



**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕПАРТАМЕНТ ОСВІТИ І НАУКИ
ДНІПРОПЕТРОВСЬКОЇ ОБЛАСНОЇ ДЕРЖАВНОЇ АДМІНІСТРАЦІЇ**

**НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНИЙ ЦЕНТР ПРОФТЕХОСВІТИ
У ДНІПРОПЕТРОВСЬКІЙ ОБЛАСТІ**

ШКОЛА ПРОФОРІЄНТАТОРА

Заняття №2

(збірка матеріалів)

Укладач: Головченко С.В.,
методист навчально-методичного
центру професійно-технічної освіти
у Дніпропетровській області



**Дніпропетровськ
2014**

ЗМІСТ

1. Організаційне забезпечення системи управління профорієнтаційної роботи в ПТНЗ 3
2. Суспільні зв'язки і рекламування як засоби маркетингових комунікацій. 10
Головченко Світлана Василівна, методист навчально-методичного центру профтехосвіти у Дніпропетровській області
3. Формування громадської думки, іміджу навчального закладу, освітніх послуг, престижності робітничих професій через ЗМІ. 14
Єгоркіна Олена Федорівна, методист навчально-методичного центру профтехосвіти у Дніпропетровській області
4. Використання послуг освітнього Інтернет-середовища – ефективний інструмент інтернет-маркетингу 16
Гришаєва Олена Вікторівна, методист навчально-методичного центру профтехосвіти у Дніпропетровській області
5. Презентація інформаційного центру Дніпродзержинського центру підготовки і перепідготовки робітничих кадрів 21
Циганок Оксана, методист Дніпродзержинського центру підготовки і перепідготовки робітничих кадрів
6. Психолого-педагогічні знання підліткового віку – як база побудови профорієнтаційної роботи в ПТНЗ області. 23
Піковець Л.Г., методист навчально-методичного центру профтехосвіти у Дніпропетровській області
7. Вплив рекламної продукції на підліткову свідомість. Форми проведення профорієнтаційних зустрічей з учнівською молоддю 25
Кузь Тамара Григорівна, заступник директора з навчально-виховної роботи Дніпропетровського центру підготовки і перепідготовки робітничих кадрів туристичного сервісу
8. «Центр консалтингу» – сприяння професійній мобільності учнів Криворізького центру професійної освіти металургії та машинобудування 27
Кепша Ольга Михайлівна, методист Криворізького центру професійної освіти металургії та машинобудування
9. Презентація профорієнтаційного центру Дніпродзержинського вищого професійного училища *Мироненко Ірина Анатоліївна*, секретар приймальної комісії Дніпродзержинського вищого професійного училища 32
10. Психолого-педагогічні аспекти впливу на свідомість підлітків з метою їх професійного самовизначення 34
Желізняк Катерина Віталіївна, практичний психолог Криворізького професійного гірничо-технологічного ліцею
11. Анкетування 38

I. Організаційне забезпечення системи управління профорієнтаційної роботи в ПТНЗ

Перехід до ринкових відносин в економіці, стимулюючи інтенсифікацію виробництва та зміни в його структурі, супроводжується об'єктивним та неминучим загостренням ситуації на ринку праці та ринку професій. Країни, що рухалися курсом ринкових реформ, стикалися зі зростанням вимушеного безробіття населення, серйозними зрушеннями в структурі професій, зниженням цінності та престижності професійної освіти. Ці явища є реальним і для нашого сьогодення.

Зміни економічних зв'язків, трансформація професій, впровадження у сучасне виробництво нових засобів, матеріалів, інноваційних технологій тощо – висувають високі вимоги до професійних якостей працівника, рівня його підготовки, знань, навичок та умінь, до рівня його кваліфікації. Поряд з цим спостерігається перенасиченість ринку праці працівниками певних професій та дефіцит їх у інших. Наприклад, наразі зростає попит на робітничі професії, а до лав безробітних потрапляють економісти, бухгалтери, юристи, потреба в яких виникла декілька років тому.

Професійна діяльність, професійне середовище – це простір для розвитку та реалізації здібностей людини, сфера соціальних контактів, у яких усвідомлюються та втілюються у конкретно-практичних і поведінкових формах її цінності, індивідуальні схильності та соціальні орієнтації.

Проведення профорієнтаційної роботи дає можливість свідомо та ефективно оптимізувати процес розподілу трудових ресурсів за напрямками та формами зайнятості, а також підготовки, перепідготовки, підвищення кваліфікації робітників.

Нажаль, суттєвих змін з покращання профорієнтаційної роботи поки що не відбулося. Із усієї сукупності причин, що стримують розвиток професійної орієнтації виділені такі:

- відсутність організаційних структур управління і координування цієї роботи;
- відсутність профорієнтаційної роботи як системи на всіх рівнях;
- розрив між соціальним замовленням на професійну орієнтацію та рівнем її організації;
- невизначеність функцій різних державних структур в питаннях професійної орієнтації;
- недостатня кількість, слабка підготовленість (особливо в сільській місцевості) і часто нераціональне використання спеціалістів з професійної орієнтації;
- роз'єднання зусиль, дублювання робіт;
- відсутність служб професійної орієнтації та кабінетів професійної орієнтації в школах, ПТНЗ, вищих навчальних закладах.

Як бачимо, ці причини є наявними і сьогодні. Справа тут не тільки в недостатньому розумінні значимості професійної орієнтації для особистості, але й у край слабкій розробленості даної проблеми у всіх її аспектах – теоретичних, методичних, організаційних.

Результати дослідження показали, що виявлена специфіка профорієнтаційної роботи в навчальних закладах обумовлює ефективне функціонування професійної орієнтації як системи через створення певних необхідних і достатніх організаційно-психологічних умов, зокрема, таких як:

- оновлення нормативно-правової бази;
- підвищення якості кадрового забезпечення та відповідний рівень кваліфікації спеціалістів з професійної орієнтації;
- наявність відповідної матеріально-технічної бази;
- розробка сучасного науково-методичного забезпечення;
- використання в роботі кращого вітчизняного та зарубіжного досвіду з питань професійної орієнтації;
- розробка системи принципів професійного консультування населення різного віку.

Зупинимося на двох з них: кадрове забезпечення та науково-методичне. Взагалі неможливо визначити найнеобхіднішу з цих умов, усі вони є необхідними, бо саме системність та комплексність забезпечують ефективність результатів.

Діяльність профорієнтаторів спрямована на організацію та надання різнопланової допомоги молодим людям щодо вибору професії. Соціальна сфера діяльності дуже складна, і робота у ній вимагає високого ступеня відповідальності. Отже, виконувати її повинні спеціалісти. Якість виконання службових обов'язків залежить від належної підготовки виконавця. Відповідне кадрове забезпечення є одним з найвагоміших чинників, що впливають на ефективність виконуваної роботи. Стосовно спеціалістів з професійної орієнтації в навчальних закладах на даний момент кадрове питання стоїть достатньо гостро. Професійних консультантів (профорієнтаторів) як таких не готує жодний навчальний заклад. Їх підготовка відбувається безпосередньо на робочих місцях.

Науково-методичне забезпечення професійної орієнтації потребує постійного поновлення та доповнення з урахуванням змін, що відбуваються на ринку праці та ринку професій, наприклад: розробка технології проведення профконсультації з урахуванням специфіки особистості молодої людини та його життєвих обставин; оновлення діагностичного інструментарію тощо.

Методично-організаційне забезпечення профорієнтаційної роботи із старшокласниками передбачає вже не тільки проведення заходів щодо розширення їхніх знань про світ праці і розвитку пізнавальних інтересів, але і таких форм роботи, що спрямовані на формування, поглиблення, закріплення існуючих інтересів до окремих сфер праці, професій. У плануванні профорієнтаційної роботи на цьому етапі провідне місце повинне бути відведене вивченню і фіксації професійних та індивідуальних особливостей учнів, з огляду на які можна дати пораду школяреві про вибір напрямку його майбутньої діяльності. Велика увага в плануванні на цьому етапі повинне бути відведена роботі з батьками учнів, медичними працівниками, бібліотекарем і іншими учасниками цього великого комплексу, включеного в підготовку молоді до професійного самовизначення.

Всі структурні підрозділи навчального закладу, в тому числі профорієнтаційна комісія і приймальна комісія складають загальний план

профорієнтаційної роботи; на його основі планують свою роботу в цій області усі ланки колективу: викладачі загальноосвітніх дисциплін та профтехциклу, класні керівники, методисти, практичний психолог, соціальний педагог, вихователь гуртожитку, батьківський комітет, медпрацівник, бібліотекар, керівник фізичного виховання та військової підготовки. Сплановані профорієнтаційні заходи здійснюються як у системі загальних заходів (вечора, диспути, збори, зустрічі з фахівцями), так і в роботі класних керівників у спеціально відведені години для виховної роботи з учнями шкіл. Рішення задач профорієнтації здійснюється в різних видах діяльності уч-ся (пізнавальної, суспільно корисною, комунікативної, ігрової, продуктивній праці).

Відповідальними за профорієнтаційну роботу в ПТНЗ є заступники директорів з виховної роботи. Допомогу медпрацівникам в організації цього блоку роботи надають соціальні педагоги, психологи, викладачі-організатори ОБЖ, бібліотекарі, медпрацівники. Тісні контакти з підприємствами регіону, з загальноосвітніми та вищими навчальними закладами, міжшкільними навчально-виробничими комбінатами, позашкільними установами, територіальними центрами профорієнтації. Однією зі складових сторін системи профорієнтації є діагностика професійної спрямованості учнів шкіл, яку проводять психологи. На підставі цих даних подальшу роботу з батьками та учнями проводять класні керівники.

Структура діяльності педколективу щодо проведення профорієнтаційної роботи:

Координатор діяльності: заступник директора з виховної роботи заступник директора з виховної роботи, в функції якого входять:

- вироблення стратегії взаємодії суб'єктів, відповідальних за педагогічну підтримку самовизначення школярів з метою узгодження та координації їх діяльності;

- підтримання зв'язків навчального закладу з соціальними партнерами, що впливають на самовизначення учнів основної та старшої школи;

- планування роботи педагогічного колективу з формування готовності учнів до профільного та професійного самовизначення відповідно до концепції та освітньою програмою загальноосвітнього закладу;

- здійснення аналізу і корекції діяльності педагогічного колективу з даного напрямку (консультації вчителів-предметників, класних керівників по організації системи навчально-виховної роботи, спрямованої на самовизначення учнів: профпросвещеніє, профконсультації, профдіагностика, визначення індивідуальної освітньої траєкторії;

- проведення педагогічних рад, виробничих нарад з проблеми профільного та професійного самовизначення старшокласників;

- створення учнівських виробничих бригад, організація літньої трудової практики;

- організація участі обдарованих дітей у предметних олімпіадах різного рівня;

- організація системи підвищення кваліфікації класних керівників (тьюторів, кураторів), вчителів-предметників, практичного психолога з проблеми самовизначення учнів;

- здійснення контролюючих функцій роботи класних керівників (тьюторів, кураторів), вчителів-предметників, практичного психолога з проблеми профільного та професійного самовизначення учнів;

- організація занять учнів в мережі предпрофільної підготовки та профільного навчання;

- курирування викладання профорієнтаційних курсів в ході предпрофільної підготовки («Твоя професійна кар'єра») і профільного навчання («Технологія професійного успіху»).

Виконують рекомендації координатора:

Класний керівник: спираючись на концепцію, освітню програму і план виховної роботи навчального закладу:

- становить для конкретної групи план педагогічної підтримки самовизначення учнів, що включає різноманітні форми, методи, засоби, що активізують пізнавальну, творчу активність учнів;

- організовує індивідуальні та групові профорієнтаційні бесіди, диспути, конференції;

- веде психолого-педагогічні спостереження схильностей учнів (дані спостережень, анкет, тестів фіксуються в індивідуальній карті учня);

- допомагає учням проектувати індивідуальну освітню траєкторію, моделювати варіанти профільного навчання та професійного становлення, здійснювати аналіз власних досягнень, складати власний едпрацівн;

- організовує відвідування учнями днів відкритих;

- організовує тематичні та комплексні екскурсії учнів на підприємства;

- надає допомогу практичному психологу в проведенні анкетування, учнів і їх батьків з проблеми самовизначення;

- проводить батьківські збори з проблеми формування готовності учнів до профільному та професійному самовизначенню;

- організовує зустрічі учнів з випускниками школи - учнями професійно-технічних навчальних закладів та студентами вузів.

