

Мартиросян Алевтина Александровна

мастер производственного обучения ВКК, преподаватель ВКК

Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение Свердловской области

«Областной техникум дизайна и сервиса», г. Екатеринбург

Направление фестиваля «Профориентационная работа»

«Интеграция учебной, внеучебной и профориентационной деятельности мастера производственного обучения как средство формирования профессиональных и общих компетенций студентов»

Рыночные отношения, в которых действуют профессиональные образовательные организации, обуславливают повышенные требования к качеству обучения и к будущему специалисту. Перед образовательными учреждениями стоят очень важные задачи: во-первых, сохранить накопленный положительный опыт отечественной образовательной системы; во-вторых, обеспечить удовлетворение запросов молодежи и рынка труда в условиях изменяющейся экономики. При этом мы понимаем, что большая часть выпускников школ ориентирована на поступление в ВУЗ, таким образом, одной из самых актуальных проблем, стоящих перед профессиональными образовательными организациями (ранее НПО и СПО) на сегодняшний день, является ежегодное выполнение плана набора студентов по профессиям и специальностям. И профориентационная деятельность, в этой ситуации, занимает одно из первых мест по своей значимости.

В прежние времена основной задачей профориентационной деятельности считали помощь школьникам осознанно и правильно выбрать будущую профессию. На современном этапе главная задача профориентационной работы образовательных организаций – заинтересовать, завлечь, преподнести профессию и учебное заведение так, чтобы выпускник школы захотел учиться этой профессии именно в вашем ОУ, а не где-то еще, а затем в процессе обучения убедить его в правильности выбранной профессии/специальности, привить к ней любовь.

Работа по профессиональной ориентации – это осознанная необходимость в деятельности профессиональной образовательной организации, которую все сотрудники должны понять и осознать. Ведь, если будет успешно проведен набор студентов на новый учебный год – ОУ выживет в обществе с рыночной экономикой, сохранится рабочее место каждого педагога и мастера производственного обучения.

Кроме понимания необходимости, теперь профориентационная работа является одной из профессиональных обязанностей каждого мастера производственного обучения и преподавателя профессиональной образовательной организации. Об этом гласит Профессиональный стандарт № 514 «Педагог профессионального обучения, профессионального образования и дополнительного профессионального образования» (обобщённая трудовая функция: Проведение профориентационных мероприятий со школьниками и их родителями (законными представителями)).

В связи с этим деятельность мастера производственного обучения должна иметь профориентационный характер и способствовать формированию личности подростка и освоению им видов профессиональной деятельности по профессиям и специальностям в соответствии с требованиями ФГОС, профессиональных стандартов и работодателей. Некоторые мастера производственного обучения и преподаватели считают, что со звонком их круг деятельности заканчивается, но это не так. В связи с усилением социальной нестабильности основной целью образовательных организаций становятся вопросы воспитания и формирования здоровой личности, и мы должны найти такие формы внеучебной деятельности, которые помогут нам в ненавязчивой форме «оставить» студента в стенах техникума на время после учебных занятий.

Я считаю, что современный мастер производственного обучения воспитывает в учебном процессе и обучает во внеучебное время, эти процессы нельзя отделить друг от друга. Как в учебной деятельности, так и в организации свободного времени для студентов я использую активные методы, через которые формируются компетенции квалифицированного рабочего, служащего в сфере рекламы, как общие так и профессиональные. Только интегративный подход к организации всех направлений деятельности мастера производственного обучения (учебная, внеучебная – воспитательная, профориентационная, частично и методическая) совместно со студентами позволяет добиться эффекта за короткий временной промежуток и с меньшими физическими, моральными и эмоциональными затратами.

Основной целью профориентационной работы ГАПОУ СО «Областной техникум дизайна и сервиса» является привлечение преподавательского состава, а также студентов техникума к активному участию в системе мер по профессиональной ориентации молодёжи города. Коллектив техникума стремится к тому, чтобы перед выпускниками школ открылись возможности нашего учебного заведения, которых по каким-то причинам они не видели до сих пор; к тому, чтобы они сделали обоснованный выбор между альтернативами средних и высших учебных заведений.

