# МАОУ СОШ №3 города Краснокамска Пермского края

**Проект «Коммуникативно-деятельностные пробы как инструмент формирования готовности к профессиональному самоопределению учащихся основной школы»**

**Авторы:**

Погоржальская Елена Викторовна – заместитель директора по УВР;

Михайленко Любовь Григорьевна – учитель;

Бойко Светлана Викторовна – учитель;

Авдеева Наталья Валерьевна – учитель;

Конькова Юлия Валентиновна – учитель;

Нестерова Елена Васильевна – учитель;

Гусева Елена Васильевна - учитель.

**Профессия:** **Пейджмейкер** - специалист-художник, работающий в издательствах или рекламном бизнесе, трансформирует рекламные идеи в привлекательные сообщения, разрабатывает художественную концепцию рекламной программы, иллюстрирует художественные и рекламные тексты.

**Целевая аудитория:** обучающиеся 8 классов.

**Алгоритм подготовки и проведения пробы:**

1) Подготовить приложение к техническому заданию для участника пробы.

2) Познакомить играющего роль клиента с особенностями данного технического задания и условиями, при которых оно будет выполняться.

3) Познакомить участника пробы с техническим заданием.

4) При прохождении пробы оценивание идет по соответствующим ниже критериям.

5) После прохождения пробы выяснить у «клиента», насколько «комфортно» ему было работать со «пейджмейкером».

6) При анализе пробы проговорить с тьюторантом особенности прохождения данной пробы (особенности оказания коммуникативных задач «оказание услуги», «генерация продукта», «мотивация» в данной профессии)

1. **Коммуникативная задача – Оказание услуги**

*Профессиональная ситуация*

К вам приходит руководитель салона сотовой связи и заказывает рекламный буклет о новых тарифах сети МТС.

*Техническое задание для учащихся*

Вам необходимо побеседовать с Заказчиками рекламного буклета, согласовать информацию, которая будет входить в будущий буклет.

*Приложение к техническому заданию*

Среди предложенных компанией МТС интернет тарифов, которые востребованы среди пользователей смартфонов, можно с успехом выбрать пакет, максимально соответствующий личным запросам по отношению к количеству используемых минут на разговоры, сообщения, звонки по России и за границу. Данный телекоммуникационный провайдер предлагает широкое разнообразие продуктов, которые можно охарактеризовать как адаптивные к требованиям пользователя.

Тарифный пакет «Смарт» (линейка smart) рассчитан на активных пользователей услуг связи и доступа в сеть. Это один из самых интересных тарифных планов для абонентов, активно использующих услуги связи и представлен 5 пакетными продуктами с предложением от 1 Гб до 15 Гб ежемесячного трафика, от 250 до 3000 минут — плата в месяц от 300 до 1600 рублей.

Абоненты могут приобрести любой продукт и поменять его через веб-офис самообслуживания на один из перечисленных с ежемесячной оплатой и удобным набором сервисов и услуг:

Абонент, приобретающий один из планов Smart (Смарт), получает бесплатный высокоскоростной доступ в глобальную сеть с общим ограничением трафика до 1 Гб до 15 Гб, от 250 до 3000 минут звонков, бесплатный доступ и звонки в пределах сети провайдера и до 3000 сообщений. Этого вполне достаточно, чтобы активно использовать сетевые возможности и услуги связи в личных и бизнес-целях.

Также в рамках продукта можно приобрести прямой городской номер. Данная услуга связи вполне может заменить современную цифровую линию, предоставляя дополнительные мультимедийные возможности на базе SIP, а также полностью сравнима по эффективности с домашним или офисным телефоном с расширенным диапазоном услуг: c голосовой почтой, сервисом обмена сообщений.

Обратите внимание, что предпринимателям провайдер предлагает услугу call-центра и единый номер дозвона на офисную цифровую АТС.

Обратите внимание, что безлимитный сетевой трафик доступен в плане Смарт Безлимитище.

**Smart Mini**

< 250 минут и смс

Бесплатные звонки внутри сети МТС

1 Гб мобильного интернет ежемесячно

Стоимость: 300 руб. \мес.

**Smart**

< 600 минут и смс

Бесплатные звонки внутри сети МТС

3 Гб мобильного интернета ежемесячно

Стоимость: 550 руб. \мес.

**Smart Безлимитище (безлимитный доступ в сеть**)

200 минут и смс

Бесплатные звонки внутри сети МТС

Безлимитный интернет

с ежедневной тарификацией

Стоимость: 600 руб. \мес.

Если вас не устроил самый дешевый тариф МТС с интернетом программы Смарт, возможно заинтересуют безлимитные пакеты с ежемесячной оплатой, ориентированные на качественные и разносторонние услуги телефонной связи. Чтобы сменить план, потребуется та же sim-карта и переход на другую программу обслуживания. Этим предложением может воспользоваться бизнес, расширяющий количество линий в офисных АТС.

