

Автономная некоммерческая организация дополнительного профессионального образования « Спортивно-туристский клуб АРДА»



Ардашев И. В.

«14» января 2025 г.

**Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа
«КЛИЕНТЫ ДЛЯ ТРЕНЕРА.
ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ И МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ
В СЕТИ ИНТЕРНЕТ»**

Направленность программы: социально-экономическая

Уровень программы: базовый

Категория и возраст обучающихся: лица от 18 лет без предъявления требований к уровню образования

Объем часов: 27 часов

Разработчик программы: Ардашев Илья Владимирович

г. Краснодар, 2025г.

СОДЕРЖАНИЕ

1.	Пояснительная записка.....	3
2.	Календарный график учебного процесса	5
3.	Содержание программы.....	7
3.1.	Учебный план программы	7
3.2.	Содержание дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программы «Клиенты для тренера. Интернет- маркетинг и методы продвижения в сети интернет»	9
4.	Планируемые результаты освоения программы	12
5.	Комплекс организационно-педагогических условий программы	13
5.1.	Условия реализации программы.....	13
5.1.1.	Финансовое обеспечение.....	13
5.1.2.	Материально-техническое обеспечение.....	13
5.1.3.	Кадровое обеспечение.....	14
5.2.	Формы контроля.....	14
5.3.	Методические материалы.....	15
5.4.	Рекомендуемая литература.....	17

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа «Клиенты для тренера. Интернет-маркетинг и методы продвижения в сети интернет» разработана в соответствии со следующими нормативно-правовыми документами:

- Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 №273-ФЗ (с учетом изменений);

- Постановление Правительства Российской Федерации от 18 сентября 2020 г. № 1490 «О лицензировании образовательной деятельности» (вместе с «Положением о лицензировании образовательной деятельности»);

- Постановление Правительства РФ от 30.11.2021 № 2124 «О внесении изменений в постановление Правительства Российской Федерации от 18 сентября 2020 г. № 1490 и постановление Правительства Российской Федерации от 28 июля 2021 г. № 1270»;

- Письмо Минпросвещения России от 29.03.2023 № 04-ПГ-МП-9680 «О применении электронного обучения в образовательной организации»;

- Постановление Главного государственного санитарного врача Российской Федерации от 28 сентября 2020 г. № 28 «Об утверждении санитарных правил СП 2.4.3648-20 «Санитарно-эпидемиологические требования к организациям воспитания и обучения, отдыха и оздоровления детей и молодежи»;

- Методические рекомендации по проектированию дополнительных общеразвивающих программ (включая разноуровневые программы) (письмо Минобрнауки России, департамент государственной политики в сфере воспитания детей и молодежи от 18 ноября 2015 года № 09-3242);

- Устав организации.

Дополнительная образовательная программа «Клиенты для тренера. Интернет-маркетинг и методы продвижения в сети интернет» (далее - Программа) в области осуществления маркетинговой и рекламной деятельности в сети Интернет с целью оказания определенного воздействия на клиентов, имеет социально-экономическую направленность и ориентирована на:

- получение знаний и умений в области интернет-маркетинга по созданию и введению блога;

- формирование и развитие способностей работы с контентом, целевой аудиторией, привлекать клиентов, составление. контент-планов, работать с визуальной составляющей;

- удовлетворение индивидуальных потребностей в интеллектуальном совершенствовании.

Актуальность программы

Интернет оказал и продолжает оказывать очень сильное влияние на формирование и развитие мирового информационного сообщества. Как социальное явление Интернет – глобальное средство коммуникаций,

обеспечивающее обмен текстовой, графической, аудио- и видеоинформацией и доступ к онлайн-услугам без территориальных и национальных границ. Это эффективный инструмент исследований, развития торговли и бизнеса, воздействия на аудиторию. Технологические возможности Интернет, обуславливают быстрое развитие мирового информационного сообщества. А с его развитием меняются и подходы к управлению бизнесом и маркетингом как одним из его составных частей.

Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа «Клиенты для тренера. Интернет-маркетинг и методы продвижения в сети интернет» направлена на создание и развитие опыта работы обучающихся в области осуществления маркетинговой и рекламной деятельности в сети Интернет, освоение методов продвижения в Интернете с целью поиска, привлечения и удержания клиентов.

Программа носит выраженный практико-ориентированный характер, способствует формированию универсальных учебных действий, формированию и развитию у обучающихся технико-технологических и экономических компетенций, а также новой культурой мышления.

Отличительная особенность и новизна программы

В основе программы курса лежат техники в области интернет-маркетинга, позволяющие проработке экономических навыков обучающихся.

Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа «Клиенты для тренера. Интернет-маркетинг и методы продвижения в сети интернет» носит практический характер. Программа отвечает на вопросы: как преодолеть барьеры продвижения; как использовать современные технические средства и информационные технологий и как использовать эту информацию и принимать решения.

Программа построена таким образом, чтобы обучающийся мог последовательно, в приемлемой для освоения форме оценить свой потенциал и возможности; приобрести необходимые знания; выполняя различные практические упражнения, приобрести умения и навыки эффективной коммуникации в области маркетинга.

Программа предусматривает дифференцированный подход к обучению с учетом индивидуальных особенностей обучающихся, уровнем развития способностей.

Программа располагает большими образовательными возможностями, помогает сформировать компетенции необходимые для выполнения таких трудовых действий, как сбор, обработка, анализ и интерпретация необходимых данных для эффективной маркетинговой деятельности в глобальной сети, выбор инструментов маркетинговой деятельности для ведения эффективной рекламной кампании предприятий в сети Интернет; проведение мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок.

По окончании курса обучающиеся получают сертификат о прохождении обучения по Программе.

Адресат программы

Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа «Клиенты для тренера. Интернет-маркетинг и методы продвижения в сети интернет» социально-экономической направленности адресована лицам в возрасте от 18 лет, желающих приобрести знания и навыки в области использования современных инструментов, применяемых при проведении комплекса работ по Интернет-маркетингу.

Уровень программы: базовый.

Объём программы: 27 часов.

Форма обучения: дистанционная.

Цель программы: получение знаний и приобретение практических навыков в области теории и практики интернет-маркетинга.

Для достижения указанной цели решаются следующие задачи:

Обучающие:

- формирование знаний основ интернет-маркетинга;
- изучение механизмов рынка, спроса, и предложения;
- умение определять целевую аудиторию, изучать ее потребности;
- формирование умений применять эффективные инструменты для продвижения с помощью создания интернет-контента и ведения блога;
- привлечение клиентов;
- определение и оценивание результаты рекламирования товаров или услуг;
- поиск ресурсов у обучающихся, позволяющих им быть успешными в продвижении своего товара (услуги);
- тренировка навыков и создание своего бизнес-контента.

Развивающие:

- развитие творческого мышления, памяти, внимания, усидчивости и другие положительные качества личности;
- ввести в мир логической красоты и образного мышления, расширить представления об окружающем мире.

Воспитательные:

- привить интерес к блогингу со стороны создающего контент;
- научить анализировать свои и чужие ошибки, учиться на них, выбирать из множества решений единственно правильное;
- планировать свою деятельность;
- развитие самостоятельности.

2. КАЛЕНДАРНЫЙ ГРАФИК УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа «Клиенты для тренера. Интернет-маркетинг и методы продвижения в сети интернет» рассчитана на 11 учебных дней. Срок обучения может быть изменен по согласованию с заказчиком образовательных услуг.

Продолжительность занятий: продолжительность одного занятия не более 90 минут. Возможно спаренное проведение занятий с обязательным перерывом 15 минут. Режим занятий: согласно расписанию занятий.

В календарном графике учебного процесса указывается последовательность и распределение по периодам обучения учебных тем программы (таблица 1).

Таблица 1

КАЛЕНДАРНЫЙ ГРАФИК УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА
по дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программе
«Клиенты для тренера.»

