

Муниципальное бюджетное общеобразовательное учреждение  
средняя общеобразовательная школа № 4  
имени Героя Советского Союза Жукова Георгия Константиновича  
муниципального образования Тимашевский район  
Центр цифрового образования детей «IT-куб

Принята на заседании  
педагогического совета  
от « 7 » августа 2023 г.  
Протокол № 1



**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ  
ОБЩЕРАЗВИВАЮЩАЯ ПРОГРАММА  
ТЕХНИЧЕСКОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ**

**«Интернет-маркетинг»**

Уровень программы: ознакомительный

Срок реализации программы: 1 год: 72 часа

Возрастная категория: 9-15 лет

Состав группы: до 12 человек

Вид программы: модифицированная

Программа реализуется на бюджетной основе

ID- номер Программы в Навигаторе: 57011

Автор – составитель:  
Приходько Юлия Юрьевна,  
педагог дополнительного  
образования

г. Тимашевск  
2023 г

## ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ

### «Интернет-маркетинг»

1.	Возраст учащихся	9-15 лет
2.	Срок обучения	1 год
3.	Количество часов (общее)	72
4.	Количество часов в год	72
5.	ФИО педагога	Приходько Юлия Юрьевна
6.	Продолжительность одного занятия (по СанПиНу)	7-10 лет - 30 минут 11-13 лет – 45 минут
7.	Количество часов в день	2 часа
8.	Периодичность занятий (в неделю)	1 раз

## Содержание

	<b>Введение</b>	3
1	<b>Раздел 1. Комплекс основных характеристик образования</b>	5
1.1	Пояснительная записка программы.	5
1.2	Цели и задачи.	7
1.3	Содержание программы.	9
1.4	Планируемые результаты.	11
2	<b>Раздел 2. Комплекс организационно-педагогических условий</b>	14
2.1	Календарный учебный график.	14
2.2	Календарно-тематически план	15
2.3	Условия реализации программы.	15
2.4	Формы аттестации.	15
2.5	Оценочные материалы.	16
2.6	Методические материалы.	19
2.7	Список литературы.	20
	Приложения	23

## **Введение**

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.

## **Нормативно-правовая база**

В настоящее время цели, содержание и условия реализации дополнительных общеобразовательных общеразвивающих программ представлены в следующих нормативных документах:

1. Конституция РФ (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020). - URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_28399/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/) (дата обращения: 10.03.2021).

2. Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ (ред. от 31.07.2020) «Об образовании в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2020). — URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_140174](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174) (дата обращения: 28.09.2020)

3. Паспорт национального проекта «Образования» (утвержден президиумом Совета при Президенте РФ по стратегическому развитию и национальным проектам, протокол от 24.12.2018 №16). - URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_319308/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_319308/) (дата обращения: 10.03.2021).

4. Государственная программа РФ «Развитие образования» (утверждена постановлением Правительства РФ от 26.12.2017 № 1642 (ред. от 22.02.2021) «Об утверждении государственной программы РФ «Развитие образования»). - URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_286474](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_286474) (дата обращения: 10.03.2021).

5. Приказ Министерства просвещения РФ от 27.07.2022 г. №629 «Об

утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным образовательным программам».

6. Концепция развития дополнительного образования до 2030 (утверждена распоряжением Правительства РФ от 31.03.2022 № 678-р);

7. Приказ Министерства просвещения РФ от 03.09.2019 № 467 «Об утверждении Целевой модели развития региональных систем дополнительного образования детей»;

7. Федеральный государственный образовательный стандарт основного общего образования (утвержден приказом Министерства образования и науки РФ от 17 декабря 2010 г. № 1897) (ред. 21.12.2020)- URL: <https://fgos.ru> (дата обращения: 10.03.2021).

8. Методические рекомендации по созданию и функционированию центров цифрового образования «IT-куб» от 29.03.2023 г. № АБ-1339/02

9. Постановление Главного государственного санитарного врача РФ от 28.01.2021 г. №2 «Об утверждении санитарных правил СП 1.2.3685-21 «Гигиенические нормативы и требования к обеспечению безопасности и (или) безвредности для человека факторов среды обитания».

10. Письмо Министерства образования и науки РФ от 11.12.2006 N 06-1844 «О примерных требованиях к программам дополнительного образования детей» (в части, не противоречащей действующему законодательству).

