

4. Шадриков В.Д. Новая модель специалиста: инновационная подготовка и компетентностный подход // Высшее образование сегодня . 2004. №8.

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ БРЕЙНСТОРМИНГА ДЛЯ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ ПРОДВИЖЕНИЯ И РЕКЛАМЫ КОММЕРЧЕСКИХ ДИСТАНЦИОННЫХ КУРСОВ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ В ОБЛАСТИ ИКТ ДЛЯ УЧИТЕЛЕЙ-ПРЕДМЕТНИКОВ**

Н.Н. Устинова  
*ФГБОУ ВПО «ШГПИ», Шадринск, Россия*

### **Аннотация**

В статье приведено описание методических особенностей реализации брейнсторминга в процессе обсуждения идей, связанных с воплощением различных маркетинговых ходов для продвижения коммерческих курсов повышения квалификации по использованию средств ИКТ в профессиональной деятельности учителя.

**Ключевые слова:** *Техника брейнсторминга, дискуссия, курсы повышения квалификации.*

### **Abstract**

The article describes the methodological features of realization of brainstorming in the discussion of ideas, to translate the different marketing approaches to promote commercial training courses on the use of ICT in teacher's professional activity.

**Keywords:** *Technique of brainstorming, discussion, training courses*

Современное общество предъявляет особые требования к обеспечению высокого качества предоставляемых образовательных услуг. В условиях жесткой конкуренции учреждения, предоставляющие услуги по переподготовке и повышению квалификации педагогических кадров, осуществляют поиск эффективных методов привлечения слушателей. Творческое решение данной задачи станет конкурентным преимуществом вузов, организующих курсы повышения квалификации.

На факультете информатики, математики и физики Шадринского государственного педагогического института несколько лет осуществляется переподготовка и повышение квалификации учителей в области использования средств ИКТ в профессиональной деятельности. В ходе организации курсов были выявлены следующие проблемы, которые требуют оперативного решения:

- 1) неоднородность групп;
- 2) плохая посещаемость занятий из-за требований (со стороны администрации школ) обучения на курсах без отрыва от работы;
- 3) высокая наполняемость групп, невозможность деления слушателей на подгруппы;
- 4) боязнь компьютерной техники;

- 5) отсутствие мотивации в освоении новых технологий;
- 6) невозможность и нежелание учителей осуществлять оплату коммерческих курсов повышения квалификации;
- 7) отсутствие достаточного технического оснащения в классах.

Эти и многие другие проблемы помогут преодолеть нестандартные, творческие решения, которые были получены на факультете информатики, математики и физики ШГПИ с использованием брейнсторминга. Рассмотрим подробнее реализацию данного метода.

Брейнсторминг – способ дискуссионного решения проблем посредством организации процесса группового творческого мышления, при котором сначала за короткий промежуток времени группа участников придумывает множество идей, а затем отбирает наиболее удачные, которые могут быть использованы. Организация подобной дискуссии проходит в несколько этапов:

- 1) отбор участников, распределение их по группам;
- 2) сообщение и обоснование проблемы;
- 3) генерация идей (так называемая «тихая стадия»);
- 4) коллективное обсуждение ответов;
- 5) систематизация идей в группе;
- 6) презентация жизнеспособных, по мнению групп, вариантов;
- 7) коллективное обсуждение выделенных группами решений;
- 8) повторный отбор наиболее удачных идей;
- 9) поиск возможных путей реализации предложенных идей.

Важную роль в использовании техники брейнсторминг играет модератор, которым может выступать тактичный, требовательный руководитель, ориентирующийся как в поставленной проблеме, так и в правилах управления коллективом. Модератор – это позитивный человек, умеющий:

- мотивировать коллектив на обсуждение текущей проблемы;
- регламентировать процесс генерации идей;
- жестко, но тактично прерывать критику по отношению к любой, даже неординарной идее;
- стимулировать творческий процесс;
- корректно задавать вопросы;
- ограничить временные рамки обсуждения.

Рассмотрим более подробно использование техники брейнсторминга для решения конкретной проблемы, которая возникла перед коллективом факультета информатики, математики и физики ШГПИ: продвижение и реклама коммерческих дистанционных курсов повышения квалификации в области ИКТ.

