**Информационно-познавательная игра для старшеклассников**

**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 3минуты. **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

**Медиапленнер (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.

*Приложение*

**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)** |  |
| **Криэйтор.** |  |
| **Бренд-менеджер** |  |
| **Супервайзер** |  |
| **Мерчендайзер** |  |
| **Промоутер** |  |
| **Маркетолог** |  |
| **Логист(логистик).** |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **А** | 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. |
| **Б** | 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. |
| **С** | 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. |
| **Д** | 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 |
| **Е** | ………. — 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. |
| **Ж** | ………**..** — 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. |
| **З** | 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. |
| **И** | 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. |
| **А** | 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. |
| **Б** | 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. |
| **С** | 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. |
| **Д** | 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 |
| **Е** | ………. — 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. |
| **Ж** | ………**..** — 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. |
| **З** | 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. |
| **И** | 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. |