессия»;
- организация масштабного Нетворкинга во время летних каникул.
- использование полученной информации для формирования профильных классов

Полагаю, что целенаправленное проведение профориентационной работы поможет успешной социализации учащихся в обществе и позволит им избежать многих проблем.

### **Способы популяризации проекта**

- создание информационного стенда о профессиях с информацией представленной в виде Qr -кода ;
- размещение соответствующей информации в телеграмм бот;
- проведение старшеклассниками внеклассных мероприятий в 5-7-х классах;
- составление листовок и распространение их среди учащихся («Новые профессии XXI века», «МОЯ профессиональная карьера»);
- использование полученной информации для формирования профильных классов.

## Литература

1. Болдина М. А., Деева Е. В. Подходы к организации профориентационной работы в образовательном учреждении // Вестник Тамбовского университета. Серия Гуманитарные науки. Тамбов, 2017. Т. 22. Вып. 1 (165). С. 7–17.
2. Горьковая О. П., Козловский Н. В., Матыкина В. С., Петров А. В. «Soft skills»: в поиске универсальных трактовок «гибких» навыков современных работников // Общество. Среда. Развитие. 2019. № 4. С. 20–25.
3. Декина Е. В., Шалагинова К. С. Современные методы профориентационной работы как условие формирования у обучающихся способности планировать и реализовывать персональный образовательно-профессиональный маршрут // Концепт. 2020. № 05 (май). С. 42–55.
4. Загузина Н. Н., Невзоров Б. П., Боков А. В. Возможности психолого-педагогической поддержки и сопровождения профориентации с использованием информационно-компьютерных и дистанционных технологий // Вестник Кемеровского государственного университета. 2016. № 2. С. 81–88.
5. Извекова Е. М. Применение современных цифровых технологий для формирования профессионального самоопределения старшеклассников // Вестник Хакасского государственного университета им. Н. Ф. Катанова. 2020. С. 135–139.
6. Максимова, Л. А., Шайхуллина, С. А. Программа психолого-педагогического сопровождения развития эмоционального интеллекта как основы формирования «мягких» навыков в процессе профессионального самоопределения подростков // Психология человека в образовании. 2020. Т. 2, № 4. С. 311–320.
7. Пфетцер А. А. Разработка и применение современных инструментов информационного сопровождения профессионального самоопределения обучающихся // Профессиональное образование в России и за рубежом. 2017. № 1 (25). С. 132–138.
8. Ангеловская С. К. Инновационные подходы к организации профориентационной деятельности профессиональной образовательной организации // Инновационное развитие профессионального образования. 2017. № 2 (14). С. 71–74.

9. Белозерова Л. А., Поляков С. Д., Жидяева О. О. Социокультурные особенности поколения Z: опыт эмпирического исследования // Поволжский педагогический поиск. 2018. № 3. С. 16–24.
10. Поляков С. Д., Кривцова Н. С. Поколение Z и практики образования: постановка проблемы. // Поволжский педагогический поиск. 2018. № 3. С. 24–32.
11. Белоусов А. А., Некрасова Г. Н. Проектирование системы профессиональных проб для школьников // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2018. № 10 (октябрь). С. 899–
12. Валеева Р. Р., Давыдов А. Е. Игровые формы профориентационной работы // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2018. № 4 (52). С. 126–133.
13. Воробьева Т. И., Лизунов П. В. О проблеме профессионально ориентирующего воспитания как направления инновационной деятельности // Инновационное развитие профессионального образования. 2020. № 1 (25). С. 102–107.
14. Сергеев И. Инновационная профориентация школьников: непрерывность, социальное партнёрство, практикоориентированность // Интерфакс. Образование. 10 декабря 2018. [Электронный ресурс]. URL: <https://academia.interfax.ru/ru/analytics/research/2143/>
15. Хасанова И. И., Котова С. С. Проблема использования инновационных технологий в профессиональном самоопределении молодежи // European journal of education and applied psychology. 2015. № 3. С. 19–23.
16. Чистякова С. Н. Профессиональное самоопределение обучающихся: проблемы и пути решения // Профессиональное образование в России и за рубежом. 2015. № 2 (18). С. 118–122.

