

УПРАВЛЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ ЛИПЕЦКОЙ ОБЛАСТИ  
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ЦЕНТР ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ЛИПЕЦКОЙ ОБЛАСТИ»

УТВЕРЖДАЮ  
Директор ГБУ ДО  
«Центр дополнительного образования  
Липецкой области»  
И.А. Малько  
«    »    2020 года

Принято педагогическим советом  
Протокол от 28.08.2020 г. № 40

Рассмотрено на методическом совете  
Протокол от 26.08.2020 г. № 3

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ  
(ОБЩЕРАЗВИВАЮЩАЯ) ПРОГРАММА  
технической направленности  
«Интернет-маркетинг»**

Возраст учащихся: 9-17 лет

Срок реализации: 1 год

Автор - составитель:

Сидорук Татьяна Николаевна

педагог дополнительного

образования

г. Липецк, 2020 год

## СОДЕРЖАНИЕ

I. КОМПЛЕКС ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ОБЩЕРАЗВИВАЮЩЕЙ ПРОГРАММЫ	ОСНОВНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ
1.1. Пояснительная записка	3
1.2. Цель и задачи программы	6
1.3. Учебный план	7
1.4. Содержание программы	9
1.5. Планируемые результаты освоения программы	9
II. КОМПЛЕКС УСЛОВИЙ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ	ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИХ
2.1. Календарный учебный график	11
2.2. Условия реализации программы	13
2.3. Формы аттестации	14
2.4. Методическое обеспечение	14
2.5. Рабочая программа	16
Список литературы	22
Приложения	26

# **I. КОМПЛЕКС ОСНОВНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОБЩЕРАЗВИВАЮЩЕЙ ПРОГРАММЫ**

## **1.1. Пояснительная записка**

Работа с информацией стала отдельной специальностью, остро востребованной на рынке труда. В современном развивающемся мире информационное общество создает новые стандарты культуры, где цифровые технологии становятся частью культурной сферы, учитывающей потребности современного общества в подготовке будущих квалифицированных инженерных кадров и специалистов ИТ. Повседневная жизнь человека тесно связана с разными видами информации и ее передачи.

Дополнительная общеобразовательная (общеразвивающая) программа разработана на основе педагогического опыта автора-составителя программы, опыта участия в Чемпионатной линейке WorldSkills Russia по знаниям, умениям и навыкам, которыми должны обладать участники чемпионата по компетенции «Интернет маркетинг» и нормативно-правовой документации:

- Федеральный закон от 29 декабря 2012 года № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 09.11.2018 г. № 196 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам»;
- Приказ Минпросвещения России от 03.09.2019 г. №467 «Об утверждении Целевой модели развития региональных систем дополнительного образования детей»;
- Приказ Минпросвещения России от 2 декабря 2019 г. № 649 «Об утверждении Целевой модели цифровой образовательной среды»;
- Концепция развития дополнительного образования детей до 2030 года;
- Распоряжение Правительства Российской Федерации «Об утверждении плана основных мероприятий до 2020 года, проводимых в рамках Десятилетия детства» от 6 июля 2018 года №1375-р (с изменениями на 14 декабря 2019 года)»;
- Распоряжение Правительства Российской Федерации от 24 апреля 2015 года № 729-р «Концепция развития дополнительного образования детей»;
- Распоряжение Правительства Российской Федерации от 29 мая 2015 года №996-р «Стратегия развития воспитания в Российской Федерации на период до 2025 года»;
- Постановление Главного государственного санитарного врача Российской Федерации от 4 июля 2014 г. № 41 «Об утверждении СанПиН 2.4.4.3172-14 «Санитарно-эпидемиологические требования к

устройству, содержанию и организации режима работы образовательных организаций дополнительного образования детей»;

- Устав ГБУ ДО «Центр дополнительного образования Липецкой области»;
- Локальные акты, регламентирующие образовательную деятельность Центра цифрового образования детей «IT-куб» ГБУ ДО «Центр дополнительного образования Липецкой области».

### **Направленность программы**

Дополнительная общеобразовательная (общеразвивающая) программа «Интернет-маркетинг» (далее - программа) имеет техническую направленность и предназначена для использования в системе дополнительного образования детей.

Предметы изучения программы: электронная коммерция, новые медиа, веб-порталы, социальные сети.

Программа содержит профориентационную ориентацию учащихся на профессию интернет-маркетолога.

### **Новизна программы**

В основу программы положены новые технологии образования, учитывающие запросы учащихся и потребности современного общества в подготовке будущих специалистов IT-технологий.

Курс носит междисциплинарный характер и позволяет решить задачи развития у учащихся научно-исследовательских, проектных, технико-технологических и гуманитарных компетенций.

В ходе освоения программы учащиеся получают навыки исследовательской, проектной деятельности, познакомятся с основными современными концепциями интернет-маркетинга, их существенными чертами, современными направлениями развития комплекса интернет-маркетинга, основными видами маркетинговых коммуникаций и тенденциями развития коммерческого и социального маркетинга.

### **Актуальность программы**

Развитие сети Интернет предъявляет все большие требования к знанию учащихся в области Интернет-технологий. В настоящее время компьютерная грамотность является неотъемлемой частью профессиональной жизни человека во всех сферах деятельности. При этом от специалиста, востребованного на рынке труда, требуется уровень уверенного и даже продвинутого пользователя, умеющего работать в сети Интернет, пользоваться сетевыми и коммуникационными сервисами, эффективно обрабатывать все виды информации.

Программа строится на концепции подготовки учащихся к профессии интернет-маркетолога.

Выросла потребность общества в технически грамотных специалистах и полностью отвечающих социальному заказу по подготовке квалифицированных кадров в области интернет-маркетинга. Знания, умения и практические навыки решения актуальных задач, полученные на занятиях,

готовят учащихся к самостоятельной проектно-исследовательской деятельности с применением современных технологий. Также программа актуальна тем, что не имеет аналогов на рынке общеобразовательных услуг и является своего рода уникальным образовательным продуктом в области информационных технологий.

