

Муниципальное автономное образовательное учреждение дополнительного образования
«Центр дополнительного образования «Эдельвейс» г. Улан-Удэ».
(МАОУ ДО ЦДО «Эдельвейс» г. Улан-Удэ)

<p>Рассмотрено к утверждению: решением методического совета Протокол № <u>1</u> От «<u>28</u>» <u>августа</u> 2021 г.</p>	<p>Утверждаю Директор МАОУ ДО «ЦДО «Эдельвейс» г. Улан-Удэ»  Е.Т. Цыinguова От «<u>28</u>» <u>августа</u> 2021 г.</p>
---	--

Дополнительная общеобразовательная программа
«Интернет-маркетинг»
Сроки реализации: 1 год
Возраст обучающихся: 14-17 лет

Разработал:
Педагог дополнительного образования
Бадмаева Бадма-Ханда Валерьевна

г. Улан-Удэ 2021 г

Пояснительная записка

Настоящая дополнительная образовательная программа «Интернет маркетинг» разработана с учётом Федерального Закона Российской Федерации от 29.12.2012 г. № 273 «Об образовании в Российской Федерации»; Приказа Министерства образования и науки Российской Федерации от 29 августа 2013 г. № 1008 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам»; «Санитарно-эпидемиологических требований к условиям и организации обучения в общеобразовательных учреждениях», приказа Министерства образования и науки Российской Федерации от 23.08.2017 г. № 816 «Об утверждении порядка применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ»; Концепции развития дополнительного образования детей (распоряжение правительства Российской Федерации от 04.09.2014 г. № 1726-р); Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам (утвержден приказом Министерства образования и науки РФ от 29.08.2013 № 1008); Устава МАОУ ДО «ЦДО Эдельвейс»

С развитием новых технологий, а также коммуникации людей через интернет возникла потребность грамотно предлагать свою продукцию/услуги посредством социальной сети, поэтому данная программа ориентирована на ознакомление обучающихся с особенностями применения широко распространённого сейчас понятия «social media marketing» для решения практических задач и формирования различных навыков.

Программа предусматривает научить детей формулировать стратегию; настраивать таргетированную рекламу; анализировать, планировать бюджет и

оценивать эффективность его реализации; изучить различные стратегии продвижения своего продукта, услуги или личного бренда.

Отличительной особенностью данной программы является частичное применение электронного обучения и дистанционных образовательных технологий. Основные элементы системы электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, используемые в работе: платформа Zoom, Skype, You Tube канал, мессенджеры Viber, Whats App, Vk.

Возможно проведение индивидуальных занятий с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий для детей, пропустивших занятия по уважительной причине. Родительские собрания и консультации проводятся в режиме онлайн с использованием платформ Zoom.

Основные цели программы:

1. Формирование личности обучающегося, способного к личностному росту через овладение навыками маркетинга.
2. Реализация интересов обучающихся в познании и творчестве через занятия по интернет-маркетингу.
3. Развитие у обучающихся навыков общения, делового общения, взаимодействия в группах и самообразования.

Задачи программы.

Воспитательные:

1. Сформировать навыки делового общения
2. Развить нравственные качества по отношению к окружающим (чувство товарищества, толерантность и т.д.).

Развивающие:

- Развитие умения думать, умения исследовать, умения общаться, умения взаимодействовать, умения доводить дело до конца и т.д.

Обучающие:

1. Сформировать систему знаний, умений, навыков по основам интернет-маркетинга.
2. Обучить навыкам общения и взаимодействия в сети Интернет.
3. Способствовать овладению обучающимися стратегиями продвижения в социальных сетях.
4. Развить навыки бизнес и дизайн-мышления.

Дисциплина включает в себя такие темы, как обзор социальных интернет-платформ, стратегии продвижения через социальные сети, организация рекламных кампаний, тактики, маркетинговые технологии и инструменты при продвижении через социальные медиа.

Задачи в обучении:

- формирование элемента ИТ - компетенции

Возраст обучающихся

Программа адресована подросткам 14-17 лет. Обучающиеся, поступающие по программе проходят устное тестирование/опрос, направленное на выявление их индивидуальности и склонности к выбранной деятельности. По его результатам обучающиеся будут распределены на несколько групп для профессионально-ориентированного обучения. Условия набора обучающихся: принимаются все желающие.