На этапе отбора участников мозгового штурма предстояло выявить и распределить по группам коллектив факультета. Было принято решение привлечь к подобной работе инициативную группу, состоящую из членов заинтересованных кафедр, всего в обсуждении приняло участие двенадцать человек (три группы по четыре человека в каждой).

На этапе сообщения и обоснования проблемы, которую предстоит решить, перед коллективом факультета был поставлен вопрос: как привлечь учителей на коммерческие дистанционные курсы повышения квалификации по использованию средств ИКТ в профессиональной деятельности. Основной задачей было получение как можно больше любых, даже самых неординарных идей.

На этапе генерации идей был использован еще один метод - автобусная остановка. Каждый из участников обсуждения записывал по четыре идеи на листах бумаги, которыми члены группы обменивались каждые три минуты. В итоге каждый человек записал шестнадцать ответов на поставленный вопрос, а в целом каждой группой было получено шестьдесят четыре идеи. Всего было придумано и написано 192 решения.

На этапе представления идей группа должна была систематизировать и отобрать по десять жизнеспособных вариантов решения проблемы привлечения слушателей на коммерческие дистанционные курсы повышения квалификации в ШГПИ. В итоге обсуждения коллективом факультета информатики, математики и физики изложенной проблемы была получена следующая таблица идей (таблица 1).

Некоторые из приведенных решений повторились и в таблице были объединены.

На этапе поиска возможных путей для реализации предложенных группами решений проблемы продвижения коммерческих дистанционных курсов повышения квалификации было предложено продумать шаги по внедрению каждой идеи. Все варианты рассматривались с трех позиций – оригинальности, возможности применения, затраты на реализацию. Оригинальность: 0 – идея банальна; 1 – идея неплохая; 2 – идея хорошая; 3 – идея отличная, оригинальная. Возможность применения: 0 – не удалось найти конструктивного решения; 1 – реализация невозможна в настоящий момент (причины могут быть разные); 2 – реализация требует мобилизации имеющихся в вузе ресурсов; 3 – идея легко реализуема в любое время. Затраты: 0 – затраты постоянны и могут превысить доход; 1 – затраты небольшие, но периодически повторяющиеся; 2 – затраты единовременны; 3 – затраты минимальны, например, не выходят за рамки должностных обязанностей сотрудников вуза.

Таблица 1.

## Идеи, возникшие в результате использования техники брейнсторминга

<i>Группа 1</i>	<i>Группа 2</i>	<i>Группа 3</i>
<p>1. Использовать гибкую ценовую политику.</p> <p>2. Использовать акции типа: «привел друга – получил скидку», «привел 10 человек – обучился сам бесплатно», «выбрал две темы – третью получил в подарок».</p> <p>3. Раздавать подарки рекламного содержания на курсах повышения квалификации (кружки, ручки, блокноты).</p> <p>4. Выкладывать информацию о курсах на сайте ШГПИ.</p> <p>5. Организация экскурсий в ШГПИ.</p> <p>6. Участие в выставках: ИННОПРОМ, ЭКСПО.</p> <p>7. Рассылка рекламы через электронную почту, форумы, чаты, социальные сети.</p> <p>8. Выезд в школы агитбригад с творческими выступлениями.</p> <p>9. Приравнять выпускные испытания дистанционных курсов к собеседованию в магистратуру по направлению подготовки «Педагогическое образование. Использование ИКТ в профессиональной деятельности педагога»</p>	<p>1. Внедрить систему скидок для участников мероприятий, организуемых в ШГПИ (конкурсы, фестивали, олимпиады, выставки).</p> <p>2. Создать и распространять рекламные материалы (буклеты, листовки, баннеры).</p> <p>3. Разработать программы курсов повышения квалификации исходя из требований учителей.</p> <p>4. Размещение информационных статей в СМИ, выступления на телевидении, радио.</p> <p>5. В качестве дополнительных материалов курсов повышения квалификации использовать методические пособия, разработанные преподавателями факультета (серия «Библиотека учителя»).</p> <p>6. Агитация знакомых и друзей.</p> <p>7. Повесить баннеры в больших городах (метро, транспорт, уличные).</p>	<p>1. Бесплатно организовывать мероприятия, носящие рекламный характер (выставки, мастер-классы).</p> <p>2. Организовывать вебинары для учителей по проблемам внедрения средств ИКТ в учебно-воспитательный процесс.</p> <p>3. Выходить с научно-методическими выступлениями в образовательные учреждения (семинары, педагогические советы, заседания методических объединений).</p> <p>4. Создание ресурсного центра на базе ШГПИ (база ЦОР).</p> <p>5. Использование имен известных выпускников в рекламе курсов.</p> <p>6. Создание информационно-рекламных продуктов (футболки, шарики, флажки, значки).</p> <p>7. Объяснение на всех уровнях того факта, что курсы организуются дистанционно, что обеспечивает возможность обучения без отрыва от работы.</p>