### **Педагогическая целесообразность**

Данная программа педагогически целесообразна, т.к. ее реализация органично вписывается в единое образовательное пространство данной образовательной организации. Программа соответствует новым стандартам обучения, которые обладают отличительной особенностью, способствующей личностному росту учащихся, его социализации и адаптации в обществе.

Учащийся, получивший метапредметные знания, умения и навыки по данной профессии, будет обладать широким спектром знаний в сфере интернет технологий, что само по себе высоко ценится на рынке труда в современном обществе.

### **Отличительные особенности программы**

Отличительные особенности программы заключаются в том, что она является практико-ориентированной. Освоенный учащимися теоретический материал закрепляется в виде тестовых заданий, решение кейсов, исследований и проектов. На практических занятиях учащиеся решают актуальные прикладные задачи. Таким образом, обеспечено простое запоминание сложнейших терминов и понятий, которые в изобилии встречаются в специализированной литературе по IT-технологиям.

В программе изучается полный пакет прикладных программ для обработки информации. Освоение программы происходит в основном в процессе проектной деятельности.

Программа разработана в соответствии с требованиями, стандартами WorldSkills по знаниям, умениям и навыкам, которыми должны обладать участники чемпионата по компетенции «Интернет-маркетинг».

### **Адресат программы**

Возраст детей, участвующих в реализации данной программы: от 9 до 17 лет. Наполняемость образовательной группы – до 12 человек.

Программа построена с учётом возрастных и психологических особенностей учащихся, реализуется для всех желающих в разновозрастных группах; рассчитана на любой социальный статус учащихся, имеющих различные интеллектуальные, технические, творческие способности.

Набор в творческое объединение осуществляется без специальной подготовки, от обучающихся не требуется специальных знаний и умений.

### **Объем программы**

144 часа в год. Занятия проводятся 2 раза в неделю по 2 часа (4 часа в неделю). Продолжительность занятия устанавливается в соответствии с СанПиН и Уставом учреждения и составляет 45 мин. Перерыв между занятиями 10 мин.

**Форма обучения:** очная.

## **Структура программы**

Структура программы — модульная, разноуровневая.

1 уровень (1-й год обучения) — является стартовым, предназначен для обучения детей 9-17 лет, срок обучения 1 год.

Учащиеся знакомятся с основными терминами и каналами интернет-маркетинга, учатся составлять аналитическую справку, создавать и поддерживать личный бренд, продвигать аккаунты, группы в социальных сетях и находить целевую аудиторию.

### **Особенности организации образовательного процесса**

Образовательный процесс осуществляется в группах с учащимися разного возраста. Состав группы постоянный, количество учащихся 12 человек.

В программе сочетаются индивидуальные, групповые и коллективные формы работы, которые предоставляют учащимся возможность освоения учебного содержания занятий с учетом их уровней общего развития, способностей, мотивации. В рамках программы предполагается реализация параллельных процессов освоения содержания программы на разных уровнях доступности и степени сложности, с опорой на диагностику стартовых возможностей каждого из участников.

## **1.2. Цель и задачи программы**

**Цель программы** - формирование у учащихся компетенций в области интернет-маркетинга и информационных технологий, способствующих их профессиональному самоопределению.

Для успешной реализации поставленной цели необходимо решить ряд образовательных, развивающих и воспитательных задач:

### **Образовательные:**

1. Сформировать у учащихся представление об основных маркетинговых коммуникациях.

2. Познакомить учащихся с основами проектной и исследовательской деятельности.

3. Сформировать у учащихся навыки планирования, проведения и обработки результатов исследования информации в интернет-пространстве для маркетингового анализа при помощи поисковых систем, общедоступных сервисов.

4. Научить учащихся применять различные методы и инструменты интернет-маркетинга.

5. Сформировать у учащихся способность определять социальные характеристики и индивидуальные особенности людей с целью определения желаний целевой аудитории потребителей какого-либо товара или услуги.

6. Сформировать ключевые компетенции учащихся через проектную и исследовательскую деятельность.

7. Подготовить к участию в чемпионатной линейке WorldSkills по компетенции «Интернет-маркетинг».

**Развивающие:**

1. Развивать образное мышление.
2. Развивать умение довести решение задачи от проекта до работающей модели.
3. Развивать умение постановки технической задачи, собирать и изучать нужную информацию, находить конкретное решение задачи и реализовать свой творческий замысел.
4. Сформировать у учащихся способность к успешной самопрезентации и продвижению любого бренда в социальных сетях.
5. Формировать мотивацию к профессиональному самоопределению учащихся.

**Воспитательные:**

1. Воспитать умение работать в коллективе с учетом личностных качеств учащихся, психологических и возрастных особенностей.
2. Воспитать трудолюбие и уважительные отношения к интеллектуальному труду.
3. Формировать у учащихся мотивации к здоровому образу жизни.
4. Формировать информационную культуру.

**1.3. Учебный план**

Таблица 1

№ п/п	Наименование модулей	Количество часов			Форма аттестации / контроля
		всего	теорет.	практ.	
<b>1 год обучения</b>					
	<b>Модуль 1. Основы интернет- маркетинга</b>	<b>40</b>	<b>10</b>	<b>30</b>	
1.	Знакомство с понятиями интернет-маркетинга. Что такое Social Media Marketing	4	1	3	Тестирование по пройденному материалу
2.	Каналы-интернет маркетинга	8	2	6	Тестирование по пройденному материалу
3.	Анализ конкурентов	28	7	21	Создание собственного проекта

