

СОДЕРЖАНИЕ

ПОДГОТОВКА ШКОЛЫ К УЧАСТИЮ В ВЫСТАВКЕ.....	3
ПРОГРАММА РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ	14
ВО ЧТО ИГРАЮТ НАШИ ДЕТИ. ПРАВИЛА ОРГАНИЗАЦИИ ИГРОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (ПРАКТИКУМ)	25
КАК ПРИНЯТЬ ВЕРНОЕ РЕШЕНИЕ?.....	33
«ЭТИКЕТКА»	38

Дорогие друзья!

Мы рады снова встретиться с вами на страницах нашего журнала. Надеемся, что летом вы хорошо отдохнули и набрались сил для дальнейшей работы. В этом номере вы найдете информацию о том, что следует сделать во время подготовки школы в выставке, чтобы участие в ней принесло пользу образовательному учреждению. Материалы по написанию программы развития школы помогут организовать работу по созданию программы. В рубрике «Педагогические находки» предлагаем упражнения по развитию умения принимать решения, которые могут пригодиться как в работе с детьми, так и в работе с взрослыми. А классный час «Этикетка» заставит ребят задуматься о своем поведении и поведении друзей.

Еще бы мы хотели поздравить вас с Днем знаний и пожелать вам творческих порывов и нестандартных взглядов!

КРМОО Центр «Сотрудничество»



ПОДГОТОВКА ШКОЛЫ К УЧАСТИЮ В ВЫСТАВКЕ

*По материалам статьи Е.С.Елишиной,
Справочник руководителя образовательного
учреждения, №№1-2, 2008.*

В настоящее время многие образовательные учреждения признают важность PR-деятельности и активно ей занимаются. PR включает в себя установление и поддержание взаимопонимания между организациями и их целевыми группами, а также формирование и поддержание взаимного доверия, уважения и социальной ответственности. В этой статье участие в выставке рассматривается как один из важных инструментов для связей с общественностью, используемым организацией в целях укрепления своего имиджа, повышения репутации и побуждения целевых групп к желательным для организации действиям. Эффективность выставки как инструмента PR достигается благодаря комплексному подходу на всех этапах выставки (подготовка, проведение и завершение).

Для успешного решения выставочных задач необходимо осознавать, что:

- большой плюс от участия в выставке заключается в том, что именно здесь собираются (встречаются) наиболее значимые представители образовательного сообщества. При этом они, как и вы, хотят установить контакты, наладить партнерские отношения, возможно, наметить совместные программы и мероприятия;
- выставка - это возможность собрать информацию, узнать «из первых рук» настроения и пожелания потребителей ваших услуг, узнать о конкурентах (если таковые имеются), а также об общей ситуации и тенденциях развития на рынке образования с целью анализа сложившейся ситуации и возможной корректировки ваших действий и направлений работы;

-
- выставка - идеальное место для продвижения вашей организации, это возможность заявить о себе или укрепить доверие к организации.

Основные этапы выставочной деятельности

Работа по подготовке и проведению выставок проводится в несколько этапов:

1. Определение целей (одна, две или более) участия в выставке, постановка конкретных задач, которые необходимо решить для достижения поставленных целей.
2. Определение целевой аудитории.
3. Выбор выставки.
4. Уточнение необходимого и имеющегося бюджета.
5. Формирование выставочной команды (т.е, выбор персонала, отвечающего за конкретные направления работы: общая организация, экспозиция (стенд), рекламные и иные раздаточные материалы, работа на стенде и вне его, инфраструктура и транспортировка, работа со СМИ и т. д.).
6. Выбор и тренинг стендистов.
7. Подготовка и изготовление (при необходимости) стенда.
8. Подготовка и изготовление рекламных и иных раздаточных материалов.
9. Разработка и подготовка средств обратной связи - анкет, опросных листов, интервью и т. д.
10. Планирование работы вне стенда (пресс-конференции, брифинги, агитационные мероприятия).
11. Планирование работы специалистов на стенде.
12. Подведение итогов, анализ собранных данных, планирование дальнейших действий и мероприятий с учетом результатов выставочной деятельности.

Рассмотрим подробнее некоторые этапы.

Определение целей участия в выставке

Для начала нужно определиться, с какой целью вы решили принять участие в выставке:

- «вывесить флаг», т. е. простая презентация организации, заявление о себе (название, перечень услуг, контакты);
- демонстрация достижений вашей организации;
- желание понять проблемы и настроение потребителей ваших услуг;

-
- обсуждение с коллегами актуальности и действенности проводимых вами мероприятий, дальнейших путей развития вашей организации, обмен опытом;
 - установление и/или расширение деловых и творческих контактов с коллегами, представителями бизнес-сообщества, органами управления образованием, родительской общественностью, СМИ и т. д.;
 - получение информации о перспективах развития образования и анализ степени участия образовательного учреждения в этом процессе;
 - поиск новых идей и перспективных проектов и т. д.

Целевая аудитория выставки

Определив цели участия, необходимо четко представлять, на какого «потребителя» нацелена ваша информация (нередко это зависит и от темы выставки): преподаватели, администрация, молодые специалисты или педагоги со стажем, учащиеся и студенты, родители, представители органов управления образованием или руководители субъектов РФ, представители бизнес-сообщества, журналисты и т. д.

Аудитория выставки, как правило, неоднородна, поэтому для эффективной реализации целей выставки следует целевые группы разделить на подгруппы (блоки) для планирования довыставочных, выставочных и послевыставочных мероприятий.

Например, можно (условно) определить такой целевой блок, как директора школ, директора ссузов и ректоры вузов, родители. Такое деление позволит спланировать мероприятия направленного воздействия, рассчитанные именно на эту подгруппу, подготовить методический, раздаточный материал, предложения по взаимовыгодному сотрудничеству и т. д.

Выбор выставки для участия

Выбрав целевую группу (одну или несколько), можно перейти к следующему шагу - выбору выставки.

Необходимо составить список подходящих по тематике выставок. Например, выставки, планирующиеся в сфере образования в 2008 г.: Международный конгресс - выставка Global Education - Образование без границ-2008; Всероссийский форум «Образовательная среда-2008»; Выставка - Школа-2008; УралБизнесОбразование.

Затем следует выяснить, сколько участников и посетителей они собирали в предыдущие годы. Солидная выставочная компания охотно предоставит статистику, пришлет программу мероприятия, сопроводительные документы, расскажет, где и как оно будет рекламироваться. Если же с получением таких сведений возникают проблемы, это сигнал - выставка не заслуживает внимания, ее готовят непрофессиональные люди.

Важно заранее оценить и площадку, где будет проводиться мероприятие. Достаточно ли просторен и хорошо освещен выставочный зал? Удобно ли место, где он расположен, для посетителей? Подъезды к нему?

Уточнить, не совпадает ли проведение выставки с какими-либо более важными мероприятиями и событиями в городе, регионе и даже в стране и мире. Всего предусмотреть, понятно, невозможно, но вряд ли стоит принимать участие в выставке, которая проходит в одно время с Олимпиадой или с национальными республиканскими праздниками, крупными общегородскими мероприятиями или конкурсами педагогического мастерства «Учитель года» или «Лучшие школы». Всем понятно, что посещаемость выставок в этих случаях падает, и вы теряете не только часть «рядовых» посетителей, но и посетителей - VIP-персон, необходимых вам для установления контактов и, конечно, журналистов, а это резко снижает эффективность от участия в выставке.

После того как с выставкой определились, переходим к непосредственной ее организации.

За пять недель до выставки необходимо начать проведение основных подготовительных работ.

Перечень подготовительных мероприятий

Срок до выставки	Содержание работы
5 недель	Уточнить у организаторов предполагаемое расположение и параметры стендов. Выбрать место для стенда. Решить, делать ли новую экспозицию или использовать уже имеющийся стенд. Провести предварительные переговоры с будущими перевозчиками выставочного оборудования. Определить, какая информация будет представлена на выставке. Закончить изготовление стенда.

