

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
социально-гуманитарной 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 «Интернет-маркетинг» (далее – программа) разработана на основе:

- опыта участия в Чемпионатной линейке WorldSkillsRussia по знаниям, умениям и навыкам, которыми должны обладать участники чемпионата по компетенции «Интернет-маркетинг»

- педагогического опыта автора-составителя программы

- нормативно-правовой документации:

- Федеральный закон от 29 декабря 2012 года № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Распоряжение Правительства Российской Федерации от 24 апреля 2015 года № 729-р «Концепция развития дополнительного образования детей»;
- 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»;
- 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 29 мая 2015 года №996-р «Стратегия развития воспитания в Российской Федерации на период до 2025 года»;
- Постановление Правительства Российской Федерации от 30 декабря 2015 года № 1493 «О государственной программе «Патриотическое

- воспитание граждан Российской Федерации на 2016-2020 годы»;
- Постановление Главного государственного санитарного врача Российской Федерации от 28 сентября 2020 г. № 28 «Об утверждении СанПиН 2.4.3648-20 «Санитарно-эпидемиологические требования к организациям воспитания и обучения, отдыха и оздоровления детей и молодежи»;
 - Письмо Министерства образования и науки Российской Федерации от 18 ноября 2015 года № 09-3242 «Методические рекомендации по проектированию дополнительных общеразвивающих программ»;
 - Устав ГБУ ДО «Центр дополнительного образования Липецкой области»;
 - Локальные акты, регламентирующие образовательную деятельность 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.	
1 год обучения					
	Модуль 1. Основы интернет- маркетинга	40	10	30	
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 пройденному материалу	по
3.	Анализ конкурентов	28	7	21	Создание собственного проекта	
	Модуль 2. Организация процессов в интернет-маркетинге	48	12	36		
4.	Особенности социальных сетей. Аккаунты. Группы. Страницы.	12	3	9	Тестирование пройденному материалу	по
5.	Коммерческие возможности социальных сетей.	14	3	11	Тестирование пройденному материалу	по
6.	Лидеры общественного мнения. Блогеры. Персональный бренд. Личные аккаунты в социальных сетях	10	3	7	Тестирование пройденному материалу	по
7.	Как вести личные аккаунты. От личного аккаунта к SMM- маркетингу	12	3	9	Создание собственного проекта	
	Модуль 3. Организация работы по привлечению трафика на площадки и конверсия его в целевые действия	28	8	20		
8.	Создание уникального торгового предложения	14	4	10	Тестирование пройденному материалу	по
9.	Рассылки	14	4	10	Тестирование пройденному материалу	по
	Модуль 4. Организация работы в области статистики и аналитики в интернет-маркетинге	28	8	20	Тестирование пройденному материалу	по
10.	Анализ и аудит аккаунта в социальных сетях	18	5	13	Тестирование пройденному материалу	по
11.	Техническое задание для лендинга	10	3	7	Демонстрация собственного проекта	
	ИТОГО:	144	38	106		

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

Направленность программы	1 год обучения	2 год обучения
техническая	1	-
Итого:	1	-

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 карантин (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 (кроссворды, 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
Модуль 1. Основы интернет- маркетинга							
	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
Модуль 2. Организация процессов в интернет-маркетинге							
	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:практикоориентированный 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 «дебаты»	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
Модуль 3. Организация работы по привлечению трафика на площадки и конверсия его в целевые действия							
	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 рассылки	20	Поиск информации в поисковых системах	50	Игра «Презентуем свой личный бренд»	20	2
	Лайфхаки по подготовке рассылки	35	Поиск информации в поисковых системах	40	Тестирование по пройденному материалу	15	2
Модуль 4. Организация работы в области статистики и аналитики в интернет-маркетинге							
	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	
Итого: 144 часа								

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.: Либерея, 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
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						