Занятия проводятся в группах/звеньях и индивидуально, сочетая принцип группового обучения с индивидуальным подходом. Программа также предусматривает возможность дистанционного обучения.

Срок реализации- программа рассчитана на 1 год обучения – 144 часа.

Формы и режим занятий.

Форма организации деятельности обучающихся на занятии – индивидуально-групповая, с возможностью внедрения дистанционной формы.

Методы обучения, в основе которых лежит способ организации занятия:

Словесные, Наглядные, Практические (см.таблицу 1)

- объяснительно-иллюстративные (методы обучения, при использовании которых, обучающиеся воспринимают и усваивают готовую информацию);

- репродуктивные методы обучения (обучающиеся воспроизводят полученные знания и освоенные способы деятельности);

- частично-поисковые методы обучения (участие обучающихся в коллективном поиске, решение поставленной задачи совместно с педагогом);

- исследовательские методы обучения (овладение обучающимися методам научного познания, самостоятельной творческой работы).

Занятие по типу может быть: комбинированным, теоретическим, практическим, диагностическим, лабораторным, контрольным, репетиционным.

Таблица 1

Словесные	Наглядные	Практические
Устное изложение инф-ии	Показ презентаций, иллюстраций и видеоуроков	Тренинг, интенсив
Беседа, объяснение	Показ педагогом приёмов исполнения	Соревнование
Анализ ситуации	Наблюдение	Командная работа над проектом
	Работа по образцу	

Формы проведения занятий: лекция, интенсив, мастер-класс, практическое занятие, встреча с интересными людьми, чемпионат, деловая игра, сюжетно-

ролевая игра, презентация, защита проектов, открытое занятие, тренинг, профильный лагерь, онлайн-игра, вебинар, видео-урок.

Форма организации образовательной деятельности - групповая или индивидуальная.

При реализации программы (частично) применяется электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

При электронном обучении с применением дистанционных технологий продолжительность непрерывной непосредственно образовательной деятельности составляет не более 30 минут. Во время онлайн-занятия проводится динамическая пауза, гимнастика для глаз

Планируемые результаты и мониторинг результатов освоения программы. Обучающиеся по программе «Интернет-маркетинг» в результате изучения основ данного направления *будут знать:*

- что такое интернет-маркетинг и все его особенности и виды;
- правила поведения, общения и коммуникации в сети Интернет;

Будут уметь:

- разрабатывать стратегию
- создавать рекламу
- продвигать свой личный бренд
- пользоваться социальными сетями, как инструментами продвижения
- работать в команде
- презентовать свой проект или идею
- будут иметь сформированные элементы ИТкомпетенций.

У обучающихся будут развиты:

- образное и дизайнерское мышление
- свободное владение понятийным аппаратом (SMM, дедлайн, таргет и т.д)
- умение анализировать, давать оценку

- навыки делового общения
- способности к личностному росту

Будут владеть следующими качествами:

- самостоятельное мышление, умение отстаивать свое мнение
- ответственное отношение к делу и людям
- владение культурой речи
- потребность в самообразовании, дальнейшем развитии профессиональных умений и навыков

Мониторинг результатов освоения программы.

Время проведения	Цель проведения	Формы мониторинга
Начальный/входной мониторинг		
В начале учебного года	Определение уровня развития обучающихся и их способностей	Беседа, опрос
Текущий мониторинг		
В течение всего учебного года	Определение степени усвоения обучающимися учебного материала. Определение готовности обучающихся к восприятию нового материала. Повышение ответственности и заинтересованности обучающихся в обучении. Выявление обучающихся, отстающих и опережающих обучение.	Педагогическое наблюдение, опрос, открытое занятие, самостоятельная работа

	Подбор наиболее эффективных методов и средств обучения.	
Промежуточный мониторинг		
По окончании изучения темы или раздела. В конце месяца, полугодия.	Определение степени усвоения учебного материала. Определение результатов обучения.	Чемпионат, творческая работа, опрос, контрольное занятие, открытое занятие, защита проектов, презентация творческих работ, тестирование, анкетирование.