Интернет-маркетинг и методы продвижения в сети интернет»

№	Наименование темпрограммы	Объем нагрузки, ч	Учебные дни											
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
1.	Основы блогинга	3	3											
2.	Контент как инструмент социального взаимодействия	3		3										
3.	Контент-маркетинг: эффективные методы привлечения подписчиков и превращение их в клиентов	3			3									
4.	Искусство продаж в социальных сетях	3				3								
5.	Мышление на миллион	3					3							
6.	Основы ведения экспертного блога	2						2						
7.	Проверенные способы повысить охваты в Stories (сторис) тренеру	2							2					
8.	Продвижение через скрытые хаштеги	2								2				
9.	Создание бесшовных каруселей	2									2			
10.	Скрипт бесплатной вводной тренировки (консультация)	2										2		
11.	Итоговое занятие	2												2
	ИТОГО:	27	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2

**График учебного процесса может быть изменен по согласованию с заказчиком образовательных услуг*

3. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

3.1. УЧЕБНЫЙ ПЛАН ПРОГРАММЫ

Учебный план дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программы «Клиенты для тренера. Интернет-маркетинг и методы продвижения в сети интернет» представлен в таблице 2.

В результате обучения по темам с 1 по 3 Программы обучающиеся смогут сформировать представление о технических возможностях интернет-технологий в продвижении услуг, изучат профессиональную терминологию в области маркетинга, современные модели и инструменты маркетинга в социальных медиа; тренды развития и актуальные исследования, посвященные маркетингу в социальных медиа. В результате занятий обучающиеся выработают собственную стратегию работы, определят для себя базовые понятия: «клиент», «продвижение», «тренд».

В результате обучения по темам с 4 по 10 Программы обучающиеся приобретут знания по продажам в социальных сетях, сформируется маркетинговое мышление продаж. В ходе занятий отработают навыки по заданным темам, определяя свои сильные стороны и зону для дальнейшего развития работы. Практически отработают способы использования современных инструментов, применяемых при проведении комплекса работ по Интернет-маркетингу (ведение экспертного блога, работа в Stories (сторис), бесшовные карусели, скрытые хаштеги).

УЧЕБНЫЙ ПЛАН
 дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программы
«КЛИЕНТЫ ДЛЯ ТРЕНЕРА.
ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ И МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ
В СЕТИ ИНТЕРНЕТ»

№ п/п	Название раздела, темы	Количество часов			Формы аттестации/ контроля
		Всего	Теория	Практика	
1.	Основы блогинга	3	1,2	1,8	Выполнение заданий, рефлексия
2.	Контент как инструмент социального взаимодействия	3	1,2	1,8	Выполнение заданий, рефлексия
3.	Контент-маркетинг: эффективные методы привлечения подписчиков и превращение их в клиентов	3	1,3	1,7	Выполнение заданий, рефлексия
4.	Искусство продаж в социальных сетях	3	1,5	1,5	Выполнение заданий, рефлексия
5.	Мышление на миллион	3	1,5	1,5	Выполнение заданий, рефлексия
6.	Основы ведения экспертного блога	2	0,4	1,6	Выполнение заданий, рефлексия
7.	Проверенные способы повысить охваты в Stories (сторис) тренеру	2	0,2	1,8	Выполнение заданий, рефлексия
8.	Продвижение через скрытые хаштеги	2	0,2	1,8	Выполнение заданий, рефлексия
9.	Создание бесшовных каруселей	2	0,4	1,6	Выполнение заданий, рефлексия
10.	Скрипт бесплатной вводной тренировки (консультация)	2	0,3	1,7	Выполнение заданий, рефлексия
11.	Итоговое занятие	2	-	2	Защита аттестационной работы (презентация)
	ИТОГО:	27	8,5	18,8	

3.2. Содержание дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программы «Клиенты для тренера. Интернет-маркетинг и методы продвижения в сети интернет»

Тема 1. Основы блогинга

Теория: Понятие о блоге. История рождения блога. Функции блогов. Разновидности блогов. Классификация блогов. Хостинги для блогов и бесплатные сервисы. Этика в блогах. Основные термины из блогосферы. Интернет. Социальные сети. Блогер. Вебинар. Контент. Спам. Хештег.