Каждая идея оценивалась по четырехбальной шкале (таблица 2):

Таблица 2.

## Пример оценки идей коллективом факультета ИМиФ

<i>Идея</i>	<i>Критерий</i>	<i>Оригинальность</i>	<i>Возможность применения</i>	<i>Затраты</i>
Использовать гибкую ценовую политику		1	1	1
Внедрить систему скидок для участников мероприятий		2	1	1
Бесплатно организовывать мероприятия, носящие рекламный характер (выставки, мастер-классы)		2	2	0
Использовать акции типа: «привел друга – получил		3	2	0

<i>Идея</i>	<i>Критерий</i>	<i>Оригиналь- ность</i>	<i>Возмож- ность при- менения</i>	<i>Затра- ты</i>
скидку», «привел 10 человек – обучился сам бесплатно», «выбрал две темы – третью получил в подарок»				
Создать и распространять рекламные материалы (буклеты, листовки, баннеры)		2	2	1
Организовывать вебинары для учителей по проблемам внедрения средств ИКТ в учебно-воспитательный процесс		3	2	2
Раздавать подарки рекламного содержания на курсах повышения квалификации (кружки, ручки, блокноты)		2	1	0
Разработать программы курсов повышения квалификации исходя из требований учителей		3	3	1
Выходить с научно-методическими выступлениями в образовательные учреждения (семинары, педагогические советы, заседания методических объединений)		2	2	2
Выкладывать информацию о курсах на сайте ШГПИ		2	3	3
Размещение информационных статей в СМИ, выступления на телевидении, радио		2	2	1
Создание ресурсного центра на базе ШГПИ (база ЦОР)		3	2	2
Организация экскурсий в ШГПИ		1	2	3
В качестве дополнительных материалов курсов повышения квалификации использовать методические пособия, разработанные преподавателями факультета (серия «Библиотека учителя»)		1	3	1
Использование имен известных выпускников в рекламе курсов		3	3	2
Участие в выставках: ИННОПРОМ, ЭКСПО		3	2	2
Агитация знакомых и друзей		1	3	1
Создание информационно-рекламных продуктов (футболки, шарики, флажки, значки)		3	2	2
Расылка рекламы через электронную почту, форумы, чаты, социальные сети		2	2	3
Повесить баннеры в больших городах (метро, транспорт, уличные)		3	1	2
Объяснение на всех уровнях того факта, что курсы организуются дистанционно, что обеспечивает возможность обучения без отрыва от работы		2	2	3
Выезд в школы агитбригад с творческими выступлениями		3	3	1
Приравнять выпускные испытания дистанционных курсов к собеседованию в магистратуру по направлению подготовки «Педагогическое образование. Использование ИКТ в профессиональной деятельности педагога»		3	1	3

После коллективного обсуждения выявляются несколько наиболее конструктивных решений проблемы, представляется целесообразным оформить самые лучшие идеи в виде рекомендаций, которые следует реализовать.

