**Отчет по результатам апробации коммуникативно-деятельностных проб по профессии «маркетолог» МБОУ «Октябрьская средняя общеобразовательная школа №1»**

**Общая информация об апробации**

**Руководитель апробации:** Решеткова Елена Викторовна, учитель русского языка и литературы МБОУ «Октябрьская средняя общеобразовательная школа №1», зам. директора по УВР;

**Педагоги-участники апробации:** Попцова Ольга Антоновна, учитель немецкого языка, зам. директора по УВР МБОУ «Октябрьская средняя общеобразовательная школа №1»; Дулесова Ирина Федоровна, учитель физики, зам. директора по УВР МБОУ «Октябрьская средняя общеобразовательная школа №1».

**Описание хода и результатов апробации**

Краткая аннотация апробируемого модуля

Данная проба была направлена на решение **коммуникативной задачи- мотивация.**

**Профессия**: маркетолог

**Участники пробы**: группа учащихся, заявившихся на данную коммуникативную задачу; жюри. Эксперт, представитель данной профессии, участвует в разработке пробы.

**Процедура оценивания**:

Учащимся предлагается профессиональная ситуация ( с ней можно познакомить заранее), разрешить которую возможно, применив умения  **расположить к себе собеседника; умение приводить аргументы в свою пользу или контраргументы, умение добиваться желаемого результата, поставленной цели.**

Проба может состоять из 2-х частей: 1- знакомство с самой профессией, с определением «фокус-группы»; 2- непосредственно проба.

**Профессиональная ситуация для учащегося (техническое задание)**

**Профессиональная ситуация и техническое задание для учащегося**:

Вы -маркетолог известной телекоммуникационной компании. В последнее время популярность услуг компании упала. Ваша задача - собрать участников для Фокус- группы из случайных прохожих, смотивировав на участие в тестировании услуги компании .

Условия: количество участников-7. Время –25 минут.

Критерии оценивания компетенций:

1. **Умение понимать учебную задачу (техническое задание)**

Критерии:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  1.понимание учебной задачи | Верно понял ТЗИсказил ТЗ, понял частичноНе понял ТЗ |  2 балла1 балл0 баллов |

**2.Умение расположить к себе собеседника**

Критерии:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  1.время, затраченное на одного человека | Менее 3-х минутБолее 3-х минут |  1 балл0 баллов |
| 1. Использование форм вежливости,

 невербальных средств | Наличие форм вежливости, уместное использование невербальных средств ( мимика, жесты, движения..) Формы вежливости не используются, невербальные средства используются неуместно | 2 балла0 баллов |
|  |  |  |

**3.Умение приводить веские аргументы в свою пользу или контраргументы**

Критерии:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1. Приведение действенных аргументов с опорой на причины для участия в Фокус -группе или контраргументов
 | Приведены веские аргументы с опорой на причины или контраргументы (не менее 2-х)Приведен один аргумент с опорой на причины или контраргументАргументы или контраргументы не приведены | 2 балла1 балл1. баллов
 |

**4.Умение добиваться желаемого результата, поставленной цели**

Критерии:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1.достижение результата  | Результат достигнут полностью (100%- 7 клиентов изъявили желание участвовать в Фокус-группе)Результат достигнут частично (40-90% клиентов изъявили желание участвовать в Фокус-группе)Результат не достигнут (клиенты не согласились участвовать в работе Фокус- группы, группа не собрана) | 3 балла2 балла0 баллов |

Максимальное количество баллов по трем критериям- 10. Проба считается пройденной, если испытуемый набрал от 5 до 10 баллов.

**Классы, на которых проводилась апробация**: 8 класс

**Количество участников апробации**: 21

**Сроки апробации**: октябрь 2017г.

**Результаты апробации**

1.Описание полученных результатов.

Результат, который подвергался оценке, достигнут (коммуникативная задача-мотивация- решена) Испытуемый набрал 8 баллов из 10-ти. Во времени испытуемые уложились.

2. Анализ составляющих элемента оценивания, критерии.