Викладачі протехциклу:

- сприяють розвитку пізнавального інтересу, творчої спрямованості особистості учня, використовуючи різноманітні методи і засоби: проектну діяльність, ділові ігри, семінари, круглі столи, конференції, предметні тижні, олімпіади, факультативи, конкурси стінних газет, домашні твори і т.д.:

- забезпечують профорієнтаційну спрямованість уроків, формують в учнів едпрацівник х , професійно важливі навички;

- сприяють формуванню в учнів адекватної самооцінки;

- проводять спостереження з виявлення схильностей і здібностей учнів;

- адаптують навчальні програми в залежності від профілю класу, особливостей учнів.

Бібліотекар:

- регулярно підбирає літературу для викладачів та учнів на допомогу вибору професії (за роками навчання) і профорієнтаційній роботі;

- вивчає читатські інтереси учнів і рекомендує їм літературу, що допомагає у виборі професії; організовує виставки книг про професії та читацькі диспути-конференції на теми вибору професії;

- узагальнює і систематизує методичні матеріали, довідкові дані про потреби регіону в кадрах та інші допоміжні матеріали (фотографії, вирізки, схеми, проспекти, програми, описи професій);

- регулярно влаштовує виставки літератури про професії за сферами і галузям (машинобудування, транспорт, будівництво, в світі мистецтва і т.д)

Соціальний педагог:

- сприяє формуванню у учнів групи ризику адекватної самооцінки, оскільки, як правило, у таких дітей вона занижена;

- надає педагогічну підтримку дітям групи ризику в процесі їх професійного і життєвого самовизначення;

- здійснює консультації учнів з соціальних питань;

- надає допомогу класному керівнику в аналізі та оцінці соціальних факторів, що ускладнюють процес самовизначення учня.

Шкільний психолог:

- вивчення професійних інтересів і схильностей учнів здійснює моніторинг готовності учня до профільного та професійного самовизначення через анкетування учнів та їх батьків;

- проведення тренінгових занять з профорієнтації учнів;

- проводить бесіди, психологічне просвітництво для батьків і педагогів на тему вибору;

- здійснює психологічні консультації з урахуванням вікових особливостей учнів;

- запрошує батьків учнів для виступів перед учнями про свою професію, залучає їх для роботи керівниками гуртків;

- надає допомогу класному керівнику в аналізі та оцінці інтересів і схильностей учнів;

- створює базу даних по профдіагностики.

Медичний працівник:

- використовуючи різноманітні форми, методи, засоби, сприяє формуванню в учнів установки на здоровий спосіб життя;

- проводить з учнями бесіди про взаємозв'язок успішності професійної кар'єри і здоров'я людини;

- надає консультації з проблеми впливу стану здоров'я на професійну кар'єру;

- надає допомогу класному керівнику, практичного психолога та соціального педагога в аналізі діяльності учнів.

Напрями і форми роботи:

Організаційно-методична діяльність

- Робота координаторів по профорієнтаційній роботі з учнями.
- Методична допомога педагогічним працівникам у збірці матеріалів і діагностичних карт.

Робота з учнями

- Комплекс профорієнтаційних послуг у вигляді профдіагностичних заходів, занять та тренінгів з планування кар'єри;
- Консультації з вибору профілю навчання (інд., груп.);
- Анкетування;
- Організація і проведення екскурсій (в навчальні заклади, на підприємства)
- Зустрічі з представниками підприємств, навчальних закладів.

Робота з батьками

- проведення батьківських зборів, (общешк., класно.);
- лекторії для батьків.
- індивідуальні бесіди педагогів з батьками школярів;
- анкетування батьків учнів;
- залучення батьків школярів для виступів перед учнями з бесідами;
- залучення батьків учнів для роботи керівниками гуртків, спортивних секцій, художніх студій, учнівських театрів, громадських учнівських організацій;
- допомога батьків в організації професійних проб старшокласників на підприємствах;
- допомога батьків в організації тимчасового працевлаштування учнів у канікулярний час;
- обрання батьківського комітету школи з представників батьківських комітетів класів, найбільш активних батьків учнів, готових у співпраці з учителями надавати педагогічну підтримку самовизначення школярів;
- створення опікунської ради, що включає працівників загальноосвітнього навчального закладу, батьків учнів, приватних підприємців, що надають спонсорську допомогу школі, представників шефських організацій і т.д.

Профорієнтаційна рада:

Особливість управління профорієнтацією в навчальному закладі – здійснення профорієнтаційних впливів систематично, на протязі всіх років навчання. В роботі з професійної орієнтації бере участь весь педагогічний колектив; директор навчального закладу, заступники з навчально-виробничої частини та навчально-виховної роботи, практичний психолог, соціальний педагог, викладачі, майстри виробничого навчання, вихователі гуртожитку, бібліотекар, медпрацівник, педагог-організатор, класні керівники, керівники гуртків за інтересами та факультативів із спец предметів, викладач фізкультури, керівник військової підготовки і ін.

Основне завдання профорієнтаційної ради навчального закладу – поєднувати, координувати і направляти зусилля педагогічного колективу і базового підприємства на якісне поліпшення професійної орієнтації учнів.

В обов'язки ради входить:

- 1) формувати активну життєву позицію у профорієнтаторів з числа педпрацівників, прагнення до оволодіння науковими основами організації профорієнтаційної роботи;
- 2) вивчати та впроваджувати рекомендації навчально-методичного центру профтехосвіти з активізації профорієнтаційної роботи;
- 3) координувати роботу з профорієнтації із школами, міжшкільними навчально-виробничими комбінатами, підприємствами – замовниками кадрів, позашкільними закладами, установами культури, ін.;
- 4) планувати профорієнтаційну роботу на рік;
- 5) координувати роботу профорієнтаторов з числа педпрацівників, учнів, їх батьків та інших соціальних партнерів;
- 6) здійснювати повсякденний контроль за проведенням профорієнтаційної роботи;
- 7) надавати всебічну допомогу загальноосвітнім навчальним закладам в комплектуванні груп учнів за профілями і проведення профорієнтаційної роботи.

Рада затверджується наказом директора на кожний навчальний рік у складі 10-15 чоловік:

- 1) голова ради – директор школи;
- 2) заступник голови ради – організатор професійної орієнтації (менеджер з профорієнтації, заступник директора з навчально-виховної роботи, педагог-організатор і ін.)
- 3) секретар – секретар приймальної комісії;

членами ради є:

- 4) представники методичних комісій загальноосвітніх предметів, профтехциклу, класних керівників і ін.;
- 5) медичний працівник;
- 6) практичний психолог;
- 7) соціальний педагог;
- 8) бібліотекар;
- 9) члени батьківського комітету;
- 10) представники підприємств – замовників робітничих кадрів, інших соціальних партнерів;
- 11) представники учнівського самоврядування і ін.

У роботі ради беруть участь у міру необхідності викладачі загальноосвітніх предметів, профтехциклу, керівники факультативів по предметах, фізвиховання і військової підготовки, психолог, класні керівники, керівники гуртків технічної творчості й інших об'єднань за інтересами, і ін.

Уся діяльність ради являє собою цілеспрямовану систему заходів щодо керування профорієнтацією молоді на найпоширеніші професії регіону.

Рада профорієнтації:

- планує й організує відкриті заходи по профорієнтації (зустрічі учнів із представниками різних професій, конкурси «Кращий за професією» і т.д.);
- створює навчально-методичний кабінет профорієнтації і забезпечує його роботу за особливим планом, постійно поповнює його матеріалами;

- регулярно інформує членів педагогічного колективу, батьків, учнів про потреби в кадрах через усі канали інформації (уроки, класну годинник, учнівське радіо і друк, ін.);
- заслуховує на своїх засіданнях профорієнтаторів (класних керівників, викладачів, членів батьківського комітету й ін.) про їхню роботу з учнями;
- організовує профорієнтаційну роботу з батьками;
- контролює і надає допомогу в профорієнтаційній роботі батьківському комітету;
- організує вивчення професійних планів школярів, їхню реалізацію, проведення індивідуальних профконсультацій з учнями за віковими категоріями;
- узагальнює передовий досвід профорієнтаційної роботи і поширює його, організувати семінари по обміні досвідом серед викладачів, науково-практичні конференції з проблем профорієнтації;
- забезпечує участь навчального закладу у регіональних, Всеукраїнських, міжнародних конкурсах з профорієнтаційної роботи.

Робота рад проводиться за планом, розробленому і затвердженому на рік, на підставі комплексного плану профорієнтаційної роботи навчального закладу і району. Засідання ради проводяться не рідше двох разів у семестр. Голова ради звітує про роботу перед педколективом один раз у рік. На чолі ради профорієнтації стоїть директор навчального закладу.

II. Суспільні зв'язки і рекламування як засоби маркетингових комунікацій

Головченко С.В., методист навчально-методичного центру профтехосвіти у Дніпропетровській області

Перш ніж сформулювати загальне визначення системи професійного виховання, розглянемо ряд вихідних положень:

1. Профорієнтація являє собою системну діяльність, що включає цільові настанови, завдання, принципи, форми, методи, критерії ефективності, рівні, напрямки, аспекти й інші системо – і структуроутворюючі елементи.

2. Система профорієнтації школярів є підсистемою загальної системи трудової і професійної підготовки.

3. Система професійної орієнтації – це частина загальної системи соціальної орієнтації особистості в сформованій структурі продуктивних сил і виробничих відносин.

4. Профорієнтація відноситься до соціальних систем, що функціонують у суспільстві, вона торкається різних проблем, і в тому числі пов'язаних з розвитком людського фактору суспільного виробництва; уже по одній тільки цій причині профорієнтацію можна вважати суспільною проблемою.

5. На ефективність профорієнтації впливає безліч різних об'єктивних і суб'єктивних факторів. Ця система важко піддається організації і управлінню. Ці й інші причини дозволяють назвати систему профорієнтації складною. Зі

сформульованих вище п'яти вихідних положень впливає визначення системи профорієнтації школярів.

Система профорієнтації школярів – це організована, керована діяльність різних державних і громадських організацій, підприємств установ і школи, а також родини, спрямована на удосконалення процесу професійного і соціального самовизначення школярів в інтересах особистості і суспільства

Професійне виховання і професійне навчання слід розглядати як «партнерів», коли 100% учнів, що засвоюють навчальні програми, повинні пройти і своєрідну програму виховної роботи. Мова йде про створення таких умов, в яких учень засвоює запропоновану йому програму в обов'язковому порядку, а ПТНЗ надає йому таку можливість.

У процесі професійного становлення майбутнього кваліфікованого робітника можна виділити декілька чітко виражених періодів:

1. Період надходження в професійний навчальний заклад – професійна орієнтація в школі, мотивований вибір старшокласниками тієї чи іншої професії, професійне навчання.

2. Період навчання в професійному навчальному закладі – оволодіння відповідними теоретичними знаннями, практичними вміннями і навичками, попередня апробація правильності вибору, розвиток професійних здібностей.

3. Початок трудової діяльності – професійна адаптація в період проходження виробничої практики, закріплення і розвиток отриманих у школі, профтехучилищі, технікумі, вузі умінь і навичок, придбання досвіду роботи, остаточне ствердження в обраній професії.

4. В суспільному середовищі ПТНЗ – реалізація особистості як громадянина свого навчального закладу, процесу адаптації учнів в званні «робітник».

5. В суспільному регіональному середовищі, коли учень зайнятий в соціальних проектах, акціях, суспільних об'єднаннях – реалізація громадянина України, Людина, процесу соціалізації робітника в загальнолюдських сферах буття, діяльності.

Робота з вирішення завдань, що стоять на кожному з цих етапів, і складає сутність процесу професійного виховання. Усі форми професійного виховання можна об'єднати в три групи: індивідуальні, групові, масові. Методи професійного виховання можна також об'єднати в три групи: методи формування свідомості особистості; методи організації діяльності і формування досвіду суспільного поведіння; методи стимулювання поведінки і діяльності.