По реализации Программы профориентационной деятельности, разработанной в техникуме, педагогический коллектив техникума проводит работу в средних общеобразовательных школах города и области, в ходе бесед дают им необходимую информацию о профессиях и специальностях, условиях обучения, возможных перспективах после окончания техникума. На таких беседах очень важно донести до сознания школьников основное содержание деятельности по интересующим их профессиям и специальностям, требованиям к работникам, где и как эти профессии и специальности можно освоить. Для этого демонстрируются презентационные материалы и раздаются печатные рекламные материалы.

Важным звеном в профориентационной работе является работа с родителями. Родители обычно принимают активное участие в определении жизненных и профессиональных планов своих детей. Вместе с тем, вопросы выбора профессии и определения путей образования представляет трудную задачу, как для самих учащихся, так и для их родителей. Представления родителей о «правильном» выборе часто отстают от реальной жизни и больше соотносятся с уже прошедшими социально-экономическими периодами развития страны. Причина этого в появлении на рынке труда большого количества новых профессий и специальностей. Не всегда родители знают и объективно оценивают

интересы и способности детей. Нередко их советы основываются на «престижности» той или иной профессии/специальности. Зачастую родители современных подростков не имеют позитивного опыта жизни в изменившихся условиях, находятся в ситуации тотального неуспеха. Исходя из этого, возникает необходимость профориентационной работы и с родителями учащихся. Данная работа реализуется через родительские собрания, где родителям дается информация о новых профессиях и специальностях нашего техникума, об условиях обучения, возможных перспективах после окончания техникума.

С целью знакомства с техникумом ежегодно проводятся «Дни открытых дверей», «Ярмарка вакансий», «Профессиональные пробы», где ребята и их родители встречаются с преподавателями и мастерами производственного обучения различных специальностей и могут попробовать выполнить некоторые профессиональные действия. Организовываются экскурсии по аудиториям и мастерским, мастер – классы, выставки работ студентов техникума. На эти мероприятия привлекаются специалисты предприятий и организаций города, где учащиеся и студенты проходят практику и работают, специалисты службы занятости. Работодатели рассказывают о специфике своих предприятий, дают разъяснения по востребованности той или иной профессии и специальности. Такие беседы влияют на развитие интереса школьников к той или иной специальности, а также хорошо обосновывают выбор профессии и определение путей получения образования.

Важное значение имеет профориентационная работа с нашими студентами. Во время обучения происходит формирование профессионального интереса и понимание важности и социальной значимости выбранной ими профессии/специальности. Начинается этап создания привлекательного образа техникума, который реализуется на протяжении всего времени обучения и включает в себя участие и выступление учащихся и студентов в городских, областных, федеральных и международных мероприятиях, будь то профессиональные конкурсы, учебные конференции, спортивные соревнования, конкурсы технического мастерства, ярмарка рабочих мест, различные акции.

Профессия, которой я обучаю своих студентов, связана с активной деятельностью, и только на занятии невозможно приобрести практический опыт, заложенный в Федеральном государственном образовательном стандарте, требуемый работодателями. Вся внеаудиторная работа в моих группах построена с применением профессиональных знаний, не зависимо от того, что мы делаем: рисуем газету - значит говорим о композиции, цвете, содержании, целевой аудитории; оформляем информационный стенд – значит идёт качественный отбор информации и формируется культура её представления и оформления.

Не секрет, что в профессиональные образовательные организации (в большой степени) приходят ребята со средним уровнем знаний, у которых нет желания учиться, часто их заставили родители, они не способны запоминать большое количество специфической информации, им лень учить и выполнять задания... И возникает вопрос: как из них вырастить человека, гражданина, который любит семью, уважает окружающих, знает и чтит историю своей страны, её традиции, является патриотом? Кроме того, одна из основных задач состоит в том, что бы он освоил выбранную профессию или специальность, желали приносить пользу своим трудом, несли за это ответственность. Именно

интегративный подход в учебно – воспитательной работе может стать секретом освоения общих и профессиональных компетенций, и, как следствие, успешности выпускников.

Свой опыт интеграции учебной, внеучебной и профориентационной деятельности мастера производственного обучения представляю на примере организации и проведения внеучебного мероприятия выпускной группы студентов, обучающихся по профессии «Агент рекламный», проведённого в рамках «Дня открытых дверей» в техникуме.