Практика:

Задание. Проанализируйте информацию, размещенную в социальной сети Вконтакте: <https://vk.com/feed>, Одноклассники: <https://ok.ru> По какому принципу формируются группы в сети? Какие задачи перед собой ставят их организаторы?

Вопросы:

1. Каков характер этой информации, какие цели она преследует?
2. Какие дополнительные возможности предлагает сервис своим участникам?
3. Каковы возможности индивидуального участника сети воздействовать на других участников?
4. Подготовьте презентацию (power point / pdf) с ответами на эти вопросы.

Тема 2. Контент как инструмент социального взаимодействия

Теория: Составляющие и формы социального взаимодействия. История социальных сетей. Основные виды социальных сетей. Структура планирования контента в социальных сетях. Этапы планирования контента. Организация контента в целевой группе (таргетинг). Сущность и виды контент стратегий. Примеры существующих контент - стратегий. Эффективность контент - менеджмента в социальных сетях. Коммерческая эффективность контента. Социально - коммуникативная эффективность контента. Коммуникативные и репутационные риски при разработке контент - стратегий. Тренды развития контент - менеджмента в социальных сетях.

Практика: Индивидуальная работа «Контент-анализ аккаунта в социальной сети».

Задание:

Выполните анализ контента сообщества социальной сети по направлению (на выбор): личный блог, бьюти-блок, профессиональное сообщество, маркетинг и продажи, развлекательное сообщество. Задание выполняется в формате doc.

1. Определите целевую аудиторию сообщества согласно пользовательским задачам.
2. Опишите основные типы контента, которые присутствуют в сообществе.

3. Выявите наиболее популярные темы, которые вызывают больший интерес у подписчиков.

4. Оцените уровень взаимодействия администрации сообщества с участниками - обратная связь, интерактивы, обновления и т.п.

5. Оцените степень уникальности контента в сообществе, наличие собственных идей контента.

6. Сделайте выводы относительно соответствия контента сообщества интересам целевой аудитории.

Тема 3. Контент-маркетинг: эффективные методы привлечения подписчиков и превращение их в клиентов

Теория:

Задачи контент-маркетинга. Отличия контент-маркетинга от других форматов коммуникации. Кому нужен контент-маркетинг. Типы контента. Контент-план.

Разница между подписчиком и покупателем. Правила превращения подписчика в покупателя. Виды контента, которые влияют на конверсию. Психология взаимодействия с подписчиками. Ошибки в коммуникации с подписчиками.

Практика: Классификация потребителей по отношению к интернет-проекту Работа с блог-платформами. Работа с мессенджерами. Работа с подкастами.

Задание: составьте контент-план для Вашего блога на 3 дня.

Тема 4. Искусство продаж в социальных сетях

Теория: Основы Social Media Marketing. Преимущества социальных сетей. Особенности продвижения товаров и услуг в соц. сетях. Не рекламный формат, интерактивное взаимодействие, для кого эффективен SMM. Особенности социальной сети ВКонтакте для реализации современных SMM-технологий. Особенности социальной сети Одноклассники для реализации современных SMM технологий. Особенности социальной сети Одноклассники для реализации современных SMM-технологий. Особенности реализации SMM-технологий в блогосфере.

Практика: Работа в социальных сетях. Практический разбор особенностей социальной сети ВКонтакте для реализации современных SMM-технологий.

Тема 5. Мышление на миллион

Теория: Маркетинговое мышление. Психология богатства. Страхи и установки.

Практика: Разбор кейса «Деньги и страх». Подбор правильных установок на финансовое благополучие.

Задание: составьте план установок на финансовое благополучие.

Тема 6. Основы ведения экспертного блога

Теория: Экспертные блоги — популярный инструмент контент-маркетинга. Экспертный контент. Экспертность. Отличия экспертного блога от личного. Продающий контент. Коммерческий профиль.

Практика: Разбор примеров экспертных контентов.

Задание: Выполните анализ экспертного блога (на выбор). Задание выполняется в формате doc.

