

Информационно-познавательная игра для старшекласников по профориентации «Лабиринт выбора»

Цель: сформировать представление о сложности и осознанности выбора профессии в соответствии с индивидуальными особенностями личности.

Задачи:

- активизация знаний учащихся о многообразии профессий;
- побуждение учащихся к осознанному, мотивированному выбору профессии на основе понимания своих возможностей, интересов и склонностей;
- оказание педагогической поддержки учащимся для дальнейшего личностного роста.

Ход мероприятия.

Вступительное слово:

«У меня растут года, будет и 17! Где работать мне тогда, чем заниматься?»

- Такими строками начинается всем известное с детства стихотворение В. Маяковского «Кем быть?», написанное поэтом почти столетие назад, в далёком 1928 году, но и сегодня не теряющие своей актуальности. Каждый молодой человек, на пороге выпуска из школы делает в своей жизни самый важный выбор – выбор профессии.

- Ребята, вы согласны, что выбор профессии - самый важный выбор? Почему вы так думаете?

- Профессиональная деятельность занимает примерно третью часть жизни каждого человека. Это немало. Особенно если учесть, что ещё одну третью часть своей жизни мы проводим во сне. Заниматься столько времени любимым делом – счастье, которое вполне достижимо, нужно только правильно выбрать профессию.

- А что необходимо знать при выборе своей будущей профессии? (свои возможности, состояние здоровья, свои профессиональные интересы и склонности, требования к профессии и ситуацию на рынке труда)

С целью максимальной осознанности выбора профессии в соответствии со своими индивидуальными склонностями, интересами и возможностями. Мы сегодня проводим деловую игру по профориентации «Лабиринт выбора».

Эпиграфом к нашему занятию я хочу предложить вам слова древнего мыслителя

«Когда человек не знает, к какой пристани он держит путь, для него ни один ветер не будет попутным.»

-Как понимаете выражение?

Стихотворение Ф.С. Махова (*слайд 3*)

Начнём с разминки. Игра «Цепочка» (*слайд 4*)

Задание 1 «Реклама профессии» водитель, журналист. Деление на 2 группы.

Во все времена реклама была сильнейшим двигателем. Вам предлагаю сделать рекламу профессии. (работа в группе 5-7 минут) Защита (до 2 х минут) *слайд 5*

Молодцы, вы замечательно справились с этим заданием, сделать такую интересную рекламу могут люди, которым известны особенности данных профессии, специфика.

Во многих странах пытались и пытаются создать классификацию профессий. . **Слайд № 6** В нашей стране принято пользоваться классификацией профессора, Евгения Александровича Климова. Он поделил все профессии на 5 основных типов:

Первый тип: человек-человек. **Слайд № 7.**Предметом труда в этой профессии является другой человек, а характерной чертой деятельности – воздействие на других людей. К такому типу профессий относятся учитель, врач, журналист, продавец.

Второй тип: человек – техника. **Слайд № 8.**Это могут быть летчики, водители, матросы, токари, слесари и др. профессии, использующие технические устройства.

Третий тип: человек – знаковая система. **Слайд № 9.** Специалисты такого типа используют в своем труде различные знаки: устная и письменная речь, цифры, химические и физические символы, ноты, схемы, карты, графики, рисунки, дорожные знаки и т.п. Это бухгалтеры, ученые, люди, работающие в лабораториях, научных центрах.

Четвертый тип: человек – художественный образ. **Слайд № 10.** Людей этого типа отличает наличие живого образного мышления, художественная фантазия, талант. Это музыканты актеры, дизайнеры и др.

Пятый тип: человек-природа. **Слайд № 11.** Люди этих профессий имеют дело с неживой и живой природой (ветеринар, агроном, гидролог, овцевод, механизатор, тракторист). Для них характерен общий предмет труда – животные и растения, почва и воздушная среда.

Задание 2. Распределить профессии по типам, объяснить свой выбор. **Слайд № 12.** (работа в группе 3минуты).

Давайте проверим **Слайд № 13**

Слайд № 14 «Отдохнём!»

Слайд №15. Уточнение понятий: профессия, специальность, должность – обогащение словаря учащихся.