<p>4 недели</p>	<p>Провести инструктаж будущих участников выставочной команды: они должны знать свои функции и ответы на всевозможные вопросы посетителей.</p> <p>Разработать выставочную промокампанию (конференции, семинары, круглые столы, брифинги, пресс-конференции).</p> <p>Уточнить у организаторов, не изменилось ли время и место проведения выставки, не возросли ли расценки на участие, нет ли других претендентов на заявленное место для стенда.</p> <p>Оценить дизайн будущей экспозиции, качество оборудования и рекламных материалов.</p> <p>Заказать недостающие информационные материалы, буклеты, плакаты и прайс-листы (практика показывает, что именно это оставляется на самый последний момент) и только после внимательной проверки всех ваших рекламных материалов, визиток и буклетов корректором отдать их в типографию.</p> <p>Подумайте: возможно, следует приготовить сувенирную продукцию для постоянных партнеров и vip-посетителей.</p>
<p>3 недели</p>	<p>Заполнить заявление экспонента и различные бланки, присланные организаторами.</p> <p>Сообщить организаторам о конференциях и семинарах и иных мероприятиях, которые предполагается провести на выставке.</p> <p>Предоставить информацию об организации в каталог выставки.</p> <p>Договориться о публикации информации об организации в каталоге выставки, о включении ее материалов в информационный пакет, предназначенный для прессы и других участников.</p> <p>Получить разрешение на раздачу листовок на выставке.</p> <p>Заказать приглашения на выставку для ваших сотрудников и гостей.</p> <p>Заполнить регистрационные материалы на всех членов своей команды.</p> <p>Подвести промежуточные итоги подготовки к выставке.</p>
<p>2 недели</p>	<p>Подготовить пресс-релизы, пресс-киты, информационные листки, анкеты, иной раздаточный материал.</p> <p>Провести тренинг стендистов с целью выработки у них навыков общения с посетителями на выставке.</p> <p>Окончательно определить состав персонала, принимающего участие в выставке, систему его оплаты и расписание работы.</p> <p>Договориться о ввозе/вывозе стенда и оборудования после окончания мероприятия.</p>
<p>1 неделя</p>	<p>Проверить все выставочное оборудование и внести последние коррективы в его оформление и комплектацию.</p> <p>Проконтролировать, вся ли необходимая информация об организации направлена организаторам выставки.</p> <p>Подготовить к отправке оборудование и все необходимые рекламные материалы.</p> <p>Провести финальные «учения» среди персонала.</p>

За несколько дней до начала выставки следует отправить к месту ее проведения материалы, оборудование и литературу, установить там оборудование и разместить материалы.

Месторасположение стенда

Стенд - «лицо» вашей школы на выставке, и от вас зависит, привлечет ли он внимание оригинальностью подачи материала или, напротив, оттолкнет своей серостью и ординарностью или же излишней вычурностью и обилием ненужной и нечитаемой информации.

Результативность выставочного стенда зависит от его установки в павильоне. Конечно же, лучшие места расположены рядом со входом и/или в центре павильона.

По расположению относительно проходов различают стенды:

- линейный (расположен в середине блока, т. е. «соседи» с трех сторон, имеет небольшую площадь, чаще размещается по периметру павильона);
- угловой (имеет двух «соседей» и, соответственно, две открытые стороны; обычно расположен в блоке и окружен проходами (улицами) выставки);
- «полуостров» (экспонаты можно показать с трех сторон);
- «остров» (стенд открыт со всех сторон, что позволяет использовать его на 100% и получить максимальную отдачу от участия в выставке).

Аренда площади под стенд

Размеры стандартного стенда зависят как от ваших целей, так и от ваших финансовых возможностей. Как правило, организаторами сдается площадь в размере 6 м² (иногда минимальная сдаваемая площадь составляет 4 м²). Цена определяется масштабом и престижем выставки, а также зависит от места ее проведения. В стоимость арендуемой площади обычно входит и оплата обязательных минимальных услуг: аренда и стандартная застройка выставочного оборудования, подводка электропитания с одной розеткой, минимальный набор мебели, общее освещение, фриз с наименованием организации, общая охрана экспозиции в ночное время, участие в мероприятиях выставки и размещение информации о вашей организации в выставочном каталоге.

Застройка стенда

На выставке можно обойтись стандартной застройкой стенда, но тогда встает вопрос - чем вы будете выделяться среди огромного количества таких же стандартных стендов? Только названием организации на стандартном фризе? Если вы собираетесь участвовать в выставках постоянно, то

выгоднее один раз заказать и купить выставочное оборудование, чем три раза арендовать. И потом такое оборудование эффективнее позволит реализовать вашу индивидуальность. Эксклюзивный стенд выгодно отличается от стандартных конструкций, предлагаемых выставочными центрами, к тому же еще одно немаловажное преимущество такого стенда - его удобство и практичность.

Сегодня (несмотря на относительную дороговизну) особенно популярны мобильные выставочные стенды, объединяющие целый спектр переносных выставочных рекламных конструкций. Они легки, компактны, быстро собираются, при монтаже/демонтаже не требуется ни квалификации, ни физической силы, они могут использоваться не только для оборудования выставочных стендов (при этом оплачивается только аренда площади), но при проведении различных презентаций, конференций, семинаров-совещаний и т. д. И самое главное, использование мобильного стенда позволит вам выделиться, привлечь внимание посетителей. Мобильный стенд «работает» со всех сторон вне зависимости от расположения относительно проходов.

Оформление стенда

Особое оформление стенда требует дополнительных вложений. Скорее всего, вам потребуется помощь профессионального дизайнера (что стоит денег), но, возможно, в вашей организации есть творческие люди, которые и сами смогут решить эту проблему. Однако это скорее исключение из правила, хотя стоит прислушаться к самым неожиданным идеям ваших сотрудников и, кто знает, может быть, без особых финансовых затрат ваш стенд станет лучшим на выставке.

Несколько рекомендаций по оформлению экспозиции:

1. При оформлении стенда и экспозиции необходимо учитывать, что внимание проходящего человека задерживается на настенной и пристендовой информации не более чем на 3-5 секунд. За это время посетитель должен иметь возможность:
 - заметить ваш стенд;
 - выделить вашу организацию;
 - определить, в чем привлекательность предлагаемых вами услуг, не вдаваясь в детали;
 - найти на вашем стенде интересующую его информацию.
2. Экспонаты должны представлять все направления деятельности вашей организации, которые укладываются в тематику выставки, «чужеродным» экспонатам не место на стенде.
3. Экспозиция не должна быть похожей на разноцветную палитру художника (конечно, если вы не производите краски) или на стенную

газету с обилием информации, написанной мелким почерком (все равно это никто, кроме вас самих, прочитать не сможет, да и не захочет). Следует также отметить, что самый неэффективный цвет на выставке - белый.

4. Надписи и плакаты должны располагаться рядом или над экспонатами и легко читаться.
5. Экспонаты должны быть видны основному потоку посетителей, их обзор не должен закрываться стендистами.
6. Чрезмерное обилие экспозиционного материала так же плохо, как и его недостаток - слишком много демонстрационных предметов, несущих в себе разные идеи, внесут сумятицу в умы посетителей.
7. Освещение экспонатов на стенде лишним не бывает - яркий свет всегда привлекает к себе внимание. Но в этом деле важно не перестараться: в солнечную погоду световая реклама работать не будет.
8. Активно используйте печатную продукцию.

Раздаточный материал для выставки

Человек, подходящий к стенду, - потребитель. Ему нужно не только все увидеть и потрогать, но что-то взять и унести. Потому к образцам должен быть доступ. На отдельном столе или стенде необходимо выложить раздаточный материал: визитки, прайс-листы, листовки, буклеты, дополнительную информацию о направлениях работы вашей организации (как на бумажных, так и на электронных носителях). О подготовке этих материалов необходимо позаботиться заранее (практика показывает, что именно это оставляется на самый последний момент). И еще - обязательно отдайте все ваши рекламные материалы корректору. Грамматические ошибки в рекламных материалах - это как пятно на дорогом галстуке. Визитки и буклеты тоже желательно внимательно проверить перед тем, как отдать в типографию. Если название организации, контакты, должности или фамилии сотрудников написаны неправильно, то можно смело выбрасывать в мусорную корзину весь тираж. Уж лучше вообще без них.

Инструктаж стендистов

Работа на выставке требует особых навыков, и успех любой экспозиции в первую очередь зависит от людей, работающих на стенде. Именно они отвечают за установление или потерю контактов с посетителями.

Необходимо проинструктировать сотрудников, работающих на стенде, а возможно, и провести тренинг. Стендисты должны быть хорошо информированы о деятельности вашего образовательного учреждения, уметь работать с посетителями, четко понимать, где что лежит, у кого что

спросить, когда начинается и заканчивается выставочный день. Нужно предупредить их, чтобы они заранее сообщали о необходимости доставки рекламных материалов, - не стоит ждать того момента, когда они иссякнут. Потому что даже один день без раздаточных материалов - это время и деньги, потраченные впустую. Кроме того, продумайте заранее ответы на наиболее часто задаваемые вопросы.