Тема 7. Проверенные способы повысить охваты в Stories (сторис) тренеру

Теория: Сторис (stories) — вертикальный формат контента. История появления формата сторис. Назначение сторис в маркетинге. Причины популярности формата сторис. Управление сторис. Технология разработки сторис.

Практика: Практическая отработка теоретического материала по разработке сторис (как оформить сторис, добавить ссылку в сторис, удалить сторис).

Задание: Составьте 5 сторис в своем блоге. Дайте обоснование актуальности выбранной темы сторис.

Тема 8. Продвижение через скрытые хештеги

Теория: Хештеги - эффективный метод продвижения. Правила написания хештегов. Подбор хештегов. Скрытые хештеги: для чего они нужны и как правильно их использовать. Эффективность скрытых хештегов в социальных сетях. Методы использования скрытых хештегов без нарушения правил платформ.

Практика: Практика создания и размещения скрытых хештегов.

Задание: Составьте 5 скрытых хештегов к своему блогу. Опишите обоснование выбора хештегов.

Тема 9. Создание бесшовных каруселей

Теория: Понятие «бесшовная карусель». Преимущества бесшовной карусели. Идеи для бесшовных каруселей. Особенности созданий и размещений в социальных сетях.

Практика: Практика создания и размещения бесшовной карусели в социальных сетях.

Задание: Создайте бесшовную карусель по тематике Вашего блога. Опишите этапы создания бесшовной карусели и дайте обоснование выбору материалов (в формате doc).

Тема 10. Скрипт бесплатной вводной тренировки (консультация)

Теория: Скрипты продаж. «Скрипт бесплатной консультации»
Примеры разработки скрипт продаж.

Практика: Практика создания «Скрипт бесплатной консультации».

Итоговое занятие (2 часа)

Защита аттестационной работы. Аттестационная работа выполняется в форме презентации профессионального блога (проекта профессионального блога). По результатам защиты аттестационной работы обучающимся выдается сертификат о прохождении курса.

4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Результатом освоения дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программы «Клиенты для тренера. Интернет-маркетинг и методы продвижения в сети интернет» является приобретение обучающимися следующих знаний, умений и навыков в области маркетинговых технологий в социальных медиа:

Обучающиеся должны знать:

- основные маркетинговые законы и важнейшие особенности продвижения в сети-интернет;
- виды поисковых запросов пользователей;
- основы компьютерной грамотности;
- основы контекстно-медийной рекламы;
- системы размещения контекстно-медийной рекламы;
- основы коммуникаций в сети «Интернет»;
- особенности деятельности блогеров;
- требования к созданию контента в интернет-сообществах;
- маркетинговые инструменты продвижения своего блога;
- правила поведения в социальных сетях;
- основы информационной безопасности;
- способы привлечения и удержания публики;
- главные тенденции развития интернет-маркетинга;

Обучающиеся должны уметь:

- определять свои возможности в выработке уверенности в себе, уверенном поведении в сети-интернет;
- осуществлять самопрезентацию в процессе продвижения в социальных сетях;
- применять методы и способы конструктивного восприятия вопросов публики, критических замечаний;
- планировать последовательность и способы работы над контентом;
- работать в проектном режиме при создании страниц блога;
- применять принципы создания и распространения контента;
- применять методы создания цифрового контента.
- осуществлять коммуникативно-целесообразный выбор приемов в работе с клиентами в соответствии с маркетинговыми технологиями;
- моделировать ход коммуникации в процессе продвижения;

- применять средства привлечения и удержания внимания аудитории;
- компилировать маркетинговую информацию с помощью интернет-рекламы и сайта;
- использовать программные средства и платформы для подбора и анализа ключевых слов и словосочетаний;
- использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы;
- анализировать, оценивать, корректировать собственную деятельность в соответствии с поставленной целью.

5. КОМПЛЕКС ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИХ УСЛОВИЙ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

5.1. Условия реализации программы

5.1.1. Финансовое обеспечение

Основными источниками финансирования являются собственные средства организации, осуществляющей обучение и привлеченные средства.

