

**Комитет образования, культуры, молодёжной политики  
и спорта администрации МО Одоевский район**

**Муниципальное казенное учреждение  
дополнительного образования  
«Одоевский Дом детского творчества»**

Обсуждена и одобрена на  
заседании педагогического совета  
МКУДО «ОДДТ»  
протокол от 30.08.2024 г. № 1



Утверждаю  
Директор МКУДО «ОДДТ»  
Л.Ю. Мотунова  
приказ от 30.08.2024 г. № 27

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ  
ОБЩЕРАЗВИВАЮЩАЯ ПРОГРАММА  
«ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТОЛОГ»**

Направленность: техническая  
Срок реализации: 2 года  
Уровень реализации: стартовый  
Возраст: 15 - 18 лет

подготовила:  
Ерохина Софья Владимировна,  
педагог дополнительного  
образования

Одоев, 2024 г.

## ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ

<b>Полное наименование программы</b>	Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа «Интернет-маркетолог»
<b>Организация-исполнитель</b>	МКУДО «Одоевский ДДТ»
<b>Ф.И.О., должность автора (составителя), соавторов</b>	Ерохина Софья Владимировна, педагогдополнительного образования
<b>Целевые группы</b>	12-18 лет
<b>Количество обучающихся на занятии</b>	8 человек
<b>Цель программы</b>	Формирование основ интернет-маркетинга среди учащихся 12-18 лет, средствами проектных технологий в сфере интернет-маркетинга.
<b>Направленность программы</b>	Техническая
<b>Срок реализации программы</b>	2 года
<b>Количество часов по программе</b>	144 ак. часа
<b>Форма программы</b>	очная
<b>Уровень освоения содержания программы</b>	Стартовый
<b>Способ организации образовательной деятельности</b>	очная
<b>Краткое содержание</b>	Введение в таргетинг: формулы и зоны ответственности Интернет-маркетинг Soft-skills

## **Содержание программы.**

1. Пояснительная записка.
2. Учебный план.
3. Содержание программы.
4. Условия реализации программы.

Список используемой литературы

Приложения

## **1. Пояснительная записка.**

### **1.1 Направленность программы.**

Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа «Интернет-маркетолог» (далее – программа) разработана для реализации в очном формате и предназначена для желающих заниматься техническим моделированием и конструированием, художественно-техническим творчеством.

Учреждение при реализации программы создает все необходимые условия для обучающихся, которые обеспечивают их взаимодействие с педагогическим работником. Теоретические знания, практические умения и навыки, приобретенные в процессе освоения программы, позволяют обучающимся самостоятельно выполнять задания.

### **1.2 Новизна и актуальность программы.**

В настоящее время все большую популярность набирают цифровые профессии, что обуславливается резким переходом из оффлайн в онлайн, а также развитием площадок интернет-торговли, в связи с чем вызван спрос на продвижение товаров в интернете, развитие личного бренда, анализ и настройку рекламы под целевую аудиторию. Интернет в обозримом будущем будет продолжать стремительно расти, соответственно и спрос на квалифицированных специалистов, предоставляющих качественные услуги в области продвижения товаров и услуг на интернет-площадках, будет тоже расти.

Анализ детского и родительского спроса на дополнительные образовательные услуги в данном виде деятельности показал, что данная программа является одной из самых востребованных направлений обучения среди разного контингента граждан, но в большей степени – среди молодого поколения.

#### **Направленность программы техническая.**

**Уровень освоения** – стартовый.

### **1.3 Отличительные особенности программы.**

Данная программа технической направленности предполагает реализацию программы как очно, так и с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий без привязки обучающихся к месту и времени и включает в себя следующие особенности:

- возможность индивидуального образовательного маршрута;
- ориентация на самореализацию ребенка и его личностный потенциал;
- высокий ориентир на практику и создание индивидуального портфолио в процессе обучения;
- разновозрастной характер объединений;
- получение необходимых компетенций для дальнейшей работы по профессии после окончания курса.

### **1.4 Адресат программы.**

В освоение программы участвуют дети (мальчики/девочки) 12-18 лет.

Программа направлена на детей, желающих изучить основы современной востребованной профессии и имеющих в наличии базовые знания в области владения компьютером.