Основные требования, предъявляемые к стендисту:

- профессионально отвечать на заданные вопросы;
- уметь убеждать, ненавязчиво отстаивать свою точку зрения;
- уметь не только хорошо говорить, но и слушать;
- уметь использовать правило обратной связи - давать собеседнику возможность задать вопрос по теме, переспросить;
- быть коммуникабельным человеком, уметь вступать в контакт с самыми различными людьми;
- знать общие цели экспозиции;
- знать основные приемы привлечения посетителей на стенд;
- уметь общаться с назойливыми и «лишними» посетителями, вести журнал учета посетителей

Форма журнала учета посетителей и рекомендации по его заполнению

Дата _____

Фамилия, имя, отчество посетителя	Эти данные необходимо зафиксировать точно, можно даже попросить посетителя проверить точность записи
Название организации	
Должность/функции	Часто название должности не дает полного представления о сфере ответственности посетителя, поэтому желательно уточнить, за что конкретно он отвечает
Координаты	Желательно попросить посетителя проверить точность записи, можно прикрепить степлером визитную карточку
Содержание беседы	Обозначить вопросы/проблемы, поднимаемые посетителем; предложения о сотрудничестве и пр.
Результат беседы	
Примечания (комментарии, впечатления)	Стендист кратко фиксирует свои впечатления сразу же по окончании беседы

Стендист (Ф. И. О.) _____

Примечание. В журнале на бумажном носителе на каждого посетителя должна быть выделена одна страница, а формат самого журнала должен быть не менее А4.

Запретные действия для работников стенда

Действия, которые категорически не рекомендуется совершать при работе на стенде: скучать, читать посторонние материалы, играть в игрушки, разгадывать кроссворды, сидеть с отстраненным или даже задумчивым видом в глубине стенда, «приставать» к посетителям (практика показывает, что примерно 8 человек из 10 на вопрос: «Что-то вас интересует?» - спасаются бегством), быть излишне суетливым и «занятым» или чрезмерно «въедливым» («Хотите знать о нашей организации? Я расскажу вам все!»), вступать в конфликт с посетителями и/или отвечать грубостью на грубость.

Способы привлечения внимания к стенду

Основные способы привлечения посетителей на ваш стенд:

- оригинальное, нестандартное оформление экспозиции;
- визуальные средства (стенд, показ видеороликов, видеороликов, проведение презентаций и пр.);
- рассылка персональных приглашений;
- телемаркетинг (приглашения по телефону);
- прямая почтовая и электронная рассылка;
- рекламные объявления или специальные разделы на сайте;
- информационно-методическая работа на стенде;
- конференции, семинары, круглые столы, мастер-классы;
- реклама по выставочному радио;
- раздача листовок и приглашений на мероприятия, проводимые вашей организацией на выставке и т. д.

Сотрудничество со СМИ

Во время выставки старайтесь активно взаимодействовать с ее пресс-службой, СМИ и информационным центром (администрация, оргкомитет), распространяя через них свои информационные материалы. Вручайте ксерокопии опубликованных статей непосредственно участникам выставки и посетителям. Организуйте семинары и презентации непосредственно на стенде. Подготовьте пресс-релизы, пресс-киты (сборник документов, раздаваемых во время выставочных мероприятий) и другие информационные материалы.

В таблице наглядно представлена информация, которую необходимо знать, готовясь к участию в выставке.

Этапы подготовки	На что обратить внимание	Типичные ошибки
Стратегия участия в выставке	Цель участия в выставке	Цель не сформулирована: задачи поставлены нечетко, не определены целевые группы
	Ориентация на целевую группу	Стендисты распыляют силы, тратят одинаковое количество времени как на постоянных и потенциальных партнеров, так и на случайных посетителей
Оформление стенда	Местоположение	Стенд расположен в удалении от основного потока посетителей
	Заметность	Нет рекламной поддержки на выставке, в т. ч. аудиорекламы
	Оформление, освещенность	Стенд слишком мал, в дизайне нет изюминки, логотип фирмы незаметен, неверное цветовое решение, слабая освещенность
	Удобство для работы с посетителями	Рабочее пространство меньше необходимого, не выделено места для проведения консультаций, переговоров
Презентация	Информация об учреждении образования и услугах	Информация представлена недостаточно доступно и полно (либо избыточна), не показаны самые интересные и перспективные направления работы
	Наглядность	Нет фотографий, компьютерной презентации, бедность (или излишняя вычурность) оформления
	Доступность	У посетителей нет возможности подойти и ознакомиться с информацией
Рекламные материалы	Плакаты, буклеты, информационные материалы, визитки и т. д.	Нехватка рекламных материалов
	Качество рекламных материалов	Плохой дизайн и некачественное полиграфическое исполнение

Работа на стенде	Внешний вид персонала	Стендисты без бейджа, безвкусно одеты
	Внимание к посетителям	Все «заняты», не приглашают посетителей к разговору
	Удовлетворение потребностей посетителей	Стендисты плохо владеют информацией о деятельности ОУ и его успехах
Работа вне стенда	Конференции, семинары, фуршеты и другие мероприятия в ходе выставки	Мероприятия не проводятся

После закрытия выставки не забудьте подвести ее итоги:

- учесть ошибки;
- проанализировать, что дало участие в выставке;
- с учетом рекомендаций, предложений и даже критики, прозвучавших в ходе выставки, наметить дальнейшие шаги по продвижению вашего образовательного учреждения;
- поблагодарить организаторов выставки за предоставленную возможность стать участником этого мероприятия, журналистов - за информационную поддержку;
- поблагодарить всех сотрудников, принявших участие в организации и проведении выставки.

ПРОГРАММА РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ

По материалам статьи В. Паутова, газета «Управление школой», №11 2008, стр.22-28

Почему программа развития важна для образовательного учреждения? Окружающая любую школу среда достаточно быстро меняется. Преобразованиям подвержены демографическая ситуация, образовательные потребности детей и их родителей, система финансирования образования, приоритеты образовательной политики, пожелания учредителя и т.п.

Чтобы школа была успешной в настоящем и будущем, а качество образования выпускников отвечало требованиям времени, ей необходимо

меняться. Осуществить целенаправленные и планомерные сдвиги в образовательном учреждении призвана программа его развития, которая является проектом преобразований. То есть это инструмент, с помощью которого школа строит свое будущее.

Также, в настоящее время на федеральном, региональном и муниципальном уровнях управления образованием проводятся различные конкурсы, объявляются гранты, а одним из условий участия в них ОУ является наличие программы развития. Яркий пример тому - Приоритетный национальный проект «Образование».

Для движения дальше и понимания, каким образом разрабатывается программа школы и как она может выглядеть на практике, нам необходимы некоторые договоренности.

1. Под **развитием** мы будем понимать целенаправленные и управляемые изменения самого ОУ (содержания школьного образования, устройства школьной жизни и управления ею, обеспечивающие высокие образовательные результаты, успешное выживание, авторитет местного сообщества и обучающихся).
2. Под **программой развития**, исходя из вышеизложенного, подразумевается программа изменений, которые необходимо осуществить в образовательном учреждении для его успешного выживания и удовлетворения меняющихся потребностей государства, общества и личности.

Итак, мы договорились о том, что развитие - это изменение, программа развития - **программа изменений**.

Компетенция управляющего совета - утверждение программы развития образовательного учреждения. Как это может происходить? Рассмотрим как минимум два варианта.

Вариант первый - программа формируется администрацией образовательного учреждения, и о ее направлениях и даже существовании может не знать ни педагогический коллектив, ни управляющий совет, по крайней мере до того, как она будет представлена совету.

В этом случае программа есть не что иное, как фиктивно-демонстративный продукт. Ее можно показать проверяющим, она может служить основанием для участия школы в различных конкурсах и грантах. Но назвать ее стратегическим документом, безусловно, нельзя! Тем более что реальные изменения в образовательном учреждении происходят вовсе не в

соответствии с теми мероприятиями, которые изложены в сформированном подобным образом документе.

Программу совету обычно представляет директор школы. Управляющий совет будет вынужден либо с ней согласиться, либо по каким-то причинам не утвердить ее. Однако нам представляется, что члены УС не должны и не могут просто бездумно принять предлагаемый текст хотя бы потому, что, утвердив его, они берут на себя ответственность за будущее школы.

Вариант второй предполагает формирование программы развития как реальной стратегии учреждения с последующим текстовым оформлением, вовлечение в эту процедуру членов управляющего совета, представителей участников образовательного процесса и партнеров ОУ, совместное формирование видения «образа будущего» школы и путей к его достижению.

Этот подход более сложен и трудоемок, требует значительных ресурсов и усилий со стороны администрации и педагогического коллектива. Но в результате оформленная стратегия развития школы действительно станет руководством к действию.

Кроме того, она будет достаточно понятна и прозрачна для тех, кто прямо или косвенно заинтересован в изменениях в образовательном учреждении, поскольку члены совета входят в команду разработчиков программы и имеют возможность реально влиять на планируемые изменения. В этом случае управляющий совет имеет шанс гораздо глубже понять этот важнейший документ школы и, соответственно, более компетентно и квалифицированно вести его обсуждение на совете.