11. Письмо Министерства образования РФ от 18.06.2003 N 28-02-484/16 «Требования к содержанию и оформлению образовательных программ дополнительного образования детей» (в части, не противоречащей действующему законодательству).

12. Методические рекомендации по проектированию дополнительных общеразвивающих программ от 18 ноября 2015 г. Министерство образования и науки РФ.

13. Методические рекомендации по проектированию дополнительных общеобразовательных общеразвивающих программ, 2020 г. (составитель Рыбалёва И.А., кпн, руководитель Регионального модельного

центра дополнительного образования детей Краснодарского края), рекомендованные министерством образования, науки и молодёжной политики Краснодарского края, письмо от 24.03.2020 № 47.01-13- 6067/20.

## **Раздел. 1. Комплекс основных характеристик образования**

### **1.1. Пояснительная записка**

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.

**Направленность программы:** техническая.

**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, техникотехнологических 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.

**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 15 лет. Наполняемость образовательной группы до 12 человек.

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

**Объем программы:** 72 часа в год. Занятия проводятся 1 раз в неделю по 2 часа. Продолжительность занятия устанавливается в соответствии с СанПиН и Уставом учреждения и составляет: 30 мин и 45 мин в соответствии с возрастными ограничениями. Перерыв между занятиями 15 и 10 мин. соответственно.

**Форма обучения.** Форма обучения по программе – очная. Форма организации деятельности – групповая, индивидуальная, коллективная.

**Режим занятий.** 7-10 лет 1 раза в неделю по 2 академических часа (30 минут), 11-12 лет 1 раза в неделю по 2 академических часа (45 минут).

## **1.2. Цель и задачи программы**

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

### **Задачи:**

#### 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. Содержание программы

#### Учебный план

№ п/п	Наименование модулей	Количество часов			Форма аттестации / контроля
		всего	теорет.	практ.	
	<b>Модуль 1. Основы интернет-маркетинг</b>	<b>20</b>	<b>5</b>	<b>15</b>	
1.	Знакомство с понятиями интернет-маркетинга. Что такое Social Media Marketing	2	1	2	Тестирование
2.	Каналы-интернет маркетинга	4	1	3	Тестирование
3.	Анализ конкурентов	14	3	10	Создание собственного проекта
	<b>Модуль 2. Организация процессов в интернет-маркетинге</b>	<b>24</b>	<b>8</b>	<b>16</b>	
4.	Особенности социальных сетей. Аккаунты. Группы. Страницы.	8	3	5	Тестирование
5.	Коммерческие возможности социальных сетей.	7	2	5	Тестирование
6.	Лидеры общественного мнения. Блогеры. Персональный бренд. Личные аккаунты в социальных сетях	5	1	4	Тестирование

7.	Как вести личные аккаунты. От личного аккаунта к SMM-маркетингу	4	1	3	Создание собственного проекта
	<b>Модуль 3. Организация работы по привлечению трафика на площадки и конверсия его в целевые действия</b>	<b>14</b>	<b>4</b>	<b>10</b>	
8.	Создание уникального торгового предложения	7	2	5	Тестирование
9.	Рассылки	7	2	5	Тестирование
	<b>Модуль 4. Организация работы в области статистики и аналитики в интернет-маркетинге</b>	<b>14</b>	<b>3</b>	<b>11</b>	Тестирование
10.	Анализ и аудит аккаунта в социальных сетях	9	2	7	Тестирование
11.	Техническое задание для лендинга	5	1	4	Демонстрация собственного проекта
<b>ИТОГО:</b>		<b>72</b>	<b>20</b>	<b>52</b>	

### Содержание учебного плана.

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

*Теория:* 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 smmменеджера, 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.**

*Теория:* 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.**

*Теория:* 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.**

*Теория:* Знакомство с основными терминами и определениями, используемыми в веб-аналитике. Изучение структуры и особенностей основных систем вебаналитики, включая дополнительные сервисы для отслеживания установки счетчиков на сайте.

*Практика:* формирование статистики по странице.

## 1.4. Планируемые результаты освоения программы

### Планируемые результаты обучения

#### Личностные:

- сформировать устойчивый интерес к правилам здорового и безопасного поведения;
- сформировать умение проявлять в самостоятельной деятельности волево-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.



