

## Визитная карточка проекта

### Авторы проекта

ФИО, должность	Кувакина Елена Валентиновна - гл. специалист Центра информационных технологий ГОАУ ЯО ИРО; Смирнова Алевтина Николаевна – проректор по методической и информационной деятельности ГОАУ ЯО ИРО
Название ОУ	ГОАУ ЯО «Институт развития образования»
Город, область	г. Ярославль

### Описание проекта

#### Название проекта

Приезжайте к нам в гости!

#### Краткое содержание проекта

Региональный сетевой проект «Приезжайте к нам в гости!» служит пропаганде и развитию детского туризма. Он реализуется на стыке таких предметных областей как история, обществознание, география, филология, информатика, искусство, базируясь на различных видах деятельности и формах занятий с обучающимися, предусмотренных стандартом и примерной программой основного общего образования.

Работа в проекте предполагает создание школьных или межшкольных команд от определенной территории (области, района). Участники команд исследуют вопросы: В чем уникальность моего края? Как создать неповторимый образ своего края? Как бы я представил свой край другу? Участники команд собирают информацию об уникальных природных и рукотворных объектах своего края, исследуют вопрос о брендах прошлого, настоящего и будущего своей территории, создают интерактивную карту местных туристических объектов, которые будут интересны школьнику, а также разрабатывают туристический маршрут по своей территории.

Все работы размещаются в сети Интернет с использованием социальных сервисов (wiki, блоги, сетевые офисы, кластерные карты, геосервисы, фото и видеосервисы).

Итоговым мероприятием проекта служит презентация каждой командой своих материалов в режиме видеоконференции и создание общей интерактивной карты туристических объектов обследованных территорий, а также ярмаркой разработанных экскурсионных маршрутов.

#### Предметная область

Межпредметная.

#### Возрастная группа учащихся, класс(-ы)

Разновозрастные детские команды от образовательных учреждений, команды от центров дополнительного образования школьников, состоящие минимум из одного педагога и пяти школьников 8-15 лет.

#### Какое время требуется для выполнения проекта (приблизительно)?

Сентябрь 2011 года - апрель 2012 года. В проект можно вступить в любое время, но не позже 1 марта 2012 года. Итоги будут подведены в апреле 2012 года.

### Основа проекта

#### Содержание, соответствующее образовательным стандартам

#### 2.2.2. Основное содержание учебных предметов на ступени основного общего образования

#### Русский язык

Понимание коммуникативных целей и мотивов говорящего в разных ситуациях общения. Владение нормами речевого поведения в типичных ситуациях формального и неформального межличностного общения. Уместное использование правил русского речевого этикета в учебной деятельности и повседневной жизни.

Выбор языковых средств в зависимости от цели, темы, основной мысли, адресата, ситуации и условий общения. Создание текстов различного типа, стиля, жанра.

Овладение практическими умениями просмотрового, ознакомительного, изучающего чтения, приёмами работы с учебной книгой и другими информационными источниками. Отбор и систематизация материала на определённую тему; поиск, анализ и преобразование информации, извлечённой из различных источников.

### **История России**

История региона — часть истории России.

### **Обществознание**

Современные средства связи и коммуникации, их влияние на нашу жизнь. Информация и способы её распространения. Средства массовой информации. Интернет.

Культурные достижения народов России: как их сохранить и приумножить.

### **География. География России**

Географические координаты, их определение. Ориентирование и способы ориентирования на местности. Условные знаки. Чтение карты, определение местоположения географических объектов. Разнообразие карт.

Историко-культурные районы мира. Памятники природного и культурного наследия человечества.

Особо охраняемые природные территории России. Памятники Всемирного природного наследия.

Сфера услуг (инфраструктурный комплекс). Состав, место и значение в хозяйстве. Объекты Всемирного природного и культурного наследия в России.

### **Информатика**

Работа в информационном пространстве. Получение, передача, сохранение, преобразование и использование информации. Роль информации и ИКТ в жизни человека и общества. Организация взаимодействия в информационной среде: электронная переписка, чат, форум, телеконференция, сайт. Основные средства защиты личной информации, предусмотренные компьютерными технологиями. Организация личного информационного пространства. Базовые представления о правовых аспектах использования компьютерных программ и работы в сети Интернет.

### **Изобразительное искусство**

Роль искусства в организации предметно-пространственной среды жизни человека.

