

Мероприятие «Папа, мама – гид»

в рамках областной Недели труда и профориентации «7 шагов к профессии»

Целевые ориентиры мероприятия

Мероприятие «Папа, мама – гид» направлено на расширение знаний обучающихся о конкретном предприятии / учреждении / организации, его месте и роли в структуре экономики региона / территории, современном производстве, содержании и условиях труда. Мероприятие способствует формированию трудовых династий, развивает у школьников уважительное отношение к труду родителей. В результате мероприятия отмечается положительная динамика в детско-родительских отношениях.

Форма мероприятия

Мероприятие «Папа, мама – гид» – это экскурсия обучающихся на предприятие / в учреждение / в организацию (далее – предприятие).

Мероприятие может быть организовано в 2-х вариантах

1 вариант:

Мероприятие организовывается для обучающихся одного класса (одной группы) образовательной организации на рабочее место родителя одного из учеников (воспитанников).

В этом случае организатором, как правило, выступает образовательная организация в лице классного руководителя (воспитателя).

В зависимости от цели мероприятия экскурсия может быть полностью проведена только на рабочем месте родителя, либо включать в себя это рабочее место как составную часть. В любом случае, желательно (по возможности) чтобы о своей работе рассказал сам родитель.

2 вариант:

Мероприятие организовывается для обучающихся разных возрастов и возможно разных образовательных организаций, объединенных в группу по принципу работы их родителей на одном предприятии – куда организовывается экскурсия.

В этом случае организаторами на паритетной основе выступают само предприятие и территориальное управление образования (образовательная организация, уполномоченная территориальным управлением), возможно, также орган местного самоуправления.

Родители обучающихся - экскурсантов на усмотрение руководства предприятия могут принимать участие в экскурсии вместе с детьми (если производственный процесс допускает их отсутствие на рабочем месте на время проведения экскурсии, либо возможно замещение родителя - работника другим специалистом предприятия). Возможен вариант, когда родители находятся на своих рабочих местах, а маршрут экскурсии включает посещение этих рабочих мест. В крайнем случае, при невозможности посетить рабочие места всех родителей обучающихся - экскурсантов, экскурсовод в процессе экскурсии обязательно рассказывает о роли их труда в производственном процессе и объясняет, почему нет возможности посмотреть на их рабочие места.

Конкретная цель мероприятия определяется из интересов организаторов:

Образовательная организация исходит из возраста обучающихся, требований ФГОСов к результатам и условиям обучения.

Например, для дошкольников во время экскурсии важно продемонстрировать многообразие мира профессий, на примере отдельных профессий показать во взаимосвязи основное содержание труда, орудия труда профессионала и результаты его труда, объяснить общественную значимость труда.

Для учащихся 7-9 классов цель экскурсии может заключаться в расширении представлений школьников о мире профессий во взаимосвязи с изучаемыми технологиями, в расширении их знаний непосредственно о предприятии, его месте и роли в экономике страны, региона и территории, в изучении содержания и условий труда той или иной профессии, путях получения профессионального образования и повышения

квалификации и т.п. В качестве одной из задач экскурсии может быть ориентирована на получение учащимися опыта определенной деятельности – реализации профпроб.

Заинтересованность органов местного самоуправления выражается в стремлении закрепления молодежи на «малой родине» – данной территории посредством развития конкретного предприятия, как правило, «градообразующего» для данной территории.

Для предприятия экскурсия – один из элементов долгосрочной стратегии развития кадрового потенциала, возможность объективного планирования кадровой политики с опорой на жизненные ценности потенциальных работников, их карьерную направленность, требования и пожелания к рабочему месту, условиям труда, зарплатные ожидания и прочее. Кроме того, сотрудничество с системой образования – это формирование и поддержание положительного корпоративного имиджа, продвижение бренда предприятия в общество.

Таким образом, перед образовательной организацией стоят более конкретные цели и задачи, следовательно, для их достижения именно образовательной организации логичнее взять на себя ведущую роль при подготовке плана мероприятия.