## 2.2. Календарно-тематический план

Календарно-тематический план для групп расположен в Приложении 1.

## 2.3. Условия реализации программы

### Материально-техническое обеспечение

Характеристика помещения, используемого для реализации программы «Компьютерная азбука» соответствует СанПиН.

Материально-техническое оснащение:

Наименование	Кол-во (шт)
Ноутбук (рабочее место ученика)	12
Ноутбук (рабочее место педагога)	1
Наушники (рабочее место ученика)	12
Интерактивный комплекс с вычислительным блоком и мобильным креплением	1
Стол ученический	12
Стул	13
Стол педагога	1
Флипчарт магнитно-маркерный	1

**Кадровое обеспечение.** Для успешной реализации программы в работе задействован педагог с высшим профессиональным образованием.

## 2.4. Формы аттестации

**Формы аттестации:** наблюдение, опрос, защита проекта, беседа, тест, участие в мероприятиях различного уровня.

**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».

## 2.5. Оценочные материалы.

Пакет диагностических методик, позволяющих определить достижение учащимися планируемых результатов представлен в таблицах № 1, 2

**Таблица 1**

**Карточка учета результатов обучения по дополнительной  
общеобразовательной общеразвивающей программе  
«Интернет-маркетинг» № \_\_\_ 1 год обучения**

N п/ п	Ф.И. учащегося	Теоретическая подготовка				Практическая подготовка					
		Теоретические знания		Владение специальной терминологией		Практические умения и навыки		Владение специальным оборудованием и оснащением		Творческие навыки	
		декабрь	май	декабрь	май	декабрь	май	декабрь	май	декабрь	май
1											

2											
3											
	Метод диагностик и	Контрольный опрос (устный и письменный)	Собеседование (индивидуально е и групповое)	Выполнение практических работ.	Выполнение практических работ.	Участие в конкурсах, соревнования х					

Таблица 2

**Технология определения  
учебных результатов по дополнительной общеобразовательной  
общеразвивающей программе**

<b>№ п/п.</b>	<b>Оцениваемые параметры (ожидаемые результаты)</b>	<b>Критерии</b>	<b>Степень выраженности оцениваемого качества</b>
1	<b>Теоретическая подготовка</b> Теоретические знания (по основным разделам учебно- тематического плана программы)	Соответствие теоретических знаний учащегося программным требованиям	<b>минимальный уровень:</b> менее ½ объема знаний, предусмотренных программой; <b>(1балл)</b> <b>средний уровень:</b> более ½ объема знаний; <b>(3 балла)</b> <b>максимальный уровень:</b> практически весь объем знаний, предусмотренных программой за конкретный период. <b>(5 баллов)</b>
2	Владение специальной терминологией	Осмысленность и правильность использования специальной терминологии	<b>минимальный уровень:</b> как правило, избегает употребления специальных терминов; <b>(1балл)</b> <b>средний уровень:</b> сочетает специальную терминологию с бытовой; <b>(3 балла)</b>

			<b>максимальный уровень:</b> специальные термины употребляются осознано и в полном соответствии с их содержанием. <b>(5 баллов)</b>
1	<b>Практическая подготовка</b> Практические умения и навыки, предусмотренные программой	Соответствие практических умений и навыков программным требованиям	<b>минимальный уровень:</b> менее ½ предусмотренных умений и навыков; <b>(1балл)</b> <b>средний балл:</b> более ½ объема усвоенных умений и навыков; <b>(3 балла)</b> <b>максимальный уровень:</b> практически все умения и навыки <b>(5 баллов)</b>
2	Владение специальным оборудованием и оснащение	Отсутствие затруднений в использовании специального оборудования и оснащения	<b>минимальный уровень:</b> серьезные затруднения при работе с оборудованием; <b>(1балл)</b> <b>средний уровень:</b> работа с оборудованием с помощью педагога; <b>(3 балла)</b> <b>максимальный уровень:</b> работа с оборудованием самостоятельно, не испытывая особых трудностей. <b>(5 баллов)</b>
3	Творческие навыки	Креативность в выполнении практических заданий	<b>начальный уровень</b> развития креативности: выполнение лишь простейших практических заданий педагога; <b>(1балл)</b> <b>репродуктивный уровень:</b> выполнение в основном задания на основе образца; <b>(3 балла)</b>