Оплата за участие в реализации Программы производится из фонда оплаты труда организации, осуществляющей обучение, или иными способами, предусмотренными договорами.

5.1.2. Материально-техническое обеспечение

Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа «Клиенты для тренера. Интернет-маркетинг и методы продвижения в сети интернет» реализуется в заочной форме обучения с применением дистанционных образовательных технологий в режиме онлайн в системе дистанционного обучения: <https://getcourse.ru/>

Реализация дистанционного обучения обеспечивается техническими средствами:

- флипчарт (маркерная доска) 1 шт
- ноутбук MacBook Air 1 шт
- ноутбук MSI Crosshair 1 шт
- микрофон петличный BOYA BY-M1 PRO 1 шт
- отражатель рассеиватель для съемки 1 шт
- микрофон студийный конденсаторный MAONA AU-A04 1 шт
- светодиодный осветитель Godox для видеосъемки 5600 к с софтбоксом 60 см 1 шт
- Ulanzi VL61 мини RGB видео светильник с мягким светильник 2500-8500K 2000mAh LED 1 шт
- доступ к глобальной сети «Интернет», скорость 100 Мбит;
- веб-камера Microsoft lifecam hd-3000,

- готовые работы методического фонда;
- натуральный фонд;

Информационное обеспечение:

-аудио-, видео-, фото-, интернет-источники. При реализации программы каждый обучающийся обеспечен доступом к системе дистанционного обучения: <https://getcourse.ru/>

5.1.3. Кадровое обеспечение

Реализация дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программы «Клиенты для тренера. Интернет-маркетинг и методы продвижения в сети интернет» обеспечивается высококвалифицированными специалистами, направление деятельности которых соответствует направлению дополнительного образования «экономическое». Квалификация педагогических работников образовательной организации отвечает квалификационным требованиям.

5.2. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ

Оценка качества реализации дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программы «Клиенты для тренера. Интернет-маркетинг и методы продвижения в сети интернет» включает в себя текущий и итоговый контроль освоения программы обучающимися.

В качестве средств текущего контроля успеваемости могут использоваться устные опросы, консультации по вопросам Программы, выполнение практических заданий

Результаты образовательной деятельности отслеживаются путем проведения итоговой диагностики обучающихся – итоговой аттестации.

Прогностическая (входной) контроль (проводится при наборе или на начальном этапе) – изучение отношения обучающегося к выбранной деятельности, его достижения в этой области, личностные качества.

Текущий контроль и промежуточная аттестация - индивидуальная беседа в чате, обсуждение, консультирование.

Критерии оценки качества подготовки обучающегося позволяют определить уровень освоения материала, предусмотренного Программой. Основным критерием уровня освоения программы является грамотное выполнение обучающимся заданий, предусмотренных Программой курса.

Итоговый контроль организован в форме аттестационной работы (презентация блога) с целью демонстрации всех полученных в ходе изучения курса знаний, умений и практических навыков. Критерий успешности обучения на курсе определяется совокупностью промежуточного контроля и степенью достижения поставленной в его проектной работе целью.

Критерии оценки уровня освоения программы «Клиенты для тренера. Интернет-маркетинг и методы продвижения в сети интернет» представлены в таблице 3:

Критерии оценки качества подготовки обучающегося позволяют определить уровень освоения материала, предусмотренного программой. Показателями умений и навыков в области освоения программы представлены в таблице 3:

Таблица 3

Критерии оценки уровня освоения программы «Клиенты для тренера. Интернет-маркетинг и методы продвижения в сети интернет»

№	Критерии результативности реализации программы	Система оценки показателей		
		«Высокий»	«Средний»	«Низкий»
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 деятельностью и анализа информации в интернет-пространстве	Соблюдение всех технологических приемов в работе	Допущены единичные нарушения технологии	Несоблюдение технологии

Предпочтение следует отдавать качественной оценке деятельности каждого обучающегося на занятии: его творческим находкам в процессе наблюдений, размышлений и самореализации.