В качестве результата представлены: технологическая карта и дидактическое обеспечение занятия учебной практики по теме «Разработка и проведение промоакции в стиле флешмоб» (приложение 1); сценарий, разработанный и оформленный студентами на занятиях по этой теме; видеофрагмент проведения флешмоба на днях открытых дверей в ОТДИС.

В рамках учебного времени на занятиях мы со студентами вспомнили что такое промо-акция, разобрали теоретический материал о флешмобах, как о современном средстве рекламы, посмотрели видеоролики с примерами рекламных флешмобов и приступили к придумыванию идеи собственного. В этом вопросе я решила студентов не ограничивать, и они сами предложили провести его с пользой для учебного заведения – разработать и провести флешмоб на дне открытых дверей, это современная и актуальная форма привлечения внимания подростков и их родителей.

Кроме идеи, перед ними стояла задача оформить сценарий этого мероприятия (приложение 2), согласовать его с заказчиком (ответственный за проведение профориентационной работы в техникуме), провести репетиции мобберов (проходили они после уроков во внеучебное время, мы со студентами до вечера придумывали движения, подбирали музыкальное оформление, монтировали видео-ряд о техникуме) и принять участие в «Дне открытых дверей», где уже непосредственно присутствовали будущие выпускники школ и их родители и студенты смогли предъявить результат своей самостоятельной профессиональной деятельности.

Мероприятие прошло «на ура», понравилось всем: и гостям техникума, и студентам, и преподавателям, и администрации. Но самый важный результат, что эта работа помогла преодолеть ребятам страх выступления на публике, а это один из основных видов профессиональной деятельности агентов рекламных. Было решено несколько задач: абитуриенты и их родители воочию увидели, чем занимается агент рекламный, студенты освоили общие и профессиональные компетенции в действии при решении профессиональной задачи, я смогла результативно провести профориентационную работу. По отзывам студентов, такая деятельность наиболее интересна, учишься быстрее и понятнее, чем на обычных занятиях. Студенты говорят, что интересно самому найти то, что отражает действительность и попробовать донести это до сверстников, быстрее преодолевается страх в собственном действии, чем тогда, когда тебе говорит об этом преподаватель.

В нестандартных (для учебного процесса) ситуациях, в неформальном общении, обеспечивается процесс формирования успешной личности и полноценного её развития. Только общаясь на равных, уважая своих студентов, объясняя им правильность и неправильность той или иной ситуации можно добиться от них взаимности, доверия, отзывчивости, понимания, думания, осмысливания, действия. Такой интегративный подход – не первый опыт в моей педагогической практике, и в очередной раз я

убеждаюсь в том, что он приносит очень хороший результат. Другими словами, правильно организованная учебная и внеучебная деятельность, тщательно подобранная содержательная часть и ориентация на профессиональные деятельные формы занятий обеспечивают формирование общих и профессиональных компетенций по профессии «Агент рекламный».

Представленные материалы позволяют проследить и увидеть интегративный подход, степень участия студентов: применение полученных знаний и умений, процесс формирования практического опыта и готовности к профессиональной деятельности.

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА ЗАНЯТИЯ

ППКРС 42.01.01 по профессии «Агент рекламный» ПМ. 02 «Размещение и сопровождение заказа» МДК 02.01 «Реализация рекламного заказа» Учебная практика: 24 часа (4 учебных дня по 6 академических часов)
Тема 3.1.5-3.1.6: «Разработка и проведение промо-акции в стиле флешмоб»
<u>Цель:</u> Приобретение первоначального практического опыта работы в рекламных акциях в качестве исполнителя через разработку и проведение промоакции в стиле флешмоб
<u>Формируемые компетенции:</u> ПК 2.3 Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя ОК 2 Организовывать собственную деятельность, исходя из цели и способов её достижения, определённых руководителем ОК 6 Работать в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, клиентами
<u>Тип урока:</u> Формирование и совершенствование профессиональных действий
<u>Технологии и/или методы обучения:</u> «Практико – ориентированный метод» «Групповая работа» «Мозговой штурм» «Проектная технология» (элементы)
<u>Материально – техническое обеспечение занятия:</u> - учебный кабинет - ПК - мультимедиа проектор + колонки - доступ к сети интернет
<u>Методическое/дидактическое обеспечение:</u> - видео-материалы «Примеры промо-акций и рекламных флешмобов» - словарь терминов по теме «Флешмоб» - практическое задание для студентов - оценочные листы
<u>Вид контроля:</u> - самоконтроль - взаимоконтроль - контроль преподавателя