Итоговый мониторинг		
В конце учебного года	Определение изменения уровня развития обучающихся, их творческих способностей. Определение результатов обучения. Ориентирование обучающихся на дальнейшее (в том числе самостоятельное) обучение. Получение сведений для совершенствования образовательной программы и методов	Презентация творческих работ, опрос, контрольное занятие, защита основного проекта, игра-испытание, коллективный анализ работ.

	обучения.	
--	-----------	--

Учебный план

№	Тема	Кол-во часов		
		1 год обучения		
		теория	практика	всего
1.	Вводная тема. Опрос. Презентация «Что такое Интернет-маркетинг?»	4	4	8
2.	Бизнес-идея	11	13	24
2.1	Поиск идей, личный бренд.	5	5	10
2.2	Стратегии продвижения через социальные сети	6	8	14
3.	Знакомство с интернет-платформами	16	16	32
3.1	Instagram	6	6	12
3.2	Вконтакте	4	4	8
3.3	Youtube	6	6	112
4.	SMM	13	13	26
4.1	Цели и тактики	6	6	12
4.2	Создание рабочих страниц и их оформление	7	7	14
5.	Дизайн-мышление	12	14	26
5.1	Отработка эффективной реализации проекта	12	14	26
6.	Заключительное занятие. Подготовка и презентация своего бизнес-проекта	12	15	27
Итого:				144

Содержание программы

1. Вводная тема. «Что такое интернет- маркетинг?»

Включает в себя все ключевые понятия данной темы: что такое маркетинг, для чего он нужен, цели, задачи, необходимые навыки, как профессии существуют внутри этого направления.

2. Бизнес- идея. Занятия, направленные на изучение данного термина и оказания помощи обучающимся в поиске идей и создания своего личного бренда путём «коллективного штурма»

3. Знакомство с интернет-платформами. Необходимо для ознакомления обучающихся с площадками для дальнейшей работы на них. Каждая площадка ориентирована на определенную категорию людей, путём опроса каждый воспитанник выберет подходящую для себя площадку.

4. SMM. Отработка специальных навыков медийного маркетинга в соц.сетях. Определение целевой аудитории, рассмотрение примеров, изучение стратегий и тактик продвижения. Создание страницы в определенной для каждого социальной сети. Анализ конкурентной среды и работа в команде.

5. Дизайн-мышление. Командная работа, постоянный сбор информации и обратной связи, доработка – для достижения эффективной реализации проекта. Постановка целей и дедлайнов. Обучающиеся должны научиться эффективно распределять свое время, представлять воображаемую картину происходящего у себя в голове, решать поступающие задачи на творческом, а не аналитическом подходе.

6. Подготовка и презентация своего бизнес-проекта. Прохождение всех этапов проекта - от определения идеи до ее реализации. Развитие умения защищать и представлять свою идею публике. Занятия для повышения мотивации.

Описание приемов и методов организации учебно-воспитательного процесса.

Основными видами деятельности являются информационно-рецептивная, репродуктивная и творческая. Информационно-рецептивная деятельность обучающихся предусматривает освоение учебной информации через рассказ педагога, беседу, самостоятельную работу с литературой.

Репродуктивная деятельность обучающихся направлена на овладение ими умениями и навыками и выполнения работы по заданному техническому заданию. Эта деятельность способствует развитию усидчивости, аккуратности и дисциплине.

Творческая деятельность предполагает самостоятельную или почти самостоятельную работу обучающихся. Взаимосвязь этих видов деятельности дает обучающимся возможность проявить свои творческие способности. При обучении используются основные методы организации и осуществления учебнопознавательной работы, такие как словесные, наглядные, практические, индуктивные и проблемно-поисковые. Выбор методов (способов) обучения зависит от психофизиологических, возрастных особенностей обучающихся, темы и формы занятий. При этом в процессе обучения все методы реализуются в теснейшей взаимосвязи. Методика проведения занятий предполагает постоянное создание ситуаций успешности, радости от преодоления трудностей в освоении изучаемого материала и при выполнении творческих работ. Этому способствуют совместные обсуждения технологии выполнения заданий, изделий, а также поощрение, создание положительной мотивации, актуализация интереса, конкурсы и чемпионаты.

Важными условиями творческого самовыражения обучающихся выступают реализуемые в педагогических технологиях идеи свободы выбора. Обучающимся предоставляется право выбора работ и проектов и форм их выполнения (индивидуальная, групповая, коллективная), материалов, технологий в рамках изученного содержания.