5.3. Методические материалы

Методы обучения

Методы, в основе которых лежит способ организации занятия:

- словесные (устное изложение, беседа, рассказ, лекция и т.д.);
- наглядные (непосредственный показ педагогом приемов, демонстрация видеоматериалов, иллюстраций);
- практические (выполнение практических заданий, заданий самостоятельной работы).

Методы, в основе которых лежит уровень деятельности обучающихся:

- объяснительно-иллюстративный – обучающиеся воспринимают и усваивают готовую информацию, предоставленную педагогом;

- репродуктивный – обучающиеся воспроизводят полученные знания и освоенные способы деятельности;

- частично-поисковый – участие обучающихся в коллективном поиске, решение поставленной задачи совместно с педагогом, разбор ошибок и методы их ликвидации;

Предложенные методы работы в рамках дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программы являются наиболее продуктивными при реализации поставленных целей и задач курса.

Методы воспитания: мотивация, убеждение, стимулирование, поощрение.

Формы организации образовательного процесса: индивидуальная, индивидуально-групповая и групповая. Процесс обучения по основной программе курса организован в режиме онлайн-занятий с применением дистанционных образовательных технологий на платформе: <https://getcourse.ru/>

На этапе изучения полной программы курса обучение организовано в форме индивидуальных консультаций педагога с применением дистанционных образовательных технологий. Обучение по практическому модулю курса сопровождается индивидуальными заданиями и консультациями педагога на всех этапах выполнения практических задач.

Педагогические технологии: технология развивающего обучения, коммуникативная технология обучения, технология развития критического мышления, технология образа и мысли, технология личностно-ориентированного обучения и уровневой дифференциации, технологии проблемного обучения и критического мышления с учетом педагогических инноваций, направленных на формирование надпредметных навыков.

Формы отслеживания и фиксации образовательных результатов: выполнение практических заданий, обсуждение успехов, рефлексия.

Формы предъявления и демонстрации образовательных результатов: презентация выполненной итоговой работы.

5.4. Рекомендуемая литература:

для педагога:

1. Банкин, А. Контент-маркетинг для роста продаж [Текст] / А. Банкин. – Серия «Маркетинг для профессионалов». – СПб.: Питер, 2019. – 272 с.
2. Голубков, Е.П. Маркетинг для профессионалов: практический курс: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры [Текст] / Е. П. Голубков. – М.: Издательство Юрайт, 2022. – 474 с.
3. Горбунова, О.Н. Создание интернет-ресурса как одна из форм информатизации бизнеса [Текст] / О.Н. Горбунова, Э.Н. Юнкова, Д.А. Андреев // Синергия Наук. – 2018. – № 20. – С. 236-246.
4. Домнин, В.Н. Брендинг: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры [Текст] / В.Н. Домнин. – М.: Издательство Юрайт, 2022. – 411 с.
5. Инновационный маркетинг : учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 474 с.
6. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 335 с.
7. Коваленко, А.Е. К вопросу о классификации методов интернет-маркетинга для бизнеса [Текст] / А.Е. Коваленко, В.М. Каточков // Маркетинг и брендинг: вызовы XXI века Материалы Международной научно-практической конференции. Ответственный за выпуск Л. М. Капустина. – 2017. – С. 81-86.
8. Кожевникова, Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге : учебное пособие для вузов / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 444 с.
9. Маркетинг-менеджмент : учебник и практикум для вузов / И. В. Липсиц [и др.] ; под редакцией И. В. Липсица, О. К. Ойнер. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 379 с.
10. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 552 с.
11. Старков, А. Н. Интернет-маркетинг и реклама : учебное пособие / А. Н. Старков, Е. В. Сторожева. — 2-е изд., стер. — Москва : ФЛИНТА, 2023. — 64 с.
12. Технология интернет-маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 335 с.
13. Хуссейн, И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации : учебное пособие для вузов / И. Д. Хуссейн. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 68 с.

14. Экономическая информатика: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Ю. Д. Романова [и др.] ; под редакцией Ю. Д. Романовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 495 с.

