

Муниципальное учреждение дополнительного профессионального образования
«Информационно-образовательный центр»
Тутаевского муниципального района

ПРИКАЗ

18.03.2025
г. Тутаев

№ 65а 03/01-04

Об утверждении положения

В соответствии с планом работы МУ ДПО «Информационно-образовательный центр» на 2025 год, в целях обмена опытом в сфере организации разных линий наставнической деятельности, обобщения и распространения эффективных наставнических практик педагогических работников образовательных учреждений Тутаевского муниципального района

ПРИКАЗЫВАЮ:

1. Провести в срок с марта 2025 года по декабрь 2025 года муниципальное событие «Методическое турне «Успешное наставничество».
2. Утвердить Положение о проведении муниципального события «Методическое турне «Успешное наставничество» (Приложение 1).
3. Утвердить график проведения муниципального события «Методическое турне «Успешное наставничество» в 2025 году (Приложение 2).
4. Утвердить организационный комитет по проведению муниципального события «Методическое турне «Успешное наставничество» в составе:
Ягодкина Ольга Константиновна, к.п.н., методист МУ ДПО «ИОЦ»,
Исакова Светлана Петровна, заместитель директора МУ ДПО «ИОЦ»,
Ананьина Ольга Сергеевна, методист МУ ДПО «ИОЦ».
5. Назначить ответственным за проведение муниципального события «Методическое турне «Успешное наставничество» Исакову Светлану Петровну, заместителя директора МУ ДПО «ИОЦ».
6. Контроль исполнения приказа оставляю за собой.

Директор



Е.Н. Козина

Положение о муниципальном событии «Методическом турне «Успешное наставничество»»

1. Общие положения

Актуальность данного события обусловлена назревшей потребностью в сборке и изучении кейсов наставнической практики в Тутаевском муниципальном районе. Муниципальное методическое событие «Методическое турне «Успешное наставничество»» (далее - Турне) нацелено на решение ряда задач:

- актуализировать наставничество в форме «педагог-педагог» во образовательных учреждениях;
- развить в педагогическом сообществе района мотивацию к наставнической деятельности;
- повысить профессиональную компетентность кураторов и наставников средствами неформального образования.

Событие носит проектный характер и вместе с тем задумано в стиле деловой игры.

2. Терминология, используемая в Турне

Ивент-разработчиками использована туристическая терминология

Туристический термин	Уточненные значения термина в Турне
Турне - серия организованных поездок с посещением различных мест и возвращением в исходный пункт.	Методическое турне - серия организованных посещений образовательных учреждений с целью ознакомления с практикуемыми моделями наставничества
Тур - поездка определенной длительности по заранее подготовленному маршруту, включающая в себя определенный комплекс услуг	Тур - посещение ОУ, на базе которого подготовлена программа мероприятий / семинар и т.п. по определенной модели наставничества
«Рекламник» - ознакомительный тур	Каждый тур события - «рекламник»
Туроператор - туристическая фирма, в обязанность которой входит разработка туристических маршрутов и туров, а также их сбыт.	Туроператор - оргкомитет методического турне (МУ ДПО «ИОЦ»),
Турагент - организация или индивидуальный предприниматель, занимающиеся продажей сформированных туроператором туров.	Турагент - образовательное учреждение, на базе которого подготовлена программа мероприятий / семинар и т.п. по определенной модели наставничества
Ваучер	Принятая заявка
Карточка прибытия	Лист регистрации
Гид	Сопровождающий (представитель оргкомитета)

Сертификация услуг - процедура проверки качества предлагаемых продуктов.	Сертификация - оценка представленного опыта по реализации модели наставничества
Имидж - благоприятное или неблагоприятное восприятие потребителем определенной фирмы.	Имидж - обобщенное мнение участников тура/удовлетворенность посещением ОУ
Бонусная система	Система поощрения

3. Идея и целевые группы Турне

3.1. Идея Турне заключается в ознакомлении с успешными наставническими практиками и нацеленности на то, чтобы в результате всех посещений (туров) в каждом образовательном учреждении сложилось четкое представление о реальной практике наставничества в педагогических коллективах муниципального района и обозначились отправные точки и идеи для его развития.

3.2. Определены следующие целевые группы:

- кураторы наставничества в ОУ (действующие или потенциальные);
- наставники (как действующие, так и потенциальные);
- наставляемые педагоги (как правило, молодые специалисты);
- педагоги, которые в определенной ситуации (по)чувствуют потребность в помощи наставника (коллеги, более компетентного в той или иной сфере педагогической деятельности, независимо от стажа работы).

4. Сроки и алгоритм проведения Турне

4.1. Турне проводится ежегодно в течение нескольких месяцев.