	<b>Модуль 2. Организация процессов в интернет-маркетинге</b>	<b>48</b>	<b>12</b>	<b>36</b>	
4.	Особенности социальных сетей. Аккаунты. Группы. Страницы.	12	3	9	Тестирование по пройденному материалу
5.	Коммерческие возможности социальных сетей.	14	3	11	Тестирование по пройденному материалу
6.	Лидеры общественного мнения. Блогеры. Персональный бренд. Личные аккаунты в социальных сетях	10	3	7	Тестирование по пройденному материалу
7.	Как вести личные аккаунты. От личного аккаунта к SMM- маркетингу	12	3	9	Создание собственного проекта
	<b>Модуль 3. Организация работы по привлечению трафика на площадки и конверсия его в целевые действия</b>	<b>28</b>	<b>8</b>	<b>20</b>	
8.	Создание уникального торгового предложения	14	4	10	Тестирование по пройденному материалу
9.	Рассылки	14	4	10	Тестирование по пройденному материалу
	<b>Модуль 4. Организация работы в области статистики и аналитики в интернет-маркетинге</b>	<b>28</b>	<b>8</b>	<b>20</b>	Тестирование по пройденному материалу
10.	Анализ и аудит аккаунта в социальных сетях	18	5	13	Тестирование по пройденному материалу
11.	Техническое задание для лендинга	10	3	7	Демонстрация собственного проекта
<b>ИТОГО:</b>		<b>144</b>	<b>38</b>	<b>106</b>	



## **1.4. Содержание программы**

### **Модуль 1. Основы интернет- маркетинга.**

Знакомство с работой творческого объединения, проведение инструкций по охране труда и техники безопасности. Проведение предварительной аттестации.

Основные термины и понятия в интернет-маркетинге и Social Media Marketing. Какие задачи они решают. Что входит в компетенции smm-менеджера, как подбирать команду, как контролировать сотрудников, штат или аутсорс. Отчетность. Как создается маркетинговая и smm-стратегии, основные пункты, особенности, необходимость. Ежедневные работы по внедрению стратегии. Отличия коммерческого и контентного smm. Знакомство с основными каналами интернет-маркетинга, критериями анализа конкурентов.

Практика: работа с основными каналами интернет-маркетинга, составление таблицы сравнительного анализа конкурентов.

### **Модуль 2. Организация процессов в интернет-маркетинге.**

Разбор специфики социальных сетей, их особенностей, поведенческих нюансов аудиторий. Чем отличаются аккаунты от групп, группы от страниц. Преимущества тех и других. Как определить, что нужно в конкретном случае. Как рассчитать рекламные кампании, как рассчитать доходность. Кто такие ЛОМы, чем они отличаются от блогеров, зачем нужно с ними сотрудничать.

Из чего складывается персональный бренд в социальных сетях. Как им управлять. Что может повредить персональному бренду. Как оформлять и вести страницы в соцсетях, подбирать контент, искать темы для постов. Виды текстов для соцсетей. Контент-план.

Практика: составление контент-плана, создание страницы/группы, написание постов.

### **Модуль 3. Организация работы по привлечению трафика на площадки и конверсия его в целевые действия.**

Работа с эффективными каналами интернет-маркетинга, подготовка запросов на коммерческие предложения, сравнение коммерческих предложений, приложенных к задаче, запуск рекламных объявлений и написание публикаций, создание рассылок.

Практика: подготовка уникального торгового предложения, создание рекламной стратегии.

### **Модуль 4. Организация работы в области статистики и аналитики в интернет-маркетинге.**

Знакомство с основными терминами и определениями, используемыми в веб-аналитике. Изучение структуры и особенностей основных систем веб-

аналитики, включая дополнительные сервисы для отслеживания установки счетчиков на сайте.

Практика: формирование статистики по странице.

## **1.5. Планируемые результаты освоения программы**

### **Планируемые результаты обучения**

#### **Личностные:**

- сформировать устойчивый интерес к правилам здоровьесберегающего и безопасного поведения;
- сформировать умение проявлять в самостоятельной деятельности воле логическую культуру и компетентность;
- развить аналитическое, практическое и логическое мышление;
- развить самостоятельность и самоорганизацию;
- развить умение работать в команде, развить коммуникативные навыки;
- сформировать умение вести себя сдержанно и спокойно.

#### **Развивающие:**

- развить творческую активность;
- развить умение представлять результаты своей работы окружающим, аргументировать свою позицию;
- развить познавательную активность.

#### **Социальные:**

- сформировать умение пользоваться приемами коллективного творчества;
- сформировать умение эстетического восприятия мира и доброе отношение к окружающим.

#### **Регулятивные:**

- сформировать умение соотносить свои действия с планируемыми результатами, осуществлять контроль своей деятельности в процессе достижения результата;
- сформировать умение определять способы действий в рамках предложенных условий и требований, корректировать свои действия в соответствии с изменяющейся ситуацией.

#### **Познавательные:**

- сформировать умение работать с литературой и другими источниками информации;
- сформировать умение самостоятельно определять цели своего обучения.

#### **Коммуникативные:**

- сформировать умение организовать учебное сотрудничество и совместную деятельность с педагогом и сверстниками;
- сформировать умение работать индивидуально и в группе, уметь вступать в контакт со сверстниками.

### **Предметные:**

- владеть основными приемами работы в прикладных программах для обработки информации;
- познакомиться с методами и средствами поиска информации в интернет-пространстве для проведения веб-аналитики;
- сформировать навыки планирования, проведения и обработки результатов исследования информации в интернет-пространстве при помощи поисковых систем;
- сформировать способность к успешной самопрезентации и формированию позитивного имиджа в социальных сетях;
- обучить приемам интернет-маркетинга;
- сформировать культуру позитивного интернет продвижения.

### **Метапредметные:**

- ориентироваться в своей системе знаний: отличать новое знание от известного;
- перерабатывать полученную информацию: делать выводы в результате совместной работы группы, сравнивать и группировать предметы и их образы;
- работать по предложенным инструкциям и самостоятельно;
- излагать мысли в четкой логической последовательности, отстаивать свою точку зрения, анализировать ситуацию и самостоятельно находить ответы на вопросы путем логических рассуждений;
- определять и формировать цель деятельности на занятии с помощью учителя;
- работать в группе и коллективе;
- уметь рассказывать о проекте;
- работать над проектом в команде, эффективно распределять обязанности;
- работать над проектом индивидуально, эффективно распределять время.

## **II. КОМПЛЕКС ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИХ УСЛОВИЙ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ**

### **2.1. Календарный учебный график**

График разработан в соответствии с СанПиН 2.4.4.3172-14 «Санитарно-эпидемиологические требования к устройству, содержанию и организации режима работы образовательных организаций дополнительного образования детей», Положением об организации образовательной деятельности в творческих объединениях Центра цифрового образования детей «IT-куб» Государственного бюджетного учреждения дополнительного образования «Центр дополнительного образования Липецкой области», Уставом Центра.