Управляющий совет, на наш взгляд, в обязательном порядке должен иметь свою позицию и по отношению к способу формирования программы развития школы, и по отношению к ее содержанию. В отдельных случаях он может и должен выступить инициатором ее создания. Однако как разработка, так, впрочем, и оценка программы развития (особенно хорошей программы) школы требует специальных знаний и навыков от членов УС.

Именно поэтому, если в плане работы совета есть пункт «Утверждение программы развития школы», его члены задолго до этого момента должны познакомиться и с самой программой, и со способом ее разработки. Может быть, имеет смысл сначала рассмотреть на совете вопрос не об утверждении, а о **формировании** программы развития.

Кто же заинтересован в программе развития школы? На первый взгляд это все участники образовательного процесса и школьная администрация. Но наше предположение будет не совсем верно, поскольку многие преобразования в ОУ потребуют изменения деятельности и от педагогических работников, и от администрации. А они, как все нормальные люди, тяготеют к постоянству и стабильности и не очень-то хотят менять привычный для них ритм жизнедеятельности. Поэтому может возникнуть ситуация, когда переустройство в школе только декларируется, хотя на самом деле ничего существенного и значимого для достижения современного качества образования не происходит.

Отсюда вытекает важное следствие: для разработки программы развития школы необходимо сформировать **команду**. Будет правильно, если в ее состав будут включены и администрация, и учителя, и родители, и партнеры школы. Организовать деятельность такой группы весьма непросто, и особенно на первом этапе лучше пригласить внешнего модератора - специалиста по организации групповой работы.

Найти такого человека можно с помощью органа управления образованием или методической службы системы образования. Благодаря их содействию команда разработчиков гораздо быстрее продвинется к намеченной цели. Вовлечение людей в процесс разработки программы - не менее важная задача, чем ее реализация.

Хотелось бы предостеречь членов управляющего совета от соблазна нанять специалиста не для организации работы команды, а для написания самой программы.

Такая практика тоже существует в образовательных учреждениях. В этом случае текст может быть весьма хорош и гладок, однако идеи, заложенные в документе, никогда не будут разделяться непосредственными участниками их реализации. Шансы на успех у такой программы окажутся невелики.

Теперь несколько слов о том, какие **требования** могут быть предъявлены к программе развития школы.

1. Логика и стройность изложения. Каждый последующий раздел должен «вытекать» из предыдущего.
2. Простота и ясность написанного для непрофессиональных управляющих.
3. Хорошая, добротная аналитическая часть, в которой объясняется, почему конкретная школа собирается двигаться именно в заданном направлении.

-
4. Описание ожидаемых результатов. На наш взгляд, это очень важное требование. Отдельные программы развития ОУ «грешат» тем, что в них прописано большое количество мероприятий (действий), реализация которых не ведет ни к каким изменениям.
 5. Содержание конкретного плана действий по достижению ожидаемых результатов.
 6. Наличие бюджета, определяющего необходимые ресурсы для реализации программы.
 7. Наличие механизмов реализации.
 8. Указание способа измерения ожидаемых результатов.
 9. Реалистичность. Нет нужды строить «замки на песке», т.е. планировать то, что никогда не сможет быть реализовано.
 10. В разработке программы должны принимать участие представители всех заинтересованных групп.
 11. Для того чтобы программа как документ приобрела реальную силу, она должна быть соответствующим образом утверждена.

Естественно, что эти требования к программе весьма условны, однако было бы неплохо, если бы разработчики их придерживались.

То же самое можно сказать и по отношению к **структуре программы развития**. Ее примерная структура может, например, выглядеть так:

1. Паспорт программы.
2. Анализ ситуации.
3. Образ будущего школы.
4. Основные сферы стратегических изменений.
5. Ожидаемые результаты реализации программы.
6. План действий по достижению результатов.
7. Механизм реализации.
8. Бюджет программы.

Теперь самое главное. Программа развития школы должна ответить на три важных вопроса:

- Чего достигла наша школа сегодня, каковы ее сильные и слабые стороны, достижения и проблемы?
- Какой мы хотим видеть нашу школу и ее выпускников через два-три года?
- Что и как мы сделаем, чтобы школа успешно перешла от своего сегодняшнего состояния к желаемому будущему?

Сформулированные с позиции стратегического менеджмента эти вопросы звучат так:

1. Где мы (наша организация) находимся сейчас?

-
2. Где мы должны находиться в будущем?
 3. Что необходимо сделать, для того чтобы школа из настоящего состояния «переместилась» в будущее?

Ответы на эти вопросы порой найти достаточно сложно, но разработчики программы должны быть готовы отвечать и на них. В некоторых случаях помогают графические схемы и рисунки.

Коротко о содержании разделов программы.

Паспорт программы - чрезвычайно важный раздел. Естественно, что он формируется по завершении всех остальных. В нем в сжатом виде представлена фактически вся программа, начиная от целей и результатов, заканчивая бюджетом.

Посмотрев паспорт, любой человек (в том числе и член управляющего совета) должен получить представление обо всей программе развития ОУ. Поэтому, на наш взгляд, разработчикам не стоит им пренебрегать.

Анализ ситуации предполагает аналитическую оценку как внешней по отношению к образовательному учреждению среды, так и того, что происходит внутри него. Многим знакомы инструменты, с помощью которых анализируется внешняя среда ОУ: это, прежде всего, PEST- и SWOT-анализы.

Название инструмента PEST говорит само за себя.

- P - политика;
- E - экономика;
- S - социум;
- T - технологии.

Необходимо проанализировать, какие изменения в политике, экономике, технологиях и социуме происходят и должны произойти в ближайшее время, как они могут повлиять на деятельность образовательного учреждения и каким образом оно должно на эти изменения отреагировать. С помощью инструмента PEST можно провести анализ макросреды и окружения образовательного учреждения.

Нам кажется целесообразным анализ экономики и политики, особенно в сфере образования. Обычно эти направления обозначаются в концептуальных и нормативных и правовых документах федерального и регионального уровней.

SWOT - анализ представляет собой изучение сильных и слабых сторон образовательного учреждения, а также внешних возможностей и угроз, которые для него потенциально открываются при реализации программы развития.

Здесь мы позволим себе сформулировать конкретные вопросы. Их можно использовать в матрице SWOT -анализа.

Сильные стороны	Слабые стороны
Что нам удастся особенно хорошо? В чем мы можем быть уверены? Чем мы дорожим? Что необходимо сохранить?	Чего нам не хватает? С чем мы пока не справляемся? Что мешает нашей работе? Чем не владеют наши выпускники? От чего, возможно, нам следует отказаться?
Возможности	Угрозы
Как складываются отношения школы с внешним окружением? Кто может оказать нам помощь и поддержку? При каких условиях это возможно?	Какие внешние опасности и риски нам необходимо преодолеть? Какие новшества могут ввести школы, являющиеся конкурентами по отношению к нашей?

Кроме анализа внешней среды, необходим и анализ образовательных результатов. Эта проблема - ключевая для разработки программы. Под образовательными результатами мы будем понимать те изменения (трансформации) в личности обучающихся, которые происходят благодаря специально организованному образовательному процессу.

Несколько вспомогательных вопросов помогут членам совета: какие результаты сегодня имеет наша школа? устраивают ли эти результаты государство, родителей обучающихся и, наконец, их самих? насколько эти результаты соответствуют ожиданиям членов совета, местного сообщества?

Далее необходимо сравнить реальные результаты образовательного учреждения с требуемыми, то есть выявить разрывы между ожидаемыми и реально полученными результатами. Минимизации этого разрыва, собственно, и будет подчинена программа развития образовательного учреждения.

Есть еще один важный аспект анализа - внутренняя среда школы. Объектами анализа внутренней среды ОУ могут быть образовательный процесс, учебно-материальная база, уровень профессионализма кадров и т.д.

Естественно, что анализ ситуации должен завершиться выводами.

Образ будущего учреждения. Раздел, качественно описывающий будущее школы. Его нельзя передать конкретно и детально (и не нужно к этому стремиться), но контуры перспективы, образы выпускников и завтрашних образовательных услуг должны быть обязательно «выложены» на бумаге.

В работе над этим разделом помогут ответы на следующие вопросы: какова миссия (основное предназначение) нашего образовательного учреждения? какими качествами должны обладать наши выпускники через 3-5 лет, чтобы стать успешными в жизни? какой должна быть наша школа, чтобы сформировать у выпускников эти качества? как следует организовать образовательный процесс? Какие общие ценности необходимо сформировать у педагогического коллектива?

В разработке этого раздела должны, по нашему мнению, принимать участие представители всех заинтересованных в развитии школы групп и, естественно, члены школьного управляющего совета. При этом важно не только коллективно сформировать образ будущего образовательного учреждения, но и изложить его в виде текста. Целесообразно в том же разделе сформулировать основные положения «педагогического кредо» школы.