Розробити якісні програми і послуги, оцінити, зробити доступними для цільових споживачів — цього ще недостатньо для забезпечення успішної діяльності навчального закладу. В рівній мірі воно повинне уміти встановити необхідні зв'язки і контакти із широкою громадськістю, інформуючи її про свої цілі, напрям діяльності, пропозиції і проблеми, пробуджувати інтерес до закладу.

Людина, що працює у сфері освіти і інформації, повинна добре уявляти собі **набір комунікативних завдань**, які стоять перед навчальним закладом:

1. Сприяти підвищенню статусу навчального закладу.
2. Забезпечувати підтримку випускників навчального закладу.

3. Привертати перспективних спонсорів.
4. Поширювати інформацію про послуги, що надаються навчальним закладом.
5. Привертати майбутніх учнів і збільшувати число тих, що поступають.
6. Коректувати неточну і неповну інформацію про навчальний заклад

Крім того, потреба в інформації виникає і у викладацького складу, адміністрації, іноземних студентів і іншої громадськості навчального закладу. Спілкування з людьми включає обмін інформацією між закладами освіти.

Маркетингові комунікації здійснюються по двох напрямках: використовуються **суспільні зв'язки і рекламування**. Ці форми комунікацій багато в чому співпадають в підходах, але є і специфічні риси, що характеризують ту і іншу окремо.

Суспільні зв'язки – більш особова форма спілкування, що полягає в зусиллях задовольнити інтерес до навчального закладу і його програм шляхом передачі існуючої інформації через різні канали, головним чином, на безкоштовній основі.

Часто плутають зв'язок з громадськістю з діловими зв'язками. Створення **ділових зв'язків** — лише одне із завдань зв'язку з громадськістю. **Зв'язок із громадськістю** можна визначити як управлінську діяльність, яка оцінює відносини громадськості до навчального закладу, визначає політику і діяльність як окремих осіб, так і всього навчального закладу по відношенню до інтересів громадськості, розробляє програму дій для завоювання інтересу і схвалення з боку цієї громадськості.

Планування спілкування слід починати з визначення основної аудиторії свого «споживача» (потенціального абітурієнта) і вироблення каналів зворотного зв'язку. Наступним кроком є вивчення попиту аудиторії, розробка повідомлення, вибір засіб інформації, визначення характерних рис джерела інформації, збір зворотної реакції. Це **планування ступенів комунікації** є обов'язковим для ефективного спілкування при суспільних зв'язках або рекламуванні.

Мета процесу спілкування — привернути увагу, підтримати інтерес, підтримати бажання спілкуватися і отримати у відповідь дії, наприклад – заява абітурієнта про прийом на навчання в даний заклад.

Є два типи каналів комунікації — **особисте і неособисте спілкування**. Особисте спілкування включає прямий зв'язок з представниками навчального закладу (випускниками, членами приймальної комісії, і так далі) і передачу відомостей з вуст у вуста при контактах з сусідами, друзями, членами сім'ї, колегами. Неособисте спілкування – це подання інформації в газети, журнали, на радіо та телебачення, оголошення, проведення заходів, доставка інформації поштою.

На успішне спілкування з аудиторією впливає і те, як ця аудиторія сприймає джерело інформації. Компетентність джерела інформації визначають три чинники: знання справи, достовірність і привабливість. Служба суспільної інформації, що працює, або окремо, або у складі приймальної комісії, повинна спостерігати за діями, що відбуваються, та інформувати про їх результати.

Суспільне інформування створює свій механізм і здійснюється особливими засобами. До цих засобів відносяться: письмові матеріали, аудіовізуальні засоби,

символіка, повідомлення в новинах, події і заходи, виступи, інформування по телефону або поштою та інше.

Письмові матеріали. Навчальні заклади можуть видавати щорічники, каталоги, афіші, рекламні листки, газети. Готуючи публікацію, необхідно визначити її призначення, оформлення, вартість.

Аудіовізуальні матеріали. Це — фільми, слайди, кліпи, тестові програми за напрямками, які все більше використовуються як інструменти спілкування. Улаштовуючи аудіовізуальну презентацію, можна обійтися без роздачі рекламних листків і просторових відповідей на питання, що надходять.

Символіка. У сучасному суспільстві, перенасиченому інформацією, навчальним закладам доводиться боротися за увагу до себе. Для цього їм потрібно створити зорові символи, які б люди швидко впізнавали. Зорові символи можуть доводитися до людей через засоби, постійно використовувані закладами (аббревіатура, канцелярське приладдя, буклети, написи, грифи ділових паперів, значки). Кваліфікований дизайнер постарается визначити суть навчального закладу і виразити її в символі, емблемі.

Новини. Службі суспільної інформації необхідно знаходити, або самим створювати схвальні і доброзичливі новини про заклад, поширювати їх через засоби інформації. Про гласність говорять, що це «безкоштовна реклама». Інформація має три якості, які роблять її необхідним та доцільним заняттям. По-перше, вона правдивіше, ніж реклама. Інформація виглядає як звичайні новини, а не як інформація, за яку заплатили. По-друге, інформація в новинах доходить до тих людей, які не довіряють звичайній рекламі. По-третє, повідомлення про події, що цікавлять, підсилює увагу публіки.

Події та заходи. Навчальний заклад може підвищити значення своєї інформації шляхом організації свят і заходів, починаючи від оглядів художньої самодіяльності учнів, днів відкритих дверей і, закінчуючи організацією наукових конференцій, зустрічей з цікавими людьми і громадськими діячами. Добре підготовлені заходи справляють враження на їх безпосередніх учасників і готують підґрунтя для появи повідомлень в засобах масової інформації.

Інформування по телефону, Інтернетом. Отримання інформації по телефону та через Інтернет порівняно новий спосіб зв'язку з людьми. Можна встановити контактну телефонну або електронну локальну мережу, по яких кожен отримає потрібну інформацію про навчальний заклад, перелік професій, термін навчання, соціальні пільги, перспективи проходження виробничої практики та працевлаштування, про вартість навчання, початок іспитів, умови прийому, основні курси та інше.

Рекламування. Іншою формою маркетингової комунікації є рекламування. Реклама є неособистою формою комунікації, яка здійснюється через системи розповсюдження інформації. Рекламування може приймати різні форми і служити багатьом цілям. Воно включає такі засоби, як журнали і газети, радіо і телебачення, покази (плакати, написи, афіш, банери, автомобільний тюнінг), листівки, каталоги, довідники, та інше.

III. Формування громадської думки, іміджу навчального закладу, освітніх послуг, престижності робітничих професій через ЗМІ.

Єгоркіна Олена Федорівна, методист
навальньо-методичного центру
профтехосвіти у Дніпропетровській
області

Одним з ресурсів створення іміджу навчального закладу є засоби масової інформації. ЗМІ істотно сприяють засвоєнню людьми різного віку широкого спектра соціальних норм та формуванню у них ціннісних орієнтацій у галузі політики, освіти, економіки, здоров'я, права тощо.

ЗМІ, фактично, є своєрідною системою неформальної освіти та просвіти різних категорій населення. При цьому користувачі ЗМІ набувають достатньо різнобічних, суперечливих, несистематизованих знань, отримують відомості з різних питань суспільного та політичного життя.

Для чого ПТНЗ співпрацювати із ЗМІ?

На жаль, не завжди в закладах існує плідна співпраця із ЗМІ. Причинами інформаційного вакууму є недостатня взаємодія з місцевими засобами масової інформації і як наслідок, незацікавленість журналістів у висвітленні діяльності ПТНЗ. З іншого боку, маючи обмежену, не періодичну інформацію про діяльність закладу, журналісти рідко звертаються до їхнього досвіду, вважаючи його, по інерції, малоефективним. Саме тому взаємодія з місцевими та регіональними ЗМІ має бути одним із напрямків роботи ПТНЗ.

Цілями цієї діяльності мають стати:

- поширення інформації про діяльність ПТНЗ
- просвітницька діяльність для громади
- висвітлення значимості його ролі
- становлення і зміцнення іміджу ПТНЗ
- формування позитивної громадської думки
- знаходження додаткових джерел фінансування
- встановлення партнерських стосунків

Правильно спрямувати інформаційний потік на чітко визначену цільову аудиторію — означає сформувати позитивну громадську думку про діяльність ПТНЗ.

В який спосіб ПТНЗ може впливати на формування громадської думки?

Використовуйте три канали комунікації:

1) Інформація через засоби масової інформації — публікації та виступи в газетах і журналах; сюжети в теле- і радіо-новинах, участь представників ПТНЗ у різноманітних теле- й радіо-програмах, передачах тощо. Основними заходами співпраці із засобами масової інформації є такі: прес-конференції, інтерв'ю, написання та розміщення спеціальних публікацій.

2) Лобювання своїх інтересів в органах влади (офіційні та неформальні контакти з владою, спрямовані на підтримку або ухвалення програм, рішень ПТНЗ)

3) Організація власних заходів, так званих спеціальних подій: інформацію треба подавати пресу так, щоб вона зацікавила читача, глядача і слухача.

З чого почати співпрацю з пресою?

Створіть власну базу даних ЗМІ, з якими ви будете постійно і послідовно співпрацювати. Вона має містити: назву кожного видання, радіо — чи телекомпанії, всю контактну інформацію (адресу, телефон, факс тощо) ім'я та прізвище головного редактора, завідувачів певних відділів, провідних журналістів і теми на які вони пишуть.

Важливо пам'ятати, що ***цікавою для журналістів вашу інформацію робить*** три чинники:

- значущість і вагомість для місцевої громади,
- повнота повідомлення,
- вчасність /актуальність.

Урахуйте ці чинники, коли сідаєте писати матеріали для преси.

Про що можна написати:

- про подію, яка відбулася,
- про проблеми, якими ви переймаєтеся, як збираєтеся їх вирішувати, які наслідки матиме ваша діяльність для різних цільових аудиторій,
- про результати вашої діяльності та плани на майбутнє.

Закінчену статтю оформіть у вигляді прес-релізу, поширте його серед редакцій, визначених вами ЗМІ.

Готуючи прес-реліз, пам'ятайте:

- ЗМІ потребують гостру і свіжу інформацію.
- Не зволікайте із процесом підготовки.
- Створюйте інформацію професійно.
- Текст прес-релізу — це готова до друку стаття в тому вигляді, у якому ви хочете побачити її на газетній сторінці.

Як і будь-який інший газетний матеріал (інформація, замітка, стаття тощо), правильно написаний прес-реліз відповідає на запитання: «Хто? Що? Коли? Де? Як? Чому? Навіщо?»

Для створення позитивного образу навчального закладу необхідно пам'ятати й про інші засоби зв'язку з громадськістю.

Пряме (адресне) поштове розсилання. Щорічне розсилання колишнім споживачам, соціальним партнерам яскраво оформлених календарів із символікою (фото) закладу. Вітальних листівок, листівок-подяк тощо.

Виставки й семінари. Під час організації та участі в конференціях, виставках, конкурсах, інших масових заходів варто поширювати рекламну продукцію, яка стосується не тільки профорієнтації, а й безпосередньо діяльності закладу.

Презентації. Зробити традиційними щорічні, щоквартальні презентації в різних районах міста, на майданчиках закладів. Приурочувати презентації до свят: день міста (району), День учителя, професійні свята, Новий рік, посвячення в робітники тощо.

Інтернет-реклама. Використовуйте можливості власного інтернет-сайту, методичного центру, облдержадміністрації, сайти ЗМІ, для цього регулярно надсилайте прес-релізи.

Каталоги й буклети. Під час опрацювання змісту та оформлення даного виду рекламної продукції враховуйте цільову категорію, робіть правильне розміщення акцентів, але при цьому не забувайте про врахування створеного іміджу закладу та його відповідності обраній стратегії розвитку.

Рекламні щити й зовнішня реклама. Використовуйте тендери, розтяжки на території школи, її фасаді, а також за домовленістю із владою на жвавих вулицях, переходах, пішохідних зонах у парках тощо.

Телефонний маркетинг. Дзвінки до батьків, спонсорів, піклувальників тощо на передодні нового навчального року, канікул з пропозицією відповісти на стислу анкету в телефонному режимі.