4.2. Стартовым событием Турне является оргдеятельностный семинар «СтартАп в успешное наставничество», на котором кураторы наставнической деятельности в образовательных учреждениях совместно с методистами МУ ДПО «ИОЦ»:

- согласуют содержательный и деятельностный аспекты Турне года;
- формируют команды туров, определяют турагентов;
- составляют график проведения туров Турне на календарный год;
- разрабатывают эскизы рекламных постеров к турам Турне.

4.3. Мероприятия Турне отражаются в годовом плане работы МУ ДПО «ИОЦ» и в соответствующих намеченным срокам проведения туров планах на месяц.

4.4. Регистрация участников Турне и сбор отзывов о турах организуются туроператором через Яндекс-формы.

4.5. Ход Турне освещается в социальных сетях и на официальных сайтах образовательных учреждений.

4.6. Материалы Турне публикуются на страницах методического сетевого ресурса «Успешное наставничество».

5. Формы представления наставнических практик

5.1. **Выступление-презентация** - публичное выступление, которое включает в себя понятное и логичное объяснение, визуальную поддержку (чаще всего слайды) и правильную подачу. Дизайн презентации должен быть простым и понятным, избегать перегруженности текстом и графикой. Слайды должны дополнять выступление, а не заменять его.

5.2. **Видеовизитка** - короткий видеоролик, в котором человек представляет себя или команду, свои или командные навыки и достижения. Некоторые рекомендации по созданию видеовизитки: 1). ориентироваться на целевую аудиторию, от этого зависит стиль подачи информации; 2). поставить чёткую цель, это влияет на содержание и структуру видеовизитки; 3). разработать сценарий, в котором необходимо отразить

основные пункты выступления, ключевые преимущества и уникальные особенности; 4). выбрать формат записи (можно использовать классическое студийное видео или динамичную съёмку в различных локациях); 5). использовать подходящее оборудование (для записи видеовизитки подойдёт как профессиональная камера, так и современный смартфон с разрешением не менее 1080p.); 6) провести монтаж и постобработку: обрезать лишние фрагменты, при необходимости отрегулировать яркость и контрастность, устранить посторонние шумы и выровнять громкость.

5.3. **Мастер-класс** - интерактивная форма обучения и обмена опытом, где важна наглядность и информация подкрепляется практическими навыками. Важные особенности мастер-классов: взаимодействие мастера и участника (участник осуществляет творческую деятельность, а мастер объясняет, как её нужно выполнять, демонстрирует отдельные элементы и объясняет типичные ошибки); индивидуальный подход (содержание мастер-класса и подготовка к нему индивидуальны); отсутствие строгих норм (мастер-класс может продолжаться от 30 минут до нескольких часов в зависимости от цели, а количество участников — от двух до тридцати человек); возможность проведения в разных форматах (мастер-классы могут проходить очно, дистанционно через онлайн-платформы). Некоторые виды мастер-классов: практическое занятие (участники повторяют за ведущим его действия), имитационный мастер-класс (ведущий имитирует выполнение определённых действий), лекция с демонстрацией видеозаписи (во время показа видео мастер комментирует происходящее на экране, останавливает воспроизведение, возвращает назад и повторяет сложные моменты выполнения работы, вовлекает участников в практическую деятельность)

5.4. **Открытое мероприятие** (занятие, заседание, круглый стол, деловая игра и др.).

5.5. **Перформанс** (продуманное действие/представление, у которого есть сценарий и которое несёт какую-то идею; необычный формат позволяющий оригинально подать материал, привлечь внимание).

5.6. **Представление проекта** (отчётная точка жизненного цикла проекта, в рамках которой представляют идею проекта и результаты работы. Одна из действенных структур представления проекта — модель «Проблема — Решение — Результат». В разделе «Проблема» описывают основную проблему, которую намерены решить. В разделе «Решение» представляют проект и подробно объясняют, как он справляется с данной проблемой).

5.7. **Деловая игра** - формат, как правило, обучающих деловых встреч, при котором участников погружают в ситуации. Игроки пытаются решить различные задачи и параллельно развивают навыки командной работы и принятия решений. Некоторые виды деловых игр: обучающие (акцент делается на освоении конкретного навыка), оценочные (помогают понять уровень развития навыков у участников/сотрудников, выявить лидеров и потенциальные возможности для роста), командообразующие (направлены на сплочение коллектива).

5.8. **Творческий отчет** (форма представления опыта, отражающая целостную систему работы по решению каких-либо педагогических, психологических, иных профессиональных проблем).