График учитывает возрастные психофизические особенности учащихся и отвечает требованиям охраны их жизни и здоровья.

Содержание Графика включает в себя следующее:

- продолжительность учебного года;
- количество учебных групп по годам обучения и направленностям;
- регламент образовательного процесса;
- продолжительность занятий;
- аттестация учащихся;
- режим работы учреждения;
- работа Центра в летний период;
- периодичность проведения родительских собраний.

Центр цифрового образования детей «IT-куб» Государственное бюджетное учреждение дополнительного образования «Центр дополнительного образования Липецкой области» в установленном законодательством Российской Федерации порядке несет ответственность за реализацию в полном объеме дополнительных общеобразовательных (общеразвивающих) программ в соответствии с календарным учебным графиком.

Продолжительность учебного года в Центре:

Начало учебного года – 01.09.2020 года.

Окончание учебного года – 31.05.2020 года.

Начало учебных занятий:

1 год обучения – не позднее 14.09.2020 года;

Комплектование групп 1 года обучения – с 01 по 13.09.2020 года.

Продолжительность учебного года – 36 недель.

Количество учебных групп по годам обучения и направленностям:

Таблица 2

<b>Направленность программы</b>	<b>1 год обучения</b>	<b>2 год обучения</b>
техническая	1	-
<b>Итого:</b>	<b>1</b>	<b>-</b>

Регламент образовательного процесса:

1 год обучения – 4 часа в неделю (144 часа в год) / 72 дня;

Занятия организованы в Центре дополнительного образования Липецкой области.

Продолжительность занятий:

Занятия проводятся по расписанию, утвержденному директором ГБУ ДО «Центр дополнительного образования Липецкой области» в свободное от занятий в общеобразовательных учреждениях время, включая учебные занятия в субботу и воскресенье с учетом пожеланий родителей (законных

представителей) несовершеннолетних учащихся с целью создания наиболее благоприятного режима занятий и отдыха детей.

Занятия начинаются не ранее 8.30 часов утра и заканчиваются не позднее 20.00 часов.

Продолжительность занятия - 45 минут.

После 45 минут занятий организовывается перерыв длительностью 10 минут для проветривания помещения и отдыха учащихся.

Центр организует работу с учащимися в течение всего календарного года.

Летний оздоровительный период – с 01.06. по 31.08.2020 года.

В летний период дополнительное образование организуется по краткосрочным программам с основным или переменным составом, индивидуально; в одновозрастных и в разновозрастных объединениях по интересам. Образовательный процесс может осуществляться в форме поездок, экскурсий, лагерей, профильных школ технической направленности, мастер-классов, аудиторных занятий, лекций, семинаров, практикумов, научной и исследовательской деятельности, массовых и воспитательных мероприятий: концертов, выставок и др.

**Методы контроля и управления образовательным процессом** - это наблюдение педагога в ходе занятий, анализ подготовки и участия членов коллектива в мероприятиях, оценка результатов проектной деятельности членами жюри, анализ результатов выступлений на различных областных, всероссийских мероприятиях, выставках, конкурсах и соревнованиях. Принципиальной установкой программы (занятий) является отсутствие назидательности и прямолинейности в преподнесении нового материала.

При работе по данной программе предварительная аттестация проводится на первых занятиях с целью выявления образовательного и творческого уровня учащихся, их способностей. Он может быть в форме собеседования, тестирования или решения кейсовых задач. Текущий контроль проводится для определения уровня усвоения содержания программы. Формы контроля - традиционные: конференция, фронтальная и индивидуальная беседа, выполнение дифференцированных практических заданий, участие в конкурсах и выставках технической направленности, защиты проектов и т.д.

## **2.2. Условия реализации программы Материально-техническое обеспечение**

Требования к помещению:

- помещение для занятий, отвечающие требованиям СанПин для учреждений дополнительного образования;
- качественное освещение;
- столы, стулья по количеству учащихся и 1 рабочим местом для педагога.

Оборудование:

- специальные шкафы под компьютеры и оргтехнику;
- ноутбуки/ПК;
- МФУ лазерный;
- доступ к сети Интернет;
- моноблочное интерактивное устройство.

Кадровое обеспечение:

- Реализовывать программу могут педагоги дополнительного образования, обладающие достаточными знаниями в области педагогики, психологии и методологии, знающие особенности обучения интернет-маркетингу.

### **2.3. Формы аттестации**

Педагогический мониторинг включает в себя: предварительную аттестацию текущий контроль, промежуточную аттестацию.

**Текущий контроль** осуществляется регулярно в течение учебного года. Контроль теоретических знаний осуществляется с помощью педагогического наблюдения, тестов, опросов, дидактических игр. В практической деятельности результативность оценивается качеством выполнения работ учащихся, где анализируются положительные и отрицательные стороны работ, корректируются недостатки.

Система контроля знаний и умений, обучающихся представляется в виде учёта результатов по итогам выполнения заданий отдельных кейсов и посредством наблюдения, отслеживания динамики развития, обучающегося (Приложение).

Компонентами оценки индивидуального/группового проекта являются (по мере убывания значимости): качество ИП, отзыв руководителя проекта, уровень презентации и защиты проекта. Если проект выполнен группой обучающихся, то при оценивании учитывается не только уровень исполнения проекта в целом, но и личный вклад каждого из авторов. Решение принимается коллегиально.

Конечным результатом выполнения программы предполагается выход учащихся на продвинутый уровень сложности: участие в выставках, смотрах и конкурсах различных уровней, защита проектов, участие в чемпионате WorldSkills по компетенции «Интернет маркетинг».

### **2.4. Методическое обеспечение**

Образовательный процесс осуществляется в очной форме.