СТРУКТУРА ЗАНЯТИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Цель этапа	Содержание этапа	Деятельность	
		мастера п/о	студентов
1. Организационный момент			
Психологически подготовить обучающихся к предстоящему уроку.	Приветствие. Проведение переключки. Выяснение причин отсутствия.	Отмечает присутствующих	Участвуют в переключке
Мотивационный момент.	Мотивация к приобретению первоначального практического опыта работы в рекламных акциях, организация диалога со студентами.	Сообщает тему и учебную цель урока. Интересуется имеющимися знаниями студентов по предложенной теме. Обобщает результат устного опроса, подводит итог.	Отвечают на вопросы мастера п/о, приводят примеры
2. Вводный этап занятия			
Формирование новых знаний и подготовка к практической	Знакомство студентов с явлением «флешмоб», разъясняет особенности рекламных флешмобов	Демонстрирует видео-материалы флешмобов	Фиксируют в рабочей тетради основные особенности флешмобов.
		Знакомит с профессиональной	Изучают термины по словарю по теме «Флешмоб»

деятельности		терминологией		
		Отвечает на вопросы студентов.	Задают уточняющие вопросы по теме занятия.	
	Формирование понимания сути флешмобов и их значимость в рекламе	Демонстрирует видеоматериалы «Примеры промо-акций и рекламных флешмобов»		При просмотре видеоматериалов выявляют схожие и отличительные компоненты флешмоба и промо-акции.
		Проводит устный фронтальный опрос, что студенты выявили при просмотре видеоматериалов. Фиксирует на доске компоненты промо – акции и флешмоба.		Отвечают на вопросы мастера п/о, называют выявляют схожие и отличительные компоненты флешмоба и промо-акции. Устанавливают те параметры, которые будут значимы при объединении видов.
3. Основной этап занятия				
Приобретение первоначального практического опыта профессиональной деятельности	Применение студентами полученных знаний при выполнении практического задания	Объясняет практическое задание и отвечает на вопросы студентов.	Задают уточняющие вопросы.	
		Организует деятельность студентов по определению объекта продвижения.	Участвуют в «мозговом штурме», предлагая свои варианты. Потом обсуждают и приходят к единому мнению, определив объект продвижения.	
	Выполнение практического задания	Контролирует процесс работы студентов, помогает при затруднениях.	Определяют объём работ. Составляют план. Распределяют обязанности и приступают к их выполнению, периодически собираясь и обсуждая спорные вопросы. Каждый несёт ответственность за свою часть работы.	
4. Заключительный этап занятия				
Рефлексия учебной деятельности	Предъявление результатов деятельности. Актуализация знаний по организации промо-акции в стиле флешмоб.	Оценивает деятельность студентов при разработке, при групповом взаимодействии, при оформлении и предъявлении результатов. Интересуется у студентов, чему они научились и значимость этого опыта для них.	Проводят промо-акцию в стиле флешмоб в соответствии с разработанным сценарием для выбранного объекта продвижения. Принимают участие в оценке собственной деятельности и работы команды в целом.	
Подведение итогов деятельности на занятии	Выявление положительных и отрицательных сторон деятельности при выполнении практического задания и занятий в целом.	Озвучивает то, что получилось и/или не получилось. Предлагает студентам выявить причины и определить эффективность деятельности.	Определяют и говорят о причинах, выявленных недочётов. Определяют эффективность их деятельности на уроке.	
	Оценка деятельности	Озвучивает оценки по результатам оценивания.		

Словарь терминов по теме «Флешмоб»

Флешмоб (от англ. flash mob — flash — вспышка; миг, мгновение; mob — толпа, переводится как «вспышка толпы» или как «мгновенная толпа»).