#### **2.3.5. Виды деятельности и формы занятий с обучающимися**

Знакомятся с историей и культурой родного края, народным творчеством, этнокультурными традициями, фольклором, особенностями быта народов России (в процессе бесед, сюжетно-ролевых игр, просмотра кинофильмов, творческих конкурсов, фестивалей, праздников, экскурсий, путешествий, туристско-краеведческих экспедиций, изучения учебных дисциплин).

Участвуют в проведении школьных спартакиад, эстафет, экологических и туристических слётов, экологических лагерей, походов по родному краю. Ведут краеведческую, поисковую, экологическую работу в местных и дальних туристических походах и экскурсиях, путешествиях и экспедициях.

Знакомятся с эстетическими идеалами, традициями художественной культуры родного края, с фольклором и народными художественными промыслами (в ходе изучения учебных предметов, в системе экскурсионно-краеведческой деятельности, внеклассных мероприятий, включая шефство над памятниками культуры вблизи школы, посещение конкурсов и фестивалей исполнителей народной музыки, художественных мастерских, театрализованных народных ярмарок, фестивалей народного творчества, тематических выставок).

Участвуют вместе с родителями в проведении выставок семейного художественного творчества,

музыкальных вечеров, в экскурсионно-краеведческой деятельности, реализации культурно-досуговых программ, включая посещение объектов художественной культуры с последующим представлением в образовательном учреждении своих впечатлений и созданных по мотивам экскурсий творческих работ.

### Итоги обучения

После завершения проекта участники смогут:

- рассказать о природных и рукотворных объектах своего края, доказать их уникальность;
- дать определение понятию «бренд» и привести примеры брендовых объектов своего края;
- представить детский туристический маршрут, который интересен сверстникам;
- осуществлять сбор, систематизацию, преобразование информации, извлеченной из различных источников (печатные и электронные ресурсы, архивы, интервью, беседы и др.);
- использовать для представления материалов проекта сервисы сети Интернет;
- осуществлять коммуникацию между собой на уровне класса, школы, региона (в том числе посредством сервисов Web 2.0);
- развить навыки социального взаимодействия.

<b>Триада вопросов, направляющих проект «В гостях хорошо, а дома лучше или приезжайте к нам в гости!»</b>	
<b>Основополагающий вопрос</b>	Чем хороша родная сторона?
<b>Проблемные вопросы</b>	В чем уникальность моего края? Как создать неповторимый образ своего края? Как бы я представил свой край другу?
<b>Вопросы по содержанию</b>	<b>Темы исследований и формы представления результатов работы</b>
1. Какие уникальные природные и рукотворные объекты есть в моем крае?	1.1. Природные объекты моего края ( <b>презентация Google или Calameo, wiki-статья</b> ). 2.2. Рукотворные объекты моего края ( <b>презентация Google или Calameo</b> ).
2. Что интересного создано современниками в моем крае?	2.1. Наши современники ( <b>презентация Google или Calameo, wiki-статья</b> ).
3. Что такое бренд и как его создать?	3.1. Что может быть брендом? ( <b>кластерная карта (Объект – пример)</b> ) 3.2. Что такое бренд? Зачем нужен бренд? ( <b>обсуждения в блоге</b> ) 3.3. Что такое брендинг? ( <b>газета Dinky Page</b> ) 3.4. Этапы создания бренда ( <b>газета Dinky Page</b> )
4. Какие бренды были, есть и могут быть в моем крае?	4.1. Исчезнувшие бренды ( <b>Интернет-стенд «Разыскиваются» Dinky Page</b> ) 4.2. Бренды настоящего ( <b>wiki-статья</b> , включающая в себя текстовую, графическую, аудио и видео информацию) <b>wiki, фото, видеосервисы</b> ; 4.3. Бренды будущего моего края ... ( <b>wiki-статья</b> , включающая в себя текстовую, графическую, аудио и видео информацию) <b>wiki, фото, видеосервисы</b> .

5. Какой туристический маршрут предложить сверстнику?	<p>5.1. Наш экскурсионный маршрут ((<b>wiki-статья</b>, включающая в себя текстовую, графическую, аудио и видео информацию) <b>wiki, фото, видеосервисы</b>).</p> <p>5.2. Приезжайте к нам в гости (<b>буклет-путеводитель</b> для туристов <b>Calameo, wiki</b>).</p> <p>5.3. Карта туристических объектов для школьников (<b>геосервисы</b>).</p>
---	---