**Паспорт «МОЯ профессиональная карьера»**

ФИО \_\_\_\_\_ Класс \_\_\_\_\_

МОИ личные данные: \_\_\_\_\_

МОЯ самооценка \_\_\_\_\_

МОЙ темперамент \_\_\_\_\_

Подходящие МНЕ профессии по типу темперамента \_\_\_\_\_

МОЙ тип мышления \_\_\_\_\_

Подходящие МНЕ профессии по типу мышления \_\_\_\_\_

Особенности МОИХ внимания и памяти \_\_\_\_\_

Свойства МОЕЙ нервной системы \_\_\_\_\_

МОИ волевые качества \_\_\_\_\_

Особенности МОЕГО общения \_\_\_\_\_

МОЙ тип профессии \_\_\_\_\_

МОИ интересы и склонности \_\_\_\_\_

Особенности МОГО здоровья \_\_\_\_\_

МОЙ профессиональный тип личности \_\_\_\_\_

Профессии моего типа \_\_\_\_\_

Определился ли Я с выбором профессии? \_\_\_\_\_

Да/Нет

## Буклет «Новые профессии XXI века»

В международный стандарт классификации профессий в 1988 году было занесено 9333 профессии, а в нашей стране специалисты насчитали 7000 профессий. По данным социологов, о чём в своё время написал М.Х.Тима (1975), за десять лет возникает более пяти тысяч новых видов труда и исчезает немногим меньше старых.

Новый век породил множество новых профессий. Мерчендайзер, девелопер, логистик... А еще есть джоббер... Перед вами справочник профессий XXI века.

**Андеррайтер** - (в буквальном переводе с немецкого - "подписчик"):

1) гарант, поручитель, берущий на себя обязательство разместить определенное количество вновь выпущенных акций, облигаций и ценных бумаг путем их покупки для последующей распродажи инвесторам; 2) в страховании - лицо, уполномоченное страховой компанией принимать все виды риска. Андеррайтер отвечает за формирование страхового портфеля. Двое или больше Андеррайтеров часто образуют биддинг-синдикат с целью представить предложение на гарантию размещения нового выпуска муниципальных ценных бумаг.

**Brand-manager** - в английском языке слово brand означает в том числе печать и фабричную марку. В русском языке пока не нашлось адекватного словосочетания, поэтому эту должность называют без перевода — бренд (или брэнд) менеджер. В российской практике человека со сходными обязанностями часто называют просто начальником отдела продаж.

В отличие от менеджера по продажам брэнд-менеджер занимается не столько самими продажами, сколько раскруткой фирменной марки. Это подразумевает наличие серьезных познаний в области рекламы, маркетинга, связей с общественностью. В отличие от «чистого» маркетолога брэнд-менеджер должен разбираться в продаже данной группы товара не только на уровне экономиста, но и на уровне производителя. Работодатели могут требовать от брэнд-менеджеров, занимающихся, например, продукцией молочной промышленности, знания особенностей технологии переработки молока.

**WEB-мастер** — специалист, создающий в сети Интернет страницу, часто поддерживает ее после окончания работ. Иногда совмещает обязанности с дизайнером или программистом.

**Девелопер** — специалист по операциям с недвижимостью, занимается покупкой недвижимости, разработкой проекта (например, строительства здания) и дальнейшей продажей или сдачей в аренду данного объекта. Данная

профессия требует глубоких экономических и юридических знаний, а также организаторских способностей.

**Джоббер** — специалист-посредник на фондовой бирже. Основные задачи — покупка и продажа акций (за свой счет, в отличие от брокера). Необходимы экономические знания, а также умение рисковать.

**IT-специалист** занимается информационными технологиями, компьютерным обеспечением. Как правило, не программист, а специалист по оборудованию и телекоммуникациям.

**Копирайтер** - специалист по авторским правам, его рекламной деятельности, человек с творческой натурой, способный сочинять оригинальные тексты, музыкальные заставки и более крупные произведения разного стиля, характера и метража. Многие копирайтеры имеют опыт написания сценариев. Для работы в этой области желательно иметь журналистское или филологическое образование. Обязанности копирайтера можно сравнить с обязанностями корреспондента— к ним относится, например, написание статей рекламного характера. Также копирайтер участвует в разработке имиджа фирмы, включая название, слоган, рекламные материалы. Копирайтер должен ориентироваться в области авторских прав на музыкальные и литературные произведения.