Техническое задание испытуемым было понятно, но не обратили внимание на то, что нужно тестировать именно услугу. Поэтому по критерию «Понимание учебной задачи» баллы снижены. Как нам думается, критерий «Понимание учебной задачи» следует добавить в пробы по всем коммуникативным задачам.

 Предложенная критериальная база достаточна, на наш взгляд. С ней испытуемые были ознакомлены заранее.

Проба предполагала собрать фокус-группу из случайных прохожих. На улице таковых оказалось мало, поэтому перешли в фойе школы. Как показала практика, если испытуемые были как-то знакомы с ребятами, то те практически сразу соглашались принять участие в фокус- группе в определенное время . Конечно же, для чистоты эксперимента необходимо обязательно привлекать участников, которые не знакомы друг с другом. Отсюда вытекает и то, испытуемым нужно будет приводить больше аргументов с опорой на причины для участия в фокус-группе.

Как отметили сами испытуемые, наибольшее затруднение вызвало именно умение приводить аргументы.

Считаем необходимым заранее знакомить испытуемых с требованиями к профессии, с ее особенностями или предлагать самостоятельное знакомство.

 После пробы провели рефлексию:

Какие впечатления от пробы?

Что с тобой происходило ?

Что помнишь про коммуникативную задачу?

Было ли что-то общее между пробами?

Хотели бы учиться приводить аргументы? Располагать к себе собеседника?

Где это возможно сделать?

На что будут направлены твои действия в дальнейшем?

Хотел ли ты выбрать именно эту профессию? Почему? И др.

 С целью определения дальнейшего пути ребенка рефлексия нужна более глубокая, нужны профессиональные тьюторы, психологи.

**Результат**: если коммуникативная задача решена, то ребенок может выбрать курс по этой же коммуникативной задаче или пробе. Если нет, то выбрать другую коммуникативную задачу или постараться развить те навыки, которые необходимы.

**Проба №2 была направлена на решение коммуникативной задачи**- генерация

**Профессия**: маркетолог

**Участники пробы**: группа учащихся, заявившихся на данную коммуникативную задачу; жюри. Эксперт, представитель данной профессии, участвует в разработке пробы.

**Процедура оценивания**:

Учащимся предлагается профессиональная ситуация ( с ней можно познакомить заранее), разрешить которую возможно, применив умения  **мыслить нестандартно, креативно, умение выбирать перспективные идеи с учетом возможностей реализации, умение распределять роли в команде; умение добиваться желаемого результата, поставленной цели.**

**Профессиональная ситуация и техническое задание для учащегося**:

Вы маркетолог известной телекоммуникационной компании. В последнее время популярность услуг компании упала. Ваша задача - с помощью участников собранной Фокус- группы найти новые способы привлечения клиентов. Условия: должны быть распределены роли в группе . Время –45 минут.

Критерии оценивания компетенций:

**1.Умение распределить роли в команде**

Критерии:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  **1.четкое распределение ролей с учетом поставленной задачи** | Роли в команде распределеныРоли не распределены, команда действует хаотично | 1 балл1. баллов
 |
| **Примечание:** | **Роли в команде**:Генератор идейАналитикСпикерСекретарьХранитель времениЗавхоз и т.д. |  |

 **2.Умение мыслить нестандартно, креативно**

Критерии:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1. наличие креативного мышления
 | Присутствуетотсутствует | 3 балла0 баллов |
| 1. Количество креативных идей
 | Выдвинуто 3-5 идейВыдвинуто 1-2 идеиКреативных идей не выдвинуто | 3 балла2 балла1. баллов
 |

**3.Умение делать выбор перспективных идей с учетом возможностей реализации**

Критерии:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1.выбор новых перспективных идей | Выбраны перспективные идеиИдеи выбраны, но их перспектива вызывает сомнениеВыбор идей не осуществлен | 3 балла1 балл0 баллов |
| 1. возможности реализации идей
 | Возможность реализации идеи очевиднаРеализация идеи потребует больших материальных и др. затратРеализация идеи невозможна | 3 балла2 балла0 баллов |

**4.Умение добиваться желаемого результата, поставленной цели**

Критерии:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1.достижение результата  | Результат достигнут полностью – новые способы привлечения клиентов найденыРезультат не достигнут – новые способы не найдены | 2 балла0 баллов |

Максимальное количество баллов по четырем критериям- 15.