			<b>творческий уровень:</b> выполнение практических заданий с элементами творчества. <b>(5 баллов)</b>
1	<b>Общеучебные умения и навыки ребенка</b> Учебно-интеллектуальные умения	Самостоятельность в подборе и в анализе литературы, в учебно-исследовательской работе.	<b>минимальный уровень:</b> серьезные затруднения при работе с литературой, необходима постоянная помощь и контроль педагога; <b>(1балл)</b> <b>средний уровень:</b> работа с литературой с помощью педагога и родителей; <b>(3 балла)</b> <b>максимальный уровень:</b> работа с литературой самостоятельно, не испытывая особых трудностей. <b>(5 баллов)</b>
2	Учебно-коммуникативные умения	Адекватность восприятия информации, идущей от педагога, свобода владения и подачи обучающимся подготовленной информации	Смотрите выше.
3	Учебно-организационные умения и навыки.	Способность самостоятельно готовить свое рабочее место к деятельности и убирать его за собой. Соответствие реальных навыков соблюдения правил безопасности программным требованиям.	<b>минимальный уровень:</b> менее чем $\frac{1}{2}$ объема навыков соблюдения правил безопасности; <b>(1балл)</b> <b>средний уровень:</b> более $\frac{1}{2}$ объема усвоенных навыков; <b>(3 балла)</b> <b>максимальный уровень:</b> практически весь объем навыков за контрольный период. <b>(5 баллов)</b>

## 2.6. Методическое обеспечение

### **Методы обучения:**

- объяснительно-иллюстративные (беседы, объяснения, дискуссии);
- репродуктивный (деятельность обучаемых носит алгоритмический характер, выполняется по инструкциям, Предписаниям, правилам в аналогичных, сходных с показанным образом ситуациях);
- метод проблемного изложения;
- эвристический (метод обучения заключается в организации активного поиска решения выдвинутых в обучении (или самостоятельно сформулированных) познавательных задач в ходе подготовки и реализации творческих проектов);
- исследовательский.

**Технологии обучения:** групповое обучение, исследовательская деятельность, проектная деятельность, технология развивающего обучения, коммуникативная технология обучения;

**Формы организации учебного занятия:** групповая;

**Дидактические материалы:** раздаточные материалы, задания;

**Алгоритм учебного занятия:**

Структура каждого занятия определяется его содержанием - изучением нового материала, повторением или закреплением пройденного, подключается действенно-практический опыт, идет проверка усвоения знаний учащимися. Каждое занятие включает в себя 3 части:

1. Вводная часть
  - Организационный момент
  - Повторение теоретического материала предыдущего занятия
2. Основная часть
  - Практическая работа
3. Заключительная часть
  - Подведение итогов занятия. Рефлексия

## 2.7. Список литературы

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 «Вильямс», 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.

### **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>

**Календарно-тематический план  
по программе «Интергнет-маркетинг », гр. 1,гр. 2.  
(ПДО Приходько Ю.Ю.)**

№	Название тем, разделов			Дата проведения		Примечание
	Теория	Практика	Кол-во часов	План	Факт	
<b>Модуль 1. Основы интернет - маркетинга</b>						
1	Вводное занятие	Предварительная аттестация учащихся	1	2.09		Инструктаж по ТБ и ПДД
2	Знакомство с понятиями интернет-маркетинга	Работа с понятиями	1	2.09		Тестирование по пройденному материалу
3	Знакомство с каналами интернет-маркетинга	Работа с каналами интернетмаркетинга	1	9.09		Игра «Я блогер»
4	Знакомство с анализом конкурентов	Работа в текстовом редакторе	1	9.09		Работа с интернетсервисами
5	Самопрезентация	Работа в программе создания презентаций	1	16.09		Тестирование по пройденному материалу