В традиционных условиях профессиональной деятельности: в рамках совещаний, семинаров, заседаний научно-педагогических сообществ творческая активность коллектива факультета информатики, математики и физики сдерживалась за счет всевозможных психологических, коммуникативных, социальных барьеров, при использовании техники брейнсторминга участники обсуждения активно вступали в дискуссии, аргументировали свои идеи, отстаивали собственную точку зрения, высвобождая тем самым творческий потенциал. Организация подобных обсуждений позволит не только прийти к решениям, которые являются наиболее эффективными, но и позволят сплотить коллектив, включить сотрудников в интерактивную коммуникацию, приобщить их к активному поиску решений поставленной проблемы.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Гусарова, Н. Достоинства смешанного обучения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://pr-rost.ru/ekspertiza/statyi\\_publicacii/dostoinstva\\_smeshannogo\\_obucheniya/](http://pr-rost.ru/ekspertiza/statyi_publicacii/dostoinstva_smeshannogo_obucheniya/), - свободный.
2. Ребрин, О.И. «Смешанное» обучение как инновационная образовательная технология [Электронный ресурс] / И.И. Шолина, А.М. Сысков. Режим доступа: [http://expert.ustu.ru/doc/publicacii/downloads\\_GetFile.aspx?id=170](http://expert.ustu.ru/doc/publicacii/downloads_GetFile.aspx?id=170), свободный.
3. Селевко, Г.К. Современные образовательные технологии [Текст]: Учебное пособие. – М.: Народное образование, 1998. –С. 4.
4. Беспалько, В.П. Слагаемые педагогической технологии [Текст]. – М.: Педагогика, 1989. –С.85.
5. Лингвистический центр «Кембридж» [Электронный ресурс]. –Режим доступа: <http://www.cambridge-centre.ru/blended/>, свободный.
6. Bersin, J. The Blended Learning Book [Text]. Best Practices, Proven Methodologies and Lessons Learned. San Francisco, California. Pfeiffer, 2004.
7. Thorne, K. Blended learning: how to integrate online & traditional learning [Text]. London Ans Sterling. Kogan Page, 2003.
8. Whitelock, D. Jelfs, A. Editorial. Special Issue on Blended Learning Journal of Educational Media [Text]. Journal of Educational Media, 2003, vol. 28, no 2.
9. Driscoll, M. Blended Learning: Let's Get Beyond the Hype [Electronic resource]. – Access mode: [http://www-07.ibm.com/services/pdf/blended\\_learning.pdf](http://www-07.ibm.com/services/pdf/blended_learning.pdf).
10. Мохова, М.Н. Активные методы в смешанном обучении в системе дополнительного педагогического образования [Текст]. Дис. канд. пед. наук. – М.:2005.

11. Капустин, Ю. И. Педагогические и организационные условия эффективного сочетания очного обучения и применения технологий дистанционного образования [Текст]. Автореферат диссер. доктора пед. наук. – М.: 2007.

12. Martyn, M. The Hybrid Online Model: Good Practice [Text]. Educause Quarterly, 2003, 26(1), 18-23.

## **ИНФОРМАЦИОННАЯ ЭКСПЕРТНАЯ СИСТЕМА КАК ЭФФЕКТИВНОЕ СРЕДСТВО ПРОФОРИЕНТАЦИИ ШКОЛЬНИКОВ**

А.Н. Фатьянова

Научный руководитель: Н.В.Городецкая, к.п.н., доцент кафедры  
*ФГБОУ ВПО «УрГПУ».* Екатеринбург, Россия  
fatyanova.spo@gmail.com

### **Аннотация**

Данная статья посвящена вопросам разработки и использования информационной экспертной системы в школе, позволяющей оптимизировать процессы профессиональной ориентации школьников и разрешить ряд проблем, существующих в школе на сегодняшний день, возникающих у школьников старших классов при выборе будущей профессии и места учебы. В статье описан также функционал информационной системы.

**Ключевые слова:** *система, экспертная система, информационная система, учащийся, сценарий, тестирование, модератор, технология, профессиональная ориентация.*

Информационно-коммуникационные технологии на сегодняшний день характерны для всех сфер общества: управление, промышленность, транспорт, строительство и др. И очень важно, чтобы человек получал интересующую его информацию вовремя, и тогда можно будет наблюдать успехи, как в учебе, так и в карьерном росте. Средства информационно-коммуникационных технологий включают в себя разнообразные программно-технические средства, предназначенные для решения определенных педагогических задач, имеющие предметное содержание и ориентированные на взаимодействие с учащимися.

Технологии эффективно применять и в профессиональной ориентации с учениками школ. Выбор профессии – это один из наиболее важных шагов в жизни человека. И очень важно, чтобы на момент выбора учащийся обладал полной и достаточной информацией.

Профессиональная ориентация — это система научно обоснованных мероприятий, направленных на подготовку молодёжи к выбору профессии, с учётом особенностей личности и социально-экономической ситуации на рынке труда, на оказание помощи молодёжи в профессиональном самоопределении и трудоустройстве[2].