План подойдет для как домашних и личных нужд так и при необходимости услуг премиального класса, и не только. Предложенные услуги доступны для большинства регионов, требуют довольно существенной оплаты в месяц\руб. Предлагаем вам подробное описание тарифа с рекомендациями по использованию.

Варианты подключения:

ULTRA;

Трансформище.

**Безграничный тариф «ULTRA»**

5000 минут и смс

Бесплатные звонки внутри сети МТС

20 Гб мобильного интернет ежемесячно

Стоимость: 2700 руб. \мес.

**Гибкий – «Трансформище»**

400 минут и 100 смс

Бесплатные звонки внутри сети МТС

Безлимитный интернет

Стоимость: от 650 руб. \мес.

Тарифы с оплатой-за минуты, смс и мегабайты. По постоплате.

Для этого клиент должен приобрести или перейти на один из перечисленных пакетов. Речь идет об интересных предложениях, доступных в 2019 году:

Red Energy;

Супер МТС.

Среди этих продуктов можно подобрать наиболее соответствующий вашим запросам.

Отсутствие абонентской платы также предполагает использование сервисов провайдера на нерегулярной основе.

Планы дают возможность регулировать стоимость минут разговоров и сообщений. Обратите внимание, что обычно предлагается ряд дополнительных платных сервисов, которые впоследствии могут быть отключены через Личный кабинет веб-интерфейса.

**Red energy**

1,6 руб. мин

1,9 руб. смс

10 руб. 1 Мб

Стоимость: 0 руб. \мес.

**Супер МТС**

Бесплатные звонки внутри сети

Действует в домашнем регионе

10 руб. 1 Мб, 2 руб. смс

Стоимость:0 руб. \мес.

*Критерии*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Компетенция** | **Критерии** | **Баллы** |
| Умение  Проявить запрос клиента | - с помощью вопросов проявляет ожидания клиента;  - задает вопросы на прояснение ситуации клиента, но не доводит до конца  - не проясняет ситуацию | 2  1  0 |
| Умение согласовать содержание будущего буклета с клиентом | - согласовывает  - частично согласовывает  - не согласовывает | 2  1  0 |
| Умение предложить дальнейшее сотрудничество | - устанавливает связь с клиентом  -предлагает сотрудничество  -игнорирует возможность сотрудничества | 2  1  0 |

Проба считается успешной, если обучающийся набрал 3 балла и выше, при этом показав средний уровень – 3-4, высокий уровень – 5-6.

*Алгоритм проведения КДП:*

Для участия в процедуре привлекается 1 человек в качестве клиента. Клиент говорит только в случае наличия вопросов со стороны участника КДП, инициативы не проявляет. Участникам пробы выдается дополнительный материал с описанием тарифов. Проводится беседа с клиентом. На решение задачи дается 30-40 минут

*Оснащение*: бумага, ручка, компьютер с выходом в интернет

1. **Коммуникативная задача – Генерация продукта**

*Профессиональная ситуация*

Группе пейджмейкеров необходимо разработать макет рекламного буклета о новых тарифах сети МТС.

*Техническое задание для учащихся*

Изготовить макет рекламного буклета о новых тарифах сети МТС.

*Приложение к техническому заданию*

Буклет(от франц. Bouclette — колечко) – это произведение печати, изготовленное на одном листе, и сложенное при помощи параллельных сгибов (фальцев) один или несколько раз в несколько страниц-полос.

Цель буклета - привлечь внимание аудитории и уложить максимум необходимой информации в минимум печатной площади

Правильно составленный буклет должен включать в себя 3 основных блока: информативный материал, визуальный ряд, контактную информацию (сведения об авторе).

При отборе информации для буклета помните о соответствии заданной теме и выбранной целевой аудитории, для которой предназначен буклет.

Необходимо правильно определить оптимальный объем информации – ее должно быть достаточно для раскрытия темы, но не должно быть слишком много, что повлечет за собой уменьшение размера шрифта и негативно скажется на «читаемости» текста.

Убедитесь в достоверности и современности выбранной информации. Если материал вызывает у Вас сомнения, а проверить его не представляется возможным, лучше не включайте такие сведения буклет.

Информация должна быть изложена точно, ясно и кратко, без излишней терминологии.

В качестве ключевых точек используйте броские заголовки / подзаголовки. Длинные тексты не вызывают интереса.

Определите цветовую схему буклета. Для фона желательно выбирать белый, серый, бежевый, розовый или бледно-желтый цвета. От использования темных цветов нужно отказаться. В противном случае читать текст будет труднее, так как будет чувствоваться нагрузка на глаза. Темные цвета можно использовать только в исключительных случаях, они позволят подчеркнуть определенную смысловую нагрузку. Ключевые фразы следует выделить другим цветом.