Фірмові сувеніри. Ручки, календарики, вироби учнів тощо можна вручати батькам, учням шкіл, гостям, роботодавцям.

Інші способи. Візитні картки, видання методичної літератури з рекламою закладу, реклама в друкованих виданнях закладу.

Одним із важливих засобів комунікації з громадськістю є пабліситі.

Пабліситі – засіб комунікації з громадськістю, пов'язаний з інформуванням громадськості про новини, що мають місце у певній організації чи установі. Причому, як зазначають фахівці, це не обов'язково добрі новини. “У кризових умовах, для організації часто важливим є самотійно, як найшвидше розповісти про все, що сталося, перш ніж засоби інформації викладуть суть справи на свій лад”.

Менеджмент новин – це галузь ПР-діяльності, пов'язана з управлінням процесами формування новин та їх висвітленням у засобах масової інформації. Інакше цю галузь називають спіндокторством. Слово “*spin*” перекладається українською мовою як “вертіння, крутіння”. Щодо комунікації воно означає подання подій у більш сприятливому вигляді, своєрідне “лікування події”.

Спіндокторство має два основні аспекти:

1. Підготовка очікувань громадськості щодо певної новини.

2. Виправлення незадовільного висвітлення події засобами масової інформації.

Основні завдання педпрацівник:

- передбачення реакцій та оцінок, до події яка планується або очікується;
- зміна очікувань щодо події, яка міститься в основі тієї чи іншої події;
- зміна сприйняття новин, які інтерпретируються в небажаному для певного суб'єкта напрямку.

Учені пояснюють необхідність втручання в комунікаційний процес педпрацівник тим, що подія та її висвітлення (певна новина) – це два різні об'єкти, які можуть і не збігатися. Для ефективного впливу на громадську думку варто організувати як перше, так і друге.

Важливо зрозуміти, що немає такої сфери діяльності, яка б не потребувала формування громадської думки. Якщо керівник закладу не займається піаром, піар усе одно займається ним, тому що думка про заклад усе одно існує. Питання – яка і наскільки вона керована?

IV. Використання послуг освітнього Інтернет-середовища – ефективний інструмент інтернет-маркетингу

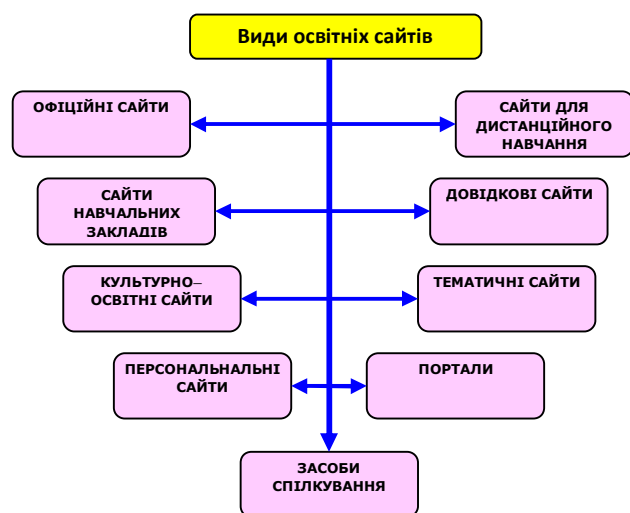
Гришасва Олена Вікторівна,
методист навально-методичного
центру профтехосвіти у
Дніпропетровській області

Технологічні можливості Інтернету обумовлюють швидкий розвиток світового інформаційного співтовариства. Мережа Інтернет здатна стати ефективним засобом реклами, маркетингу, професійної інформації, створення позитивного іміджу професійно-технічного навчального закладу і його представництва в широкому інформаційному просторі. Мережі типу Інтернет з успіхом заміняють телефон, факс, експрес-пошту та інші засоби комунікації.

Електронні ресурси – це електронні дані (у вигляді символів, графічних, звукових, відео даних, або їх комбінацій), які можуть бути розміщені на будь-якому електронному носії, а також опубліковані в локальній чи глобальній мережі.

Освітні електронні ресурси (ОЕР) – це інформаційні ресурси, що можуть бути представлені у вигляді текстових, графічних, звукових, відео даних або їх комбінацій, які відображають певну предметну галузь освіти та призначені для забезпечення процесу навчання особистості, формування її знань, умінь та навичок.

Освітні веб-ресурси – це інформаційні ресурси освітнього характеру, які розміщені у веб-просторі локальної чи глобальної мережі у вигляді різних форматів (текстового, графічного, архівного, аудіо та відео форматів тощо).



Офіційні сайти – це сайти органів управління. На них розміщені такі освітні веб-ресурси: урядові документи, положення закони. Громадянину необхідно вміти використовувати такі ресурси, щоб мати змогу вчасно ознайомлюватися із змінами у законодавстві, та у випадку необхідності користуватися нормативними актами із достовірних джерел.

Наприклад:

- www.mon.gov.ua – офіційний сайт Міністерства освіти і науки, молоді та спорту України;
- www.kmu.gov.ua – Урядовий портал;
- <http://portal.rada.gov.ua> - сайт Верховної Ради України.

Культурно-освітні сайти – це:

- Віртуальні бібліотеки
- Довідкові сайти бібліотек
- Колекції рефератів на інших наукових робіт
- Віртуальні журнали та газети
- Віртуальні музеї

Наприклад:

- www.nbuv.gov.ua – Національна бібліотека України [ед.В.І.Вернадського;
- <http://www.chl.kiev.ua> – Національна бібліотека України для дітей;
- <http://www.library.donetsk.ua> – Донецька обласна універсальна наукова бібліотека [ед. Н. К. Крупської (довідковий бібліотечний сайт);
- www.ukrreferat.com – безкоштовна колекція рефератів;
- <http://www.segodnya.ua> – електронна версія суспільно-політичної газети «Сьогодні»;
- <http://www.hermitagemuseum.org> – віртуальний музей «Ермітаж».

Один із самих ефективних способів накопичення великих обсягів інформаційних ресурсів Якщо сайт – це місце в Інтернеті, де фізично розміщуються матеріали, то **портал** – це сайт, який виконує роль відправної точки по таким сайтам. Портал має власну систему пошуку, базу даних веб-сайтів, які знаходяться в каталозі та інші корисні сервіси для користувачів.

Наприклад:

- www.osvita.org.ua – освітній портал;
 - <https://proftekhosvita.org.ua> – портал ПТО;
 - <http://www.ccf.kiev.ua/> - соціальна освіта в Україні;
 - <http://www.edu-ua.net> – освітня українська мережа;
 - <http://o-svit.iatp.org.ua> – каталог освітніх ресурсів О-СВІТ – інформація для учнів, студентів, педагогів, науковців;
 - <http://www.uchobe.net.ua> – каталог навчальних закладів України;
 - <http://www.osvita.com.ua> – Каталог професій, їх специфіка, список найпопулярніших спеціальностей. Перелік навчальних закладів;
 - <http://prof.osvita.org.ua> – профорієнтаційний портал «Зроби свій свідомий вибір»;
 - <http://www.profguide.ru> – профгід;
 - <http://profi.org.ua> – портал професійного консультування;
 - <http://kariera.in.ua> – Вибір професії та пошук роботи в Рівненській області.
- Розділ «Які є професії. Відеофільми»4
- <http://www.rabochee-mesto.com> – портал «Як правильно обрати професію».

До **довідкових сайтів** відносяться:

- Енциклопедії – електронні сторінки з текстами і графічними зображеннями класичного енциклопедичного характеру.
- Словники – електронна база даних визначень з певної галузі знань або за декількома напрямками. Мережений словник може бути у вигляді окремого ресурсу або інтегрований в інші ресурси.
- Каталоги – містять перелік веб-адрес сайтів за тематиками. Каталоги зазвичай можна знайти на будь-якій пошуковій системі.
- Інформаційно–довідкові ресурси – сайти, що містять довідкові відомості про конференції, конкурси, семінари, гранти і т.д.

Наприклад:

- www.ua.wikipedia.com – відкрита українська вікі–енциклопедія;
- www.dictionaries.rin.ru – набір словників різного спрямування;
- www.dmozzy.net.ru – каталог веб–ресурсів за різними тематиками;
- www.olymp.vinnica.ua – Всеукраїнський центр олімпіад школярів в Інтернеті.

Тематичні сайти – це сайти з певної тематики чи галузі знань.

- <http://www.i-mash.ru> – ресурс з машинобудування
- stanoks.com – сайт про верстати, системи ЧПК, документацію до металообробного устаткування, системи автоматики

Сайти навчальних закладів містять довідкові відомості. Проте, існують такі заклади, які розміщуються різноманітні види інформації: навчальні матеріали своїх працівників, пропонують дистанційні курси (платні і безкоштовні), проводять різноманітні олімпіади, змагання. Крім того, можуть містити тестові системи, за допомогою яких користувач може перевірити свої знання. Поширені випадки, коли навчальний заклад має дві версії сайту – один для мережі Інтернет, інший корпоративний (тобто розрахований тільки для працівників навчального закладу).

Саме сайт навчального закладу, як інформаційний канал глобального інформаційного простору, надасть можливість об'єктивно оцінити на скільки дієва стратегія і тактика ПТНЗ в реальному житті, а не на папері. Представництво ПТНЗ в Інтернеті допоможе налагодити прямі контакти зі споживачами освітніх послуг, вивівши відносини з ними на новий рівень, що дозволить одержувати оперативну інформацію про ринок освітніх послуг і зміни у його структурі. Саме в Інтернеті створюється так званий «інформаційний відбиток» - образ усього того, що відбувається в реальності. І такий відбиток має бути і в маркетинговій діяльності ПТНЗ та його профорієнтаційній роботі. Після створення сайту треба змусити його працювати на професійно-технічний навчальний заклад, тобто зробити його відомим цільовій аудиторії.

Важливим елементом Інтернет-представництва є **банер** – як правило, це прямокутне графічне зображення. Банер міститься на веб-сторінці і має гіперпосилання на певний сайт (свій або чужий).

Засоби спілкування – це телеконференції, чати, форуми служать для обміну думками, відомостями, співпраці з колегами інших регіонів.

Наприклад:

- <http://stanoks.com/forum> – форум верстатників;
- <http://ostankah.ru/forum/index.html> – форум верстатників, про верстати та устаткування;
- forum.i-mash.ru – форум машинобудівників;
- <http://www.mayster.info> – форум головних механіків.

Персональний сайт – це сайт окремої особи, на якому міститься загальні відомості про цю особу, чим займається, які має інтереси та ¶ ед.

Метою розробки сайту **«Ваш особистий методист»** (<http://metodist.teplovod.dp.ua>) – є створення професійного співтовариства викладачів, майстрів виробничого навчання, освітній простір, що надасть максимальну можливість для обміну інформацією, досвідом, підвищення професійного рівня, для найбільш повного використання освітнього потенціалу викладача в сучасному суспільстві.

Мета сайту:

- здобути механізм зовнішньої оцінки рівня професійної майстерності педагогічних працівників;
- збільшити число педпрацівників, які братимуть участь у професійних конкурсах, які в першу чергу вирішуватимуть завдання підвищення майстерності педагога;
- розширити зв'язки професійно-технічних навчальних закладів з педагогічним співтовариством країни;
- обмін і поповнення методичними матеріалами банку методичних ресурсів;
- поява у педагогічних працівників можливість виступати експертами, консультантами, практиками;
- можливість кожного педагогічного працівника поширювати власний досвід.

ПТНЗ опиняються в умовах відкритого простору, де, з одного боку, вони мають можливість презентувати себе, а з іншого – стають відповідальними перед усім світовим інформаційним співтовариством як за своє Інтернет-представництво, так і за якість свого реального становища та за ефективність своєї діяльності.

Для ефективності профорієнтаційної діяльності все це означає одне – абітурієнт, учень робить вибір своєї професії та навчального закладу, де він буде їй навчатися, свідомо, виходячи з широкого спектру даних, основується на достовірній, авторизованій та компетентній професійній інформації, отримуючи відомості про подальший свій життєвий шлях з першоджерел, а не користуючись неперевіреними чутками та сумнівними порадами.