Флешмоб - это интернет-технология, которая позволяет любому множеству людей договориться друг с другом, чтобы синхронно осуществить какое-то определенное, заранее согласованное действие. Через интернет между участниками распространяется сценарий того, что, где, и когда надо сделать, и каждый волен как выполнить эту инструкцию, так и проигнорировать ее.

Рекламный флешмоб (ФМ-акция) — это заранее спланированная массовая акция рекламного характера, в которой большая группа людей внезапно появляется в общественном месте, в течение нескольких минут люди с серьёзным видом выполняют заранее оговорённые действия и затем одновременно быстро расходятся в разные стороны (обязательно присутствует символика объекта рекламирования).

Моббер — человек, который участвует в акциях.

Агенты — люди, раздающие листовки с инструкциями для участников акции.

Моб — акция, действие, выступление, конкретное конечное воплощение сценария.

Афтерпати (от англ. afterparty) - послемобие, встреча мобберов после моба. На ней знакомятся, обмениваются дисками с предыдущих мобов, смотрят, если есть уже видео с только что проведённого моба, обсуждают и выдумывают сценарии.

Играть (мобить, мобиться) — исполнять сценарий.

Камертон — часы, находящиеся в общественных или иных местах, по которым мобберы заранее синхронизируют собственные часы для точного прибытия на акцию. Как правило, такие часы есть на сайте, через который организовывался флешмоб.

Классика — ФМ-акция, построенная на первичных основах идеологии движения: мгновенная толпа, абсурдность действий и т. п. Иногда слово применяется к сценариям, которые наверняка игрались в каждом городе с флешмоб-движением.

Маяк (или кепка) — специальный человек, находящийся на месте проведения некоторых акций, для того чтобы подать мобберам условный сигнал о её начале. Характер сигнала заранее оговаривается при планировании акции.

Кодовые фразы — фразы, используемые во время проведения некоторых акций для осуществления сценарного замысла этих акций. В зависимости от сценария, кодовые фразы могут использоваться для ответов на вопросы прохожих, для контактов между мобберами и маяком.

Медиа-группа (съёмщики) — официальные представители ФМ-ресурсов, занимающиеся съёмкой акций.

Мобплейс - место «X», площадка, место прохождения ФМ-акции.

Пингвин — человек, который узнал о проведении акции и, вместо того чтобы участвовать в ней, стоит неподалёку и наблюдает происходящее.

Струксы — мобберы-туристы, совершающие паломничества в иногородние моб-сообщества, с целью «на людей посмотреть — себя показать», хорошо и неординарно провести время в компании мобберов.

Фомичи (кузьмичи) — прохожие, случайные свидетели акции.

GFM (от англ. Global Flash Mob) — всемирная ФМ-акция, в ней участвует максимальное количество стран и городов.

Классический флешмоб построен на первичных основах идеологии движения. Главная цель — удивить случайных зрителей, но так, чтобы у них не было отвращения или смеха от происходящего. Удержать границу между удивлением и смехом трудно, поэтому в чистом виде классический флешмоб — явление редкое.

Неспектакльный моб - это акции, в которых участники пытаются смоделировать тонкое, порой едва уловимое социо-коммуникативное пространство, в котором на первом месте стоит переживание самих участников.

Арт-моб - акции, имеющие некую художественную ценность и, как следствие, сложность реализации, которая иногда требует отступления от некоторых правил флешмоба. Как правило, они выполняются небольшим количеством участников с использованием реквизита. Они более нацелены на зрелищность, эстетику.

Танцевальный флешмоб. Мобберы скрываются в толпе, иногда в костюмах. Один из них включает музыку, под которую заранее подготовили танец. Мобберы по несколько человек выходят из толпы и начинают танцевать. После окончания танца мобберы снова уходят в толпу.

Л-моб (от англ. long mob — долгий моб) — заранее оговорённые действия, которые каждый моббер может совершать практически в любое удобное для него время и в удобном месте.

Date-моб (от англ. date — свидание) — ФМ-акция, направленная на знакомства мобберов особым, необычным путём. Проводится из расчёта — одна акция на одну пару. Участники не должны быть знакомы друг с другом до акции и не должны знать предварительно, кто будет на ней.