Визуальный ряд должен дополнять информацию, соответствовать заданной теме. При его подготовке необходимо придерживаться единого стиля оформления.

Разрабатывая дизайн буклета, не перегружайте его лишними элементами, т.к. все, что отвлекает, снижает эффективность восприятия буклета, но и не старайтесь свести дизайн к минимуму, т.к. он будет неинтересным, не привлечет внимания.

*Критерии*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Компетенция** | **Критерии** | **Баллы** |
| Умение генерировать большое количество разнообразных идей | **-** предлагают более 3 разных идей  - предлагают 2-3 идеи  - предлагают 1 идею | 3  2  1 |
| Способность продуцировать необычные, нестандартные идеи | - предлагают оригинальные, необычные идеи  - предлагают уже придуманные кем-то идеи, но вносят элемент новизны  -не предлагают оригинальных идей | 2  1  0 |
| Способность разрабатывать свои идеи в деталях | - разрабатывают макет детально в соответствии с запросом заказчика  - разрабатывают макет детально, но учитывают не все запросы заказчика  - не могут конкретизировать возникшие идеи, прибегают к помощи взрослых | 2  1  0 |
| Умение фиксировать идеи | Все идеи зафиксированы на материальном носителе  Идеи зафиксированы частично на материальном носителе  Идеи зафиксированы в памяти | 2  1  0 |
| Умение выбрать реализуемую идею | Ресурсов группы достаточно на воплощение идеи  Ресурсов группы достаточно для частичного выполнения идеи  Ресурсов группы недостаточно для воплощения идеи | 2  1  0 |

Проба считается успешной, если обучающийся набрал 5 балла и выше, при этом показав средний уровень – 5-7, высокий уровень – 8 - 11.

*Алгоритм проведения КДП*

Для участия в процедуре привлекается 1 человек в качестве клиента. Клиент говорит только в случае наличия вопросов со стороны участника КДП, инициативы не проявляет.

Участникам пробы выдается техническое задание и дополнительный материал. На подготовку дается 30-40 минут.

*Оснащение*: бумага, ручка, компьютер с выходом в интернет

1. **Коммуникативная задача – Мотивация**

*Профессиональная ситуация*

При продаже тарифа **Безлимитище** к вашей зарплате прибавляется премиальный бонус.

*Техническое задание для учащихся*

Вам необходимо убедить клиента приобрести тариф **Безлимитище.**

*Техническое задание для клиента*

Вы пришли в салон связи с целью подключить тариф **Smart Mini**

*Приложение к техническому заданию*

Среди предложенных компанией МТС интернет тарифов, которые востребованы среди пользователей смартфонов, можно с успехом выбрать пакет, максимально соответствующий личным запросам по отношению к количеству используемых минут на разговоры, сообщения, звонки по России и за границу. Данный телекоммуникационный провайдер предлагает популярный продукт, адаптивный к потребностям покупателя.

Smart Безлимитище (безлимитный доступ в сеть)

200 минут и смс

Бесплатные звонки внутри сети МТС

Безлимитный интернет

с ежедневной тарификацией

Стоимость: 600 руб. \мес.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Компетенция** | **Критерии** | **Баллы** |
| Умение легализовать сопротивление клиента | - дегализует, провоцируя на открытость  - дегализует сопротивление собеседника, выдвигая свои доводы  - не легализует сопротивление собеседника | 2  1  0 |
| Умение задавать вопросы о причинах сопротивления | - вопросы позволяют нащупать причину сопротивления  - вопросы есть, но причина не найдена  - не задает вопросов о причинах сопротивления | 2  1  0 |
| Умение проверять гипотезу о причинах сопротивления | - выдвигает гипотезу, ждет подтверждения ее правоты от собеседника  - выдвигает гипотезу, в случае несогласия собеседника, продавливает ее.  - не выдвигает гипотез | 2  1  0 |
| Умение подобрать эффективные контраргументы | - контраргументы эффективны  - контраргументы есть, но неэффективны  - контраргументов нет | 2  1  0 |
| Умение заключить договор | Клиент согласился на подключение тарифа  Клиент взял время на размышление  Клиент отказался подключать тариф | 2  1  0 |

*Алгоритм проведения КДП:*

Для участия в процедуре привлекается 1 человек в качестве клиента. Клиент говорит только в случае наличия вопросов со стороны участника КДП, инициативы не проявляет. Участнику пробы выдается дополнительный материал с описанием тарифа. Проводится беседа участника пробы с клиентом. На решение задачи дается 30-40 минут

*Оснащение:* бумага, ручка.

*Критерии*

Проба считается успешной, если обучающийся набрал 5 баллов и выше, при этом показав средний уровень – 5-7, высокий уровень 8– 10.