



РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМ. А. И. ГЕРЦЕНА

Кафедра управления образованием

ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

КОНКУРС ИННОВАЦИОННЫХ ПРОДУКТОВ-2013

Кравцов А. О.,
кандидат педагогических наук, доцент
кафедры управления образованием
РГПУ им. А.И. Герцена
Санкт-Петербург
ak90@yandex.ru



Конкурс инновационных продуктов

- Конкурс инновационных продуктов «Петербургская школа 2020» (далее - конкурс) проводится Комитетом по образованию в рамках создания инновационной инфраструктуры городской системы образования по реализации Стратегии развития системы образования Санкт-Петербурга на период до 2020 года «Петербургская школа 2020» (далее – Стратегия).

Инновационный образовательный продукт

- представляет собой учебно-методический результат образовательной практики, отчужденный от автора в форме:
- учебно-методического описания организации образовательного процесса (цель, содержание, технологии, формы обучения, мониторинг результативности, модели деятельности учащегося и педагога и т.д.);
- описания необходимых и достаточных условий реализации данного продукта в практической деятельности;
- комплекта нормативных и учебно-методических разработок, обеспечивающих реализацию образовательной практики (нормативный акт, методические рекомендации, учебно-методический комплекс, контрольно-измерительные материалы, учебник и т.д.).

ЦЕЛИ КОНКУРСА

1. создание городского банка инновационных продуктов, обеспечивающих реализацию Стратегии;
2. выявление образовательных учреждений, способных претендовать на статус городских инновационных площадок в рамках создания инновационной инфраструктуры в сфере образования города;
3. повышение мотивации и стимулирование педагогических работников, способных разрабатывать инновации в образовательной практике, способствующие развитию системы образования Санкт-Петербурга;
4. создание условий для распространения и внедрения продуктов инновационной деятельности в образовательном процессе в учреждениях системы образования Санкт-Петербурга.

Задачи конкурса

- совершенствование механизмов формирования и поддержки инновационного поведения педагогических коллективов образовательных учреждений;
- получение внешней профессиональной компетентной оценки качества инновационного продукта и его социальной и экономической эффективности;
- обеспечение доступности новейших практикоориентированных разработок, способствующих повышению качества образования и развитию системы образования Санкт-Петербурга.

Тематика представляемого на конкурс инновационного продукта должна соответствовать одному из направлений Стратегии:

1. **«ДОШКОЛЬНИК»:** переход от задачи «доступности места в детском саду» к задаче «разнообразии услуг для дошкольников».
2. **«ДОСТУПНОСТЬ КАЧЕСТВА»:** переход от идеи «государственный контроль качества образования» к идее «общественно-государственное измерение качества образования».
3. **«НЕФОРМАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ»:** переход от задачи «разнообразие в неформальном образовании» к задаче «воспитание неформальным образованием».
4. **«КАДРОВЫЙ КАПИТАЛ»:** дополнение принципа «ответственности учителя» принципом «ответственности за учителя».
5. **«РАВНЫЕ И РАЗНЫЕ»:** дополнение принципа «доступность качества» принципом «качество доступности».
6. **«ЗДОРОВЬЕ В ШКОЛЕ»:** переход от принципа желаемого «сохранения здоровья в школе» к принципу необходимого и обязательного «сохранения здоровья в школе», формирование философии «здоровая школа – в здоровье каждого».
7. **«ПРОФЕССИЯ И КАРЬЕРА»:** переход от задачи «получение профессии» к задаче «получение образования для профессии».
8. **«ОТКРЫТАЯ ШКОЛА»:** переход от философии «Школа для Всех» к философии «Школа для Каждого».
9. **«ЭФФЕКТИВНАЯ ШКОЛА»:** формирование философии «эффективная школа – школа ответственного будущего».

Для участия в конкурсе представляются следующие документы и материалы (далее – конкурсные материалы):

- заявка на участие в конкурсе, оформленная в соответствии с Приложением 1 к настоящему Положению (на бумажном и электронном носителе);
- инновационный продукт (на бумажном носителе);
- пятиминутная презентация инновационного продукта (на электронном носителе).

- Тексты конкурсных материалов, составленные на бумажном носителе, должны соответствовать следующим параметрам: верхнее поле – 2 см., нижнее поле – 2 см., левое поле – 2 см., правое поле – 1 см, размер шрифта – 12, Times New Roman, интервал – одинарный. Все материалы представляются также и в электронном виде на компакт-диске в формате PDF.
- Каждое образовательное учреждение может подать конкурсные материалы только на один инновационный продукт. В случае подачи конкурсных материалов от одного учреждения на более чем один инновационный продукт, для экспертного рассмотрения принимаются те конкурсные материалы, которые зарегистрированы в книге регистрации первыми.