Моб-хаус (от англ. mob house — моб-дом) — это акция, рассчитанная на несколько часов, когда мобберы не выполняют какой-то сценарий, а живут по определённым правилам жизни, отличающейся от жизни обычной. Это моделирование социо-коммуникативного пространства, понятного только участникам акции и вызывающего недоумение у случайных свидетелей.

Моб-игра — эти акции предполагают определённое взаимодействие участников, допустимы контакты между ними, заранее оговорённые на сайте.

i-mob - общее название для всех видов акций, проводимых в Интернете

Полит-моб или **социо-моб** - это акции с социальным или политическим оттенком. Они являются более простым, оперативным и безопасным способом выражения общественного мнения или привлечения внимания к тем или иным проблемам, чем митинги и демонстрации.

Практическое задание по теме «Проведение эффективной презентации продукта/услуги»

Задание: Организовать промо-акцию в стиле флешмоб для конкретного объекта рекламирования.

Объект рекламирования определяется командой.

Процесс организации мероприятия подразумевает: разработку сценария, разработку материалов, необходимых для его реализации, проведение репетиционных мероприятий, реализация сценария (непосредственное проведение мероприятия).

Примерный алгоритм деятельности:

1. Определить объект продвижения.
2. Составить предварительный план проведения промо-акции в стиле флешмоб, согласовать его с мастером п/о.
3. Определить необходимый перечень средств для мероприятия.
4. Распределить обязанности всем участникам.
5. Собрать необходимые материалы и информацию из различных информационных источников.
6. Провести анализ материалов и информации, определив их значимость и эффективность для планируемого мероприятия.
7. Разработать сценарий промо-акции в стиле флешмоб.
8. Оформить все материалы в соответствии с требованиями к материалам, предъявляемые преподавателями техникума ранее на занятиях (форматирование, качество, культура оформления, содержательность, логичность и т.д.).
9. Подготовить и презентовать идею и сценарий промо-акции в стиле флешмоба.
10. Провести промо-акцию в стиле флешмоба на целевую аудиторию.

ВАЖНО!

- Практическая работа выполняется только в команде. Будьте внимательны друг к другу и ко мнению каждого, ведь вы команда! Постарайтесь находить такое решение спорных вопросов, которое устроит всех участников деятельности
- Проявите все свои творческие способности, ведь это именно тот случай, когда креатив приветствуется.
- Разработайте максимальное обеспечение для достижения эффективности рекламной деятельности по заданному направлению.

Лист оценки выполнения практического задания
Тема: «Разработка и проведение промо-акции в стиле флешмоб»

Код и наименование компетенции	Оцениваемый показатель 2 – показатель проявлен в полном объеме 1 – показатель проявлен частично 0 – показатель не проявлен	ФИ студентов					
ПК 2.3 Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя	Принимает участие в проведении промо-акции в стиле флешмоб						
	Форма одежды соответствует мероприятию (по сценарию)						
	Ответственно выполняет свою «роль» при проведении промо-акции в стиле флешмоб						
	Анализирует собственную деятельность после проведения промо-акции						
ОК 2 Организовывать собственную деятельность, исходя из цели и способов её достижения, определённых руководителем	Составляет план деятельности						
	Подбирает информацию в соответствии с заданием						
	Анализирует информацию, определив её значимость и эффективность для планируемого мероприятия						
	Оформляет свою часть работы с применением соответствующего ПО						
ОК 6 Работать в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, клиентами	Принимает активное участие в обсуждении спорных вопросов						
	Прислушивается к мнению других членов команды						
	Приводит аргументы в пользу своего предложения при обсуждении в команде						
Итого баллов за урок							
Оценка за урок							

Перевод баллов в оценку за урок по шкале: «5» - 20 – 22 балла
«4» - 17 – 19 баллов
«3» - 14 – 16 баллов
«2» - 13 и менее баллов

**Сценарий проведения промо – акции в стиле флеш-моб
в рамках дня открытых дверей
(разработка студентов)**

Заказчик: ГАПОУ СО «Областной техникум дизайна и сервиса»

Цель: Привлечение внимания абитуриентов и формирование положительного имиджа техникума.

