

Муниципальное автономное общеобразовательное учреждение муниципального образования город Краснодар средняя общеобразовательная школа № 110

350090, г. Краснодар, ул. им. Адмирала Крузенштерна, 3. тел. 8 (861) 99-72-597

УТВЕРЖДАЮ

Приказ по

МАОУ СОШ № 110

от 22.09.2025 № 201-0
В.А. Андросов



Индивидуальный образовательный профессиональный маршрут по индивидуальному проекту (профессиональной пробе)

в 9 - 10-х классах

Автор: Мишучков А.А., учитель по проектной работе

Обязательная литература: Индивидуальный проект. 10-11 классы : учебное пособие для общеобразовательных организаций / М. В. Половкова, А. В. Носов, Т. В. Половкова, М. В. Майсак. - 3-е изд. - Москва : Просвещение, 2021. - 159 с.

Паспорт проекта в первом полугодии заполняется согласно заданиям учебного пособия: «Индивидуальный проект: рабочая тетрадь. 10–11 классы. (Учебное пособие / Л. Е. Спиридонова, Б. А. Комаров, О. В. Маркова, В. М. Стацунова. — СПб. : КАРО, 2019. — 104 с.) и авторской тетради-тренажера Мишучкова А.А.

Срок выполнения	Этап работы	Промежуточные результаты
Первая неделя сентября	Профориентационный этап	Сформирована мотивация к выбору профессии, проработаны демотиваторы (самосаботаж, имитация и т. д.). Составлены критерии проектной творческой работы и псевдопроектной имитации. Сформирован запрос по профессии (могу, хочу, надо, действую) I стр.
Вторая неделя		Пройдено профтестирование (не менее 5 тестов). Матрица профессий Е.А.Климова, «Формула профессии» и «Профессьянс» Н.С. Пряжникова, Г. Резапкиной. Профконсультирование в отделе абитуриента в выбранном вузе. Составлена профессиограмма по выбранной профессии. Изучен профстандарт специальности. Составлена схема личного профессионального плана по Е.А. Климову и опроснику ЛПП Н.С. Пряжникова.
Третья неделя	Организационный этап: выбор темы и	Выбран школьный руководитель (учитель по предмету), научный консультант, определена тема проекта – профпробы, выбран кастомный продукт проекта, выбрана организация

Третья неделя	Организационный этап: выбор темы и руководителя	(база профпробы – кастомного эксперимента), составлены по классификатору тем проекта – 7-10 вариантов тем профпроекта (дублиеры) по тетради тренажеру Мишучкова А.А. Базовый алгоритм выбора названия проекта: глагол, проблема (продукт), метод решения (создания продукта), для овладения навыками по профессии. Пример: Изучение экологического состояния реки Кирпили в Кореновском районе Краснодарского края с помощью метода спектрофотометрии для овладения навыками гидролога-эколога (Савенко А., 11 кл.).
Четвертая неделя сентября		Подготовлена с руководителем проекта: рабочая программа по профпробе (36 часов), дорожная карты профпроекта по данному плану, составлен план индивидуального образовательного профессионального маршрута. Написано эссе «Мой профессиональный выбор» 1-2 стр.
Первая неделя октября		Сформировано профориентационное портфолио и оформлено приложение к профпроекту (тесты, профессиограмма, ЛПП, индивидуальный образовательный профессиональный маршрут).
Вторая неделя	Образовательный этап	Заполняется индивидуальный образовательный профессиональный маршрут вместе со школьным руководителем согласно прохождения рабочей программы по профпробе. Например, возможно самообучение по профессии - прохождение он лайн курсов по освоению профессиональных навыков. Работа с источниками информации (библиотеки, архивы, интернет). Чтение научной литературы и источников. Конспектирование 5-7 основных источников. Заводится телеграмм канал по проекту для целевой аудитории, где выкладываются материалы по прохождению профпробы.
Третья неделя	Концептуальный этап: работа с паспортом проекта	1 стр. – Актуальность темы. Актуальность теоретической части - объекта (проблемы в целом), предмета проекта (решения проблемы и реализации продукта в целевой аудитории); актуальность практической части – эксперимента (освоение навыков по профессии при решении проблемы в целевой аудитории на протяжении полугода, не менее месяца, создание продукта (макета, изделия, услуги), закрывающего потребность целевой аудитории; актуальность продукта, его востребованность в целевой аудитории. Актуальность состоит не менее чем из четырех факторов: лично-профессиональная – выбор профессии (тесты) и проверка через профпробу (эксперимент) осознанного выбора профессии и вуза; научная (объект, научный обзор профессиональной проблемы), целевой аудитории (предмет) – кто выгодополучатель

