



нальной компетентности предполагает развитие их творческого потенциала, формирование мотивационного обеспечения процесса выбора направления, изучения, обобщения и освоения (внедрения) передового педагогического опыта. В основе форм работы с учителями-дефектологами данной группы лежат принципы рефлексивно-сотворческой культуры, диалогической формы общения. Преобладающие формы учебной работы – деятельность в качестве экспертов, выступление в качестве участников проектов и др.

*Специфика разработки содержания и реализации образовательной программы повышения квалификации учителей-дефектологов с низким уровнем профессиональной компетентности предполагает* повышение уровня их психолого-педагогической компетентности. Это – выступление участником активных и интерактивных форм взаимодействия в рамках учебных занятий и др., обеспечивающих развитие их профессиональной мотивации.

Таким образом, дифференцированный подход к разработке содержания и реализации образовательных программ повышения квалификации учителей-дефектологов позволяет обеспечить функцию управления повышением профессионального уровня и педагогической компетенции педагогов в условиях повышения квалификации.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Денякина, Л.М. Новые походы к управленческой деятельности в дошкольном образовательном учреждении / Л.М. Денякина. – Москва: Новая школа, 1997. – 189 с.
2. Основы профессионального самосовершенствования педагога дошкольного учреждения: пособие для педагогов и педагогов-психологов дошкольных учреждений / Е.Л. Гутковская, Я.Л. Коломинский, Е.А. Панько [и др.]; под ред. Е.А. Панько. – Минск: Университетское, 2002. – 154 с.

УДК 376

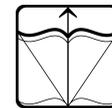
**О.В. Клезович, И.В. Шеститко**

*Учреждение образования «Белорусский государственный педагогический университет имени Максима Танка», Институт повышения квалификации и переподготовки, г. Минск*

#### **ВЗАИМООБУЧЕНИЕ В УСЛОВИЯХ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ВЗРОСЛЫХ: ИНТЕРАКТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ**

Современные требования к качеству образования определяют необходимость поиска эффективных методов и приемов обучения и адекватных им форм контроля знаний, умений и навыков обучающихся. Контроль и оценка знаний, умений и навыков обучающихся неизменно сопровождают педагогический процесс. Однако в педагогике до сих пор не выработано однозначного отношения к контролю и оцениванию, не прекращаются дискуссии о смысле оценивания, объективности и этичности контроля, субъективизме педагога в этом процессе, влиянии контроля и оценивания на познавательную деятельность обучающихся.

Расширение сферы содержания образования, выход за рамки «знаниевой» парадигмы приводит к расширению и видоизменению форм оценочной деятельности в



обучении. Предметом оценки становятся не только стандартизированные знания и умения, но и достижения обучающихся в творческой сфере, ценностные представления об изучаемом материале. По мнению исследователей, стандартизированная оценка знаний и оценка, относящаяся к сфере личностно-творческого развития обучающегося, различаются по своей природе.

В первом случае преподавателю желательно свести к минимуму личное участие в оценивании достижений обучающихся и передать эту функцию контрольно-измерительным материалам, компьютерным программам. Это не только повышает объективность оценки, но и снимает психологический стресс, который возникает у педагога в процессе оценочного общения, когда преподаватель, отрицательно оценивающий достижения обучающихся, сам становится объектом их отрицательной оценки.

Во втором случае контроль выступает как часть педагогического диалога преподавателя и обучающихся в поиске совместных творческих решений. Само понятие «контроль» в данном случае имеет условный смысл, поскольку там, где речь идет о личностных исканиях и творческих сомнениях человека, последний нуждается не в контроле и оценке, а в поддержке, сотрудничестве, признании его права на собственную линию поведения.

Для текущего и итогового контроля знаний и умений слушателей в условиях дополнительного образования взрослых рекомендуется применять активные и интерактивные методы, которые позволяют повысить активность обучающихся. Рассмотрим применение одного из методов – «Креативные станции». Его преимущество состоит в том, что в процессе реализации содержания, участники вступают во взаимоотношения друг с другом, обеспечивающие взаимообучение, взаимоконтроль. Участники демонстрируют не только профессиональные знания и умения, но и общую эрудированность, проявляя решительность, коммуникативность, инициативность, активность.

*«Креативные станции»*

*Цель* – закрепление и систематизация знаний по изученной теме.

*Оборудование:* карточки с названиями креативных станций и описанием заданий, бумага (формат А3), маркеры, цветная бумага, журналы, ножницы, клей, тетради (блокноты), ручки, карточки для создания бейджей, булавки.

*Время:* 45-90 минут.

*Алгоритм реализации:*

1. Обучающимся предлагается написать свое имя на цветных карточках. Карточки должны быть 5 разных цветов (по количеству креативных станций и предлагаемых для закрепления тем).

2. Столы расставляются в разных частях учебной аудитории, где будут работать подгруппы, так, чтобы они не мешали друг другу. Желательно, чтобы было задействовано несколько помещений.

3. Каждому столу присваивается название станции («студия звукозаписи», «полиграфический комбинат», «рекламное бюро», «социологическая служба», «агенство адвокатов»). Цвета карточек, на которых написаны названия станций, должны соответствовать цветам карточек, на которых написаны бейджи. Обучающиеся распределяются по группам по цвету бейджей и занимают стол («станцию»), на котором стоит карточка с названием станции соответствующего цвета. Например, обучающиеся с бейджами желтого цвета объединяются в группу с другими обучающимися с бейджами желтого цвета и занимают стол («станцию»), на котором есть карточка с названием станции желтого цвета.