- **Профессия** – это род трудовой деятельности, занятий, требующих определенной подготовки и являющихся источником существования.
- **Специальность** – это вид занятия в рамках одной профессии.
- **Должность** – это служебная обязанность, это круг действий, возложенных на определённого человека и обязательных для исполнения

Задание 3 Распределить профессии, должности, специальности в таблице. Работа в группе 3 минуты. Слайд №16

Проверяем Слайд №17

"Новое время — новые профессии". В последнее время на рынке труда появились совершенно новые профессии, названия которых трудно запомнить. Слайд № 18. С развитием рыночных отношений в условиях конкуренции появились специалисты, новые профессии, которые занимаются продвижением новых товаров на рынке. На Западе эти профессии возникли гораздо раньше, чем в России.

- А знаете ли вы такие профессии? (Менеджер, секьюрити, арт-директор, промоутер, супервайзеры и т.д.)

Задание 4. Соотнести профессию и ее описание. Выдается список профессий и их описание (2-3 минуты) Затем сдают жюри и проверяем на слайдах

Медиапланер (медиапланер) Слайд № 21

Такую профессию можно смело относить к рекламному бизнесу. Человек, который работает в данной сфере занимается тем, что составляет схему вложения средств, для того что бы раскрутить компанию, бренд или продукцию. Причем эти вложения должны быть выгодными для компании. Не всегда в штате компании можно встретить такую должность, и уж тем более целый отдел, но все-таки в самых крупных компаниях они есть. Чаще всего компания привлекает стороннего из числа сотрудников в рекламном агентстве. В этой профессии достаточно важно обладать математическими способностями, также нужно иметь хороший общий кругозор, уметь работать со СМИ. Знать, как они работают и на каких принципах, как к средствам массовой информации относятся потребители и как они на них реагируют. Также немаловажным фактором является умение грамотно работать с компьютером и со стандартным набором программ.

Криэйтор. Слайд № 19

В переводе с английского означает «творец», «создатель» (в первую очередь новых идей). Задумки находят воплощение в концепциях рекламных проектов, в создании фирменного стиля компаний, в текстах, рисунках или видеороликах. И все они в итоге способствуют формированию нужного общественного мнения.сегодня принято называть конкретного директора компании, т.е. человека, который отвечает за разработку, ведение и контроль рекламных проектов. Плюсом профессии является ее творческая направленность. К минусам можно отнести несовпадение вкусов заказчиков и исполнителя. Важные качества: Творческие способности, хорошо развитое воображение, умение генерировать яркие продаваемые идеи, умение быть в курсе последних событий, способность воздействовать на людей, интуиция, безупречный вкус, знание психологии, менеджмента и маркетинга, коммуникабельность.

Бренд-менеджер. Слайд № 20

..... — это специалист, занимающийся продвижением на рынке определенной группы товаров, объединенных по торговой марке. В зоне ответственности классического оказывается все, что касается вверенных ему торговых марок, а именно: Анализ ситуации на рынке.

Курирование производства продукта. Необходимо знать всю технологическую цепочку, понимать возможности существующих производственных линий и согласовывать строительство новых.
Планирование продаж, отчетность, контроль дистрибьюции.
Ценообразование. Представление о ценовых сегментах, их емкости, динамике цен на готовый продукт и сырье. Выявление и анализ предпочтений потребителей. следует быть в курсе того, что, когда и где покупают, какие эмоции при этом испытывают, а также знать все те же характеристики о конкурирующих товарах.

Супервайзер. Слайд № 22

Несмотря на модное, западное наименование профессии — человек этой профессии является обыкновенным руководителем. У него в подчинении всегда есть ряд линейных сотрудников — промоутеров, торговых представителей, мерчендайзеров, менеджеров по продажам или иных специалистов.

В основные должностные обязанности входит: подбор и обучение персонала; распределение заданий между сотрудниками; ведение переговоров с контрагентами и партнерами; контроль качества работы; отчетность о работе подчиненных.

Мерчендайзер. Слайд № 23

..... — звучит очень загадочно и необычно для русского слуха, а кого-то и вовсе отпугивает такое непонятное название. На самом деле— это должность представителя компании, который занимается продвижением товаров компании и поддержанием положительного имени продвигаемого бренда. Стать может студент или новичок без стажа работы, и уже через год-другой получить необходимые навыки для успешного продвижения по карьерной лестнице. Это творческая работа, которая позволяет реализовать свои способности и получить новые возможности для профессионального роста. в гипермаркете и в супермаркете отвечает за выкладку товаров на витрине.