V. Презентація інформаційного центру Дніпродзержинського центру підготовки і перепідготовки робітничих кадрів

Циганок Оксана, методист
Дніпродзержинського центру підготовки і перепідготовки робітничих кадрів

Одним з пріоритетних напрямків розвитку професійно-технічного навчального закладу є впровадження нових інформаційних технологій в освітній процес. Інформаційні технології мають сьогодні пріоритетне значення в усіх сферах діяльності й визначають розвиток суспільства завтрашнього дня. У галузі освіти ці технології знаходять застосування в багатьох напрямках діяльності, зокрема, оновлюється зміст освіти, започатковується дистанційне навчання, впроваджуються нові форми спілкування: електронна пошта, відео-конференції, участь у роботі Інтернет-форумів та ін.

Протягом останніх п'яти років центральне місце в системі профорієнтаційної роботи нашого закладу займає web-сайт. Сьогодні майже неможливо представити навчальний заклад без власного офіційного сайту.

Web-сайт є вагомою складовою профорієнтаційної роботи і є кроком до відкритості навчально-виховного процесу. Одним із завдань створення сайту є забезпечення максимально повної та всебічної інформації про професії, їх зміст, ознайомлення з діяльністю закладу та налагодження партнерських зв'язків.

На сьогодні web-сайт ДПТНЗ «Дніпродзержинський ЦППРК» містить 29 рубрик, 19 підрубрик, тільки за період 2013 календарного року в рубриці «Новини» розміщено 65 матеріалів. На сайті працює форум. Можна зайти зареєструватися і взяти участь у обговоренні актуальних питань.

Сайт ДПТНЗ «Дніпродзержинський ЦППРК» містить наступні рубрики: «Наш Дніпродзержинськ», «Керівництво», «Виробниче навчання та практика», «Кращі роботи учнів», «Всеукраїнські курси підвищення кваліфікації», «Профільне навчання», «Євроклуб», «Корисні



посилання», «Навчально-матеріальна база», «Скринька педагогічної майстерності», «Наші досягнення».

Крім загальної інформації про навчальний заклад (історія ДЦППРК; учбові корпуси), web-сайт містить рубрику «Абітурієнту» де можна дізнатися про план набору на навчальний рік, правила прийому, професії та їх характеристики, години роботи приймальної комісії, необхідні документи для вступу у професійно-технічний навчальний заклад.

На web-сайті ДПТНЗ «Дніпродзержинський ЦППРК» інформація публікується українською, російською та англійською мовами, це дає змогу максимально розширити Інтернет-аудиторію, ознайомити максимальну кількість відвідувачів сайту з роботою навчального закладу. Також ведеться статистичний підрахунок відвідувачів, що дає змогу вести рейтинг відвідуваності сайту.

Визначною подією для ДПТНЗ «Дніпродзержинський центр підготовки і перепідготовки робітничих кадрів» стало **участь у Всеукраїнському конкурсу веб-сайтів ПТНЗ з першим громадським рейтинговим оцінюванням.** Сайт державного професійно-технічного навчального закладу «Дніпродзержинський центр підготовки і перепідготовки робітничих кадрів» став **переможцем серед ПТНЗ Дніпропетровської області.** Фахівці Міністерства освіти і науки України обрали 12 кращих веб-сайтів ПТНЗ України. Сайт ДПТНЗ «Дніпродзержинський центр підготовки і перепідготовки робітничих кадрів» увійшов до кращих сайтів ПТНЗ України та отримав **Диплом II ступеня від Міністерства освіти і науки України.**



Результативністю правильно створеної інформаційної основи для майбутнього абітурієнта є наступні результати:

1. Абітурієнт має чітке уявлення про свої інтереси, здібності, нахили.
2. Самостійно може визначати сферу діяльності та перелік підходящих для себе професій.
3. Оцінює свої здібності, можливості, стан здоров'я, необхідні для роботи за обраною професією.

VI. Психолого-педагогічні знання підліткового віку – як база побудови профорієнтаційної роботи в ПТНЗ області.

Піковець Л.Г., методист навчально-методичного центру профтехосвіти у Дніпропетровській області

Підставою для побудови профорієнтаційної роботи в ПТНЗ області є вікові особливості учнів, зокрема, особливості професійного самовизначення на конкретній віковій стадії. Саме вони визначають мету й завдання профорієнтаційної роботи, обґрунтованість використання тих або інших форм і методів роботи.

Дослідники (С.Я. Батышев, С.Н. Чистякова, Т.І. Шалавина, ін...) виділяють кілька етапів і підетапів розвитку професійного самовизначення. Нижче приводиться їхня коротка характеристика.

1. Етап розвитку конкретно-наочних вистав про світ професій.

Цей етап бере свій початок у віці становлення самосвідомості як такого – в 2,5-3 року й триває аж до початку підліткового віку (10-12 років). На цьому етапі створюється певна наочна основа, на якій базується подальший розвиток професійної самосвідомості. У процесі вікового розвитку дитина насичує свою свідомість різноманітними виставами про світ професій. Він у символічній формі намагається програти дії представників різних професій (водій, лікар і т.п.), ґрунтуючись на спостереженнях за діями дорослих. Деякі елементи професійної діяльності дитині ще важко зрозуміти, але в кожній професії є галузь, яку можна представити на основі наочних образів, вражень, конкретних ситуацій з життя, історій. Тому дуже важливо створювати в дитини максимально різноманітну палітру вражень про світ професій, щоб потім, на основі цього матеріалу, він міг аналізувати професійну сферу більш осмислено.

Цей етап ділиться на декілька підетапів.

Емоційно-образний підетап. Характерний для дітей старшого дошкільного віку. У цей період у дитини формується позитивне відношення до професійного миру, людей праці, їх заняттям, формуються первісні трудові вміння в доступні йому видах діяльності.

Пропедевтичний підетап. Характерний для учнів 1-4 класів. У цей період у дитини з'являється розуміння ролі праці в житті людини й суспільства, виникає інтерес до професій батьків і людей найближчого оточення, проявляється інтерес до найпоширеніших професій, заснований на практичній участі учнів у різних видах пізнавальної, ігровий, суспільно корисної трудової діяльності.

II. Етап професійного самопізнання.

Орієнтовні границі цього етапу – 5-9 клас. Освоєні вистави про різноманітні професії необхідно якось використовувати. Більшість підлітків ще не можуть реалізувати себе, навіть частково, у тієї або іншої професійній сфері тому, що в них поки ще немає достатньої кількості ресурсів: знань, умінь, готовності. Але в них є сильно виражена потреба в самопізнанні, у тому числі в професійній сфері, обумовлена новою провідною діяльністю – спілкуванням з однолітками. Цей етап характеризується спрямованістю на виявлення власних якостей, що мають відношення до тієї або іншої професії, прояснення їх змісту, оцінці їх рівня

розвитку. До завершення цієї стадії (приблизно в 14-16 років) у підлітка формуються первинні очікування від професії й від себе в професії. Цей етап ділиться на дві складові.

Пошуково-зондувальний підетап. Характерний для учнів 5-7 класів. У цей період вирішуються завдання формування в підлітків професійної спрямованості, усвідомлення ними своїх інтересів, здатностей, ціннісних орієнтацій, пов'язаних з вибором професії й свого місця в суспільстві. Цьому сприяє включення учнів у діяльність, погоджену із профілем утвору в старших класах і майбутньою професійною діяльністю.

Підетап розвитку професійного самовизначення. Характерний для учнів 8-9 класів. У цей період відбувається формування вмінь співвідносити суспільні цілі вибору сфери діяльності зі своїми ідеалами, виставами й цінностями, а так само з реальною можливістю їх втілення. Для цього учні повинні опанувати необхідним набором знань і вмінь на вибір професії.

III. Етап професійного самовизначення.

На цьому етапі завершується процес становлення професійної самосвідомості. Даний етап характеризується наявністю сформованого маршруту в оволодінні професією, у наявності стійких інтересів у зв'язку із професією й усвідомленням певних особистісних змін, обумовлених вимогами професії. Цей етап у більшості учнів знаходить свій розвиток і після школи. Етап поділяється на чотири підетапи.

Підетап уточнення соціально-професійного статусу. Характерний для учнів 10-11 класів. У цей період учні здійснюють допрофесійну діяльність на базі поглибленого вивчення навчальних предметів, до яких у них виявилися стійкі інтереси, зосереджують увагу на формуванні професійно значимих якостей, контролі й корекції професійних планів, способах оцінки результатів праці. Цілеспрямовано здійснюється соціально-професійна адаптація старшокласників до динамічно мінливих вимог ринку праці до професійних якостей працівника. Проводяться професійні проби в різних видах діяльності.

Підетап входження в професію, характерний для учнів і студентів професійних навчальних закладів. Це період професійної підготовки.

Підетап розвитку професіоналізму в процесі трудової діяльності, підвищення кваліфікації, розширення сфери професійної праці, освоєння нових спеціальностей, характерний для працюючої частини населення.

Визначення етапів та підетапів професійного самовизначення, який проходять учні, і знання його характеристики допомагає методично грамотно сформулювати мету й завдання профорієнтаційної роботи.

Форми й методи проведення профорієнтації з урахуванням вікових особливостей будуть сприяти:

- у початкових класах – роз'ясненню значимості різних професій (спеціальностей) у житті суспільства;
- у середніх класах – роз'ясненню того, як матеріал окремих навчальних предметів і володіння навичками його застосування можна буде застосувати в різних видах трудової діяльності;

- у *старших класах* – диференціації основних професій (спеціальностей) відповідно до інтересів, схильностей і здатностями учня.

Важливо пам'ятати, що вік учнів не є твердим обмежником у виборі форм і методів проведення профорієнтаційних заходів. Творчий підхід, досвід і бажання педагога/психолога дозволять перетворити ідею в цікавий і змістовний захід.

VII. Вплив рекламної продукції на підліткову свідомість. Форми проведення профорієнтаційних зустрічей з учнівською молоддю

Кузь Тамара Григорівна, заступник директора з навчально-виховної роботи Дніпропетровського центру підготовки і перепідготовки робітничих кадрів туристичного сервісу

У підготовці учнів шкіл до професійного самовизначення важливо все: система загальноосвітніх знань, трудове навчання, ідейно-політичне, моральне, естетичне й фізичне виховання учнів і цілеспрямована робота закладів ПТНЗ щодо правильного вибору робітничої професії. У виборі професії необхідна спеціальна система на основі якої формується в особистості особливе психологічне утворення, що має назву ***готовності до свідомого вибору професії***. Це психологічне утворення – структурне і включає такі компоненти:

- 1) Загальне позитивне ставлення до праці на користь суспільства, працьовитість, усвідомлення того, що праця є обов'язком кожної людини;
- 2) Знання певних професій, їх змісту, вимог, перспектив їх розвитку, шляхів здобуття професійної кваліфікації;
- 3) Наявність певних професійних інтересів;
- 4) Правильна самооцінка, знання своїх здібностей, інших властивостей.

Можна чітко простежити взаємозв'язок розвитку реклами і психології впливу. Адже всі досягнення в області впливу, що привносилися в рекламу, просували її на наступну ступінь розвитку.

Форми впливу реклами: привернути увагу; представити вигоди; формувати певний рівень знань про професії; створювати сприятливий образ; формувати позитивну думку про професію; нагадувати про широкий вибір; формування знань щодо особливостей професії, яка забезпечить матеріальне майбутнє молоді; стимулювати свідомий вибір.

З метою розв'язання проблем вибору професії та уникнення помилок у нашому закладі створено ***«Центр розвитку професійної орієнтації»***. У його функції входить:

- організація і проведення профорієнтації школярів у школах міста та області (починаючи з 5-6-х і до 11-х класів середніх загальноосвітніх шкіл);
- керівництво, координація, методична та практична допомога у проведенні профорієнтації у школах;
- організація і проведення профорієнтації, а також професійної підготовки та перепідготовки незайнятого населення в навчальному Центрі;

Для надання широкого спектру послуг в межах нашого Центру, створення належної інформаційно-методичної та матеріальної бази, що забезпечить його діяльність, передбачено 3 бригади, роботу яких розподілено по модулях:

- виїзд профорієнтаційних бригад, рекламування навчального закладу, консультування учнів шкіл щодо широкого кола робітничих професій, збір інформації про бажаючих отримати ту чи іншу професію;

- підготовка та виступи агітбригади через учасників учнівського самоврядування;

- підготовка та виступи агітбригади зі складу викладачів і співробітників та майстрів виробничого навчання;

- підготовка та проведення майстер-класів (виїзних та в стінах закладу);

- участь у батьківських зборах, консультування батьків;

- підготовка, організація, проведення днів відкритих дверей;

- підготовка, організація, проведення днів закладу;

- індивідуальне консультування психолога щодо профорієнтації;

- декада із профорієнтації “Вибери свою професію”.

