

Путівник сучасних форм методичної роботи



Методичне асорті – захід з набором різноманітних тем і форм роботи.

Методичний мікс (*міх – змішувати, поєднувати*) - поєднання найкращих форм роботи класичної педагогіки плюс мультимедіа та інноваційні комп'ютерні технології;

Методичний брейнстормінг – це нестандартна форма методичної роботи, яка дає можливість виявити загальну ерудицію педагогів, являє собою різновид дискусії, це змагання різних методичних ідей реалізації однієї і тієї самої проблеми.

Сприяє максимальному долученню членів колективу до спільної групової творчої роботи з підвищення теоретичного та практичного рівнів фахової майстерності. Він дає можливість поєднувати індивідуальні та групові форми роботи з учителями, стимулює їх до творчості.

Педагогічний стартап (*від англ. startup – запускати, починаючи*) – зовсім молодий проект, в основі якого лежить якась абсолютно нова ідея, не використана до цього ніким; це нова освітня послуга, яку вони хочуть розвинути і просунути на освітньому ринку, але вона поки що знаходиться на стадії пошуку оптимальних ідей. Стартап зреалізується:

- коли стартапер створює абсолютно новий продукт або удосконалює відомий;
- коли є ідея, яка обов'язково має втілитися в життя;
- коли викладач не може і не хоче працювати за принципом «я розкажучу, а ти слухай»;
- коли він біля себе гуртує інших колег;
- коли використовує будь-яку можливість, щоб познайомити інших зі своїм продуктом.

Педагогічний подіум (дефіле) – демонстрація, показ, презентація творчих доробків педагогічних працівників, методичних комісій, колективів окремих закладів; популяризація, пропаганда кращого передового педагогічного досвіду; представлення інновацій в освіті.

Педагогічний салон (*від фр. salon - кімната, вітальня, у свою чергу від італ. sala - зала*) - засідання однодумців, вибраних осіб, які збираються за круглим столом, у невимушеній обстановці і ведуть розмови, бесіди на об'єднуючу їх тематику; відбувається обмін думками, досвідом з різного кола питань чи конкретного обраного, запланованого питання; обмін досвідом роботи з удосконалення навчально – виховного процесу.

Педагогічний меседж (*повідомлення*) - думка чи ідея, виражена вербальним або невербальним способом; доведення інформації про результати участі у заході, конкурсі; творчі звіти викладачів та майстрів виробничого навчання про роботу над обраною проблемою; висвітлення змін у навчальних програмах та планах та ін..

Презентація-меседж. Використовується для ознайомлення з педагогічними інноваціями, для офіційного представлення нових освітніх програм, підручників, навчальних кабінетів, нового досвіду з певної педагогічної проблеми; обов'язково з використанням мультимедійного обладнання. Мета презентації - привернути увагу до чогось, познайомити з новим починанням, дати йому суспільну оцінку.

Методична креатив-студія - це інноваційний вид професійного навчання, удосконалювання й експериментування, що формує особистісні професійні якості педагога та забезпечує соціально-педагогічну підтримку фахівця. Характеризується яскраво вираженою

творчою атмосферою, можливістю у вільній формі викладати й апробувати самі неординарні педагогічні ідеї. Поєднує творчо працюючих педагогів, а також педагогів прагнучих зберегти або підвищити професійний рівень, що бажають самовиразитися й самоствердитися. Форми і методи роботи: круглий стіл, тренінг, дискусія, робота в групах, інтерактивні форми навчання.

Публічна консультація - це відкрита форма залучення усіх зацікавлених сторін до обговорення конкретних питань або пояснення певних теоретичних положень чи аспектів їх практичного застосування. При підготовці зацікавлена сторона може попередньо надіслати питання для обговорення або надати свої письмові пропозиції.

Інформаційна трибуна - захід, присвячений темі, події, даті. Обов'язково містить інформаційне повідомлення на яку-небудь тему; спеціально організований захід, що забезпечує інформування слухачів про зміст нововведень, інновацій в теорії та практиці освітньої діяльності; розкриває і закріплює отримані знання учасників.

Вернісаж педагогічних ідей - обмін позитивним досвідом учасників.

«Без табу» - форма організації методичної роботи, в якій знайшли оптимальне поєднання елементи педагогічного рингу, творчої дискусії та дебатів. Підготовчий етап: створення та організація роботи ініціативної групи, добору і опрацювання літератури, розробки анкет, проведення соціологічних досліджень. В ролі «ведучого» - директор (заступник директора з ВР). Точка зору «за» і «проти» представляють і аргументують компетентні, добре підготовлені педагоги. Групи підтримки «за» і «проти» - члени педагогічної ради (за власним вибором). Експерти – директор НЗ, психолог, заступник директора з НВР, досвідчений педагог.

Педагогічний стартап

Воркшоп (англ. *workshop* - *робоча майстерня*) - одна з активних форм навчання, аналогічна тренінгам і діловим іграм, які дають можливість активізувати весь потенціал особистості, отримати знання самостійно. Воркшопу притаманна висока інтенсивність групової взаємодії, активність і самостійність учасників, актуальний досвід й особисте переживання. Теоретичні «вкраплення» у вигляді лекцій застосовуються дуже рідко й у мінімальному (необхідному для повного висвітлення теми) обсязі. По закінченні воркшопа у групи є певний інструментарій, модель поведінки в конкретній ситуації. Основні методи і прийоми - аналіз і розбір ситуацій, створення проектів і презентацій, «мозковий штурм», виконання індивідуальних і групових вправ.

Приклад: у групи є завдання, наприклад, прописати процеси взаємодії підрозділу Х з підрозділом У і є тренер-консультант, який їм у цьому процесі допомагає. А так само у групи є певний час. І протягом цього часу група розробляє всі можливі варіанти рішень поставленої задачі. Суть майстерні в тому, що її мета - вирішення задачі, але немає правильного рішення або прогнозованого результату.

Педагогічна реклама. Захід у формі творчої гри «Реклама» проводиться з метою пропаганди та впровадження перспективного досвіду. Об'єктами реклами є творчі знахідки викладача або майстра виробничого навчання, творчої групи педагогів. Автори готують повідомлення про суть досвіду та його перспективність. На виступ відводиться 8-10 хвилин. Форма виступу – довільна, однак творча, креативна. Реклама має бути змістовною, цікавою, переконливою, містити необхідні і достатні для характеристики рекламного об'єкта відомості.

Педагогічний ринг. Може проводитися тоді, коли в колективі існують протилежні погляди на визначену проблему і є необхідність у виробленні єдиних підходів до її розв'язання. Ефективність проведення педагогічного рингу значною мірою залежить від умінь керівника вичленити головні аспекти проблеми і визначити кількість і зміст раундів (їх може бути 3-4). Кожний раунд являє собою поєдинок протилежних думок, поглядів, позицій.

Методичний день. Проводиться в межах одного навчального дня, включаючи два засідання (ранкове та вечірнє) і змістовну роботу між засіданнями (проведення відкритих уроків, обговорення в групах, випуск методичних бюлетенів). Завершується засідання виробленням і прийняттям конкретних рішень і рекомендацій.