Проба считается пройденной, если испытуемый набрал от 8 до 15 баллов.

**Классы, на которых проводилась апробация**: 8 класс

**Количество участников апробации**: 21

**Сроки апробации**: октябрь 2017г.

**Результаты апробации**

1.Описание полученных результатов.

Результат, который подвергался оценке, достигнут (коммуникативная задача решена) Испытуемый набрал 8 баллов из 15-ти. Во времени испытуемые уложились.

1. Анализ составляющих элемента оценивания, критерии.

В ТЗ на слово «новые» испытуемые сначала не обратили внимание. Потребовалось еще раз пояснить суть коммуникативной задачи «генерация».

Критерий «умение распределить роли в команде» был реализован на 50%: роли распределены, но управлять командой в полной мере не получилось. По критерию № 2 наблюдали следующее:

Идеи выдвигались, но количество креативных идей минимизировано (1). Неуверенность испытуемых проявилась и в процедуре выбора, так как было сложно выбрать из нескольких идей ту, которая является новой и которую возможно реализовать. Считаем, что для решения этой проблемы нужно организовывать обучающимся пространство выбора в ОУ.

Эта коммуникативная задача оказалась трудной для испытуемых. Следует изменить, по нашему мнению, критерий №2 (количество креативных идей): предложены креативные идеи или не предложены.

**Проба №3 была направлена на решение коммуникативной задачи**- диагностика

**Профессия**: маркетолог

**Участники пробы**: группа учащихся, заявившихся на данную коммуникативную задачу; жюри. Эксперт, представитель данной профессии, участвует в разработке пробы.

**Процедура оценивания**:

Учащимся предлагается профессиональная ситуация ( с ней можно познакомить заранее), разрешить которую возможно, применив умения  **работать в команде, умение задавать вопросы с целью выявления причины; умение делать выводы на основе представленных фактов; умение добиваться желаемого результата, поставленной цели.**

**Профессиональная ситуация и техническое задание для учащегося**:

Вы маркетолог известной телекоммуникационной компании. В последнее время популярность услуг компании упала. Ваша задача - с помощью участников собранной Фокус- группы провести мониторинг для выявления неудовлетворенных потребностей потенциальной целевой аудитории и причин падения популярности услуги компании. Условия: коллективная работа. Время –30 минут.

Критерии оценивания компетенций:

**1.Умение работать в команде**

Критерии:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  1.работа в команде | Умеет работать в команде , чувствует себя комфортноработать в команде не умеет, испытывает дискомфорт и создает его другим | 1 балл0 баллов |

 **2.Умение задавать вопросы с целью выявления причины**

Критерии:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1.Четкость формулировки вопроса | Вопрос сформулирован четко, понятноВопрос сформулирован нечетко, размыто |  1 балл0 баллов |
| 2. Количество вопросов | Задано 2-3 вопросаЗадан 1 вопрос Не задан ни один вопрос | 2 балла1 балл0 баллов |

**3.Умение делать выводы на основе представленных фактов (причинно-следственные связи)**

Критерии:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1.соответствие выводов фактам | Выводы объективные, соответствуют представленным фактамПричинно- следственные связи установлены частичноВыводы на основе фактов не сделаны | 3 балла1 балл 0 баллов |

**4.Умение добиваться желаемого результата, поставленной цели**

Критерии:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1.достижение результата  | Результат достигнут полностью – причины выявлены Результат достигнут частично – причины выявлены не полностьюРезультат не достигнут – причины не найдены | 3 балла1 балл0 баллов |

Максимальное количество баллов по четырем критериям- 10.

Проба считается пройденной, если испытуемый набрал от 5 до 10 баллов.