В образовательном процессе используются следующие методы:

1. объяснительно-иллюстративный;
2. метод проблемного изложения (постановка проблемы и решение её самостоятельно или группой);
3. проектно-исследовательский;
4. наглядный:

- демонстрация плакатов, схем, таблиц, диаграмм;
- использование технических средств;
- просмотр видеороликов;

#### 5. практический:

- практические задания;
- анализ и решение проблемных ситуаций и т. д.

Выбор методов обучения осуществляется исходя из анализа уровня готовности учащихся к освоению содержания модуля, степени сложности материала, типа учебного занятия. На выбор методов обучения значительно влияет персональный состав группы, индивидуальные особенности, возможности и запросы детей.

#### Формы обучения:

- фронтальная – предполагает работу педагога сразу со всеми учащимися в едином темпе и с общими задачами. Для реализации обучения используется компьютер педагога с мультимедиа проектором, посредством которых учебный материал демонстрируется на общий экран. Активно используются Интернет-ресурсы;

- групповая – предполагает, что занятия проводятся с подгруппой. Для этого группа распределяется на подгруппы не более 6 человек, работа в которых регулируется педагогом;

- индивидуальная – подразумевает взаимодействие преподавателя с одним учащимся. Как правило данная форма используется в сочетании с фронтальной. Часть занятия (объяснение новой темы) проводится фронтально, затем учащийся выполняют индивидуальные задания или общие задания в индивидуальном темпе;

- дистанционная – взаимодействие педагога и учащихся между собой на расстоянии, отражающее все присущие учебному процессу компоненты. Для реализации дистанционной формы обучения весь дидактический материал размещается в свободном доступе в сети Интернет, происходит свободное общение педагога и учащихся в социальных сетях, по электронной почте, посредством видеоконференции или в общем чате. Кроме того, дистанционное обучение позволяет проводить консультации учащегося при самостоятельной работе дома. Налаженная система сетевого взаимодействия подростка и педагога, позволяет не ограничивать процесс обучения нахождением в учебной аудитории, обеспечить возможность непрерывного обучения в том числе, для часто болеющих детей или всех детей в период сезонных карантинов (например, по гриппу) и температурных ограничениях посещения занятий.

#### Методическая работа

- методические рекомендации, дидактический материал (игры; сценарии; задания, задачи, способствующие «включению» внимания, восприятия, мышление, воображения учащихся);
- учебно-планирующая документация;

- диагностический материал (кресворды, анкеты, тестовые и кейсовые задания);
- наглядный материал, аудио и видео материал.

### **Воспитательная работа**

- беседа о противопожарной безопасности, о технике безопасности во время проведения занятий и участия в соревнованиях;
- беседы о бережном отношении и экономном расходовании материалов в творческом объединении;
- проведение мероприятий с презентацией творческого объединения (День знаний; День защиты детей; Славен педагог своими делами);
- пропаганда здорового образа жизни среди учащихся (беседы: «Скажи наркомании – «Нет», Курение в детском и подростковом возрасте. Вредные привычки – как от них избавиться. Беседы с учащимися воспитывающего и общеразвивающего характера;
- воспитание патриотических чувств (беседы: День народного единства; День защитника Отечества; День Победы в Великой Отечественной войне 1941-1945 гг.; Международный женский день 8 марта; День России).

**Работа с родителями.** Согласованность в деятельности педагога дополнительного образования и родителей способствует успешному осуществлению учебно-воспитательной работы в творческом объединении и более правильному воспитанию учащихся в семье. В этой связи с родителями проводятся следующие мероприятия:

- родительские собрания;
- индивидуальные консультации;
- проведение соревнований, выставок, конкурсов, презентации проектной деятельности с приглашением родителей.

## **2.6. Рабочая программа**

### **Группы 1 года обучения:**

Работает в составе двух учебных групп.

Возраст учащихся 9-17 лет.

Занятия проводятся 2 раза в неделю по 2 часа на базе Центра дополнительного образования Липецкой области по следующему расписанию:

1 группа: среда 16.20 – 18.00; пятница 16.20 – 18.00.

Таблица 3

Дата занятия	Теория	Время (мин.)	Практика	Время (мин.)	Другие формы работы	Время (мин.)	Кол-во часов
<b>Модуль 1. Основы интернет- маркетинга</b>							
	Вводное занятие	25	Предварительная аттестация учащихся	50	Инструктаж по ТБ и ПДД	15	2



	Знакомство с понятиями интернет-маркетинга	20	Работа с понятиями	50	Тестирование по пройденному материалу	20	2
	Знакомство с каналами интернет-маркетинга	20	Работа с каналами-интернет-маркетинга	50	Игра «Я блогер»	20	2
	Знакомство с анализом конкурентов	25	Работа в текстовом редакторе	50	Работа с интернет-сервисами	15	2
	Самопрезентация	20	Работа в программе создания презентаций	50	Тестирование по пройденному материалу	20	2
	Сравнительный анализ конкурентов	25	Работа с онлайн-сервисами	50	Игра «От идеи к воплощению»	15	2
	Каналы интернет-маркетинга	25	Работа с онлайн-сервисами	50	Тестирование по пройденному материалу	15	2
	Знакомство с аналитической справкой	20	Работа в текстовом редакторе	50	Работа с онлайн-сервисами	20	2
	Составление анализа	25	Создание аналитической справки	50	Игра «От идеи к воплощению»	15	2
	Лайфхаки по составлению анализа	20	Работа с онлайн-сервисами	50	Игра «Практическое продвижение аккаунта»	20	2
	Основные этапы составления аналитической справки	25	Работа с онлайн-сервисами	50	Работа в группах	15	2
	Основные понятия для составления аналитической справки	20	Работа с онлайн-сервисами	50	Тестирование по пройденному материалу	20	2
	Содержание аналитической справки	25	Работа с онлайн-сервисами	50	Игра «Практический SMM»	15	2
	Презентация аналитической справки	20	Работа в программе создания презентаций	50	Работа в группах	20	2
	Применение каналов интернет-маркетинга. Часть 1	25	Работа с онлайн-сервисами	50	Игра «Я-интернет-маркетолог»	15	2
	Применение каналов интернет-маркетинга. Часть 2	20	Работа с онлайн-сервисами	50	Тестирование по пройденному материалу	20	2
	Структура самопрезентации «Я-интернет-маркетолог»	25	Работа в программе создания презентаций	50	Игра «Я-интернет-маркетолог»	15	2