Основные сферы стратегических изменений. Уже отмечалось, что путь в будущее школы лежит через изменения. Мы помним, все они осуществляются в учреждении ради достижения иных, востребованных временем образовательных результатов. В ОУ гипотетически существуют пять сфер, в которых можно (и, вероятно, нужно) что-то менять. Иногда их называют «сферами качества» .

Предлагаем при разработке программ развития иметь в виду следующие сферы качества:

- сфера учения и обучения - пожалуй, самая важная в школьной жизни. Под «учением» мы понимаем деятельность ученика, а под «обучением» деятельность учителя (педагога). Разработчики программы должны обсудить и отметить, что и как необходимо изменить в этой сфере, чтобы выпускники школы смогли приобрести столь необходимые им в дальнейшей жизни качества.
- сфера жизненного пространства школы - все, что находится в пределах границ образовательного учреждения: здания (классы, кабинеты, спортивные залы, мастерские и т.п.), территория школьного двора;

-
- сфера отношений школы и внешнего окружения подразумевает все организации и субъекты, с которыми школа строит свои отношения (сюда же относятся и связи с родителями обучающихся);
 - сфера школьного менеджмента - управление школой. В каждом ОУ оно имеет свои особенности, например, по порядку (стилю, способу) принятия управленческих решений;
 - сфера профессионализма кадров - важнейшая в школе, не имеющая предела совершенства и развития.

На этом этапе необходимо понять и оформить в текстовом варианте, что конкретно необходимо изменить в каждой из этих сфер, чтобы образовательное учреждение «переместилось» в новое (будущее) состояние. Ответ на эти вопросы поможет дать предварительно проведенный анализ.

Ожидаемые результаты реализации программы. В этом разделе в текстовом варианте формируются ожидаемые результаты реализации программы (результаты изменений в какой-то из обозначенных выше сфер).

Необходимо перечислить все, что будет **гарантировано** теми, кто отвечает за менеджмент программы, например: оборудован кабинет физики, 50 процентов педагогов школы владеют технологией Power Point, проектные технологии используют не менее 30 процентов учителей, в 11-м классе введен курс «Эффективное поведение на рынке труда» и т.д. и т.п.

План действий по достижению результатов, обозначенных в предыдущем пункте (*таблица 1*). Под каждый ожидаемый результат необходимо выработать план действий. Это очень важно, поскольку все перечисленные шаги могут подвергаться достаточно точной ресурсной оценке. Таким образом, создавая этот раздел, разработчики формируют бюджет будущей программы.

Однако это возможно лишь в том случае, если ожидаемые результаты сформулированы конкретно. Поэтому еще раз призываем членов управляющих советов избегать лозунговых формулировок. Как потом оказывается, с ними ничего нельзя сделать. Конкретика и еще раз конкретика. Это сложно, но, к счастью, возможно.

Естественно, что действия должны быть сориентированы во времени, а для выполнения каждого из них обязательно ставится ответственный исполнитель. Не следует назначать нескольких человек на одно и то же действие, это может привести к «размыванию» ответственности.

Таблица 1

№	Действия	Сроки	Стоимость	Ответственный
1.	Закупка кабинета физики	Апрель 2007 г.	300 тыс.	
1.1.	Разработка спецификации и условий поставки	Май 2007 г.	5 тыс.	Замдиректора по АХЧ
1.2.	Размещение объявления о конкурсе			Замдиректора
1.3.	Проведение конкурса и подписание договора			Замдиректора по АХЧ
	Итого:			

Механизм реализации программы. Здесь необходимо указать, каким образом (через что) программа будет реализована. Это могут быть и годовые планы работы образовательного учреждения и система проектов. Важно соблюсти одно правило: чем ближе по времени событие или действие, обозначенное в программе, тем конкретнее оно должно быть спланировано.

В этом же разделе можно говорить о мониторинге программы. Необходимо предусмотреть, где и как будут подводиться промежуточные итоги ее реализации. Возможно, одной из форм отчета УС по этому вопросу будет публичный доклад управляющего совета или публичный отчет школы о своей работе.

Бюджет программы - обязательный раздел. Для реализации любой (!) из программ требуются ресурсы, так как каждая имеет стоимость. Она может быть обчислена как в финансовых, так и в других ресурсах.

При формировании этого раздела важно соблюсти принцип стратегичности программы - ресурсы должны планироваться под цели или ожидаемые результаты. Ни в коем случае нельзя поступать наоборот, когда разработчикам известен бюджет программы, и они планируют, как им лучше распорядиться.

Бюджет программы может выглядеть так, как в **таблице 2**.

Таблица 2

Годы реализации	Всего	В том числе за счет норматива финансирования	В том числе за счет муниципального бюджета	В том числе за счет других источников
2007				
2008				
2009				

Члены УС имеют возможность оценить весь бюджет программы развития образовательного учреждения. Самый последний столбец таблицы реально показывает его дефицит. Естественно, что он может быть разбит более детально, например: за счет благотворительности, доходов от реализации платных образовательных услуг и т.п.

Мы помним о том, что с управляющим советом согласуется бюджетная заявка школы, поэтому у членов совета есть вполне законная возможность поинтересоваться, насколько в ней предусмотрены расходы, связанные с реализацией программы развития.

Программа развития - не только средство формирования будущего учреждения. Это еще и способ консолидации всех заинтересованных в образовательных результатах субъектов и, прежде всего, педагогического коллектива.

Итак, предположим, что управляющий совет детально разобрался с программой развития и принял решение о ее утверждении. Она приобрела силу законного документа, а члены совета приняли на себя ответственность и за результаты, и за бюджет, и за план действий по реализации. Мы считаем, это очень важный момент, поскольку после принятия программы члены совета не могут оставаться пассивными наблюдателями.

Представляется целесообразным участие членов управляющего совета в PR - сопровождении программы: в создании у общественности ее позитивного образа, положительной репутации, доброго имени.

Может быть, перед утверждением программы стоит провести ее обсуждение более широким кругом на школьной конференции или общем собрании родителей. Если у школы есть свой сайт, то программу было бы разумно разместить на нем. Через него можно также информировать всех заинтересованных лиц о том, как она претворится в жизнь.

В заключение хотелось бы сказать, что программа развития - не догма, она при необходимости может и должна меняться, дополняться и пересматриваться.

ВОСПИТАНИЕ В ШКОЛЕ

ВО ЧТО ИГРАЮТ НАШИ ДЕТИ. ПРАВИЛА ОРГАНИЗАЦИИ ИГРОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (ПРАКТИКУМ)

*Диск, издательство «Учитель»,
серия «Воспитание в школе»*

Цели:

- рассмотреть правила организации игровой деятельности;
- показать родителям значение совместных игр в семье для развития ребенка;
- познакомить родителей с традициями и формами игрового досуга в семьях;
- дать рекомендации в форме практикума по разумному и интересному проведению досуга с детьми.

Участники: классный руководитель, родители учащихся первых-вторых классов, школьный психолог.

Подготовительная работа:

1. Предварительное анкетирование родителей:
 - В какие игры вы играете с детьми дома?
 - Чему могут научить ребенка эти игры?
 - Кто из членов семьи чаще всего играет с ребенком?
 - Как относится к игрушкам и играм ваш ребенок?
 - Где и как хранятся игрушки в вашем доме?
 - Кто и как часто покупает игры вашему ребенку?
 - Есть ли дома игры, игрушки, выполненные своими руками (вашими, совместно с ребенком)?
 - Во что любит играть ваш ребенок?
2. Предварительное анкетирование учащихся:

-
- Какая твоя любимая игрушка?
 - Во что ты любишь играть дома?
 - В какие игры ты любишь играть с родителями?
 - С кем ты играешь чаще?
 - Какую игру тебе бы хотелось иметь?
 - Умеешь ли ты делать игрушки, игры своими руками? Кто тебя этому научил?
3. Анализ результатов анкетирования родителей и учащихся. Один из родителей готовит сообщение об итогах проведенного исследования.
 4. Приглашение школьного психолога для участия в родительском собрании.
 5. Разработка памяток для родителей совместно со школьным психологом.
 6. Индивидуальная работа с родителями, которые могут поделиться опытом семейного воспитания средствами игры.
 7. Организация выставок книг и статей по теме «Развивающие детские игры» совместно с библиотекарем.
 8. Организация выставки игрушек и игр, выполненных своими руками.
 9. Подбор развивающих игр для проведения практикума с родителями.

Оформление, оборудование, инвентарь:

1. Памятки для родителей по организации игровой деятельности детей;
2. Таблицы и инвентарь для проведения игр;
3. Запись на доске темы собрания, эпитафия:

Каков ребенок в игре, таков во многом он будет и в работе, когда вырастет. Поэтому воспитание будущего деятеля происходит прежде всего в игре. И вся история отдельного человека как деятеля и работника может быть представлена в развитии игры и в постепенном переходе ее в работу...