**Классы, на которых проводилась апробация**: 8 класс

**Количество участников апробации**: 21

**Сроки апробации**: октябрь 2017г.

**Результаты апробации**

1.Описание полученных результатов.

Результат, который подвергался оценке, достигнут (коммуникативная задача решена) . Испытуемые набрали 6 баллов. Во времени испытуемые уложились.

1. Анализ составляющих элемента оценивания, критерии.

Техническое задание испытуемым было понятно, как и критериальная база.

В ходе проведения пробы было замечено, что трудность возникает по критерию «Умение задавать вопросы с целью выявления причины»: количество вопросов соответствовало, но четкость отсутствовала. Кроме этого выявилось еще одно слабое звено: причинно- следственные связи. Эту трудность отметили и испытуемые на этапе рефлексии.

В перспективе видится то, что ОУ необходимо вводить курсы, направленные на решение этих проблем («Искусство задавать вопросы» и т.п.). Задания, направленные на выявление причин и следствия, на умения задавать вопросы разной категории, вводить на уроках , так как подобное встречается в КИМах ОГЭ и ЕГЭ.

**Проба №4: Коммуникативная задача**- оказание услуги

**Участники пробы**: группа учащихся, заявившихся на данную коммуникативную задачу; жюри, Фокус-группа.

 Эксперт- представитель данной профессии - участвует в разработке пробы.

**Процедура оценивания**:

Учащимся предлагается профессиональная ситуация ( с ней можно познакомить заранее), разрешить которую возможно, применив умения  **работать в команде для достижения поставленной цели, умение задавать вопросы с целью выявления желания и потребностей клиента; умение видеть настроение клиента (комфорт-дискомфорт, уют- неуют) ; умение добиваться желаемого результата, поставленной цели.**

**Профессиональная ситуация и техническое задание для учащегося**:

Вы маркетолог известной телекоммуникационной компании. В последнее время популярность услуг компании упала. Ваша задача - с помощью участников собранной Фокус- группы провести небольшое рекламное мероприятие и получить положительные отзывы от клиентов на новую услугу компании. Условия: коллективная работа. Время –30 минут.

Критерии оценивания компетенций:

**1.Умение работать в команде для достижения конечного результата**

Критерии:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  1.работа в команде | Умеет работать в команде , чувствует себя комфортноработать в команде не умеет, испытывает дискомфорт и создает его другим  | 1балл1. баллов
 |
| 2.значимость результата | Результат работы в команде значим Результат работы в команде не значим  | 1 балл0 баллов |

 **2.Умение задавать вопросы с целью выявления желаний и потребностей клиента**

Критерии:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1.Четкость формулировки вопроса на выявление потребностей клиента | Вопрос сформулирован четко, понятноВопрос сформулирован нечетко, размыто |  1 балл0 баллов |
| 2. угадывание желания клиента | Прямое озвучивание желания клиентаОжидания клиента не поняты и не озвучены | 2 балла0 баллов |

**3.Умение видеть настроение клиента (комфорт-дискомфорт)**

Критерии:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1.фиксация неуюта клиента | Неуют клиента выявлен вовремя Дискомфорт клиента остался незамеченным  | 2 балла0 баллов |

**4.Умение добиваться желаемого результата, поставленной цели (убедить клиента на дальнейшее сотрудничество)**

Критерии:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1.достижение результата  | Результат достигнут полностью – положительные отзывы получены, клиент согласен сотрудничатьРезультат не достигнут – положительные отзывы не получены  | 3 балла0 баллов |

Максимальное количество баллов по четырем критериям- 10.

Проба считается пройденной, если испытуемый набрал от 5 до 10 баллов.

**Классы, на которых проводилась апробация**: 8 класс

**Количество участников апробации**: 21

**Сроки апробации**: октябрь 2017г.

**Результаты апробации**

1.Описание полученных результатов.

Результат, который подвергался оценке, достигнут (коммуникативная задача решена) . Испытуемые набрали 8 баллов из 10-ти возможных. Во времени уложились. Испытуемые провели рекламное мероприятие и получили отзывы от 6-ти клиентов из 9-ти.