	Лайфхаки по составлению самопрезентации «Я-интернет-маркетолог»	20	Работа в программе создания презентаций	50	Работа в группах	20	2
	Составление самопрезентации «Я-интернет-маркетолог»	20	Работа в программе создания презентаций	60	Игра «Развиваем речь»	10	2
	Самопрезентация «Я-интернет-маркетолог»	25	Работа в программе создания презентаций	60	Игра «Я-интернет-маркетолог»	5	2
<b>Модуль 2. Организация процессов в интернет-маркетинге</b>							
	Изучение целевой аудитории	25	Поиск информации в поисковой системе	50	Демонстрация обзора целевой аудитории	15	2
	Поиск целевой аудитории	20	Поиск информации в поисковой системе	50	Игра «От идеи к воплощению»	20	2
	Работа с целевой аудиторией	25	Поиск информации в поисковой системе	50	Игра «Реальный контент»	15	2
	Лайфхаки по поиску целевой аудитории	20	Поиск информации в поисковой системе		Работа в группах	20	2
	Стратегия продвижения	35	Работа с текстовыми редакторами	45	Игра «Интернет-маркетинг в действии»	10	2
	Составление стратегии продвижения	35	Поиск информации в поисковой системе	45	Игра «Блог и блогерство»	10	2
	Презентация стратегии продвижения	20	Работа в социальных сетях	50	Работа в группах	20	2
	Продвижение в социальных сетях	25	Работа в социальных сетях	50	Деловая игра «Интернет-маркетинг: практический результат»	15	2
	Лайфхаки по продвижению в социальных сетях	20	Поиск информации в поисковой системе	50	Работа в группах	20	2
	Механизмы продвижения в социальных сетях	25	Работа в социальных сетях	50	Деловая игра «SMM»	15	2

	Страница/группа в социальной сети	20	Создание страницы/группы в социальной сети	50	Игра «Деловое общение»	20	2
	Структура страницы/группы в социальной сети	25	Работа в социальных сетях	50	Игра «дебатъ»	15	2
	Написание постов для публикации в социальных сетях	20	Поиск информации в поисковой системе	50	Работа в группах	20	2
	Лайфхаки по написанию постов для публикации в социальных сетях	25	Работа с текстовыми редакторами	50	Игра «Мой личный бренд»	15	2
	Продвижение страницы/группы в социальных сетях	20	Привлечение подписчиков	50	Тестирование по пройденному материалу	20	2
	Лайфхаки по продвижению личного бренда	35	Поиск информации в поисковой системе	45	Работа в группах	10	2
	Работа с личным брендом	35	Поиск информации в поисковой системе	45	Игра «Создаем личный бренд»	10	2
	Развитие личного бренда	20	Поиск информации в поисковой системе	50	Игра «Создаем личный бренд»	20	2
	Личный бренд и реклама	25	Поиск информации в поисковой системе	50	Работа в группах	15	2
	Знакомство с контент-планом	20	Поиск информации в поисковых системах	50	Игра «Продвигаю и продаю»	20	2
	Структура контент-плана	25	Работа с текстовыми редакторами	50	Работа в группах	15	2
	Лайфхаки по составлению контент-плана	20	Поиск информации в поисковых системах	50	Деловая игра «Пост в 10 словах»	20	2
	Составление контент-плана	25	Работа с текстовыми редакторами	50	Работа в группах	15	2
	Презентация контент-плана	20	Работа с текстовыми редакторами	50	Игра «Создаем свои ключевые слова»	20	2
<b>Модуль 3. Организация работы по привлечению трафика на площадки и конверсия его в целевые действия</b>							

	Знакомство с концепцией создания уникального торгового предложения	25	Поиск информации в поисковых системах	50	Игра «Создаем свои ключевые слова»	15	2
	Структура уникального торгового предложения	20	Поиск информации в поисковых системах	50	Работа в группах	20	2
	Лайфхаки по составлению уникального торгового предложения	25	Работа с текстовыми редакторами	50	Игра «Пост в 10 словах»	15	2
	Составление технического задания	20	Поиск информации в поисковых системах	30	Презентация технического задания	10	2
	Правильно составленное техническое задание как основа для качественного результата	35	Работа с текстовыми редакторами	40	Работа в группах	15	2
	Содержание технического задания	20	Работа с текстовыми редакторами	50	Тестирование по пройденному материалу	20	2
	Лайфхаки по составлению технического задания	35	Поиск информации в поисковых системах	40	Работа в группах	15	2
	Создание рекламной стратегии	25	Построение таблиц и диаграмм для визуализации данных	50	Презентация рекламной стратегии	15	2
	Сущность рекламной стратегии	20	Работа с текстовыми редакторами	50	Работа в группах	20	2
	Лайфхаки по составлению рекламной стратегии	25	Поиск информации в поисковых системах	50	Деловая игра «Дебаты»	15	2
	Рекламная стратегия как важный элемент работы в интернет-маркетинге	20	Поиск информации в поисковых системах	50	Работа в группах	25	2
	Работа с рассылками	35	Поиск информации в поисковых системах	40	Игра «Пост в 10 словах»	15	2
	Процесс создания рассылок	20	Поиск информации в поисковых системах	50	Игра «Презентуем свой личный бренд»	20	2
	Лайфхаки по подготовке рассылок	35	Поиск информации в поисковых системах	40	Тестирование по пройденному материалу	15	2