4. На каждый стол раскладываются материалы, которые соответствуют направлению деятельности станции. На стол – станцию «Студия звукозаписи» – лист А3, маркер – для записи текста сочиненного рэпа. На стол – станцию «Полиграфический комбинат» – листы А3, маркеры, журналы, клей, ножницы – для создания полиграфической продукции (обложки журнала, брошюры и др.). На стол – станцию «Рекламное бюро» – лист А3, маркеры – для создания рекламного лозунга-девиза. На стол – «Социологическая служба» – лист А3, маркер – для записи утверждений. На стол – «Агентство адвокатов» – лист А3, маркер – для записи утверждений.

5. Преподаватель совместно с обучающимися составляет список из пяти самых актуальных тем из тех, которые были освоены на протяжении определенного периода.

6. Каждой группе предлагается определенная тема.

7. Каждая группа должна «проработать» свою тему на каждой станции, т.е. выполнить 5 заданий. Последовательность передвижения групп между станциями рекомендуется определять жребием.

8. Когда группы займут исходные позиции, преподаватель раздает им задания:

– станция «Полиграфический комбинат»: предлагается изготовить полиграфическую продукцию (буклет, обложку журнала, газету, открытку, плакат и т.п.), в которой должны быть отражены главные мысли, основные идеи в изученном материале;

– станция «Студия звукозаписи»: предлагается сочинить рэп (речитатив) на заданную тему;

– станция «Рекламное бюро»: предлагается создать текст рекламы, рекламный девиз, рекламный слоган (2-3 предложения) по заданной теме;

– станция «Социологическая служба»: предлагается определить, изучение какого вопроса в рамках данной темы было самым трудоемким, освоение какого вопроса не вызывало затруднений (второй вариант задания: проанализировать материал по теме и выделить 3 ключевых слова, 1-2 самых важных факта, 1-2 самых сложных вопроса);

– станция «Агентство адвокатов»: предлагается привести 5 аргументов в поддержку и защиту значимости темы.

9. Время работы на каждой станции – 15 минут. Каждая группа должна поработать на 5-х станциях.

10. После выполнения заданий группам предлагается ознакомить с результатами своей деятельности другие группы. В презентации результатов задания участвуют все члены группы, которые предварительно определяют структуру презентации, последовательность представления всех 5 заданий.

11. Созданные и представленные группами материалы по темам, после презентации их группами, оформляются для просмотра на специально подготовленном месте (например, на магнитной доске) в учебной аудитории.

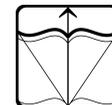
#### *Таблица 1 – Кейс «Креативные станции»*

##### *Кейс «Креативные станции»*

Цель – закрепление и систематизация знаний по образовательной программе «Психолого-педагогические основы интегрированного воспитания и обучения детей дошкольного возраста».

Алгоритм реализации:

1. Обучающиеся создают бейдж на карточке определенного цвета из 5 предложений.



2. С помощью педагога обучающиеся выделяют основные темы раздела (например, «Интеграция: сущность, проблемы, перспективы», «Организация учебных занятий в условиях интегрированного воспитания и обучения», «Специфика организации коррекционно-педагогической помощи детям с нарушениями речи в интегрированной группе», «Формирование инклюзивного коллектива детей», «Создание инклюзивного коллектива родителей»).

3. Обучающиеся распределяются на группы в соответствии с цветом карточек-бейджей и занимают заранее подготовленные столы-«станции», первую из которых выбирают посредством жребия.

4. Например, Группа №1 начинает выполнять задания по теме «Интеграция: сущность, проблемы, перспективы» на станции «Полиграфический комбинат», где изготавливает полиграфическую продукцию (обложку журнала и др.), через 15 минут по сигналу таймера группа переходит за другой стол и выполняет задание на станции «Студия звукозаписи» по созданию рэпа по теме «Интеграция: сущность, проблемы, перспективы». После сигнала таймера через 15 минут группа переходит за другой стол и выполняет задание на станции «Рекламное бюро» по созданию рекламного девиза и продолжает выполнение заданий на станции «Агенство адвокатов», где формулирует 5 утверждений в защита значимости темы «Интеграция: сущность, проблемы, перспективы». Группа №1 завершает выполнение заданий на станции «Социологическая служба», где определяет, изучение какого вопроса в рамках данной темы было самым трудоемким, освоение какого вопроса не вызывало затруднений (второй вариант задания: проанализировать материал по теме и выделить 3 ключевых слова, 1-2 самых важных факта, 1-2 самых сложных вопроса).

5. После выполнения заданий группа представляет все 5 заданий в последовательности, соответствующей передвижению по станциям.

УДК 347.772.3:378

**О.А. Ковалевич**

*Учреждение образования «Брестский государственный технический университет», г. Брест*

## **ПОНЯТИЕ БРЕНДА В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ**

Свое развитие теория брендинга начала с потребительских товаров. Именно на них основывались первые попытки создания моделей оценки, алгоритмов формирования, стратегий позиционирования и управления брендами. Именно в этой сфере теория брендинга получила самое большое развитие. Услышав такой набор слов «...утром, как всегда, включив Mullinex, чтобы заварить свой любимые Nescafe, и слушая как Philips заканчивает выпуск новостей...», потребитель сразу понимает, что за товары стоят за простыми названиями.

В настоящее время к числу брендов можно отнести не только товары, но и ... города и даже страны. Экономисты выделяют национальный брендинг, целью которого является измерение, выстраивание, а также управление репутацией целой страны. Национальный брендинг практикуется многими странами, среди которых можно выделить Японию, Великобританию, США и многие западноевропейские государства.