1. Анализ составляющих элемента оценивания, критерии.

Техническое задание испытуемым было понятно, как и критериальная база.

В ходе апробации испытуемые показали умение работать в команде. Результат был им важен. Были заданы вопросы, направленные на то, чтобы узнать ожидания клиента. Недостатком явилось то, что дискомфорт клиента остался незамеченным.

**Проба№ 5: Коммуникативная задача**- создание образа

**Участники пробы**: группа учащихся, заявившихся на данную коммуникативную задачу; жюри, Фокус-группа.

 Эксперт- представитель данной профессии - участвует в разработке пробы.

**Процедура оценивания**:

Учащимся предлагается профессиональная ситуация ( с ней можно познакомить заранее), разрешить которую возможно, применив умения **четко видеть конечный образ предмета**; **выбирать способы действия, адекватные ситуации общения с клиентами; умение убеждать, приводя аргументы и контраргументы; умение добиваться желаемого результата, поставленной цели.**

**Профессиональная ситуация и техническое задание для учащегося**:

Вы маркетолог известной телекоммуникационной компании. В последнее время популярность услуг компании упала. Ваша задача - разработать план действий( или нарисовать рекламный плакат) , чтобы поменять представление о компании и сделать его более привлекательным для клиентов. Условия: Время –30 минут.

Критерии оценивания компетенций:

**1.Умение выбирать способы действия, адекватные ситуации общения с клиентами**

Критерии:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  1.выбор способов действия | Выбраны способы действия, соответствующие коммуникативной ситуацииСпособы действия выбраны, но коммуникативной ситуации не соответствуютСпособы не выбраны | 2балла1. балл

0 баллов |

 **2.Умение убеждать, приводя аргументы и контраргументы**

Критерии:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 .убеждение клиента | Клиент убежден Клиент не убежден | 1 балл0 баллов |
| 1. качество аргументов
 | Опора на факты, документы Опора на интернет- источники, книги, СМИ…Опора только на личный опыт  | 3балла1. балла

 1 балл |

**3.Умение видеть четкий конечный образ**

Критерии:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1.видение конечного образа | Представление о компании и конечный образ четко очерченыНет четкого представления о конечном образе | 2 балла0 баллов |

**4.Умение добиваться желаемого результата, поставленной цели (изменение образа компании)**

Критерии:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1. создание плана действий (или рекламный ролик)
 | план действий (или рекламный ролик) созданплан действий (или рекламный ролик) не создан |  1 балл0 баллов |
| 2.достижение результата  | Результат достигнут полностью – привлекательный образ компании созданРезультат не достигнут – привлекательный образ компании не сложился в сознании клиентов | 3 балла0 баллов |

Максимальное количество баллов по четырем критериям- 12.

Проба считается пройденной, если испытуемый набрал от 6 до 12 баллов.

**Классы, на которых проводилась апробация**: 8 класс

**Количество участников апробации**: 21

**Сроки апробации**: октябрь 2017г.

**Результаты апробации**

1.Описание полученных результатов.

Результат, который подвергался оценке, достигнут (коммуникативная задача решена) . Испытуемые набрали 6 баллов из 12-ти возможных. Во времени уложились.

1. Анализ составляющих элемента оценивания, критерии.

Эта проба тоже оказалась трудной для обучающихся. Техническое задание испытуемым было понятно, но критериальная база потребовала разъяснений. Во-первых, испытуемые неконкретно описали и представили образ кампании, которая будет привлекательна для клиента. Во- вторых, приводили аргументы с опорой только на личный опыт. Но клиент был убежден. План действий разработан. Критерий 4 был дополнен - создание плана действий (или рекламный ролик).

 **Выводы по апробации КДП:**

1.критерий «Понимание учебной задачи» следует включать в пробы по всем коммуникативным задачам;

 2. необходимо включать в урочную и внеурочную деятельность элементы , направленные на формирование умений задавать вопросы, на выявление причин и следствия;

3.организовывать обучающимся пространство выбора в ОУ

4. для проведения качественной рефлексии нужны профессиональные тьюторы, психологи.