**Коучер** — специалист, раскрывающий потенциал личности сотрудников в компании (обычно топ-менеджеры): увеличивает их производительность и эффективность, помогает развитию способности осуществлять движение в нужном темпе и направлении, приводит в действие системы мотиваций человека. Основные требования — коммуникативные навыки, глубокие знания в психологии.

**Креативный директор** – (Create — создавать (англ.). Креативный директор руководит коллективом дизайнеров и (или) копирайтеров. В его обязанности входит координация работы рекламного отдела, разработка концепции рекламных проектов, разработка фирменного стиля компании, контроль за осуществлением рекламной деятельности с творческой стороны. Он также следит за творческим процессом исходя из требований заказчика. Обычно специалисты такого уровня имеют либо высшее художественное, либо высшее филологическое образование. Многие креативные директора «вырастали» из художников-дизайнеров. Если крейтор в основном художник, ему желательно знать издательско — полиграфический процесс «от идо», имея связи в этой сфере (типографии, СМИ, рекламные агентства и пр.). Разумеется, формальное перечисление выполняемых обязанностей дает слабое представление о работе крейтора. Он должен быть генератором идей. Угадать, создать нечто оригинальное и привлекающее внимание определенной группы людей — вот задача крейтора, в какой бы области он ни работал.

**Лоббист** — посредник между финансовыми, политическими или профессиональными группами и госчиновниками, депутатами. Используя налаженные деловые контакты, он влияет на принятие решений в



пользу интересов «своей» группы. Поле деятельности лоббиста велико — от Государственной Думы до органов местной власти, районной управы. В нашей стране этот вид деятельности находится на этапе становления. В США же, например, сегодня только в Конгрессе действуют 15 тысяч лоббистов, объединенных в специализированные конторы и агентства, устанавливающие свои правила игры с властью.

**Логистик** — специалист, занимающийся оптимизацией поставок и перевозок сырья, товара, средств производства. Задачи логистика — разработка схемы товародвижения, поставок, расчет наиболее экономичных путей, координация основных подразделений. Главное требование — аналитические способности, оперативность мышления, также приветствуются коммуникабельность, самостоятельность, мобильность.

**Медиа-байер** - в обязанности медиа-байера входит работа со средствами массовой информации. Он занимается закупкой рекламных площадей в газетах или эфирного времени на радио и TV. Как правило, несколько медиа-байеров подчиняются медиа-планеру (в рекламном или PR агентстве) или начальнику рекламного отдела (в крупной компании). Обычно медиа-байер имеет более узкую специализацию, нежели медиа-планер. Он ведет или какой-то один вид СМИ (радио, TV, печать), или какой-то определенный рекламный заказ на товары и услуги. Основная задача медиа-байеров — добиться от средств массовой информации минимальных расценок за рекламу. Чем опытнее медиа-байер, тем эффективнее рекламная политика фирмы, тем меньше ее удельные расходы на рекламу. В принципе, работать медиа-байером может любой человек, обладающий минимальным житейским опытом и связями в кругах массовой информации. Подобные связи не обязательно должны быть на уровне руководящего звена, иногда достаточны таковых в среде внештатных корреспондентов каких-то изданий.

**Медиа-планер** - в задачи медиа-планера входят прежде всего стратегическое планирование рекламной кампании и рекламной деятельности фирмы в целом. Медиа-планер должен осуществлять оценку рекламной эффективности различных средств массовой информации и соответствующим образом перераспределять рекламный бюджет. Это невозможно без серьезных познаний в области маркетинга, социологии и пр. Тут надо отметить, что данная должность существует в основном в рекламных агентствах. В крупных компаниях, имеющих свои рекламные отделы, подобные функции выполняет начальник или менеджер отдела рекламы. Считается, что медиа-планеров действительно высокого уровня в России насчитываются единицы. Раньше высшее образование не ориентировалось на выпуск людей подобной специальности, сейчас специалистов подобного уровня пытаются готовить, например, на факультете журналистики МГУ. Большая же часть специалистов в области рекламы, иногда без высшего образования, «ковалась» непосредственно на рабочих местах.