Помимо цели организаторы **должны согласовать** следующие позиции:

- дата и время экскурсии;
 - план (маршрут) экскурсии. План должен отражать решение задач, поставленных организатором. Например, если стоит задача ознакомления школьников с технологическим процессом, то включение в план посещение производственных цехов обязательно, причем в последовательности, соответствующей этому процессу. Если необходимо сформировать у школьников представление о рынке труда, то важно в процессе экскурсии называть конкретные профессии и специальности, показывать эти рабочие места, дать информацию о численном составе этих специалистов на предприятии и по возможности в отрасли в целом, периодичности обновления кадров разных специальностей, потребности в конкретных специалистах на сегодняшний день, в среднесрочной и долгосрочной перспективе и т.д.;
 - продолжительность мероприятия в целом и составных частей экскурсии (с учетом продолжительности эффективного восприятия информации школьниками, сменой видов деятельности школьников);
 - содержание информации для подготовки школьников к экскурсии (история развития предприятия, спектр продукции предприятия и пр.) либо отсутствие такой подготовки;
 - минимальное и максимальное количество школьников - экскурсантов, их возраст;
 - особые условия посещения предприятия, например, наличие бахил, необходимость сдавать вещи в камеру хранения, запрет на пользование сотовым телефоном и фото- и видеосъемку и т.п., требования к пропускному режиму (наличие паспорта), возможные требования к одежде и обуви (например, обувь без острых каблуков) и пр.;
 - содержание предварительного инструктажа по технике безопасности;
 - освещение мероприятия в СМИ (субъекты СМИ, платность либо бесплатность приглашения, основные аспекты в пресс-релизах и пост-релизах, места съемок и пр.);
 - способ доставки школьников на мероприятие, встреча школьников на предприятии;
 - завершающая встречу фотография на память (на каком фоне, в каком помещении, кто фотографирует, каким образом стороны обмениваются фотографиями и т.д.)
- и пр.

На усмотрение организаторов (в первую очередь предприятия) в план экскурсии можно включить элементы профпроб, мастер-класс или круглый стол для обсуждения школьниками с ведущими специалистами предприятия его актуального состояния и перспектив развития, пакета социальных гарантий, программ поддержки молодых специалистов и т.д.

Все достигнутые договоренности рекомендуется **зафиксировать** на бумаге (сделать это рекомендуется представителю образовательной организации и отправить на

электронную почту представителю предприятия на согласование, например, в виде подробного плана с примечаниями). Даже в случае если предприятие является давним и надежным социальным партнером образовательной организации, рекомендуется вести официальную переписку (писать официальные письма с просьбой о проведении мероприятия, об уточнении условий проведения мероприятия, утверждать списки участников и пр.) – в ситуации информационной перегруженности письма позволяют легко восстановить суть и детали договоренностей, избежать недопониманий. В первом (инициирующем) письме рекомендуется отметить те положительные эффекты, которые будут получены в результате мероприятия, например, формирование социально ориентированных ценностных установок у молодежи, формирование социально активного кадрового потенциала территории, воспитание у подрастающего поколения уважительного отношения к труду, формирование в обществе лояльности к предприятию, содействие построению долгосрочной кадровой политики предприятия с опорой на жизненные ценности потенциальных работников, их карьерную направленность, требования и пожелания к рабочему месту, условиям труда, зарплатные ожидания и пр., формирование положительного имиджа востребованных профессий и рабочих мест и т.д. Согласование деталей, подробного плана по электронной почте помогает упрочить договоренности и избежать разногласий.

Особое внимание организатору (организаторам) необходимо уделить **подготовке родителей**, участвующих в мероприятии. Основная проблема – неготовность родителей к публичным выступлениям. Даже если в качестве публики выступают собственные дети и их одноклассники, человеку сложно справиться с волнением, точно рассчитать время, самостоятельно расставить нужные акценты в своей речи и т.д. Педагоги должны оказать содействие таким родителям: совместно составить текст, рассказать об особенностях детей, подсказать приемы поддержания их внимания и т.д.

Ожидаемые результаты

В ходе мероприятия школьники получают наглядное представление о роли труда своих родителей, что формирует у них уважительное отношение к труду в целом, и своих родителей (родителей своих одноклассников) в частности. Через знакомство с конкретным предприятием у школьников расширяются знания о структуре экономики, современном производстве, содержании и условиях труда. Полученные во время мероприятия знания в последующем транслируются ими своим сверстникам, семье, знакомым и т.д. Таким образом популяризируются востребованные экономикой специальности, повышается имидж работы на производственном предприятии.