А. С. Макаренко

4. Листы с описанием игр;
5. Выставка игр и игрушек, сделанных своими руками;
6. Выставка педагогической литературы по теме собрания.

ХОД СОБРАНИЯ

I. Вступительное слово психолога.

Воспитательное значение игры, ее всестороннее влияние на развитие ребенка трудно переоценить. Игра органически присуща детскому возрасту и при умелом руководстве со стороны взрослых способна творить чудеса. Ленивого она может сделать трудолюбивым, незнайку - знающим, неумелого - умельцем. Словно волшебная палочка, игра может изменить

отношение детей к тому, что кажется им порой слишком обычным, скучным, надоевшим.

Игра поможет воспитателю сплотить детский коллектив, включить в активную деятельность детей замкнутых и застенчивых. В играх воспитывается сознательная дисциплина. Дети приучаются к соблюдению правил, справедливости, умению контролировать свои поступки, правильно и объективно оценивать поступки других.

Игра для детей - важное средство самовыражения, проба сил. В играх взрослый может лучше узнать своих детей, их характер, привычки, организаторские способности, творческие возможности, что позволит ему найти наиболее правильные пути воздействия на каждого из детей. И, что тоже очень важно, игры сближают взрослого с детьми, помогают установить с ними более тесный контакт.

Игры существуют разные: подвижные, сюжетные, подражательные, музыкальные, дидактические, познавательные и другие. Все они нужны и по-своему полезны детям.

Для детей игра - это труд, требующий настоящих усилий, проявления настоящих человеческих качеств, свойств, а не вообразимых «понарошку». Ребята иногда преодолевают в игре серьезные трудности, тренируя свои силы и ловкость, развивая способности и ум. Игра закрепляет у детей полезные умения и привычки. Дети учатся понимать друг друга, сострадать и радоваться вместе. Поэтому и ребенок, вволю наигравшийся в детстве, вступает во взрослую жизнь не обремененным детскими страхами и проблемами.

И еще одно наблюдение: чем выше у ребенка интеллектуальные умения, тем ниже его способность к сорадованию. Это значит, сорадуются добрые, но глупенькие дети, причем доброта убывает по мере «прибавления ума»(!), а мы так хотим, чтобы наши дети были умными и, конечно, не за счет убавления доброты и сердечности. А вот общая возрастная картина такова: от старшего дошкольного к младшему школьному возрасту отзывчивость детей к беде другого возрастает, а способность радоваться за другого резко падает. К десяти годам о сорадовании уже, увы, говорить не приходится! Куда оно исчезает? Скорее всего, это итог изъянов воспитания. Сорадованию нужно учить. Как? Через игру!

II. Сообщение члена родительского комитета о результатах анкетирования родителей и учащихся.

Особое внимание в выступлении уделяется проблемам воспитания детей в семье игровыми средствами.

III. Выступление классного руководителя по теме «Правила организации игр».

Игра - понятие многогранное. Существуют различные игры. Одни развивают мышление и кругозор детей, другие - ловкость и силу, третьи - конструкторские навыки, и т. д.

Сегодня мы обучимся играм развивающего характера, воздействующим непосредственно на психологические качества личности ребенка.

Все игры индивидуальны и требуют индивидуального подхода. Но существуют и общие правила.

Правило первое. Игра не должна включать даже малейшую возможность риска, угрожающего здоровью детей. Однако нельзя и выбрасывать из нее трудные правила, выполнить которые нелегко.

Правило второе. Игра требует чувства меры и осторожности. Детям свойственны азарт и чрезмерное увлечение отдельными играми в ущерб учебе. Игра не должна быть излишне азартной, унижать достоинство играющих. Иногда дети придумывают обидные клички, оценки за поражение в игре.

Правило третье. Не будьте занудами. Ваше внедрение в мир детской игры - введение туда новых, развивающих и обучающих элементов - должно быть естественным и желанным. Не устраивайте специальных занятий, не дергайте ребят, когда они заняты своей игрой, а у вас вдруг появилось свободное время: «Давай-ка займемся шахматами!». Не прерывайте, не критикуйте, не смахивайте пренебрежительно в сторону тряпочки и скляночки. Или учитесь играть вместе с детьми, незаметно и постепенно предлагая свои варианты какого-то интересного дела, или оставьте их в покое. Добровольность - основа игры.

Правило четвертое. Не ждите от ребенка быстрых и замечательных результатов. Может случиться и так, что вы вообще их не дождетесь! Не торопите ребенка, не проявляйте свое нетерпение.

Самое главное - это те счастливые минуты и часы, что вы проводите со своим ребенком. Играйте, радуйтесь открытиям и победам - разве не ради этого придумываем мы игры и затеи.

Правило пятое. Поддерживайте активный, творческий подход к игре. Дети большие фантазеры и выдумщики. Они смело привносят в игру свои правила, усложняют или упрощают содержание игры. Но игра - дело серьезное, и нельзя превращать ее в уступку ребенку, в милость по принципу «чем бы дитя ни тешилось».

Творческая игра так захватывает ребенка, что он испытывает наслаждение от появления новой фантазии. Ребенок играет не только тогда, когда он с игрушками, а всегда, в каждую минуту своей жизни, иной раз и в самую неподходящую (с нашей точки зрения).

Мы торопимся в детский сад, а он плетется еле-еле и что-то бормочет: он играет в разбойников. Будем очень осторожны, видя маленького человека, захваченного игрой. Ни одна мама не разбудит ребенка толчком, но еще опаснее неосторожным движением будить ребенка, погрузившегося в игру как в сон. Скептический взгляд взрослого может превратить коня в палку, и не так-то легко совершить потом обратное превращение палки в коня.

Заканчивайте игру ярко, эмоционально, результативно - победа, поражение, ничья.

Помните, что состязательность в игре - это не самоцель, а лишь средство индивидуального самовыражения каждого ребенка.

IV. Деловая игра «С детьми играть – ум-разум развивать».

1. Задание: назовите слова-ассоциации.

Родители должны назвать слова-ассоциации, возникающие при словосочетании «любимая игра».

После того как родители назвали слова, психолог открывает на доске карточки с записью:

интерес, удовольствие, развитие

Классный руководитель. Это ключевые слова игровой деятельности. Ни к какой деятельности ребенок не проявляет столько интереса, сколько к игровой. Ему интересно, а значит, познание и развитие происходит легко, с удовольствием. Вот в чем секрет воспитательных возможностей игры.

2. Блиц - опрос родителей.

– Какие игры можно организовать с ребенком, если вы заняты делом на кухне?

-
- Можно ли играть с детьми в карты?
 - Как быть, если любая неудача в игре вызывает у ребенка угнетенное состояние или слезы?
 - Какие подвижные игры можете назвать?
 - Что делать, если ребенок просит вас поиграть, а вы смотрите телевизор?
 - Чем вы руководствуетесь, покупая игрушки?
 - Какие игры вашего ребенка сделаны своими руками?

V. Сообщения родителей о личном опыте использования игры в воспитании и развитии ребенка.

VI. Обзор выставки игрушек и игр, сделанных своими руками.

Проводят несколько родителей.

VII. Практикум для родителей.

Каждая группа родителей получает листы с описанием различных игр, знакомится с их содержанием и проигрывает игровые сюжеты.

Игры на развитие речи детей.

1. «Пословица не даром молвится».

Задание. Вдумайтесь в начало пословицы, вспомните или подберите подходящей к ней конец.

<i>Землю красит солнце,...</i>	<i>...а лень портит.</i>
<i>Труд кормит,...</i>	<i>...мать ученья.</i>
<i>Возьми книгу в руки,...</i>	<i>...а человека – труд.</i>
<i>Повторенье – ...</i>	<i>...и не будет скуки.</i>

2. «Преобразование слов».

Задание. Из каждого слова исключите по одному звуку, чтобы получилось новое слово:

<i>столб</i>	<i>укол</i>	<i>полк</i>
<i>волк</i>	<i>тепло</i>	<i>стол</i>
<i>всласть</i>	<i>клад</i>	<i>лампа</i>

3. «Лучший скороговорщик».

Задание. Произнесите быстро и отчетливо скороговорки:

На березе галка, на берегу галька.

Дятел дуб долбил, да недодолбил.

В Луку Клим луком кинул.

Игры на развитие психических процессов и раскрытие личностных возможностей ребенка.

1. «Волшебная тройка».

Участник называет вслух цифры от единицы и далее, пропуская все цифры с тройкой, например, 3, 13, и все цифры, делящиеся на тройку. Вместо этих цифр он должен говорить фразу: «Ай да я!». Скажем: «Раз, два, ай да я, четыре, пять, ай да я» и т. д.