		<p>продукта проекта; профессиональная – эксперимент в виде профпробы, отработка профессиональных навыков при решении профессиональной проблемы.</p> <p>Новизна проекта, его уникальность: решение проблемы впервые для данной аудитории.</p>
Четвертая неделя октября		<p>Целевая аудитория проекта: предполагаемое число и названия участников эксперимента, потребителей продукта, заказчиков проекта.</p> <p>Определены объект, предмет, эксперимент и продукт исследования. Составлена структура проекта. Пример: Паспорт проекта (5 стр)</p> <p>Глава I. Теоретическая часть. (5 стр.)</p> <p>1.1 Объект проекта. Обзор литературы по профессии и проблеме проекта.</p> <p>1.2 Предмет проекта. Постановка проблемы в целевой аудитории и моделирование ее решения.</p> <p>Глава II. Практическая часть. (5 стр.)</p> <p>2.1 Проведение эксперимента</p> <p>2.2. Продукт кастомный проекта, его качества, реализация в целевой аудитории через сеть Интернет. Оцифровка продукта (фотовидеоаудиоформат). Заявленные показатели назначения продукта измеримы.</p> <p>Заключение (1-2 стр.)</p> <p>Список используемой литературы (1 стр.)</p> <p>Приложения (5 стр.)</p>
Первая неделя ноября		<p>Проблема проекта и его противоречие: для целевой аудитории.</p> <p>Механизм решения проблемы в целевой аудитории</p> <p>Гипотеза проекта: 1) профориентационная – проверка выбора профессии,</p> <p>2) применение навыков для решения профессиональной проблемы в целевой аудитории и создание востребованного продукта, закрывающего потребность аудитории.</p> <p>Заполняется по примеру рабочей тетради Л. Е. Спиридоновой и индивидуального проекта Савенко А. (11 кл.).</p>
		<p>Доказательство гипотезы фактами эксперимента по проекту: логические и эмпирические факты. Используются принципы фальсификации и верификации.</p>
Вторая неделя		<p>Цель проекта: повторяет название проекта и гипотезы.</p> <p>SMART-критерии цели проекта (конкретность, измеримость, достижимость, значимость, ограниченность во времени.</p> <p>Задачи исследования: по четырем частям проекта (объект, предмет, эксперимент и продукт).</p>
Третья неделя		<p>Определен вид проекта: информационный, культурный и ролевой, научно-технический (технологический), естественнонаучный, социальный, волонтерский по</p>

		<p>профессии на конкретном предприятии совместно с мастером этой профессии, личностно-гуманитарный, учебный (педагогический, психологический), бизнес-проекты, организационный (управленческий).</p> <p>Составлен обзор литературы (5-6 источников) 0,5 стр.</p>
Четвертая неделя ноября		<p>Организации-партнеры проекта по профпробе (3-4 организации – школа, дополнительное образование, он-лайн курсы, вуз, предприятие по профессии, некоммерческие организации, научные организации). Информационные партнеры – 3-4 сайта, мессенджера, где выкладывается продукт. Заключен договор с предприятием, базой профпробы.</p>
Первая неделя декабря		<p>Бюджет проекта, анализ ресурсов: финансовых, материальных, технических, организационных (административных), кадровых (куратор, тьютор, партнеры по проекту, целевая аудитория), временной, информационные и др.</p>
Вторая неделя		<p>Научное (теоретическое) и практическое, социальное значение результатов работы: для научного сообщества, для целевой аудитории участвующей в эксперименте и применяющей продукт, для общества и государства. Качественные, количественные результаты, социальный эффект.</p> <p>Апробация проекта: участие в конкурсах, статьи, информационная открытость – цифровые следы в Интернет.</p>
Третья неделя	Методологический этап.	<p>Изучен и подготовлен инструментарий проекта: четыре метода – два теоретических (историографический обзор литературы - по объекту проекта; анализ проблемы в целевой аудитории (гугл-опрос)) и три практических (экспериментальный метод освоения навыков по профессии в целевой аудитории, создания продукта и его оцифровка для Интернет, маркетинговый – по продвижению созданного при эксперименте продукта в сети Интернет (5-10 предполагаемых цифровых следов проекта, ссылка в работе на куар код продукта).</p> <p>Выполнены задания учебного пособия: «Индивидуальный проект: рабочая тетрадь. 10–11 классы. (/ Л. Е. Спиридонова, Б. А. Комаров, О. В. Маркова, В. М. Стацунова. — СПб. : КАРО, 2019. — 104 с.) и авторской тетради-тренажера Мишучкова А.А.</p>
Четвертая неделя декабря		<p>Оформлен и защищен паспорт проекта (5 стр.), отзыв руководителя и родителей на паспорт и прохождение профпробы. Подготовлена презентация по профпроекту (10 слайдов) по паспорту проекта.</p>
Первая неделя января	Образовательный этап	<p>Работа с источниками информации (библиотеки, архивы, интернет). Чтение научной литературы и источников. Конспектирование. Подготовлен глоссарий (список базовых</p>