Профорієнтаційна робота в центрі має складові:

1) Підготовчі курси до вступу в ПТНЗ, присвячені не тільки підвищенню навчальних досягнень учнів, але й їхніх професійних і життєвих перспектив, де школярів ми навчатимемо як це краще зробити, як орієнтуватися в різних ситуаціях життєвого і професійного вибору.

2) Роботу з підгрупами і мікрогрупами (в 2 – 4 особи), де в більш інтимній ситуації обговорюються конкретні проблеми професійного самовизначення.

3) Індивідуальна робота з підлітками, що вимагають особливого ставлення і уваги.

4) Методи роботи повинні чергуватися і взаємодоповнювати один одного і тут вже накопичений певний досвід використання тестів і опитувальників, профорієнтаційних ігор, різних видів процедур індивідуальної і групової роботи (спеціально організованих дискусій з найгостріших питань, використання різних схем аналізу і самоаналізу ситуацій самовизначення і т.д.).

В рамках підготовчих курсів проводяться заняття з практичним психологом за напрямками:

1) Профінформація (знайомство зі світом професій закладу, з професійними навчальними закладами, з конкретною ситуацією на ринку праці.);

2) Профдіагностика (в ідеалі – допомога підлітку в самопізнанні, де важливі не тільки недоліки, але і реальні можливості, які можна використовувати для досягнення професійної мети);

3) По можливості, корекція певних ліній розвитку в плані підготовки до майбутньої професійної діяльності;

4) Розгляд можливих зовнішніх перешкод на шляху до професійної мети і визначення шляхів їх подолання;

5) Морально-емоційна підтримка підлітків, що самовизначаються, коли важливо в свідомість старшокласників вселити впевненість і оптимізм по

відношенню до свого професійного майбутнього (а справжній оптимізм – це переконаність людини в тому, що навіть в найгіршій ситуації він не втратить своєї гідності);

б) Допомога в конкретних професійних виборах і плануванні життєвих і професійних перспектив.

У профорієнтаційній роботі задача психолога полягає в тому, щоб проінформувати найбільш глибоко і всебічно молодих людей про те, як з найменшою кількістю помилок і розчарувань здолати етап пошуку своєї справи і місця в житті, самовизначитись. Ми повинні розуміти, що активізація творчого потенціалу людини, розвиток висококваліфікованої робочої сили є найефективнішим способом досягнення економічного зростання. Людський капітал становить собою найцінніший ресурс, набагато важливіший, ніж природні ресурси або накопичення багатства. Саме людський капітал, а не промислові підприємства, їх обладнання й виробничі запаси є наріжним каменем конкурентоспроможності, економічного зростання, розвитку й ефективності виробництва.

VIII. «Центр консалтингу» – сприяння професійній мобільності учнів Криворізького центру професійної освіти металургії та машинобудування

Кенша Ольга Михайлівна, методист
Криворізького центру професійної освіти
металургії та машинобудування

Кожна молода людина, налаштована на успіх, мріє про успішну професійну кар'єру. Але з чого її почати? Куди звернутися? Де і як набути навички пошуку роботи? Як засвоїти стиль поведінки на ринку праці в умовах конкуренції – будь то аналіз оголошень про вакансії, написання резюме, планування візиту до роботодавця, підготовка відповідей на типові запитання?..

Враховуючи мінливість ринку праці, складні соціально-економічні умови та невміння випускника правильно подати себе на ринку праці, виникла ідея створити «Центр консалтингу» в навчальному закладі з метою сприяння працевлаштуванню випускників та формування професійної мобільності учнів. Необхідність у створенні Центру була продиктована тим, що соціальні партнери потребують кваліфікованих робітників, здатних бути конкурентоспроможними на ринку праці. Перше, з чого ми розпочали роботу – це з вивчення даного питання. Так, на одному із сайтів ми знайшли інформацію про проект «Трансфер «know-how» у сфері професійного консультування молоді». В процесі вивчення досвіду наших закордонних колег ми з'ясували, що **головною метою** даного проекту є трансфер знань у сфері професійного консультування молоді між партнерськими країнами: Польщі, України, Білорусі.

Працюючи над даним проектом, ми з'ясували, що було створено цільову групу, котра складалася з професійних консультантів, психологів і педагогів, що працюють з молоддю у сфері планування кар'єри. Таким чином, спираючись на даний досвід, ми створили в нашому навчальному закладі центр консалтингу. В

цьому напрямі наш заклад розпочав наукову співпрацю з Інститутом профтехосвіти НАПН України з наукової проблеми «Система роботи професійно-технічного навчального закладу з формування майбутнього професійно мобільного кваліфікованого робітника», котру розробила завідувач лабораторією змісту професійної освіти і навчання Інституту професійно-технічної освіти НАПН України, доктор педагогічних наук, доцент Сушенцева Лілія Леонідівна.

Основними завданнями центру консалтингу є: інформування учнів щодо напрямів діяльності та потреби в кадрах підприємств, організацій, установ міста та регіону; організація прямих контактів між навчальним закладом та міським центром зайнятості, між роботодавцями та учнями; надання допомоги роботодавцям у підборі необхідних спеціалістів із числа випускників КЦПОММ; організація презентацій підприємств, організацій, установ.

Схема роботи ДНЗ КЦПОММ з формування професійної мобільності учнів

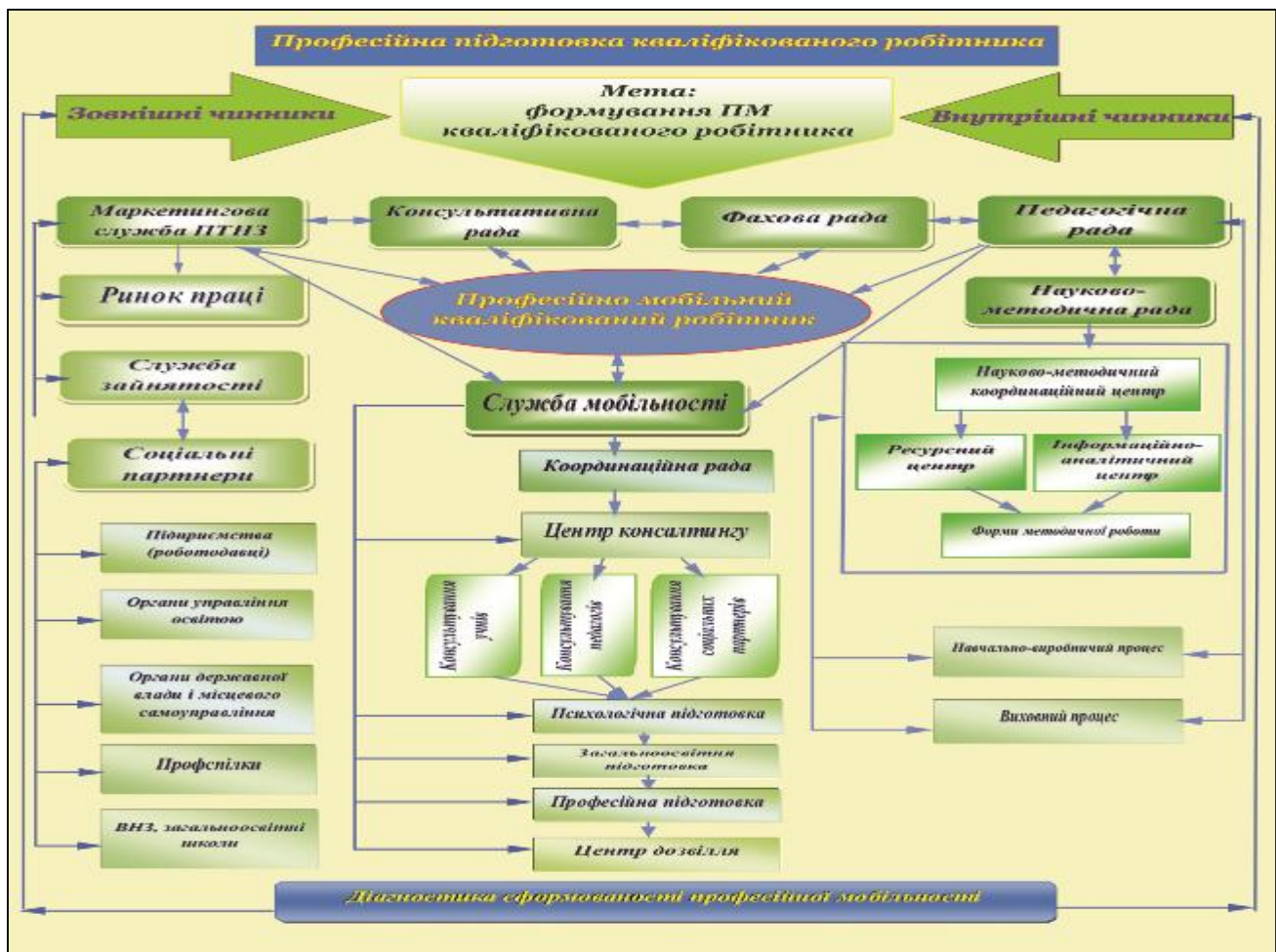


Схема діяльності Центру консалтингу та сприяння працевлаштування учнів та випускників КЦПОММ



Основними засобами реалізації завдань є проведення тренінгів з технології самостійного пошуку роботи: ефективна презентація себе на ринку праці; складання резюме; відпрацювання навиків поведінки під час співбесіди з роботодавцем; консультування учнів з питань планування професійної кар'єри.

Завдання центру консалтингу – формування у випускників здатності до професійної мобільності та швидкої адаптації до змін на ринку праці.

Основними напрямками роботи центру консалтингу є:

2. Сприяння працевлаштуванню випускників ДНЗ «КЦПОММ»:
 - ✓ впровадження курсу «Основи професійної мобільності»;
 - ✓ створення навчально-виробничого комплексу «Професіонал»;
 - ✓ впровадження експериментальних технологій при підготовці сучасного робітника через співпрацю з вищими навчальними закладами, Інститутом професійно-технічної освіти, Криворізьким металургійним інститутом Криворізького національного університету;
 - ✓ соціальне партнерство з підприємствами міста та регіону.
2. Консультування учнів та педагогів з питань планування професійної кар'єри.
3. Співпраця зі ЗМІ.

Аналізуючи кожен напрям роботи, особливо питання сприяння працевлаштуванню випускників, визначена потреба у впровадженні одного із предметів, а саме курсу «Основи професійної мобільності». Адже, питання підготовки професійно мобільних робітничих кадрів є одним з найважливіших на сьогоднішній день. Воно безпосередньо пов'язане з проблемою професійної адаптації до ринку праці, що є складовою частиною процесу формування професійної мобільності майбутніх кваліфікованих працівників у професійно-

технічних навчальних закладах. Для вирішення цього завдання було розроблено Л.Л.Сушенцевою спеціальний курс «Основи професійної мобільності», який призначений для учнів професійно-технічних навчальних закладів.

Завдання курсу:

1. Озброєння учнів знаннями основних наукових понять сутності професійної мобільності.
2. Підвищення адаптивності учнів, виходячи з їх соціального досвіду, можливостей і психологічного стану.
3. Розвиток позитивного ставлення молодого фахівця до самого себе та навколишнього світу.
4. Розвиток комунікативної, інтерактивної та перцептивної сторін спілкування з метою попередження виникнення комунікативних бар'єрів.
5. Розвиток в учнів готовності до професійної мобільності.
6. Розвиток якостей, необхідних для професійно мобільного кваліфікованого робітника (комунікативних, ділових якостей, здатності до самопізнання та підприємливості).
7. Розвиток умінь та навичок планування власного майбутнього професійного життя.