ТУРЫ КОНКУРСА

	Заочный: экспертная оценка конкурсных материалов	Очный: экспертная оценка демонстрации реализуемости инновационного продукта
Задачи	Оценить уровень качества инновационного продукта и его социальной и экономической эффективности	Оценить реализуемость и продуктивность инновационного продукта на практике
Форма проведения экспертизы	Профессиональная экспертиза Экспертиза конкурсных материалов	Профессиональная экспертиза Оценка 20-минутного мастер-класса по реализации инновационного продукта с группой учащихся, родителей или педагогов на базе образовательного учреждения Санкт-Петербурга Экспертиза организуется оргкомитетом
Результаты	На основании рейтинга оценок 6 инновационных продуктов допускаются к представлению на очном туре конкурса	По результатам второго тура определяются 3 дипломанта, 2 лауреата и 1 победитель конкурса

ЗАЯВКА

План заявки

Объем предоставляемых материалов

– Полное наименование образовательного учреждения (далее – ОУ)

– ФИО руководителя ОУ

– Телефон ОУ

– Факс ОУ

– Электронная почта ОУ

– Адрес сайта ОУ в Интернете

– Наименование продукта, представляемого на конкурс (далее - продукт)

– Автор/авторский коллектив

– Форма инновационного продукта

– Область применения инновационного продукта: (согласно п.3.1 Положения о конкурсе инновационных продуктов)

– Общее описание инновационного продукта: ключевые положения, глоссарий (не более 5 понятий)

– Необходимое ресурсное обеспечение при применении инновационного продукта

– Технология внедрения инновационного продукта: что? для чего и зачем? для кого? как?

– Описание эффектов, достигаемых при использовании продукта

– Возможные сложности при использовании инновационного продукта и пути их преодоления

до 1 стр.

до 2 стр.

до 1 стр.

до 5 стр.

до 3 стр.

до 3 стр.

ФОРМА РЕЙТИНГОВОЙ ОЦЕНКИ ПРОДУКТА (ЗАОЧНЫЙ ТУР)

[illegible]

Нов изна прод укта	<u>Оценивается один из показателей</u>										
	Представлен принципиально новый продукт (инновация)										
		32	34	36	38	40	42	44	46	48	50
	Представлен продукт с существенными изменениями \ усовершенствованиями известных методов, технологий, программ и т.п. (новация)										
12		14	16	18	20	22	24	26	28	30	
Представлен продукт с частичными изменениями \ усовершенствованиями известных методов, технологий, программ и т.п.											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Представлен известный продукт (не является инновационным)	0										
Балл эксперта по критерию (max – 50)											

Внедрение продукта	<i>Оценивается каждый из показателей</i>												
	Технология внедрения продукта написана доступно, логично и грамотно	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
	Степень разработанности технологии внедрения продукта	0	2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	
	Описание материально-технических условий внедрения продукта	0 1 2 3 4 5											
	Степень разработки финансово-экономического обоснования внедрения продукта	0 1 2 3 4 5											
Описание эффектов, достигаемых при использовании продукта	0	2	4	6	8	10	12	14	16	18	20		
Описание возможных сложностей при использовании продукта и путей их преодоления	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
Балл эксперта по критерию (max – 70)													

[illegible]

ФОРМА РЕЙТИНГОВОЙ ОЦЕНКИ ПРОДУКТА (ОЧНЫЙ ТУР)

«Рекламная презентация инновационного продукта»

Задачи:

- оценить способности участников конкурса публично демонстрировать свой опыт;
- выявить инновационный продукт, способный к внедрению (передаче) в других образовательных учреждениях.

Конкурсное задание	Критерии оценивания Мах по каждому критерию оценивания – 5 баллов	Оценка эксперта
Проведение рекламной презентации и (продолжительность – 30 минут, из них 10 минут – ответы на вопросы конкурсной комиссии)	Выделение основных преимуществ представляемого продукта перед аналогами	
	Рациональность выбора структуры и логики рекламной презентации продукта	
	Умение заявителя профессионально и объективно оценить представляемый продукт	
	Соответствие проводимой рекламной презентации возможностям аудитории	
	Эффективность использования времени	
	Презентабельность выступления	
	Коммуникативные и организаторские возможности заявителя	
	Оценка степени компетентности и способности к импровизации при ответах на вопросы	
	Создание ситуации новизны, занимательность представления продукта	
	Оптимальность использования сопроводительных материалов (раздаточные материалы, презентация, наглядность и др.).	
ИТОГО:		