Материально-техническое обеспечение программы: оборудованный в соответствии с профилем проводимых занятий и оборудованный в соответствии

с санитарными нормами кабинет с технической базой в виде: компьютеров, проекторов и пр.

Список использованных источников

1. Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».
2. Приказ Минобрнауки России от 23.08.2017 № 816 «Об утверждении Порядка применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ».
3. Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 09.11.2018 № 196 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам».
4. Письмо Минобрнауки России от 18.11.2015 № 09-3242 «О направлении информации» (Методические рекомендации по проектированию дополнительных общеразвивающих программ (включая разноуровневые программы)).
5. Письмо Министерства просвещения Российской Федерации от 19.03.2020 №ГД-39/04 «О направлении методических рекомендаций».
6. Буйлова Л.Н., Павлов А.В. Примерные требования к содержанию и результативности дополнительных общеразвивающих программ, реализуемых в государственных образовательных организациях, подведомственных Департаменту образования города Москвы. — М.: ГБПУ «Воробьевы горы», РНМЦНО, 2017. — 5 с.

Нормативно-правовая база:

1. Конституция Российской Федерации.
2. Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 23.08.2017 г. № 816 «Об утверждении порядка применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения,

дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ»);

3. Концепция развития дополнительного образования детей (распоряжение правительства Российской Федерации от 04.09.2014 г. № 1726-р);

4. Приказ Министерства просвещения Российской Федерации № 103 от 17 марта 2020 года «Об утверждении временного порядка сопровождения реализации образовательных программ начального общего, основного общего, среднего общего образования, образовательных программ среднего профессионального образования и дополнительных общеобразовательных программ с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий»;

5. Приказ Министерства просвещения Российской Федерации №104 от 17 марта 2020 года «Об организации образовательной деятельности в организациях, реализующих образовательные программы начального общего, основного общего и среднего общего образования, образовательные программы среднего профессионального образования, соответствующего дополнительного профессионального образования и дополнительные общеобразовательные программы, в условиях распространения новой коронавирусной инфекции на территории Российской Федерации»;

6. Письмо Министерства просвещения Российской Федерации 1Д-39/04 от 19 марта 2020 года «О Методических рекомендациях по реализации образовательных программ начального общего, основного общего, среднего общего образования, образовательных программ СПО и дополнительных общеобразовательных программ с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий»;

7. Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам (утвержден приказом Министерства образования и науки РФ от 29.08.2013 № 1008).

8. Устав МАОУ ДО «ЦДО Эдельвейс»

Список использованной литературы:

1. Андреев А.А. Обучение в сети Интернет (как учатся и преподают в Интернете). – Saarbrücken, Germany: LAP Lambert Academic Publishing, 2010. – 91 с.
2. Босова Л.Л. Отечественный и зарубежный опыт создания учебных материалов нового поколения // Школьные технологии. – 2007. – № 5. – С. 179–184.
3. Жидаль Регина Флорисовна Дистанционное обучение школьников, - <http://festival.1september.ru/articles/571052/>.
4. Демкина Н.Л., Заичкина О.И. Модель создания индивидуальной образовательной среды студента колледжа по профессиям и специальностям СПО в соответствии с ФГОС. – М.: ГБОУ УМЦ ПО ДОГМ, 2013. – 64 с.
5. Дьякова О.И. О внедрении дистанционного обучения: открытое письмо директору колледжа // Ученые записки ИСГЗ. – Казань: Институт социальных и гуманитарных знаний, 2016. – № 2. – С. 18–22.
6. Дьякова О.И., Никуличева Н.В. Внедрение инноваций: почему падает мотивация педагогических работников? // Народное образование. – М.: Издательский дом «Народное образование», 2016. – № 6. – С. 60–65.
7. Заичкина О.И. Составляющие ИКТ компетентности педагога // Развитие ребенка в условиях ИКТ насыщенной образовательной среды: сборник трудов научно-практической конференции (13 апреля 2016 г., Москва) – М.: ИИУ МГОУ, 2016. – С. 10–15.
8. Новые педагогические и информационные технологии в системе образования / под ред. Е.С. Полат. – М.: Академия, 2009. – 272 с.
9. Щенников С.А. Открытое дистанционное образование. – М., 2002. – 558 с.