6	Сравнительный анализ конкурентов	Работа с онлайнсервисами	1	16.09		Игра «От идеи к воплощению»
7	Каналы интернетмаркетинга	Работа с онлайнсервисами	1	23.09		Тестирование по пройденному материалу
8	Знакомство с аналитической справкой	Работа в текстовом редакторе	1	23.09		Работа с онлайнсервисами
9	Составление анализа	Создание аналитической справки	1	30.09		Игра «От идеи к воплощению»
10	Лайфхаки по составлению анализа	Работа с онлайнсервисами	1	30.09		Игра «Практическое продвижение аккаунта»
11	Основные этапы составления аналитической справки	Работа с онлайнсервисами	1	7.10		Работа в группах
12	Основные понятия для составления аналитической справки	Работа с онлайнсервисами	1	7.10		Тестирование по пройденному материалу
13	Содержание аналитической справки	Работа с онлайнсервисами	1	14.10		Игра «Практический SMM»

14	Презентация аналитической справки	Работа в программе создания презентаций	1	14.10		Работа в группах
15	Применение каналов интернет-маркетинга. Часть 1	Работа с онлайнсервисами	1	21.10		Игра «Я-интернетмаркетолог»
16	Применение каналов интернет-маркетинга. Часть 2	Работа с онлайнсервисами	1	21.10		Тестирование по пройденному материалу
17	Структура самопрезентации «Я-интернетмаркетолог»	Работа в программе создания презентаций	1	28.10		Игра «Я-интернетмаркетолог»
18	Лайфхаки по составлению самопрезентации «Я-интернетмаркетолог»	Работа в программе создания презентаций	1	28.10		Работа в группах
19	Составление самопрезентации «Я-интернетмаркетолог»	Работа в программе создания презентаций	1	4.11		Игра «Развиваем речь»

20	Самопрезентация «Я-интернетмаркетолог»	Работа в программе создания презентаций	1	4.11		Игра «Я-интернетмаркетолог»
<b>Модуль 2. Организация процессов в интернет-маркетинге</b>						
21	Изучение целевой аудитории	Поиск информации в поисковой системе	1	11.11		Демонстрация обзора целевой аудитории
22	Поиск целевой аудитории	Поиск информации в поисковой системе	1	11.11		Игра «От идеи к воплощению»
23	Работа с целевой аудиторией	Поиск информации в поисковой системе	1	18.11		Игра «Реальный контент»
24	Лайфхаки по поиску целевой аудитории	Поиск информации в поисковой системе	1	18.11		Работа в группах
25	Стратегия продвижения	Работа с текстовыми редакторами	1	25.11		Игра «Интернетмаркетинг в действии»

26	Составление стратегии продвижения	Поиск информации в поисковой системе	1	25.11		Игра «Блог и блогерство»
27	Презентация стратегии продвижения	Работа в социальных сетях	1	2.12		Работа в группах
28	Продвижение в социальных сетях	Работа в социальных сетях	1	2.12		Деловая игра «Интернетмаркетинг:практикоориентированный результат»
29	Лайфхаки по продвижению в социальных сетях	Поиск информации в поисковой системе	1	9.12		Работа в группах
30	Механизмы продвижения в социальных сетях	Работа в социальных сетях	1	9.12		Деловая игра «SMM»
31	Страница/группа в социальной сети	Создание страницы/группы в социальной сети	1	16.12		Игра «Деловое общение»
32	Структура страницы/группы в социальной сети	Работа в социальных сетях	1	16.12		Игра «дебаты»
33	Написание постов для публикации в социальных сетях	Поиск информации в поисковой системе	1	23.12		Работа в группах

34	Лайфхаки по написанию постов для публикации в социальных сетях	Работа с текстовыми редакторами	1	23.12		Игра «Мой личный бренд»
35	Продвижение страницы/группы в социальных сетях	Привлечение подписчиков	1	30.12		Тестирование по пройденному материалу
36	Лайфхаки по продвижению личного бренда	Поиск информации в поисковой системе	1	30.12		Работа в группах
37	Работа с личным брендом	Поиск информации в поисковой системе	1	13.01		Игра «Создаем личный бренд»
38	Развитие личного бренда	Поиск информации в поисковой системе	1	13.01		Игра «Создаем личный бренд»
39	Личный бренд и реклама	Поиск информации в поисковой системе	1	20.01		Работа в группах
40	Знакомство с контентпланом	Поиск информации в поисковых системах	1	20.01		Игра «Продвигаю и продаю»
41	Структура контентплана	Работа с текстовыми редакторами	1	27.01		Работа в группах