**Мерчендайзер** - специалист по продвижению продукции в розничной

торговле. Контроль расположения товара на полках, поддержка имиджа товара, контроль рекламы и цен на товар — все это основные задачи мерчендайзера. Основные требования к профессии — коммуникабельность, работоспособность, презентабельная внешность, обучаемость. Желателен опыт работы, знание английского языка и наличие водительских прав.

**Office-manager** - основной задачей офис-менеджера является обеспечение работы офиса. Это включает в себя руководство секретарями на телефоне и на приеме, водителями, курьерами, вызов специалистов для ремонта оргтехники, закупку расходных материалов и пр. Идеальный офис-менеджер как идеальный администратор должен быть необходим как воздух и столь же незаметен. Надо иметь в виду, что в отечественных компаниях офис-менеджерами зачастую называют кого угодно, вплоть до обычных секретарей. В небольших компаниях офис-менеджеры могут нести дополнительные обязанности: ведение делопроизводства, в том числе кадрового (ведение и учет трудовых книжек, составление приказов, трудовых договоров и пр.).

**Промоутер** - еще лет пять-семь назад о них никто ничего не слышал. Теперь это одна из самых популярных "студенческих" профессий, правда с дискриминацией по половому признаку - в основном берут девушек. Стать промоутером непросто. В рекламных агентствах выстраиваются очереди из претенденток - эта работа не мешает занятиям, прилично оплачивается. Можно научиться другим вещам, таким же важным, как базовое образование. Например, свободно общаться с людьми самого разного типа и возраста, освоить азы рекламы и маркетинга, которые сегодня пригодятся практически в любой профессии. Все видели симпатичных девушек в ярких майках и бейсболках с логотипами известных фирм, угощающих прохожих, посетителей магазинов и кафе, печеньем и шоколадом; раздающих образцы новых видов косметики и предметов гигиены. Это и есть промоутеры, или, на профессиональном слэнге –промо - девушки. Кто может стать промоутером? Не только красавица "90-60-90". Присмотритесь, девушки встречаются самые разные. И даже возрастные рамки -не слишком жесткие. Хотя в большинстве объявлений о наборе промоутеров возраст указывается "18 -23 года", на практике с удовольствием возьмут и девушку постарше. Главное, чтобы она выглядела свежо и обладала самым важным качеством для профессии - обаянием. Внешность промо-девушки подбирается в соответствии с видом и рекламным образом товара. Самая близкая к работе промоутера - работа продавца, хотя задачи у них разные. Задача промоутера - не продать товар, а заинтересовать им как можно больше потенциальных покупателей. Предложить его на пробу, рассказать о марке, качестве, новшествах. Прохожего или посетителя нужно суметь привлечь, "выдернуть" из толпы взглядом, улыбкой, приветливым словом, при том, что многие торопятся пройти мимо; завязать с ним разговор, добиться ответной реакции, а не просто "всучить" изделие.

**Sales-assistant** - этот термин можно дословно перевести с английского как помощник по продажам. В российской коммерческой практике подобных

специалистов иногда называют секретарями отдела продаж. В их обязанности входит обеспечение документооборота отдела продаж в части взаимоотношений с клиентами и поставщиками (оформление накладных, счетов-фактур, актов приемки-сдачи и пр.). Иногда к этому добавляется ведение товарного учета на ПК, ведение переговоров с покупателями по техническим вопросам (например, по доставке товара), поддержка электронных версий прайс-листов. Очевидно, что помимо всего того, что должен знать квалифицированный секретарь, секретарь отдела продаж должен владеть хотя бы начальными бухгалтерскими навыками и достаточно серьезным опытом коммерческой деятельности.

**Сомелье** - знаток вин. Сомелье - слово французское, адекватного перевода на русский нет, потому что ни в одном другом языке мира такого понятия просто не существует. Однако объяснить, что оно означает, можно. Вот как определяет его Жорж Пертюизе, президент Союза сомелье Франции: "Сомелье - это человек, ответственный за напитки в ресторане, дающий советы по выбору вин и напитков, сервирующий их или следящий за их подачей клиенту вплоть до момента, когда тот покидает зал". Одна из главных обязанностей сомелье - формирование винной карты (перечень имеющихся напитков). Содержание винной карты ни в коем случае не должно расходиться с содержанием винного погреба, запасы которого необходимо регулярно пополнять. Безусловно, сомелье должен знать многое. Первые представители этой профессии появились в Москве три года назад. Именно тогда владельцы ресторанов (с большими винными погребами) поняли необходимость в специалистах такого рода. Первые сомелье, по сути, были самоучками. Сомелье отвечает за хранение вин в винном погребе, поддерживает для каждого из напитков необходимую температуру и определенный режим влажности и порой в ресторане с большой винной картой он один знает, где находится та или иная бутылка. Ведь это - его царство, его вотчина, в которой он - полноправный хозяин.