Промоутер. Слайд № 24

Название профессии происходит от английского слова , имеющего значение «продвигать». Сегодня в центре большого города можно встретить буквально на каждом шагу: они предлагают рекламные листовки и буклеты, предлагают попробовать новый сорт сыра или колбасы, приглашают на презентацию нового товара или услуги. Другими словами, они продвигают какой-то продукт на потребительском рынке. Работа на первый взгляд не представляет большой сложности. Несколько часов подряд он просто раздает листовки либо предлагает что-то купить и получить подарок. Но в его обязанности нередко входят и другие функции: консультирование потенциальных покупателей по вопросам, связанным с продвигаемым продуктом; анкетирование тех, кто обратился для дегустации либо консультации; проведение презентаций товара или услуги; розыгрыш призов или раздача подарков потенциальным потребителям товара или услуги; организация массовых рекламных акций.

Маркетолог Слайд № 25

Профессия относительно молодая, появилась в середине прошлого столетия. В какой-то момент предприятиям стало тесно в рамках существующей территории, где уже все, кто хотели, стали клиентами той или иной компании. Вот и появилась необходимость в специалистах, которые смогли бы собрать информацию и проанализировать текущую экономическую ситуацию в регионах, оценить покупательную способность населения. Основная цель работы человека этой профессии – удовлетворение потребностей потребителей с максимальной выгодой для компании. Для этого необходимо изучить и выявить неудовлетворенные потребности потенциальной целевой аудитории, после – создать товар, который будет максимально подходить по своим характеристикам покупателю

Логист(логистик). Слайд № 26

Это специалист, который организует и координирует доставку товаров от производства до точек реализации. Хороший специалист всегда имеет несколько вариантов доставки груза и знает, как сделать так, чтобы товар дошел до потребителя своевременно и с минимальными издержками. Эта должность востребована в первую очередь в фирмах, занимающихся грузоперевозками. Кроме того, нужны любым производственным компаниям — от промышленных предприятий до агрофирм, поскольку производимую продукцию всегда необходимо доставлять покупателям.

Тест « Ты и твоя профессия». Слайд № 27,28.

- У каждого из вас есть какие-то способности, склонности. Сейчас я с вами проведу шуточный тест с геометрическими фигурами. Используя три геометрические фигуры - треугольник, круг, квадрат, нарисуйте человечка, состоящего из 10 элементов. Должны быть использованы все три геометрические фигуры. Качество рисунка не имеет значения. Если нарисованы лишние элементы – их надо зачеркнуть, если их не хватает – дорисовать недостающие. Время выполнения – 1 минута. (Дети рисуют фигурки)

- А теперь подсчитайте количество треугольников. (Дети выполняют задание).

- Ребята, у кого от 6 до 8 треугольников поднимите руку. Вы относитесь к Типу руководителя, хорошие преподаватели. У вас ярко выражено стремление к лидерству, хорошо разбираетесь в людях, работаете с информацией. (И так почти с каждым видом)

ПЕРВЫЙ ТИП: 6-8 треугольников – тип руководителя, хорошие преподаватели. Ярко выражено стремление к лидерству, хорошо разбираются в людях, работают с информацией.

ВТОРОЙ ТИП: 5 треугольников. Ответственный исполнитель, хорошие организаторские способности. Профессионал, до мелочей продумывающий свою деятельность.

ТРЕТИЙ ТИП: 4 треугольника. Разнообразие интересов и талантов. Склонность к индивидуальной работе.

ЧЕТВЕРТЫЙ ТИП: 3 треугольника. Это человек рационален, объективен, легко переключается с одного вида деятельности на другой.

ПЯТЫЙ ТИП: 2 треугольника. Интерес к искусству и человеку. Тонко чувствует все новое и необычное.

ШЕСТОЙ ТИП: 1 треугольник. Обладает богатым воображением. Любит изобретать, конструировать, рисовать.