Наступним кроком роботи центру консалтингу стало створення навчально-виробничого комплексу «Професіонал». Необхідність у його створенні була продиктована тим, що соціальні партнери сьогодні потребують кваліфікованих робітників, здатних працювати на новітньому обладнанні та швидко навчатися новим виробничим технологіям. Комплекс створено з метою впровадження інноваційних технологій в машинобудуванні, забезпечення практичної підготовки учнів нашого навчального закладу, а також підготовки, перепідготовки, підвищення кваліфікації фахівців підприємств машинобудівної галузі та стажування майстрів виробничого навчання і викладачів професійно-теоретичної підготовки професійно-технічних навчальних закладів.

Виходячи з цього, ми поставили перед собою першочергове завдання підвищення ефективності підготовки фахівця. Випускники повинні бути готові працювати в умовах постійного оновлення техніки й технологій з урахуванням світових тенденцій. Такий підхід до організації навчально-виховного процесу неможливий без участі в ньому державно-приватних партнерів. Для того, щоб партнерство було успішним, необхідна взаємна зацікавленість, наявність нормативної бази, системність у роботі. В цьому напрямі ми розпочали співпрацю з ТОВ «Техсинтез» з метою впровадження в навчально-виробничий процес сучасних виробничих технологій для підготовки кваліфікованого робітника, з одного боку. ТОВ «Техсинтез» робить замовлення на виготовлення тієї чи іншої деталі, а учні, що навчаються за професією верстатника широкого профілю або токаря, фрезерувальника, проходячи виробниче навчання під керівництвом наставників цього підприємства, виконують таке замовлення.

На даний час Проект приніс такі позитивні результати:

3. Оновлено матеріально-технічну базу токарної майстерні (відреставровані токарні верстати SHB 400, 1АБ-25, 16К20, 1К62, заточний верстат ЗБ634);

2. ТОВ “Техсинтез” надані верстати 1М63-Дип 300, зубонарізний верстат для використання на уроках виробничого навчання та вдосконалення практичних вмінь та навичок учнів з професії “Токар, фрезерувальник”;
3. Оновлено матеріально-технічну базу фрезерної майстерні (від реставровано фрезерні верстати FSS315 – 7 шт.);
5. Створено сучасного кабінету спецтехнології верстатників широкого профілю в рамках навчально-виробничого комплексу “Професіонал”.
6. П'ятеро майстрів виробничого навчання та двоє викладачів професійно-теоретичної підготовки пройшли стажування на базі навчально-виробничого комплексу.

Наступним кроком роботи центру консалтингу було впровадження експериментальної технології при підготовці сучасного робітника через співпрацю з вищими навчальними закладами. Одним із напрямків наукового комплексу є знайомство студентів університету із робітничими професіями. Особливість інженерних спеціальностей така, що без робітничої професії випускникам технічних навчальних закладів важко стати повноцінними фахівцями. Інженер-механік не стане хорошим фахівцем, якщо він сам ніколи не брав участі у проектуванні, виготовленні і ремонті машин, агрегатів, деталей. А керівник інженерної служби, обов'язково повинен знати особливості праці слюсаря, верстатника, газоелектрозварника та інше. Частіш за все випускники вузів змушені починати свою діяльність саме з робітничої спеціальності, це пов'язано не тільки з проблемою працевлаштування, а й закономірними етапами кар'єрного росту.



Першим кроком застосування своїх знань студентами було впровадження наскрізного дипломного проекту. Студентами Криворізького металургійного інституту разом з учнями центру був виготовлений наскрізний проект «Діюча модель грохота – охолоджувача». Виконання таких робіт відіграє значну роль у формуванні інженера в процесі навчання, підвищення зацікавленості у студентів професійного інтересу до інженерної діяльності, до народження неординарних ідей та розвитку технічної творчості, потягу до вивчення дисциплін спеціального і профільного спрямування, освоювати які їм стає набагато простіше з набутим багажем знань і умінь. В свою чергу учні ПТНЗ в співпраці зі студентами отримують додаткову мотивацію для продовження свого навчання в подальшому.

Виконання таких спільних дипломних робіт дає можливість:

- ✓ прослідкувати важливість спільної співпраці між майбутнім інженером і кваліфікованим робітником;
- ✓ підняти престиж робітничих професій серед молоді;
- ✓ сприяти розвитку креативного мислення у молоді, її творчого підходу до справи, створення ситуації успіху.

Динаміка працевлаштування випускників професійно-технічних навчальних закладів за професією в останні роки є позитивною. Тому актуальним завданням є надати студентам ВНЗ можливість придбати робітничу спеціальність та розширити їх соціальну адаптацію і захищеність при працевлаштуванні, це надає їм можливість бути універсальними - починаючи від робітника і закінчуючи інженером при набутті відповідного і необхідного досвіду, тим самим зменшуючи навантаження на центри зайнятості.



У місті Кривому Розі при активному сприянні міської виконавчої влади створена й діє ефективна модель співробітництва роботодавців-замовників кадрів, служби зайнятості, частково – галузевих профспілок, з одного боку, і професійно-технічних навчальних закладів – з іншого. Організуються зустрічі та проводяться міські семінари спільно з міським центром зайнятості.



З метою поліпшення організації практичної підготовки учнів та роботи зі сприяння працевлаштуванню випускників центром:

1. Створено веб-сторінку на сайті ДНЗ “КЦПОММ”, завдяки якій учні та випускники КЦПОММ мають можливість отримати корисну інформацію;
2. Проводяться “Дні вакансій” центру зайнятості, тижні та місячники робітничих професій, організуються та проводяться «Дні відкритих дверей»;
3. Проводяться тренінги та семінари з учнями, майстрами виробничого навчання та викладачами;
4. Проводиться робота з ознайомлення учнів з інформацією щодо практичної підготовки, роботи навчально-виробничих центрів, працевлаштування випускників через засоби масової інформації.

Для Криворізького центру професійної освіти металургії та машинобудування зміцнення зв'язків із роботодавцями відкриває додаткові можливості: спрощується механізм моніторингу регіонального ринку праці, розширюються можливості працевлаштування випускників, з'являються нові пропозиції щодо організації виробничої практики учнів та стажування педагогічних працівників для ознайомлення з новітніми технологічними процесами виробництва та сучасним устаткуванням, забезпечується облік вимог роботодавців щодо змісту підготовки до майбутніх робітників. Проголошена в нашій країні інноваційна модель розвитку потребує, насамперед, висококваліфікованої робочої сили, професійно мобільних, конкурентоспроможних працівників, а роботодавець більшою мірою бачить у

системі професійно-технічної освіти джерело нового робітничого потенціалу. Тож задача центру консалтингу забезпечити державу та регіон таким потенціалом.

ІХ. Презентація профорієнтаційного центру Дніпродзержинського вищого професійного училища

Мироненко Ірина Анатоліївна, секретар
приймальної комісії Дніпродзержинського
вищого професійного училища

Профорієнтація, в кожному навчальному закладі, є одним з найважливіших питань, від якого залежить подальше успішне функціонування навчального закладу.

Саме тому питанням профорієнтаційній роботі навчальний заклад приділяє багато уваги. Дозвольте, поділитися з вами деяким досвідом, який я надбала працюючи секретарем приймальної комісії.

В своїй роботі я керуюсь 3-ї є основними принципами:

1. Перший принцип: «Орієнтування та доведення до кожного абітурієнта інформації щодо вимог сучасного ринку праці».

У кожного абітурієнта є свої особисті вимоги до майбутньої професії. Але зі своїми схильностями та бажаннями необхідно враховувати ще й потребу ринку праці.

Маю за мету довести до свідомості абітурієнта думку: щоб бути завжди конкурентоспроможним – необхідно мати кваліфіковану робітничу професію; що саме професія, яку він обирає, є конкурентоспроможною і попит на неї має тенденцію до зростання.

А свої аргументи я підтверджую з інформаційних джерел:

- Газети;
- Інтернет матеріали;
- Телевізор;
- Внаслідок спів праці з міським центром зайнятості, маю можливість отримувати інформацію щодо динаміки змін на ринку праці.

Уся зібрана інформація оформлюється в спеціальну папку (демонстрація папки). Цей матеріал надає можливість абітурієнту ознайомитись з перспективами працевлаштування і стабільного заробітку.

4. Другий принцип: «Перспективи подальшого професійного зростання».

Погляд на вибір професії, як єдиної на все життя хибний! Обрана професія має давати широкі можливості для професійного зростання. Абітурієнту доводяться до відома деякі факти можливостей професійного росту, наприклад, кращим інженером буде той, хто пройшов школу майстерності робітника. Навчальний заклад має багато прикладів застосування отриманих знань, професійної майстерності для вдалого кар'єрного зростання.

Мета: закласти бажання до випереджувального навчання на результат.

3. Третій принцип: «Економічні можливості обраної професії».

Обрана професія повинна давати широкий діапазон можливостей, для індивідуальної трудової діяльності та можливість відкриття власної справи.

Ми довго думали, як довести інформацію до свідомості абітурієнта, саме мовою однолітків, і нам підказали саме наші учні; з цією метою випускникам було запропоновано, в якості реальних дипломних робіт розробити бізнес-проекти (тобто помріяти, як вони своїми знаннями можуть заробляти гроші), наприклад, один з цікавих проектів створив випускник Лепський Костянтин бізнес-проект- «створення авто-майстерні для ремонту автомобілів» в якому він практично продемонстрував можливість застосування набутих знань, з метою отримання стабільного матеріального статку. Що цікавого, він не тільки висвітлив можливості набутої професії зварника, а й ще професії, які готують в нашому навчальному закладі: слюсаря, електрика, кранівника.

Безумовно, кожна бесіда повинна бути закінчена яскравою крапкою. Я би рекомендувала використовувати інформаційний матеріал, який яскраво оформлюється за професійною спрямованістю. В залежності від напрямку, який обирає абітурієнт йому надається саме той інформаційний матеріал.

Х. Психолого-педагогічні аспекти впливу на свідомість підлітків з метою їх професійного самовизначення

Желізняк Катерина Віталіївна, практичний психолог Криворізького професійного гірничо-технологічного ліцею

Актуальність проблеми професійного самовизначення учнівської молоді полягає, насамперед, в тому, що випадковий вибір професії призводить до небажаних наслідків:

- низької продуктивності праці;
- помилок і браку в роботі;
- незадоволення і пригніченого стану людини (психічні розлади);
- економічних втрат на переучування та перекваліфікацію.

Вибір професії – одне з найважливіших стратегічних рішень у житті людини і складна комплексна проблема. Це складний акт самовизначення – свідомого вибору суб'єктом життєвої позиції, яка стає вирішальним чинником у виборі способів розв'язання тих чи інших життєвих проблем. За методами вирішення та за змістом робота по професійному самовизначенню молоді – це соціально-економічна, медико-фізіологічна та психолого-педагогічна проблема, а за сферою впливу – соціальна, результати якої відображаються і на економічному рівні. Процес самовизначення завершується досягненням стабільного становища у тій чи іншій сфері соціального життя й формуванням відповідних переконань, принципів, ціннісних орієнтацій та мотивації.

Під професійним самовизначенням у педагогіці та психології розуміють самопізнання та об'єктивну оцінку особою власних індивідуальних особливостей, зіставлення своїх професійно-важливих якостей і можливостей з вимогами, необхідними для оволодіння конкретною професією. Це процес прийняття особистістю рішення щодо вибору майбутньої трудової діяльності (вибір професії, професійного навчального закладу, місця працевлаштування). Педагогічне

керівництво професійним самовизначенням передбачає організацію й здійснення керуючого впливу на психологічну сферу особистості школяра відповідним арсеналом педагогічних засобів із метою підготовки учня до свідомого та самостійного вибору професії. Педагогічне керівництво процесом професійного самовизначення не слід розглядати як заперечення принципу свободи вибору професії, оскільки:

- професійне самовизначення ніяк не обмежує свободу дій особистості;
- вільний вибір професії не має нічого спільного із самовпливом та стихійністю;
- вільний вибір професії повинен підпорядковуватись свідомій необхідності узгоджувати прагнення та наміри особистості з потребами суспільства;
- вибір професії передбачає співвіднесення власних якостей і можливостей з вимогами, які висуває кожна професія до людини.