<b>Модуль 4. Организация работы в области статистики и аналитики в интернет-маркетинге</b>							
	Анализ и аудит аккаунта в социальных сетях	25	Работа с онлайн-сервисами	50	Работа в группах	15	2
	Структура анализа аккаунта в социальных сетях	20	Работа с текстовыми редакторами	50	Игра «Пост в 10 словах»	25	2
	Содержание анализа аккаунта в социальных сетях	25	Работа с текстовыми редакторами	50	Работа в группах	15	2
	Лайфхаки по составлению анализа аккаунта в социальных сетях	20	Работа с текстовыми редакторами	50	Игра «Словесное многоборье»	20	2
	Структура статистики по анализу аккаунта в социальных сетях	25	Работа с онлайн-сервисами	50	Игра «Моя позиция в сети»	15	2
	Содержание статистики по анализу аккаунта в социальных сетях	20	Работа с онлайн-сервисами	50	Работа в группах	20	2
	Лайфхаки по составлению статистики по анализу аккаунта в социальных сетях	35	Работа с текстовыми редакторами	40	Игра «Пост в 10 словах»	15	2
	Составление рекомендаций по итогу анализа аккаунта	20	Работа в текстовом редакторе	50	Игра «Словесное многоборье»	20	2
	Как и для чего применять анализ аккаунта в социальных сетях	35	Работа в текстовом редакторе	40	Тестирование по пройденному материалу	15	2
	Знакомство с лендингом	25	Поиск информации в поисковой системе	50	Работа в группах	15	2
	Структура лендинга	20	Поиск информации в поисковой системе	50	Игра «Пост в 10 словах»	20	2
	Лайфхаки по составлению лендинга	35	Поиск информации в поисковой системе	40	Игра «Словесное многоборье»	15	2
	Преимущества работы с лендингом в работе интернет-маркетолога	35	Работа в текстовом редакторе	40	Работа в группах	15	2
	Презентация лендинга	20	Работа в программе создания презентаций	55	Деловая игра «Реальный SMM»	15	2
<b>Итого: 144 часа</b>							

## СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

### Нормативные документы

1. Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 N 273-ФЗ.
2. Стратегия развития воспитания в Российской Федерации на период до 2025 года. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 29 мая 2015 г. № 996-р.
3. Распоряжение правительства РФ от 04.09. 2014 № 1726-р «Об утверждении Концепции развития дополнительного образования детей».
4. Приказ Министерства просвещения России от 09.11.2018 г. № 196 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам» (Приказ №1008 отменен).
5. Приказ Минпросвещения России от 03.09.2019 №467 «Об утверждении Целевой модели цифровой образовательной среды».
6. Приказ Министерства просвещения РФ от 2 декабря 2019 г. № 649 «Об утверждении Целевой модели цифровой образовательной среды».
7. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 6 июля 2018 г. № 1375, об утверждении Плана основных мероприятий до 2020 года, проводимых в рамках Десятилетия детства.
8. Федеральный проект «Успех каждого ребенка» - приложение к протоколу заседания проектного комитета по национальному проекту «Образование» от 07 декабря 2018 г. №3.

### Список литературы для педагога

1. Ашманов И.С. Идеальный поиск в Интернете глазами пользователя. М.: Питер, 2011.
2. Ашманов И.С., Иванов А.А. Продвижение сайта в поисковых системах. М.: Вильямс, 2007.
3. Баскаков А.Я., Туленков Н.В. Методология научного исследования: Учеб. пособие. К.: МАУП, 2004.
4. Бережнова Е.В., Краевский В.В. Основы исследовательской деятельности студентов: учеб. пособие для студ. сред. учеб. заведений. М.: Издат. центр «Академия», 2007.
5. Бехтерев С.В. Майнд-менеджмент. Решение бизнес-задач с помощью интеллект-карт. М.: Альпина Паблишер, 2012.
6. Богачева Т.Ю., Соболева А.Н., Соколова А.А. Риски интернет пространства для здоровья подростков и пути их минимизации // Наука для образования: Коллективная монография. М.: АНО «ЦНПРО», 2015.
7. Бодалев А.А., Столин В.В. Общая психодиагностика. СПб.: Речь, 2000.

8. Брайант Д., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. М: Издательский дом «Вильяме», 2004.
9. Волков Б.С., Волкова Н.В., Губанов А.В. Методология и методы психологического исследования: Учебное пособие. М.: Академический проект; Фонд «Мир», 2010.
10. Гаврилов К.В. Как сделать сюжет новостей и стать медиатором. М: Амфора. 2007.
11. Герцог Г.А. Основы научного исследования: методология, методика, практика: учебное пособие. Челябинск: Изд-во Челяб. гос. пед. ун-та, 2013.
12. Гончаров М.В., Земсков А.И., Колосов К.А., Шрайберг Я.Л. Открытый доступ: зарубежный и отечественный опыт состояние и перспективы // Научные и технические библиотеки. 2012. № 8. С. 5-26.
13. Горошко Е.И. Современная Интернет-коммуникация: структура и основные параметры // Интернет-коммуникация как новая речевая формация: коллективная монография / науч. ред. Т. Н. Колокольцева, О.В. Лутовинова. М.: Флинта: Наука, 2012.
14. Елисеев О.П. Практикум по психологии личности. СПб.: Питер, 2001.
15. Жукова Т.И., Сазонов Б.В., Тищенко В.И. Подходы к созданию единой сетевой инфраструктуры научного сообщества // Методы инновационного развития. М.: Едиториал УРСС, 2007.
16. Земсков А.И., Шрайберг Я.Л. Электронные библиотеки. М.: Либерия, 2003.
17. Кабани Ш. SMM в стиле дзен. Стань гуру продвижения в социальных сетях и новых медиа! М.: Питер, 2012.
18. Кравченко А.И. Методология и методы социологических исследований. Учебник. М.: Юрайт, 2015.
19. Крупник А.Б. Поиск в Интернете: самоучитель. СПб.: Питер, 2004.
20. Лукина М.М. Интернет-СМИ: Теория и практика. М.: Аспект-Пресс. 2010.
21. Машкова С. Г. Интернет-журналистика: учебное пособие. Тамбов: Изд-во ТГТУ, 2006.
22. Муромцев Д.И., Леманн Й., Семерханов И.А., Навроцкий М.А., Ермилов И.С. Исследование актуальных способов публикации открытых научных данных в сети // Научно-технический вестник информационных технологий, механики и оптики. 2015. Т. 15. № 6. С. 1081-1087.
23. Попов А. Блоги. Новая сфера влияния. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2008.
24. Прокудин Д.Е. Через открытую программную издательскую платформу к интеграции в мировое научное сообщество: решение проблемы оперативной публикации результатов научных исследований // Научная периодика: проблемы и решения. 2013. № 6. С. 13-18.
25. Прохоров А. Интернет: как это работает. СПб.: БХВ - Санкт-Петербург, 2004.