Конечно, этот тест не отражает все многообразие ваших талантов. Но, может быть, он поможет вам задуматься о себе, о своих возможностях и способностях и начать развивать эти способности. В конечном итоге это поможет вам в выборе жизненного пути.

Подведение итогов занятия: Слайд № 29. Подошло к концу наше занятие по профориентации. Вы много узнали интересного о профессиях. Вы показали все необходимые качества новых профессий: хороший вкус, творческую смелость, гибкость мышления, креативность, умение работать в команде. Я думаю, что кто-то из вас в будущем выберет одну из данных профессий.

Рефлексия: если наше занятие вы считаете полезным для себя, интересным и нужным, если сегодня вы узнали новую информацию, подошли на один шаг ближе к своему выбору – покажите большой палец вверх, если информация для вас ненужная, бесполезная и сегодня с урока ничего вы не взяли – палец вниз.

Большое спасибо за внимание.

Распределите профессии по типам, заполнив таблицу.

Водитель, биолог, оператор ПК, бухгалтер, дизайнер, социальный работник, журналист, эколог, токарь, физик, учитель, вокалист, слесарь, зоотехник, строитель, кассир, врач, декоратор, судья, верстальщик, геолог, столяр, егерь, воспитатель, визажист.

Человек - Человек	Человек - Техника	Человек - Природа	Человек - Знаковая система	Человек - Художественный образ

Соотнести профессию и ее описание.

Профессия	Соответствующая буква
Медиапленнер (медиапланер)	
Кризэйтор.	
Бренд-менеджер	
Супервайзер	
Мерчендайзер	
Промоутер	
Маркетолог	
Логист(логистик).	

А	<p>Это специалист, который организует и координирует доставку товаров от производства до точек реализации. Хороший специалист всегда имеет несколько вариантов доставки груза и знает, как сделать так, чтобы товар дошел до потребителя своевременно и с минимальными издержками. Эта должность востребована в первую очередь в фирмах, занимающихся грузоперевозками. Кроме того, нужны любым производственным компаниям — от промышленных предприятий до агрофирм, поскольку производимую продукцию всегда необходимо доставлять покупателям.</p>
Б	<p>Название профессии происходит от английского слова , имеющего значение «продвигать». Сегодня в центре большого города можно встретить буквально на каждом шагу: они предлагают рекламные листовки и буклеты, предлагают попробовать новый сорт сыра или колбасы, приглашают на презентацию нового товара или услуги. Другими словами, они продвигают какой-то продукт на потребительском рынке. Работа на первый взгляд не представляет большой сложности. Несколько часов подряд он просто раздает листовки либо предлагает что-то купить и получить подарок. Но в его обязанности нередко входят и другие функции: консультирование потенциальных покупателей по вопросам, связанным с продвигаемым продуктом; анкетирование тех, кто обратился для дегустации либо консультации; проведение презентаций товара или услуги; розыгрыш призов или раздача подарков потенциальным потребителям товара или услуги; организация массовых рекламных акций.</p>
С	<p>Такую профессию можно смело относить к рекламному бизнесу. Человек, который работает в данной сфере занимается тем, что составляет схему вложения средств, для того что бы раскрутить компанию, бренд или продукцию. Причем эти вложения должны быть выгодными для компании. Не всегда в штате компании можно встретить такую должность, и уж тем более целый отдел, но все-таки в самых крупных компаниях они есть. Чаще всего компания привлекает стороннего из числа сотрудников в рекламном агентстве. В этой профессии достаточно важно обладать математическими способностями, также нужно иметь хороший общий кругозор, уметь работать со СМИ. Знать, как они работают и на каких принципах, как к средствам массовой информации относятся потребители и как они на них реагируют. Также немаловажным фактором является умение грамотно работать с компьютером и со стандартным набором программ.</p>
Д	<p>Профессия относительно молодая, появилась в середине прошлого столетия. В какой-то момент предприятиям стало тесно в рамках существующей территории, где уже все, кто хотели, стали клиентами той или иной компании. Вот и появилась необходимость в специалистах, которые смогли бы собрать информацию и проанализировать текущую экономическую ситуацию в регионах, оценить покупательную</p>