5.9. **Вебинар** - онлайн-встреча, которую проводят в прямом эфире. В ней участвуют спикеры и слушатели (зрители или участники). Спикеры рассказывают что-то по теме, а зрители смотрят выступление и задают вопросы в чате. Целесообразно делать запись вебинара с тем, чтобы иметь возможность увеличения количества людей, заинтересованных в получении информации.

5.10. **Экспресс-семинар** - информационно- обучающий формат, который не требует длительного времени. Такие семинары помогают решить несколько задач: вдохновить и мотивировать участников, подать в сжатом виде информацию о конкретной технологии или сфере знаний; оценить реакцию команды на конкретную идею или тему.

5.11. **Описание практики.** Для описания практики можно включить следующую информацию:

- название практики с указанием разработчиков/участников реализации (ФИО, должность, образовательное учреждение);
- тип практики (педагогическая, методическая, управленческая);
- проблематика и актуальность (указать исходную ситуацию, проблему, которая решалась);
- цель и задачи практики (формулируются чётко и конкретно);
- описание сущности практики (указать, для кого она предназначена и описать, какие мероприятия/события в неё входят);
- логическая цепочка успешности практики: проблема — цель — средства — результат;
- недостатки и трудности, с которыми пришлось столкнуться в процессе реализации практики;
- условия, обеспечивающие устойчивость и эффективность практики;
- рекомендательные письма, экспертные заключения, сертификаты, которые подтверждают значимость практики для сферы образования (можно перечислить документы и указать ссылку на сайте образовательной организации);
- приложения (на усмотрение авторов).

Приложение

Рекомендации к оформлению рекламных постеров

1. Рекламные постеры должны быть понятными и легко воспринимаемыми.
2. Ключевые элементы выделены яркими цветами, чтобы привлекать внимание.
3. Шрифт должен быть разборчивым и подходящим по стилю к общему дизайну плаката.
4. Заголовки лучше сделать крупными, чтобы их было видно издали, а вспомогательную информацию — меньшего размера.
5. Визуальные элементы играют ключевую роль в привлечении внимания. Они должны быть хорошего качества и соответствовать теме рекламного сообщения.
6. Структура рекламного текста включает четыре основных этапа:
 - **Вступление.** На этом этапе главная задача привлечь внимание потенциального клиента. Для этого часто используют яркие заголовки, необычные образы, интересные факты или эмоциональную подачу. Например: «Вы устали от серых будней?», «Прикоснитесь к тайнам древности», «Мечтаете об отпуске?».
 - **Предложение.** Конкретно и лаконично излагается то, что вы хотите предложить клиенту. Важно создать образ желаемого результата, который получит клиент после покупки. Например: «Отдых на берегу черного моря!», «Мы подберем вам тур вашей мечты».
 - **Обработка возражений.** На этом этапе, в тексте следует предугадать ответы на вопросы, которые могут возникнуть у клиента (Сколько стоит и почему так дорого? Чем я смогу там заняться? Какие виды развлечений доступны? Нужно ли знание языка? и т.д.) Например: «Наше агентство предлагает большой выбор программ...», «У нас есть возможность посетить несколько городов», «Только сегодня скидка 50%! Успеете купить!», «Более 100 тысяч довольных клиентов уже оценили наш тур».
 - **Призыв к действию.** В тексте предлагается совершить конкретное действие: перейти на сайт, сделать заказ, подписаться на рассылку и т.п. Призыв к действию должен быть четким и понятным. Например: «Купите сейчас и получите подарок!», «Заполните форму ниже, и мы свяжемся с вами в течение часа!», «Не упустите шанс стать обладателем нашего эксклюзивного предложения!».

Приложение 2 к приказу
от « 18 » 03 2025 № 652 02/01-04

**График проведения муниципального события «Методическом турне
«Успешное наставничество» в 2025 году**

Название тура	Срок проведения	Турагент	Ответственное лицо	ОУ- партнеры турагента
Карусель успеха	апрель	МОУ СШ №7 им. адмирала Ф.Ф. Ушакова	Обухова Г.Е.	МДОУ № 5 «Радуга» МДОУ №14 «Сказка» МДОУ «27 «Цветик-семицветик»
Экстрим-тур	апрель	МОУ Константиновская СШ	Грамотинская С.Г.	МОУ Емишевская ОШ МОУ Столбищенская ОШ, МОУ СШ №6
Мы вместе!	октябрь	МДОУ №4 «Буратино»	Зиминая О.А.	МДОУ № 6 «Ягодка» МДОУ № 3 «Лукошко» МДОУ №23 «Ромашка»
От сотрудничества к успеху!	ноябрь	МОУ СШ №4 «Центр образования»	Смирнова О.Д.	МОУ СШ №3, МОУ Фоминская СШ, МОУ лицей №1