### График оценивания

До работы над проектом	Ученики работают над проектом и выполняют задания	После завершения работы над проектом
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Входной опрос;</li> <li>➤ Входное обсуждение о бренде в блоге проекта;</li> <li>➤ Составление кластерной карты «Что может быть брендом?»;</li> <li>➤ Обсуждение критериев оценивания итоговых работ;</li> <li>➤ Обсуждение плана работы в проекте (5 этапов), внесение корректив.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Листы планирования работы внутри команды;</li> <li>➤ Самооценивание вклада каждого участника команды в работу над проектом;</li> <li>➤ Сеансы аудио или видеосвязи внутри команды или между командами и руководителями для корректировки работ;</li> <li>➤ Промежуточное оценивание с опорой на заявленные критерии оценки wiki-статьи, буклета, презентации, видеосюжета, листы планирования работы, экспертный лист;</li> <li>➤ Ответы на ЧАВо в блоге (раздел «Свободная зона»).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Итоговое самооценивание внутри команды с опорой на лист планирования;</li> <li>➤ Итоговое взаимооценивание вклада каждого участника команды в работу над проектом;</li> <li>➤ Составление командных отзывов на работы других участников проекта (внешний рейтинг);</li> <li>➤ Оценивание внешними экспертами итоговых работ в проекте «Приезжайте к нам в гости!» (внутренний рейтинг);</li> <li>➤ Рефлексия участников и руководителей команд в блоге;</li> <li>➤ Заполнение итоговой анкеты.</li> </ul>

### Описание методов оценивания

На входе в проект командам предлагается провести обсуждение в блоге о брендах, целесообразности появления новых туристических брендов и новых туристических маршрутов. Осуществляется входной опрос на фиксацию предварительных знаний по теме проекта и выявление ожиданий от проекта. До начала исследовательской работы (или в ее процессе) командами коллективно составляется кластерная карта о том, какие объекты могут быть брендами (объект – пример объекта + ссылка). Команды знакомятся с критериями оценивания работ в проекте. При необходимости через координаторов проекта вносят в них коррективы. Идет согласование плана работы в проекте.

Работа команд от одной области или района складывается из работы над созданием своих итоговых продуктов: wiki-странички, рассказывающей о природных и рукотворных объектах

своего края, брендах прошлого, настоящего и будущего своего края; экскурсии-презентации или видеосюжета; туристического буклета; карты местных туристических объектов, которые будут включены в будущий экскурсионный маршрут. Промежуточные результаты работы сверяются с листами планирования работы в команде, осуществляется самооценивание вклада каждого участника команды в работу над проектом, а также соответствие окончательного продукта заявленным критериям оценки wiki-статьи, презентации, буклета, видеосюжета, листам планирования работы, экспертным листам.

Сетевое взаимодействие между участниками внутри одной команды и командами из разных территорий в ходе проекта происходит через блог и в формате проведения сеансов видеосвязи (Skype или NetMeeting). В ходе такого взаимодействия участников между собой, участников и руководителей команд уточняется содержание работ, происходят консультации, взаимопомощь.

На заключительном этапе команды выставляют свои работы на страницах проекта, принимают участие в создании общей интерактивной карты туристических объектов обследованных территорий. Каждая команда составляет отзыв на работы других команд (внешний рейтинг). Работы команд также оцениваются внешними экспертами с опорой на экспертные листы. Итоги проекта о лучшем туристическом маршруте объявляются в режиме On-line. Участники и руководители команд рефлексируют в блоге. Заполняется итоговая анкета на выявление удовлетворенности работы над проектом.

### **Необходимые начальные знания, умения, навыки**

Пользовательские навыки работы на ПК, умение работать в социальных сервисах (гипертексты, сетевые дневники, фото, видео и геосервисы);

Первоначальные умения работы с различными источниками информации, поиск информации в Интернет.

## **Учебные мероприятия**

### **Этап I. РЕГИСТРАЦИЯ**

1. Регистрация команд (если команда не существует) от одной территории на страницах Летописи и каждого участника отдельно.
2. Оформление страницы команды, на которой размещается информация о названии команды, девиз, состав команды, коллективное фото или коллаж участников команды, ICQ, Skype.
3. Для регистрации в проекте оформляется ссылка в разделе «Участники проекта» на странице своей команды.