	<p>способность населения. Основная цель работы человека этой профессии – удовлетворение потребностей потребителей с максимальной выгодой для компании. Для этого необходимо изучить и выявить неудовлетворенные потребности потенциальной целевой аудитории, после – создать товар, который будет максимально подходить по своим характеристикам покупателю</p>
Е	<p>..... — это специалист, занимающийся продвижением на рынке определенной группы товаров, объединенных по торговой марке. В зоне ответственности классического оказывается все, что касается вверенных ему торговых марок, а именно: Анализ ситуации на рынке.</p> <p>Курирование производства продукта. Необходимо знать всю технологическую цепочку, понимать возможности существующих производственных линий и согласовывать строительство новых.</p> <p>Планирование продаж, отчетность, контроль дистрибьюции.</p> <p>Ценообразование. Представление о ценовых сегментах, их емкости, динамике цен на готовый продукт и сырье. Выявление и анализ предпочтений потребителей. следует быть в курсе того, что, когда и где покупают, какие эмоции при этом испытывают, а также знать все те же характеристики о конкурирующих товарах.</p>
Ж	<p>..... — звучит очень загадочно и необычно для русского слуха, а кого-то и вовсе отпугивает такое непонятное название. На самом деле— это должность представителя компании, который занимается продвижением товаров компании и поддержанием положительного имени продвигаемого бренда. Стать может студент или новичок без стажа работы, и уже через год-другой получить необходимые навыки для успешного продвижения по карьерной лестнице. Это творческая работа, которая позволяет реализовать свои способности и получить новые возможности для профессионального роста. в гипермаркете и в супермаркете отвечает за выкладку товаров на витрине.</p>
З	<p>Несмотря на модное, западное наименование профессии — человек этой профессии является обыкновенным руководителем. У него в подчинении всегда есть ряд линейных сотрудников — промоутеров, торговых представителей, мерчендайзеров, менеджеров по продажам или иных специалистов.</p> <p>В основные должностные обязанности входит: подбор и обучение персонала; распределение заданий между сотрудниками; ведение переговоров с контрагентами и партнерами; контроль качества работы; отчетность о работе подчиненных.</p>
И	<p>В переводе с английского означает «творец», «создатель» (в первую очередь новых идей). Задумки находят воплощение в концепциях рекламных проектов, в создании фирменного стиля компаний, в текстах, рисунках или видеороликах. И все они в итоге способствуют</p>

	<p>формированию нужного общественного мнения.сегодня принято называть конкретного директора компании, т.е. человека, который отвечает за разработку, ведение и контроль рекламных проектов. Плюсом профессии является ее творческая направленность. К минусам можно отнести несовпадение вкусов заказчиков и исполнителя. Важные качества: Творческие способности, хорошо развитое воображение, умение генерировать яркие продаваемые идеи, умение быть в курсе последних событий, способность воздействовать на людей, интуиция, безупречный вкус, знание психологии, менеджмента и маркетинга, коммуникабельность.</p>
А	<p>Это специалист, который организует и координирует доставку товаров от производства до точек реализации. Хороший специалист всегда имеет несколько вариантов доставки груза и знает, как сделать так, чтобы товар дошел до потребителя своевременно и с минимальными издержками. Эта должность востребована в первую очередь в фирмах, занимающихся грузоперевозками. Кроме того, нужны любым производственным компаниям — от промышленных предприятий до агрофирм, поскольку производимую продукцию всегда необходимо доставлять покупателям.</p>
Б	<p>Название профессии происходит от английского слова , имеющего значение «продвигать». Сегодня в центре большого города можно встретить буквально на каждом шагу: они предлагают рекламные листовки и буклеты, предлагают попробовать новый сорт сыра или колбасы, приглашают на презентацию нового товара или услуги. Другими словами, они продвигают какой-то продукт на потребительском рынке. Работа на первый взгляд не представляет большой сложности. Несколько часов подряд он просто раздает листовки либо предлагает что-то купить и получить подарок. Но в его обязанности нередко входят и другие функции: консультирование потенциальных покупателей по вопросам, связанным с продвигаемым продуктом; анкетирование тех, кто обратился для дегустации либо консультации; проведение презентаций товара или услуги; розыгрыш призов или раздача подарков потенциальным потребителям товара или услуги; организация массовых рекламных акций.</p>
С	<p>Такую профессию можно смело относить к рекламному бизнесу. Человек, который работает в данной сфере занимается тем, что составляет схему вложения средств, для того что бы раскрутить компанию, бренд или продукцию. Причем эти вложения должны быть выгодными для компании. Не всегда в штате компании можно встретить такую должность, и уж тем более целый отдел, но все-таки в самых крупных компаниях они есть. Чаще всего компания привлекает стороннего из числа сотрудников в рекламном агентстве. В этой профессии достаточно важно обладать математическими способностями, также нужно иметь хороший общий кругозор, уметь работать со СМИ. Знать,</p>