Выигрывает тот, кто досчитал до наибольшего числа.

2. «Говорящая картина».

Задание. Предлагается озвучить сюжетную картинку. При этом ребенок должен не только понять смысл изображенных ситуаций, но и догадаться о чувствах действующих в них людей.

3. «Разрезные картинки».

Задача играющих - собрать из отдельных частей картинку (по образцу или без образца). Задание можно усложнить, если перепутать части двух-трех разных картинок.

4. «Танец».

Предлагается потанцевать, изобразив образ «бабочки», «зайчика», «кошки» и др. Музыка для задания можно использовать любую - танцевальную, вальсовую, плясовую, джазовую. Важно, чтобы это были произведения без слов, только в инструментальном исполнении.

5. «Пантомима».

Участники игры становятся в круг. По очереди каждый выходит в середину круга и с помощью пантомимы показывает какое-либо действие. Например, представляет, как рвет воображаемые груши и кладет их в корзину, стирает белье, тащит тяжести и т. д. Победителями определяются те дети, которые наиболее верно изобразили пантомимическую картинку.

Классный руководитель подводит итоги игры-практикума. Победившей команде и наиболее активным родителям вручаются небольшие призы.

6. «Испорченный телефон».

Это игра нашего детства. Играющие делятся на две команды. Ведущий вручает первому игроку каждой команды сложенный лист с написанной скороговоркой. По сигналу первые игроки прочитывают шепотом скороговорку и передают рядом стоящему игроку, тот - своему соседу, и так до конца. Команда, которая передала скороговорку быстрее и правильнее, выигрывает.

7. «Из какой песни?».

Игра строится по принципу телевизионной игры «Угадай мелодию». Здесь также можно присуждать очки за правильно угаданную мелодию или песню.

VIII. Заключительный этап. Обсуждение и принятие решения родительского собрания в форме памяток с советами для родителей.

СОВЕТЫ РОДИТЕЛЯМ

1. Целесообразно начинать играть с детьми с самых простых игр, постепенно усложняя игровые задания и не спеша переходить к более трудным играм.
2. Не следует разучивать сразу очень много игр.
3. Учите детей соблюдать правила игры, а не стараться выиграть и добиться первенства нечестным путем.
4. Приучите ребенка не радоваться, когда другие проигрывают.
5. Необходимо поощрять детей за успехи в игре - словами, баллами и т. п.
6. Надо приучить ребенка не обижаться, когда проигрываешь; не падать духом и не злиться ни на победителя, ни на того, по чьей вине, может быть, произошло поражение.
7. Важно, чтобы ребенок хранил игровые предметы аккуратно, в специально отведенном для них месте.

Классный руководитель знакомит родителей с памяткой, комментирует, отвечает на вопросы родителей, делает обзор литературы, призванной помочь выбрать нужную игру и представленной на тематической выставке «Развивающие детские игры».

Литература

1. Выготский, Л. С. Игра и ее роль в психическом развитии ребенка // Вопросы психологии. - 1966. - № 6.
2. Газман, О. С., Харитоновна, Н. Е. В школу - с игрой. - М.: Просвещение, 1991.
3. Ивочкина, Н. В. Коррекционные возможности народной иг-ры // Начальная школа. - 1998. - № 6.
4. Минский, Е. М. От игры к знаниям: развивающие и познавательные игры младших школьников. - М.: Просвещение, 1982.
5. Шмаков, С. А. Ее величество Игра. - М., 1996.
6. Шмаков, С. А. Игры учащихся - феномен культуры. - М., 1994.
7. Шмаков, С. А., Безбородова, Н. Я. От игры к самовоспитанию: сборник игр-коррекций. - М., 1993.
8. Эльконин, Д. Б. Психология игры. - М., 1978.

КАК ПРИНЯТЬ ВЕРНОЕ РЕШЕНИЕ?

РАЗВИТИЕ УМЕНИЯ АНАЛИЗИРОВАТЬ ПЛЮСЫ И МИНУСЫ ВЫБРАННЫХ ВАРИАНТОВ

Журнал «Путь к успеху», №3 2006. стр.23-26

Алгоритм принятия решения

Представим себе, что цель у нас есть. Она конкретна, позитивно сформулирована, эмоционально желательна. И к достижению этой поставленной нами цели возможно прийти разными путями. Какую дорогу выбрать?

Человек часто оказывается в ситуации выбора: поступать в вуз или идти работать; какой факультет выбрать; выйти замуж или продолжать учиться; поступать в аспирантуру или идти работать; ехать по распределению или нет и т.д. Таким образом, человек оказывается в ситуации принятия решения. Для очень многих подобная ситуация оказывается стрессовой. Причина такого отношения к необходимости принимать решения: с одной стороны, человеку страшно брать на себя ответственность за свои поступки, с другой - он просто не знает, как грамотно принять решение, чтобы оно соответствовало его интересам и целям. Поэтому простое знание некоторых правил уже во многом облегчает принятие решения. Каковы же эти правила? Давайте попробуем разобраться вместе, на основе того опыта, который у вас уже есть.

УПРАЖНЕНИЕ 1 «АЛГОРИТМ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМЫ»

Цель: практически выработать алгоритм решения проблемы, исходя из своего жизненного опыта.

Метод: индивидуальная письменная работа, обсуждение полученных данных в группе, принятие группового решения. Дискуссия, подведение итогов.

Время проведения: 30 мин

Описание проведения упражнения

Инструкция. Предлагаем вам алгоритм решения ЛЮБОЙ проблемы. Каждый из вас получил бланк участника игры. Ваша задача - проранжировать предложенные пути решения проблемы (т.е расставить, что должно быть на первом месте, что на втором и т.д.) сначала индивидуально, затем в малых группах. После этого вам будет предложен правильный вариант, и вы сможете сравнить с ним свои записи и оценить, насколько вы близки к эталону.

Бланк участника игры

№	Последовательность действий (этапов) принятия решения	Индивидуальная оценка	Групповая оценка	Эталон	Индивидуальная ошибка	Групповая ошибка
1	Определение разрешимости проблемы					
2	Сбор информации по каждому варианту решения					
3	Оценка новизны проблемы					
4	Оформление решения					
5	Выбор решения					
6	Контроль за выполнением решения					
7	Оценка степени полноты и достоверности информации о проблеме					
8	Разработка конкретного плана действий					
9	Организация выполнения решения					
10	Формулирование проблемы					

11	Определение взаимосвязи с другими проблемами					
12	Сбор возможных вариантов решения					
13	Определение существования проблемы					
14	Определение причин возникновения проблемы					

После индивидуальной работы и групповой презентации учащимся предлагается сравнить свой результат с эталоном и подсчитать индивидуальную и групповую ошибку. Тем самым возможно сделать вывод о том, эффективно или нет командное решение проблемы, можно ли использовать помощь окружающих, их знания, умения и навыки, или лучше ориентироваться на свое мнение?

- 1. Определение существования проблемы.** На этом этапе основная задача - понять, существует ли проблема реально, или она плод воображения.
- 2. Формулирование проблемы** в том виде, в котором она может быть реально решена.
- 3. Оценка новизны проблемы** - быть может, проблема не нова и имеет решение, которое реально устраивает все стороны.
- 4. Определение причин возникновения проблемы** - на этом этапе наша задача - понять, по какой причине проблема возникла. Случайна она или закономерна, и возможно ли так спланировать свою деятельность, чтобы избежать подобных проблем в будущем.
- 5. Установление взаимосвязи с другими проблемами** - при установлении наличия взаимосвязи с другими проблемами можно сделать вывод о том, какая проблема является ключевой. Таким образом, решение главной проблемы повлечет за собой решение нескольких вытекающих из нее проблем автоматически.
- 6. Оценка степени полноты и достоверности информации о проблеме.** В некоторых случаях для решения проблемы требуется дополнительный сбор информации о ней.
- 7. Определение разрешимости проблемы.** К сожалению, не все проблемы могут быть эффективно разрешены «здесь и теперь», и на этом этапе важно понять, насколько разрешимость данной проблемы зависит от нас. Здесь уместно вспомнить молитву тибетских монахов «Господи! Дай мне СИЛЫ изменить то, что можно и должно изменить, СМИРЕНИЯ - выдержать то, что изменить нельзя, и МУДРОСТИ, дабы отличить одно от другого!».