### **Этап II. ПОДГОТОВИТЕЛЬНЫЙ**

1. Ответы на входной опрос каждого участника команды; Обсуждение на страницах блога вопросов: «Что такое бренд?», «Зачем нужен бренд?», «Какие бренды есть в моем крае?».
2. Обсуждение критериев оценивания, предложенных координаторами, на странице проекта в разделе «Обсуждение». Внесение конструктивных изменений.
3. *Создание коллективной кластерной карты «Что может быть брендом?». Обсуждение проблемы в блоге проекта.*

### **Этап III. ПРАКТИКО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ**

1. *Создание коллективной Интернет-газеты «Как создать бренд?»;*
2. Сбор и оформление каждой командой информации о природных и рукотворных объектах своего края (в виде wiki-странички, включающей в себя текстовую, графическую, аудио и видео информацию, карту с указанием туристических объектов);
3. Разработка туристического маршрута по своему краю;
4. Создание буклета для туристов «Приезжайте к нам в гости» с указанием маршрута экскурсии по своему краю.
5. *Коллективная работа команд по созданию виртуального стенда об исчезнувших брендах.*

#### Этап IV. КОНТРОЛЬНО-КОРРЕКЦИОННЫЙ

1. На протяжении всего проекта сетевое взаимодействие между участниками внутри одной команды или командами и координаторами из разных территорий происходит через блог проекта (раздел «Свободная зона») или в формате проведения сеансов видеосвязи (Skype или NetMeeting) по предварительной договоренности.
2. Промежуточные и итоговые результаты работы сверяются с листами планирования работы в команде, осуществляется самооценивание вклада каждого участника команды в работу над проектом, а также соответствие окончательного продукта итоговым критериям оценивания.

#### Этап V. ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЙ

1. Команды-участники выставляют свои работы на страницах проекта (дата окончания выставления работ определяется координаторами проекта);
2. Каждая команда пишет отзывы на работы других команд с опорой на листы оценивания;
3. Эксперты проекта оценивают работы с опорой на общие критерии оценивания в проекте и экспертные листы;
4. Проект завершается подведением общих итогов в Online-режиме, рефлексией участников в блоге проекта, заполнением итоговой анкеты;
5. Все команды-участницы получают сертификаты. Лучшие работы отмечаются дипломами и призами;
6. Команда-победитель награждается экскурсией по одному из экскурсионных маршрутов.

#### Материалы и ресурсы, необходимые для выполнения проекта

##### Технологии - цифровые устройства (Отметьте флажками необходимые элементы)

- |   |  |  |
|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> Фотоаппарат          | <input type="checkbox"/> Лазерный диск | <input type="checkbox"/> Видеомагнитофон                   |
| <input type="checkbox"/> Компьютер(ы)         | <input type="checkbox"/> Принтер       | <input type="checkbox"/> Видеокамера                       |
| <input type="checkbox"/> Цифровой фотоаппарат | <input type="checkbox"/> Проектор      | <input type="checkbox"/> Оборудование для видеоконференций |
| <input type="checkbox"/> DVD плеер            | <input type="checkbox"/> Сканер        | <input type="checkbox"/> Другое                            |
| <input type="checkbox"/> Сеть Интернет        | <input type="checkbox"/> Телевизор     | <b>Ошибка: источник перекрестной ссылки не найден</b>      |

##### Технологии – программное обеспечение (Отметьте флажками необходимые элементы.)

- |   |  |   |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> Базы данных, электронные таблицы | <input type="checkbox"/> Программы обработки изображений | <input type="checkbox"/> Программы редактирования веб-страниц |
| <input type="checkbox"/> Издательские системы             | <input type="checkbox"/> Веб-браузер                     | <input type="checkbox"/> Текстовый редактор                   |
| <input type="checkbox"/> Программы для электронной почты  | <input type="checkbox"/> Мультимедийные программы        | <input type="checkbox"/> Другое                               |
| <input type="checkbox"/> Электронные энциклопедии         |  | <b>Ошибка: источник перекрестной ссылки не найден</b>         |

##### Печатные материалы

Словари, руководства, справочные материалы и т.д.

##### Дополнительные ресурсы

Специальные ресурсы, необходимые для данного проекта (определяются каждой командой).

##### Интернет-ресурсы

<http://www.proname.ru/brand-identity/> - Идентичность бренда  
<http://www.russbrand.ru/> - Русский бренд (электронный журнал)  
<http://www.slideshare.net/ybikhovs/ss-6013552> - Ярослав Быховский. Учитель как человек, паролог и персональный бренд  
[http://www.slideshare.net/kulema/ss-4842542?from=ss\\_embed](http://www.slideshare.net/kulema/ss-4842542?from=ss_embed) - Михаил Губергриц. Город как бренд.

**Другие ресурсы**

Консультации.  
Рекомендуется привлечение спонсоров.