	<p>как они работают и на каких принципах, как к средствам массовой информации относятся потребители и как они на них реагируют. Также немаловажным фактором является умение грамотно работать с компьютером и со стандартным набором программ.</p>
Д	<p>Профессия относительно молодая, появилась в середине прошлого столетия. В какой-то момент предприятиям стало тесно в рамках существующей территории, где уже все, кто хотели, стали клиентами той или иной компании. Вот и появилась необходимость в специалистах, которые смогли бы собрать информацию и проанализировать текущую экономическую ситуацию в регионах, оценить покупательную способность населения. Основная цель работы человека этой профессии – удовлетворение потребностей потребителей с максимальной выгодой для компании. Для этого необходимо изучить и выявить неудовлетворенные потребности потенциальной целевой аудитории, после – создать товар, который будет максимально подходить по своим характеристикам покупателю</p>
Е	<p>..... — это специалист, занимающийся продвижением на рынке определенной группы товаров, объединенных по торговой марке. В зоне ответственности классического оказывается все, что касается вверенных ему торговых марок, а именно: Анализ ситуации на рынке.</p> <p>Курирование производства продукта. Необходимо знать всю технологическую цепочку, понимать возможности существующих производственных линий и согласовывать строительство новых.</p> <p>Планирование продаж, отчетность, контроль дистрибьюции.</p> <p>Ценообразование. Представление о ценовых сегментах, их емкости, динамике цен на готовый продукт и сырье. Выявление и анализ предпочтений потребителей. следует быть в курсе того, что, когда и где покупают, какие эмоции при этом испытывают, а также знать все те же характеристики о конкурирующих товарах.</p>
Ж	<p>..... — звучит очень загадочно и необычно для русского слуха, а кого-то и вовсе отпугивает такое непонятное название. На самом деле— это должность представителя компании, который занимается продвижением товаров компании и поддержанием положительного имени продвигаемого бренда. Стать может студент или новичок без стажа работы, и уже через год-другой получить необходимые навыки для успешного продвижения по карьерной лестнице. Это творческая работа, которая позволяет реализовать свои способности и получить новые возможности для профессионального роста. в гипермаркете и в супермаркете отвечает за выкладку товаров на витрине.</p>
З	<p>Несмотря на модное, западное наименование профессии — человек этой профессии является обыкновенным руководителем. У него в подчинении всегда есть ряд линейных сотрудников — промоутеров, торговых</p>

	<p>представителей, мерчендайзеров, менеджеров по продажам или иных специалистов.</p> <p>В основные должностные обязанности входит: подбор и обучение персонала; распределение заданий между сотрудниками; ведение переговоров с контрагентами и партнерами; контроль качества работы; отчетность о работе подчиненных.</p>
<p>И</p>	<p>В переводе с английского означает «творец», «создатель» (в первую очередь новых идей). Задумки находят воплощение в концепциях рекламных проектов, в создании фирменного стиля компаний, в текстах, рисунках или видеороликах. И все они в итоге способствуют формированию нужного общественного мнения.сегодня принято называть конкретного директора компании, т.е. человека, который отвечает за разработку, ведение и контроль рекламных проектов. Плюсом профессии является ее творческая направленность. К минусам можно отнести несовпадение вкусов заказчиков и исполнителя. Важные качества: Творческие способности, хорошо развитое воображение, умение генерировать яркие продаваемые идеи, умение быть в курсе последних событий, способность воздействовать на людей, интуиция, безупречный вкус, знание психологии, менеджмента и маркетинга, коммуникабельность.</p>