-
- 8. Сбор возможных вариантов решения.** На этом этапе задачей человека становится сбор как можно большего их числа - глобальных и частных, реальных и нереальных, имеющих под собой основу и не имеющих. Все идеи лучше записать и подвергнуть первичному анализу.
- 9. Сбор информации по каждому варианту решения.** Чем полнее информация, тем с большей уверенностью будет принято или отвергнуто путь решения проблемы. На этапе сбора информации некоторые идеи уже отвергаются. Иногда наиболее успешный путь решения конкретной проблемы не соответствует общим принципам человека, его этическим нормам или жизненным целям. Поэтому на данном этапе идут поиски такого решения, которое бы учитывало данные факторы.
- 10. Выбор решения.** Исследование шансов успешности в каждой альтернативе. На этом этапе человек ищет ответ на вопрос: «Могу ли я на деле осуществить данный вариант?».
- 11. Оформление решения.** Свое решение непременно нужно зафиксировать на бумаге для того, чтобы потом можно было уточнить, тем ли путем я иду, и, в случае необходимости, скорректировать этот путь.
- 12. Разработка конкретного плана действий** и определение факторов, способствующих и препятствующих данному варианту решения проблемы. Это очень важный этап принятия решения. Человек должен всегда иметь перспективные цели, только в этом случае его развитие не остановится. Поэтому решать частные проблемы необходимо в русле перспективного развития, и их решение не должно препятствовать развитию.
- 13. Организация выполнения решения.** Реальные шаги для его достижения.
- 14. Контроль за выполнением решения.** Текущий контроль и итоговый.

УПРАЖНЕНИЕ 2 «ПЛЮС, МИНУС, ИНТЕРЕСНО»

Цель: практически закрепить полученные знания; использовать знание алгоритма принятия решения в собственной ситуации выбора профессии.

Метод: индивидуальная письменная работа, обсуждение полученных данных в группе.

Время проведения: 20 мин

Описание проведения упражнения

Инструкция. Хотим предложить вам еще один путь самостоятельного решения проблемы, когда есть выбор между несколькими вариантами. Если вам сложно сориентироваться, какая из профессий вас интересует больше, возможно сделать следующий анализ, поработав с таблицей.

Выберите профессию (именно профессию), которая наиболее вам интересна. Если не можете выбрать профессию, то выберите интерес или увлечение. Запишите эту профессию или интерес. Начертите таблицу.

Оценка профессии

№	Плюс	Минус	Интересно
1			
2			
3			
4			
...			

Запишите в первой колонке таблицы как можно больше «плюсов», которые у вас появятся, если вы получите эту профессию и станете по ней работать. Во второй колонке проставьте как можно больше «минусов» этой же ситуации. В третью колонку запишите как можно больше интересного (например, интересно, а как я буду жить, если получу эту профессию, кто станет моими друзьями, как я буду выглядеть и т. д.). Старайтесь, чтобы в каждой колонке было не меньше десяти вариантов.

На работу отводится 15 мин. По окончании каждый член группы (при недостатке времени - желающие) зачитывает свою профессию и ответы в таблице. Члены группы могут задавать вопросы, уточнять, дополнять, подсказывать. Все дополнения участники заносят в таблицу.

После обсуждения каждый член группы отвечает на вопросы:

- Что нового о выбранной профессии я понял или узнал?
- Чем могут быть полезны эти знания в дальнейшем?
- Помог ли мне предложенный алгоритм принятия решения?

После выполнения данного упражнения участникам задается вопрос: возможно ли воспользоваться вышепредложенной схемой для решения иных возникающих в жизни проблем? Расширяется ли мировоззрение человека, если он видит предмет с разных сторон, может учесть и проанализировать все «плюсы» и «минусы»?

«ЭТИКЕТКА»

КЛАССНЫЙ ЧАС ДЛЯ 10-Х КЛАССОВ

*Колмогорова С.Т., Усть-Илимск,
МОУ СОШ №8, заместитель директора по ВР*

Цель: Формирование умения правильно оценивать личные качества другого человека, демонстрировать собственную воспитанность.

Технология: интерактивные формы работы.

Ход работы:

1. Вступление.

Мозговой штурм. Целеполагание. (3 минуты)

Тема нашего классного часа «ЭТИКЕТка». Как вы думаете, о чем мы с вами будем говорить?

(фронтально выясняются все мнения и обобщаются).

Мы с вами сегодня будем говорить о внешней и внутренней составляющей человека.

Этот мир многогранен и тесен,
Человеку не просто в нем жить
Так, чтоб обществу был он полезен,
Мог дружить и, конечно, любить.
И какой бы он не был натуры,
В шутке, юморе меру чтоб знал,
Категории «долг», «честь», «культура»
Без условий всегда понимал.
Ему трудно, тогда мы поможем
Разобраться, поверить в себя
Так что смело, шагайте, в дорогу
И успешными быть вам всегда.

Есть ли что-то общее между словами этикет и этикетка? (10 минут)

Этикетка - наклейка, цветной ярлычок, который привлекает внимание и рассказывает о предмете. Этикетка - это мини рассказ о вещи, от того, как нам понравится она, зависит наше отношение к этой вещи.

Этикет?

Этикет определяет, как человек обращается с другими людьми, определяет его манеру поведения, внешнее предъявление себя. Ведь жесты, движения, позы, способы приветствия, поведение за столом, вкус к одежде и т.д. тоже является своеобразной этикеткой человека.

2. Итоги анкетирования. (3 минуты)

На прошлом классном часе вам было предложено ответить на следующие вопросы анкеты:

На прошлом классном часе вам было предложено ответить на следующие вопросы анкеты:

- Какими качествами характеризуется воспитанный человек? (три качества)
 - Добрый – 5
 - Порядочный – 4
 - Культурный – 3
 - Веселый – 3
 - Умный – 2
 - Сдержанный – 2
 - Внешний вид – 2
 - Хороший, отзывчивый, содержательный, вежливый, поведение, интерес к разговору – 1

Назовите самых воспитанных учащихся из нашего класса (ребята предлагают кандидатуры).

Вопрос к выбранным ребятам: «Ты себя считаешь человеком воспитанным? Это помогает или мешает в жизни?»

Вопрос к классу: По каким параметрам вы судите об уровне воспитанности человека?

- Манера разговаривать и слушать других
- Готовность прийти на помощь
- Не лезть в чужие разговоры и дела
- *продолжите сами*

Эти и другие качества являются визитной карточкой, своеобразной этикеткой нас самих.

Обсуждение ситуаций (можно или разыграть сценки, или подобрать отрывки из фильмов о некорректном поведении) (10 минут)

Дискуссия по сюжету

Как вы думаете, что испытывает тот или другой персонаж? Какими поступками вызваны эти чувства? Хотели бы вы быть похожими на этого персонажа? А иметь такого друга/подругу?

Какие правила этикета были нарушены?

Очень часто мы попадаемся на красивую этикетку, в которой подгнившее содержание, и, наоборот, под не яркой внешностью пропускаем настоящего человека.

Представьте, на минуту, какого человека вы хотите в жизни видеть рядом с собой? А вы такой?

Почему вы считаете, что другой захочет видеть рядом с собой наглого, невоспитанного хама?

Каждый человек хочет жить комфортно. А комфортнее всего жить с человеком воспитанным и порядочным, надежным.

Работа в группах (1/2 листа ватмана, маркеры, фломастеры) или индивидуально. (15 минут)

Задание: Составьте этикетку ___ класса, своей пары, личную.

Попробуйте представить в более выгодном свете.

Что может быть на этикетке:

- Профильность
- Особенности
- Взаимоотношения
- Состав и т.д.
- Представление работ.

Это задание было настолько сложно лишь потому, что мы часто не находим в себе хорошее, лишь потому, что не видим это в другом человеке.

К сожалению, среди людей есть и такие, которые подозревают, что все вокруг них глупцы, жадины и злюки. С подобными мыслями трудно быть воспитанным человеком.

Дагестанский поэт Расул Гамзатов написал такие стихи:

«Вон человек, что скажешь ты о нем?»

Ответил друг, плечами пожимая:

«Я с этим человеком не знаком.

Что про него хорошего я знаю?»

«Вон человек, что скажешь ты о нем?» -

Спросил я у товарища другого.

«Я с этим человеком не знаком.

Что я могу сказать о нем плохого?»

Чувствуете разницу?

Тот, кто заражен недоверием и злостью, скорее всего сам является таким. Великий педагог А.С. Макаренко говорил, что к людям надо подходить с оптимистической гипотезой.

Оптимист - это человек, который верит в хорошее. А оптимистическая гипотеза - это предположение о том, что мы живем среди хороших людей. Именно с этой позиции и нужно строить свои отношения с людьми.

У вас на столах лежат карточки со словами и знаками, попробуйте из предложенного материала составить формулу воспитанности и этикетки:

- Знание этикета + соблюдение его правил = воспитанность
- Знание этикета - соблюдение правил = этикетка

Используемая литература:

1. Журнал «Классный руководитель» №2, 2006 год.

Статья «Классный час «ЭТИКЕТка»», автор Прокопьева О.В., учитель математики, школа №15, г. Ангарск, Иркутской области.