Время проведения: 15:00

Время на разработку и подготовку:

Разработка и проведение мероприятия в рамках учебной практики – 24 часа.

Репетиционные мероприятия организуются после занятий.

Место проведения: кабинет 303

Для проведения мероприятия необходимо:

- представить идею и сценарий заказчику (получить разрешение у ответственного человека за проф. ориентацию)
- разработать материалы, обеспечивающие проведение промо – акции
- провести промо – акцию в стиле флешмоб
- провести анализ результатов деятельности

Мобберы: Студенты группы АР-304 (Белюшина Светлана, Дежайкина Ксения, Карандашева Лидия, Кузнецова Анна, Марьясова Валерия, Рыкова Дарья, Романюк Юлия, Чепелева Светлана, Шакирова Дарья, Тортладзе Темур, Щебеленкова Елена, Логинова Надежда)

Одежда:

- Джинсы
- Футболки

Раздаточные рекламные материалы:

- Ручки
- Блокноты
- Линейки
- Буклеты

Используемое музыкальное оформление:

- Holy Molly - For ma ma
- 4minute - Hate
- QUEST PISTOLS SHOW ft. MONATIK - МОКРАЯ
- Katy Perry - Last Friday Night (T.G.I.F.)
- PSY - GANGNAM STYLE
- LMFAO - Sexy and I Know It
- Ylvis - The Fox (What Does The Fox Say?)
- Apashe - No Twerk
- Минус из кинофильма «Москва слезам не верит»

Материально техническое обеспечение:

- Компьютер
- Мульти-медиа проектор
- Колонки

Сценарий:

Начинает играть музыка, соучастники флеш-моба встают из разных мест аудитории и выходят на сцену, читая гимн «Областного техникума дизайна и сервиса» в виде стихотворения. Одновременно с этим, на проекторе демонстрируется презентация учебного заведения.

Когда последний человек заканчивает читать стихотворение, включается другая музыка (нарезка модных песен и музыкальных композиций) и мобберы начинают танцевать простые движения, сменяя друг друга.

По окончании танца, мобберы рассредоточиваются среди будущих абитуриентов и их родителей и раздают им рекламные материалы «Областного техникума дизайна и сервиса».

Музыка: Минус из кинофильма «Москва слезам не верит»
Гимн ОТДиС

Да здравствует наш техникум!
Ты станешь важной вехою
Для всех, познавших твой уют,
Историю твою.
Плодами творческих работ
Здесь правят бал в Театре мод,
Забыв про время и покой,
Закройщик и портной.

Припев:

В нашем светлом, нашем доме
Видно всех, как на ладони,
Мастерские, кабинеты
Ждут талантливых ребят,
Здесь встречаем мы друг друга
Здесь признание – по заслугам,
И в прекрасный час досуга
Смех и музыка звучат.

Профессии прекрасные и цели в жизни ясные, -
Преодолей, стремясь к мечтам, невежество и зло.
И если полон сил – дерзай!
Тебя ждут сервис и дизайн,
И каждый гость, пришедший к нам, пусть скажет: повезло!

Да здравствует наш техникум – чудесной главной темою
В сердцах своих учеников звучишь ты вновь и вновь.
Твоей историей сильны,
Своей профессии верны,
И пусть пройдут года, я знаю:
Ты моя любовь.

Информационные источники

1. «Менеджер образования - Портал информационной поддержки руководителей образовательных организаций». [Электронный журнал] Режим доступа <http://www.menobr.ru/article/5128-proforientatsionnaya-deyatelnost-obrazovatel'nogo-uchrejdeniya>
2. Бычкова А.В. Управление персоналом: Учеб. пособие. - Пенза: Изд-во Пенз. гос. ун-та, 2005. - 200 с., 2005
3. Девятое издание «Большой энциклопедии Кирилла и Мефодия» (БЭКМ).
4. Материалы выступления Менщикова В.А. на педагогическом совете «Профориентационная работа в Чебаркульском профессиональном техникуме
5. Храбрых Ю.С., Головлева Н.А., Методическая разработка «Организация профориентационной работы и содействие трудоустройству выпускников в ГБОУ СПО «Топкинский технический техникум» подразделение с.Тарасово