		терминов, не менее 10) по проекту с дефиницией (определением терминов с учетом родовидовой структуры определения), выучены наизусть, оформлены в приложении к проекту.
Вторая неделя	Аналитическая работа по теоретической части проекта	<p>Описана теоретическая часть исследования.</p> <p>Обзор литературы по предмету проекта, решению проблемы проекта через эксперимент, по созданию продукта.</p> <p>Составлен обзор источников по проекту (20-30):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Научные: <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Книги: 1.2 Статьи: 1.3. Архивные и нормативные документы: 1.4. Диссертации: 2. Публицистика: 3. Интернет-ресурсы: 4. Личные материалы (дневник проекта, полевые исследования, опросы, интервью, письма и т.д.)
Третья неделя		Дан подробный анализ существующих в практике решений, создана сравнительная таблица аналогов с указанием преимуществ предлагаемого решения в научной сфере.
Четвертая неделя января	Объект проекта	Написан параграф 1.1 Объект проекта (обзор литературы по анализу аналогов решения проблемы в целом в науке) (2-3 стр).
Первая неделя февраля	Предмет проекта	Проведен опрос в целевой аудитории по эффективности реализации механизма решения проблемы в профессиональной ситуации и востребованности предполагаемого продукта. Целевая аудитория подготовлена к участию в эксперименте проекта.
Вторая неделя	Проблемный этап.	Описана профессиональная проблема по выбранной профессии в целевой аудитории на основании опроса, подготовлена модель механизма решения проблемы в целевой аудитории, освоение навыков в профессиональной ситуации. Описаны логические доказательства подтверждения гипотезы проекта (принцип фальсификации).
Третья неделя		Написан параграф 1.2 Предмет проекта (2-3 стр.)
Четвертая неделя февраля	Экспериментальный этап	<p>Практическая часть проекта (5 стр).</p> <p>Подготовка ресурсов и целевой аудитории (участников) к проведению эксперимента.</p> <p>Если вы прошли курсы по профессии, то вы отрабатываете профессиональные навыки по созданию продукта в целевой аудитории совместно с консультантом по данной профессии.</p>
Первая неделя марта		<p>Проведена опытно-экспериментальная часть работы.</p> <p>ВАРИАНТ 1. По учебной дисциплине с учителем проведен предметный эксперимент по отработке профнавыков в профессиональной ситуации для создания продукта проекта по рабочей программе профпробы согласно индивидуального образовательного профессионального маршрута.</p> <p>ВАРИАНТ 2: Волонтерский эксперимент. Свяжитесь с организацией партнером через родителей (желательным</p>

		вашим работодателем) или с волонтерским центром колледжа, вуза, куда поступаете и проведите волонтерскую пробу по теме вашего проекта по будущей профессии по созданию и популяризации продукта по проекту. Отношения с организацией можно оформить договором добровольца и через электронную волонтерскую книгу на сайте https://dobro.ru/ , также соглашением родителей и предприятия, где вы будете волонтерски работать и создавать продукт по практической части проекта.
Вторая неделя		<p>Проведение в течении месяца в целевой аудитории эксперимента по решению проблемы. Составлены таблицы, графики, диаграммы, рисунки по эксперименту. Созданы фотовидеоаудиоматериалы по всем частям эксперимента.</p> <p>Составлен протокол эксперимента. 1. Наименование темы эксперимента.</p> <p>2. Точное время и место его проведения.</p> <p>3. Чёткая формулировка проверяемой гипотезы.</p> <p>4. Содержание экспериментального фактора.</p> <p>5. Характеристика зависимых переменных и их индикаторов.</p> <p>6. Сущностное описание экспериментальной группы.</p> <p>7. Характеристика контрольной группы и принципов её отбора.</p> <p>8. Описание экспериментальной ситуации.</p> <p>9. Характеристика условий эксперимента.</p> <p>10. Ход эксперимента, т.е. его обстановка.</p> <p>11. Оценка чистоты эксперимента и использованного инструментария.</p> <p>12. Заключение о достоверности гипотезы.</p>
Третья неделя		Обработаны результаты опытно-экспериментальной части. Получены и сформулированы выводы.
Четвертая неделя марта		Написан параграф 2.1 Эксперимент проекта (2-3 стр.). В тексте работы приведены фото и видео (куаркод) разных этапов эксперимента, описаны эти этапы создания продукта, получения экспериментальных данных подтверждения гипотезы.
Первая неделя апреля	Конструкторский	Создан продукт в рамках эксперимента и оцифрован для Интернет. Размещение материалов в Интернет для целевой аудитории, собраны отзывы о потребительских качествах продукта, заявленные показатели назначения продукта измеримы. Дано подробное описание достигнутого результата, есть видео и фото-подтверждения работающего образца/макета/модели продукта, приведена программа и методика испытаний. Полученные в ходе испытаний показатели назначения продукта в полной мере соответствуют заявленным. Оформление таблиц, диаграмм, матриц, иллюстраций, рисунков, схем, чертежей.
Вторая		Ведение ТГ канала по проекту. Отзывы потребителей