42	Лайфхаки по составлению контент-плана	Поиск информации в поисковых системах	1	27.01		Деловая игра «Пост в 10 словах»
43	Составление контентплана	Работа с текстовыми редакторами	1	3.02		Работа в группах
44	Презентация контентплана	Работа с текстовыми редакторами	1	3.02		Игра «Создаем свои ключевые слова»
<b>Модуль 3. Организация работы по привлечению трафика на площадки и конверсия его в целевые действия</b>						
45	Знакомство с концепцией создания уникального торгового предложения	Поиск информации в поисковых системах	1	10.02		Игра «Создаем свои ключевые слова»
46	Структура уникального торгового предложения	Поиск информации в поисковых системах	1	10.02		Работа в группах
47	Лайфхаки по составлению уникального торгового предложения	Работа с текстовыми редакторами	1	17.02		Игра «Пост в 10 словах»
48	Составление технического задания	Поиск информации в поисковых системах	1	17.02		Презентация технического задания

49	Правильно составленное техническое задание как основа для качественного результата	Работа с текстовыми редакторами	1	24.02		Работа в группах
50	Содержание технического задания	Работа с текстовыми редакторами	1	24.02		Тестирование по пройденному материалу
51	Лайфхаки по составлению технического задания	Поиск информации в поисковых системах	1	2.03		Работа в группах
52	Создание рекламной стратегии	Построение таблиц и диаграмм для визуализации данных	1	2.03		Презентация рекламной стратегии
53	Сущность рекламной стратегии	Работа с текстовыми редакторами	1	16.03		Работа в группах
54	Лайфхаки по составлению рекламной стратегии	Поиск информации в поисковых системах	1	16.03		Деловая игра «Дебаты»
55	Рекламная стратегия как важный элемент работы в интернет-маркетинге	Поиск информации в поисковых системах	1	23.03		Работа в группах

56	Работа с рассылками	Поиск информации в поисковых системах	1	23.03		Игра «Пост в 10 словах»
57	Процесс создания рассылок	Поиск информации в поисковых системах	1	30.03		Игра «Презентуем свой личный бренд»
58	Лайфхаки по подготовке рассылок	Поиск информации в поисковых системах	1	30.03		Тестирование по пройденному материалу
<b>Модуль 4. Организация работы в области статистики и аналитики в интернет-маркетинге</b>						
59	Анализ и аудит аккаунта в социальных сетях	Работа с онлайнсервисами	1	6.04		Работа в группах
60	Структура анализа аккаунта в социальных сетях	Работа с текстовыми редакторами	1	6.04		Игра «Пост в 10 словах»
61	Содержание анализа аккаунта в социальных сетях	Работа с текстовыми редакторами	1	13.04		Работа в группах
62	Лайфхаки по составлению анализа аккаунта в социальных сетях	Работа с текстовыми редакторами	1	13.04		Игра «Словесное многоборье»



63	Структура статистики по анализу аккаунта в социальных сетях	Работа с онлайнсервисами	1	20.04		Игра «Моя позиция в сети»
64	Содержание статистики по анализу аккаунта в социальных сетях	Работа с онлайнсервисами	1	20.04		Работа в группах
65	Лайфхаки по составлению статистики по анализу аккаунта в социальных сетях	Работа с текстовыми редакторами	1	27.04		Игра «Пост в 10 словах»
66	Составление рекомендаций по итогу анализа аккаунта	Работа в текстовом редакторе	1	27.04		Игра «Словесное многоборье»
67	Как и для чего применять анализ аккаунта в социальных сетях	Работа в текстовом редакторе	1	11.05		Тестирование по пройденному материалу
68	Знакомство с лендингом	Поиск информации в поисковой системе	1	11.05		Работа в группах
69	Структура лендинга	Поиск информации в поисковой системе	1	18.05		Игра « Пост в 10 словах»

70	Лайфхаки по составлению лендинга	Поиск информации в поисковой системе	1	18.05		Игра «Словесное многоборье»
71	Преимущества работы с лендингом в работе интернет-маркетолога	Работа в текстовом редакторе	1	25.05		Работа в группах
72	Презентация лендинга	Работа в программе создания презентаций	1	25.05		Деловая игра «Реальный SMM»
<b>Итого:</b>			<b>72</b>			