Професійне самовизначення полягає в усвідомленні особистістю себе як суб'єкта конкретної професійної діяльності і передбачає:

- 1) самооцінку людиною власних індивідуально-психологічних якостей та зіставлення своїх можливостей з психологічними вимогами професії до спеціаліста;
- 2) усвідомлення своєї ролі в системі соціальних відносин і своєї відповідальності за успішне виконання діяльності та реалізацію своїх здібностей;
- 3) саморегуляцію поведінки, спрямованої на досягнення поставленої мети.

Професійне самовизначення – це багатомірний процес, який можна розглядати з різних точок зору:

- як серію задач, які суспільство ставить перед особистістю, яка формується, і які дана особистість повинна вирішити за певний період часу;
- як процес поетапного прийняття рішень, за допомогою яких індивід формує баланс між своїми побажаннями та нахилами, з одного боку, і потребами суспільства – з іншого;
- як процес формування індивідуального стилю життя, частиною якого є професійна діяльність.

Структурним компонентом професійного самовизначення є наявність професійного плану – обґрунтоване уявлення про вибрану сферу трудової діяльності, про способи оволодіння майбутньою професією і перспективи професійного росту.

Завдання професійного самовизначення:

- 1) сформувати установку на власну активність та самопізнання як основу професійного самовизначення;
- 2) ознайомити зі світом професій, потребами ринку праці, правилами вибору професії;
- 3) забезпечити самопізнання та сформувати “образ-Я” як суб'єкта майбутньої професійної діяльності;
- 4) сформувати вміння зіставляти “образ-Я” з вимогами професії до особистості та потребами ринку праці, створювати на цій основі професійний план і перевіряти його;

5) сформувати вміння аналізу різних видів професійної діяльності, враховуючи їх спорідненість за психологічними ознаками та схожістю вимог до людини;

б) створювати умови для перевірки можливостей самореалізації в різних видах професійної діяльності шляхом організації професійних проб;

7) забезпечити розвиток професійно важливих якостей;

8) сформувати мотивацію та психологічну готовність до зміни професії і переорієнтації на нову діяльність;

9) виховувати загальнолюдські та загальнопрофесійні якості, розумні потреби.

Мотивація свідомого вибору професії – це система мотивів, спрямованих на реалізацію потреби в оволодінні певним видом професійної діяльності. Мотив – спонукальна причина дій і вчинків людини. Мотивація формується в людини в міру усвідомлення нею суспільної значимості обраної діяльності і правильної оцінки своїх індивідуальних нахилів і здібностей. Тому мотивацію вибору професії, як і будь-яке психічне явище, дуже важливо розглядати в розвитку, із врахуванням вікових змін. При цьому важливо не лише краще зрозуміти характер зміни мотивації, але й побачити, які її сторони на певному етапі розвитку потребують виховного впливу.

Мотиви вибору професії можна звести до трьох основних комплексів:

1) Інтерес.

2) Обов'язок

Мотивом суспільного обов'язку у виборі професії є усвідомлення учнем реальної суспільної користі від своєї участі в даній сфері діяльності, переживання особистої відповідальності за успішну працю, готовність до подолання можливих моральних та фізичних труднощів.

3) Самооцінка професійної придатності

Одним із основних психолого-педагогічних методів професійного самовизначення учнів є профорієнтація, що являє собою систему заходів, які здійснює психолог, спрямованих на виявлення особистісних своєрідностей, інтересів і здібностей людини з метою надання їй допомоги в розумному виборі такої професії, яка найбільше відповідає її індивідуальним можливостям.

У закладах професійної освіти, які готують кваліфікованих спеціалістів конкретних професій, акцент роботи психолога переноситься на діяльність професійного добору абітурієнтів з метою визначення прогнозу успішності їх первинної професіоналізації в межах освітньої установи. Психолог здійснює й індивідуальну професійну консультативну роботу, пов'язану з проблемами адаптації учнів до нових умов професійної освіти а також необхідністю вужчої спеціалізації учня в обраній професії.

Профорієнтація виступає одним із важливих завдань психологічного супроводу професійного самовизначення учня. Вона спрямована на виявлення та розвиток його профпридатності.

У системі професійної орієнтації прийнято виділяти такі функції:

- соціальну – зорієнтовану на передання учневі певної системи знань, норм і цінностей, які дають йому змогу у майбутньому здійснювати соціально- професійну діяльність як повноправному й повноцінному членові суспільства;

- економічну – пов'язану з необхідністю покращення якісного складу працівників, підвищення їх професійної активності, кваліфікації та продуктивності праці;

- психолого-педагогічну, спрямовану на виявлення, формування й врахування індивідуальних особливостей кожного, хто обирає певну професію.

Сучасний підхід у профорієнтації – особистісно-орієнтований – передбачає своєчасну підтримку і розвиток тих особливостей і характеристик особи, які служать передумовою майбутньої успішної професійної діяльності, сприяють усвідомленню власної ролі у виборі професії та прийнятті відповідальності за цей вибір. При цьому також слід враховувати необхідність своєчасного виявлення та корекції таких деформацій у цьому виборі, як переоцінка своїх професійних професійних можливостей та ідеалізація певного виду професії, нечутливість до інших соціальних та професійних позицій, конфліктність в стосунках з іншими, формування специфічної професійної етики.

Одним із різновидів методу профорієнтації є профінформування, що передбачає ознайомлення з різними видами професії, ринку праці, соціально-економічними, психофізіологічними вимогами до професії тощо (для здійснення такого виду роботи у КПТГЛ було випущено методичний збірник «Довідник абітурієнта»).

Суттєву допомогу оптантам, тобто людям, які обирають професію, психолог може надати через систему психодіагностичних заходів. У професійній орієнтації і професійному доборі психологічна діагностика покликана вивчати індивідуально-психологічні особливості як учнів шкіл, так і тих, хто вже навчається в середніх спеціальних та вищих навчальних закладах професійної освіти, з метою вивчення їх профпридатності, інтересів, здібностей та подальших професійних намірів.

Основною формою індивідуальної профорієнтаційної роботи в закладах освіти є професійне консультування, що ставить перед собою наступні цілі:

- довідково-інформаційну;
- діагностичну;
- формуючу.

З вищезазначеного можна зробити наступні **висновки**. Готовність старшокласника до професійного самовизначення є складним і динамічним утворенням особистості, яке характеризує наявність у дитини достатнього особистісного ресурсу (фізичного, інте-

лектуального, соціального, духовного) для взаємодії з оточуючим соціальним середовищем, вимоги якого зростають і вимагають залучення невикористаних внутрішніх резервів для підтягування особистісного рівня розвитку до рівня задоволення нових вимог середовища розвитку.

Вищезазначене дозволяє розглядати процес професійного самовизначення як взаємодію двох систем: особистості як складної саморегулюючої системи і системи

суспільного орієнтування учнів у вирішенні питання свідомого вибору професії. Тому формування готовності старшокласника до професійного самовизначення ми розуміємо як цілеспрямований психолого-педагогічний вплив на особистість учня, який актуалізує перед ним проблему вибору майбутньої професії і пов'язану з ним діяльність, передусім, самостійну, спрямовану на самопізнання, самооцінку та ознайомлення зі світом професій, узгодження власних можливостей з вимогами обраної професії. Результатом такої профорієнтаційної діяльності учня є вибір майбутньої професії та професійного навчального закладу для продовження освіти й оволодіння бажаною професією.

У сучасних умовах професійна орієнтація як система заходів, спрямованих на підтримку особистості у ситуації професійного вибору, має на меті створення психологічних ситуацій для самостійного розв'язання старшокласниками проблеми свого місця у професійному майбутньому. Крім того, професійне самовизначення особистості віддзеркалює погляд людини на світ професій та своє місце у ньому, узгодженість яких формує у дитини потребу самовдосконалення у межах обраної трудової діяльності.

Висновки

Питання професійного вибору встає перед кожною людиною неодноразово. Віра в міф про єдиний правильний професійний шлях, вибір професійного поприща на все життя може сильно ускладнити процес професійного самовизначення молоді, посіяти страх «не зробити», «не влаштуватися», «втратити час». Отже, педагог, що займається профорієнтаційною діяльністю, повинен завжди пам'ятати, що важливо не тільки допомогти, але й не нашкодити дитині або молодій людині складному процесу професійного самовизначення.

Позитивний ефект від подібної діяльності можливий тільки в тому випадку, якщо дорослий сам добре розбирається в питаннях профорієнтаційного характеру. Тому важливо підвищувати власну компетентність, приділяти час самоосвіті, саморозвитку в галузі професійного виховання та профорієнтаційної роботи.

Додаток

Анкетування

Запропоноване анкетування направлене на вивчення готовності молоді людини зробити самостійний професійний вибір. Готовність до професійного самовизначення поділяється на зовнішню та внутрішню.

Зовнішня готовність – це знання про світ професій і системи освіти, знання критеріїв вибору професій і оцінка рівня помилок, пов'язаних з профвибором.

Внутрішня готовність – це знання внутрішнього світу, своїх особливостей нахилів та інтересів, готовності до самостійного прийняття рішень, емоційного відношення до самого процесу вибору, а також оцінка рівня визначеності (оцінка реальних кроків, які вже зроблені).

Підсумковим показником є загальна готовність, яка складається із зовнішньої та внутрішньої. Також анкетування пропонує різні способи їх підвищення.

Анкета

I. Побудова життєвих планів випускників США відповідно до вихідних засад, що зумовлені світоглядом людини:

1. **Допоможіть мені встати на ноги – далі я сам піду!** Так –
Ні – Не знаю -

2. **Як би мені не було важко, я не потребую нічиєї допомоги і сам здатний подолати свої труднощі**
Так – Ні – Не знаю -

3. **Чи то в мене характер такий, чи таким я вихований, але я постійно потребую чієїсь допомоги**
Так – Ні – Не знаю -

4. **Моя особиста доля не залежить ні від будь - кого - все залежить від випадку**
Так – Ні – Не знаю -

II. Чинники, що сприяють оформленню життєвих планів учнів США за рівнем їх значущості:

- **власні нахили, здібності, бажання**
Так – Ні – Не знаю -

- **прагнення «вийти в люди», добитися успіху**
Так – Ні – Не знаю -

- **приклад батьків, родичів**
Так – Ні – Не знаю -

- **прагнення перебороти скрутний матеріальний стан своєї родини**
Так – Ні – Не знаю -

- **вивчення відповідних предметів у школі**
Так – Ні – Не знаю -

- **приклад старших друзів, знайомих**
Так – Ні – Не знаю -

- засоби масової інформації

Так – Ні – Не знаю -

- поради вчителів

Так – Ні – Не знаю -

- поради однокласників, друзів

Так – Ні – Не знаю -

- ще не склались плани, тому не можуть сказати

Так – Ні – Не знаю -

III. Найближчі життєві плани після закінчення школи

- піду працювати на будь-яке підприємство

- піду працювати у фермерське господарство

- хочу вступити до вищого навчального закладу

- буду продовжувати навчання в професійно-технічному училищі

- піду вчитись на будь-які курси, щоб здобути спеціальність

- хочу деякий час відпочити: не буду ні вчитися, ні працювати

- буду займатися бізнесом

-

IV. Як Ви вважаєте, яких знань Вам не дала школа?

Надати відповідь

V. Знання яких предметів, вивчених у школі Вам найбільше знадобляться у житті?

Надати відповідь

VI. З якими почуттями Ви вступаєте в новий етап свого життя?

- Я сподіваюся, що у мене все буде добре і мої мрії збудуться

- Я боюся свого майбутнього

- У мене немає впевненості в тому, що я зможу досягти того, чого хочу

- Я досягну в житті всього, чого захочу

- Своє майбутнє я спрогнозувати не можу

- Важко відповісти

Навчально- методичне видання

ШКОЛА ПРОФОРІЄНТАТОРА

Заняття №2

(збірка матеріалів)

Укладач: Головченко С.В., методист навчально-методичного центру профтехосвіти у Дніпропетровській області

Редакція: Василенко В.М., директор навчально-методичного центру профтехосвіти у Дніпропетровській області

Комп'ютерний макет: Корнієнко М.М., заступник директора навчально-методичного центру профтехосвіти у Дніпропетровській області

Коректор: Гришаєва О.В., методист навчально-методичного центру профтехосвіти у Дніпропетровській області