**Специалист бэк-офиса (Back Office)** - задачей бэк-офиса является документарное оформление и сопровождение сделки, заключенной трейдерами компаний - контрагентов (фронт-офис). В ряде российских компаний специалисты бэк - офиса занимались также скупкой ценных бумаг у физических лиц. Бэк - офисы, таким образом, существуют в банках, инвестиционных компаниях и прочих организациях, совершающих сделки на рынке ценных бумаг. В зависимости от объема и оборота подобной организации бэк - офис может насчитывать от трех до пятнадцати человек. Работа бэк - офиса ведется в соответствии с нормативными документами ФКЦБ (Федеральной Комиссии по Ценным Бумагам). Соответственно, каждый специалист этого отдела должен знать и строго соблюдать эти требования. Что же входит в непосредственные обязанности специалистов бэк-офиса? Во-первых, специалист бэк - офиса ведет журнал регистрации сделок, оформляет договоры купли-продажи ценных бумаг определенного эмитента. Во-вторых, по заключенному договору должна произойти перерегистрация ценных бумаг, т.е. передача прав собственности от продавца

к покупателю. Он же оформляет передаточное распоряжение либо при заключении договора, либо непосредственно в реестре ценных бумаг. После перерегистрации и получения документа, подтверждающего права нового владельца на пакет акций (выписка), специалист бэк - офиса должен проконтролировать процесс расчета компании покупателя с компанией - продавцом. Надо отметить, что малейшая неточность в оформлении документов может послужить поводом для признания сделки недействительной и послужить причиной серьезных убытков компании. Как и в любой новой области деятельности, перед молодым специалистом открывались значительные возможности карьерного роста. Большая часть специалистов бэк-офиса после прохождения краткосрочных курсов обучалась своему делу непосредственно на рабочих местах, специалистов подобного профиля готовят на факультетах "финансы и кредит" в различных вузах экономического направления.

**Спичрайтер** - специалист по написанию статей, речей, докладов. Достаточно редкая специальность.

**Специалист по связям с общественностью (PR manager)** имеет дело со средствами массовой информации (журналами, газетами). Он должен уметь различными способами поддерживать имидж организации.

**Супервайзер** — специалист по контролю и надзору за деятельностью различных объектов: как производственных, так и торговых. Руководитель группы, звена.

**Треjder** — специалист по биржевым торгам (ценными бумагами, валютой, драгоценными металлами).

**Тренинг-менеджер** — специалист по организации обучению персонала компании. Часто проводит обучение самостоятельно.

**Хед-хантер (Head-hunter)** - Охотник за головами (англ.). В принципе, хедхантер, как и рекрутер, выступает посредником между работником и работодателем. Если рекрутер, как правило, имеет дело со специалистами среднего звена или, точнее, средней степени распространенности, то хед-хантер имеет дело со специалистами экстра-класса. Далее - если рекрутер имеет дело, как правило, с человеком, ищущим работу, хед-хантер работает со специалистом, "заваленным" предложениями по работе, поступающими от разных фирм. Если рекрутер работает со множеством специалистов, пытаясь отобрать из них подходящих, хед-хантер работает с одним (несколькими) людьми, пытаясь повлиять на их выбор места работы, или, попросту говоря, переманить его из одной фирмы в другую. Типичный пример такого специалиста – организатор региональной дилерской сети. Стоимость "приобретения" такого специалиста может быть в десятки раз меньше стоимости создания региональной сети сбыта. Хед-хантер также ведет предварительные переговоры с клиентом по поводу условий работы и оплаты труда. Заказы на хед-хантинг встречаются гораздо реже и оплачиваются значительно выше, чем заказы на подбор персонала. Как правило, стоимость их выполнения составляет 20-40% годового дохода.

**Хостес** — домохозяйка, экономка. Такая должность существует в штате гостиниц.