для обучающихся:

1. Ашманов, И. Оптимизация и продвижение в поисковых системах [Текст] / И. Ашманов. — СПб.: Питер, 2019. — 512 с.
2. Банкин, А. Контент-маркетинг для роста продаж [Текст] / А. Банкин. — Серия «Маркетинг для профессионалов». — СПб.: Питер, 2019. — 272 с.
3. Бердышев, С.Н. Секреты эффективной интернет-рекламы. Практическое пособие [Текст] / С.Н. Бердышев. — М.: Дашков и К, 2018. — 120 с.
4. Вандербильт, Т. ЦА. Как найти свою целевую аудиторию и стать для неё магнитом [Текст] / Т. Вандербильт. — М.: Бомбора, 2019. — 304 с.
5. Дин, Т. Интернет-маркетинг с нуля: как увеличить прибыли [Текст] / Т. Дин, Л. Федорова. — М.: Омега-Л, 2016. — 223 с.
6. Загребельный, Г. Performance-маркетинг. Заставьте интернет работать на вас [Текст] / Г. Загребельный. — М.: Альпина Паблишер, 2017. — 270 с.
7. Каплунов, Д. Контент, маркетинг и рок-н-ролл. Книга-муза для покорения клиентов в интернете [Текст] / Д. Каплунов. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2019. — 384 с.
8. Кеннеди Д., Уэлш-Филлипс К. Жесткий SMM. Выжать из соцсетей максимум [Текст] / Д. Кеннеди, К. Уэлш-Филлипс. — М.: Альпина Паблишер, 2019. — 344 с.
9. Кингснорт, С. Стратегия цифрового маркетинга. Интегрированный подход к онлайн-маркетингу. Руководство [Текст] / С. Кингснорт. — М.: Олимп-Бизнес, 2019. — 416 с.
10. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс [Текст] / Ф. Котлер. — М.: Вильямс, 2019. — 496 с.
11. Леденёва, М.В. Оценка важности каналов продвижения бизнеса в интернете [Текст] / М.В. Леденёва, Л.В. Шамрай-Курбатова, А.А. Гузенко // Бизнес. Образование. Право. — 2018. — № 1 (42). — С. 46-48.
12. Манн, И. Маркетинг без бюджета 50 работающих инструментов [Текст] / И. Манн. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2019. — 288 с.
13. Манн, И. Маркетинг на 100%. Ремикс. Как стать хорошим менеджером по маркетингу [Текст] / И. Манн. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2019. — 240 с.
14. Румянцев, Д. Продвижение бизнеса в ВКонтакте. Системный подход [Текст] / Д. Румянцев. — СПб.: Питер, 2019. — 336 с.
15. Сенаторов, А. Битва за подписчика в «ВКонтакте». SMM-руководство [Текст] / А. Сенаторов. — М.: Альпина Паблишер, 2017. — 168 с.
16. Смолина, В. SMM с нуля. Секреты продвижения в социальных сетях [Текст] / В. Смолина. — М.: Инфра-Инженерия», 2019. — 252 с.
17. Теренина, К.И. Особенности продвижения товара через социальные платформы [Текст] / К.И. Теренина // Евразийский Союз Ученых. — 2019. — № 9-1 (18). — С. 109-111.

Интернет-ресурсы:

1. 11 этапов SEO-продвижения сайта. Блог Netpeak: об интернетмаркетинге и не только! - URL: <https://netpeak.net/ru/blog/11-etapov-seoprodvizheniya-saita/>

2. 25 советов по SMM продвижению в социальных сетях. Агентство «Socialair» - SMM продвижение в социальных сетях. - URL: <https://socialair.ru/articles/smm-methods/>

3. Customer Journey: как составить карту пути потребителя. Yagla.ru. - URL: <https://yagla.ru/blog/marketing/customer-journey/>

4. Digital-стратегия. САЙТАКТИВ: приводим клиентов, комплексно. - URL: <http://promo-sa.ru/seo-terms/digital-strategiya>

5. Юзабилити сайта. Энциклопедия поискового продвижения Ingate. - URL: <https://www.sembook.ru/book/povyshenie-konversii-sayta/yuzabiliti-sayta/>