неделя		продукта и оформление отзывов в приложении к проекту.
Третья неделя		Написан параграф 2.2 Продукт (2-3 стр.)
Четвертая неделя апреля	Оформительский	Написано заключение (1 стр.) Оформление работы по ГОСТу. Оформлена литература (1-2 стр.) и приложения проекта (5стр). Сдача текста работы научному руководителю и консультанту, в организацию – базу по профпробе. Отзыв руководителя, консультанта и организаций партнеров.
Первая неделя апреля		Подготовка к предзащите, публичному выступлению на конференции. Предзащита на уроке по презентации (15 слайдов) по критериям оценочного листа школьной комиссии.
Вторая неделя	Презентационный	Корректировка текста работы с учетом замечаний, пожеланий руководителя и результатов предзащиты. Доработка презентации по критериям защиты.
Третья неделя	Апробация	Защита на школьной конференции перед школьной аттестационной комиссией. Общая оценка индивидуального проекта. Оценка руководителем прохождения ИОПМ и рабочей программы профпробы.
Четвертая неделя апреля	Популяризаторский этап	Учет ошибок и их исправление. Составление самоанализа своей работы на основе критериев оценки проекта. Масштабирование проекта и перспективы его продолжения. Участие в конкурсах вуза по профессии с проектом профпробы для получения баллов к ЕГЭ. Сдача в библиотеку бумажного и электронного вариантов индивидуального проекта. Подведение итогов проекта в телеграмм канале.

Задание по разделу «Продукт проекта. Оформите продающую ваш продукт страницу в социальных сетях и подготовьте сообщения на данной странице исходя из заполненных данных таблицы

Напишите название своей продающей страницы в соцсетях	Тема - Цель для клиента		Ниша – сфера
ТЕРМИНЫ			
<i>1. Запросы/боли потенциального клиента</i> - это его потребности, зная которые вы сможете говорить с клиентом на его	Проблема 1	Проблема 2	Клиент желает расширить свой функционал компетенций

языке и сможете лучше пояснить, как ваш продукт (услуга) решит его потребности			, закрыть потребность
2. Смыслы/оферы - это ваш ответ на запрос аудитории, как вы решаете его потребность. Через смыслы вы общаетесь с вашими потенциальными клиентами на сайте, в рекламе, в презентации			
3. Сегмент аудитории - это аудитория, которая объединена, каким-то общим признаком (полом, возрастом, запросом)	Три сегмента:		
ИТОГИ АНАЛИЗА			
<ul style="list-style-type: none"> - По итогам анализа у вас появятся запросы, которые вы потом переформулируете в смыслы/оферы и будете размещать на сайте, в рекламе, в презентации - У вас будет понимание, какие цены назначить за ваш продукт (услугу) и как доработать свой лендинг (продающую страницу в соцсетях), чтобы сделать лучше, чем у конкурентов - В ходе анализа вы увидите, что, КАК ПРАВИЛО, хочет ваша потенциальная аудитория, и у вас появятся мысли по контенту лендинга 			
ПОШАГОВЫЙ АЛГОРИТМ			
Шаги			
Шаг 1. Сделайте сегменты вашей аудитории			
Шаг 2. Сделайте общее описание			

портрета всех сегментов			
Шаг 3. Сформулируйте по 3-10 запросов/болей по каждому сегменту в формате "Что в вашей теме он не знает, не понимает, боится или хочет? и другие глаголы (не признает, пытается, скрывает, уверен)"	БОЛИ: 1 2 3	1 2 3	
Шаг 4. Изучите конкурентов и дополните сегменты и запросы/боли, исходя из исследования			
Шаг 5. Выделите ТОП-15 самых распространенных запросов вашей аудитории			
Шаг 6. Сформулируйте смыслы/оферы под запросы			
Возвращайтесь к этой таблице постоянно в последующих уроках, чтобы использовать смыслы в рекламе, на сайте, в презентации			