26. Рубинштейн С. Л. Основы общей психологии. СПб.: Издательство «Питер», 2000.

27. Словарь молодежного и интернет-сленга / Авт.-сост. Н.В. Белов. Минск: Харвест, 2007.

28. Слугина Н. Активные пользователи социальных сетей Интернета. СПб.: Питер, 2013.

29. Солдатова Г., Зотова Е., Лебешева М., Вляпников В. Интернет: возможности, компетенции, безопасность. Методическое пособие для работников системы общего образования. Ч. 1. Лекции. М.: Google, 2013.

30. Солдатова Г., Рассказова М., Лебешева М., Зотова Е., Рогендорф П. Дети России онлайн. Результаты международного проекта EU Kids Online II в России. М.: Фонд Развития Интернет, 2013.

### **Список литературы для учащихся**

1. Солдатова Г.У., Шляпников В.Н., Журина М.А. Эволюция онлайн рисков: итоги пятилетней работы линии помощи «Дети онлайн» // Консультативная психология и психотерапия. 2015. № 3. С. 50-66.

2. Сорокина Е., Федотченко В., Чабаненко К. В социальных сетях. Twitter: 140 символов самовыражения. М.: Питер, 2011.

3. Федоров А.В. Медиаобразование: вчера и сегодня. М: МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех», 2009.

4. Чернец В., Базлова Т. Иванова Э., Крыгина Н. Влияние через социальные сети. М.: Фонд «ФОКУС-МЕДИА», 2010.

5. Шарков Ф.И. Коммуникология. Основы теории коммуникации: учебник для бакалавров рекламы и связей с общественностью (модуль «Коммуникология»). М.: Дашков и К, 2010.

6. Ших К. Эра Facebook. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2011.

7. Щербаков А.Ю. Интернет-аналитика. Поиск и оценка информации в web-ресурсах. Практическое пособие. М.: Книжный мир, 2012.

### **Интернет-ресурсы**

1. Федеральный портал «Российское образование» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.edu.ru>.

2. Международная федерация образования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mfo-rus.org>.

3. Образование: национальный проект [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.rost.ru/projects/education/education\\_main.shtml](http://www.rost.ru/projects/education/education_main.shtml)

4. Сайт министерства образования и науки РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mon.gov.ru>.

5. Планета образования: проект [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.planetaedu.ru>.

6. ГОУ Центр развития системы дополнительного образования детей РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dod.miem.edu.ru>.



7. Российское школьное образование [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.school.edu.ru>

8. Портал «Дополнительное образование детей» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vidod.edu.ru>

**Оценочный лист**  
**результатов предварительной аттестации учащихся**  
**1 год обучения**

**Срок проведения:** октябрь

**Цель:** исследования имеющихся навыков и умений у учащихся.

**Форма проведения:** собеседование, тестирование, практическое задание.

**Форма оценки:** уровень (высокий, средний, низкий).

**Критерии оценки уровня:** положительный или отрицательный ответ.

Таблица 4

№	Параметры оценки	Критерии оценки		
		Высокий уровень	Средний уровень	Низкий уровень
1.	Умение работать в пакете прикладных программ для обработки информации	Соблюдение всех технологических приемов в работе	Допущены единичные нарушения технологии	Несоблюдение технологии
2.	Умение работать в социальных сетях	Соблюдение всех технологических приемов в работе	Допущены единичные нарушения технологии	Несоблюдение технологии
3.	Владение исследовательской деятельности и анализа информации в интернет-пространстве	Соблюдение всех технологических приемов в работе	Допущены единичные нарушения технологии	Несоблюдение технологии

## Промежуточная аттестация

**Срок проведения:** декабрь, май.

**Цель:** оценка роста качества знаний и практического их применения за период обучения.

**Форма проведения:** практическое задание, контрольное занятие, отчетные мероприятия (соревнования, конкурсы и т.д.).

**Содержание аттестации.** Сравнительный анализ качества выполненных работ начала и конца учебного года (выявление уровня знаний и применения их на практике).

**Форма оценки:** уровень (высокий, средний, низкий).

Таблица 5

№	Параметры оценки	Критерии оценки		
		Высокий уровень	Средний уровень	Низкий уровень
1.	Умение работать в пакете прикладных программ для обработки информации	Соблюдение всех технологических приемов в работе	Допущены единичные нарушения технологии	Несоблюдение технологии
2.	Умение работать в социальных сетях	Соблюдение всех технологических приемов в работе	Допущены единичные нарушения технологии	Несоблюдение технологии
3.	Владение исследовательской деятельности и анализа информации в интернет-пространстве	Соблюдение всех технологических приемов в работе	Допущены единичные нарушения технологии	Несоблюдение технологии
4.	Личностный рост (на основе наблюдений педагога)	Самостоятельность в работе, дисциплинированность, аккуратность, умение работать в коллективе, развитие фантазии и творческого потенциала	Слабая усидчивость, неполная самостоятельность в работе	Неусидчивость, неумение работать в коллективе и самостоятельно
5.	Личные достижения (участие в различных конкурсах, выставках, соревнованиях)	Участие в конкурсах, выставках, соревнованиях	Не учитывается	Не учитывается

## Таблица результатов

### «Диагностики учащихся творческого объединения»

№ группы: \_\_\_\_\_

Дата: \_\_\_\_\_

Таблица 6

№	ФИО обучающегося	Сложность продукта (по шкале от 0 до 5 баллов)	Соответствие продукта поставленной задаче (по шкале от 0 до 5 баллов)	Презентация продукта. Степень владения специальными терминами (по шкале от 0 до 5 баллов)	Степень увлеченности процессом и стремления к оригинальности (по шкале от 0 до 5 баллов)	Кол-во вопросов и затруднений (шт. за одно занятие)
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						