### **1.5 Особенности организации образовательного процесса.**

*Форма обучения* – очная с использованием дистанционных образовательных технологий. Взаимодействия педагога дополнительного образования с обучающимися осуществляется как в очной, так и в дистанционной форме с применением информационно-телекоммуникационных сетей (Интернет).

*Объем и срок освоения программы.*

Продолжительность обучения составляет 2 года, объем программы – 144 академических часа в год, время занятий – 2 академических часа (45+45 минут) в неделю с перерывом 10 мин между занятиями.

*Условия набора обучающихся.*

Для обучения по дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программе «Удаленная профессия будущего: интернет-маркетолог» принимаются все желающие в возрасте от 12 до 18 лет.

*Количество детей в группе 8 человек.*

### **1.6 Цель и задачи программы.**

**Цель программы** – формирование основ интернет-маркетинга среди учащихся 12-18 лет, средствами проектных технологий в сфере интернет-маркетинга.

#### **Задачи программы:**

##### воспитательные:

- воспитание этики делового сотрудничества, взаимоуважения;
- развитие навыков коммуникативных отношений внутри проектных групп и в коллективе в целом;

##### развивающие:

- формирование творческого и аналитического мышления;
- формирование навыков коммуникативных связей;
- развитие индивидуальных творческих способностей в цифровом мире;
- развитие навыков использования цифровых знаний;
- умение полно и точно выражать свои мысли в соответствии с поставленными задачами;
- планировать собственную деятельность и способы достижения результата;
- поиск и выделение необходимой информации, структурирование знаний;

##### обучающие:

- формирование представления в области интернет-маркетинга;
- научить инструментам в сфере интернет-предпринимательства.

### **1.7 Планируемые результаты программы.**

В результате освоения программы у обучающихся будут формироваться навыки определенных предметных, метапредметных и личностных компетенций.

#### Личностные результаты:

- учащиеся будут владеть навыками делового сотрудничества;
- учащиеся будут иметь мотивацию к саморазвитию и личностному самоопределению.

#### Метапредметные результаты:

- учащиеся будут знать навыки коммуникативных связей;
- учащиеся приобретут творческие способности в цифровом мире;
- учащиеся приобретут навыки использования цифровых знаний;
- учащиеся будут знать, как планировать собственную деятельность;
- учащиеся будут знать способы достижения результата.

#### Предметные результаты:

- учащиеся будут знать основы в области интернет-маркетинга;
- учащиеся будут уметь создавать коммерческие проекты в цифровой среде;
- учащиеся будут владеть средствами моделирования и конструирования.

## 2. Учебный план.

№ пп	Название раздела, темы	Количество часов			Формы аттестации\ контроля	
		Всего	Теория	Практика		
<b>1.</b>	<b>Введение в таргетированную рекламу</b>	<b>18</b>	<b>8</b>	<b>10</b>	Тестирование Задания с ответом в виде файла	
1.1	Введение рекламу	4	4	-		
1.2	Эффективные способы продвижения	6	2	4		
1.3	Стратегия в интернет-маркетинге	6	2	4		
	Тестирование	2	-	2		
<b>2.</b>	<b>Таргетинг: формулы и зоны ответственности</b>	<b>32</b>	<b>10</b>	<b>22</b>	Тестирование Задания с ответом в виде файла	
2.1	Терминология и формулы	6	2	4		
2.2	Практикум. Контекстная реклама	6	2	4		
2.3	Зоны ответственности маркетолога	6	2	4		
2.4	Практикум. Запуск рекламной кампании	6	2	4		
2.5	Контент	6	2	4		
	Тестирование	2	-	2		
<b>3.</b>	<b>Интернет-маркетинг</b>	<b>48</b>	<b>18</b>	<b>30</b>	Тестирование Задания с ответом в виде файла	
3.1	Как искать клиентов	4	4	-		
3.2	Практикум. Настройка рекламы	6	2	4		
3.3	Анализ конкурентов	6	2	4		
3.4	Практикум. Запуск рекламного кабинета	6	2	4		
3.5	Уникальное торговое предложение	6	2	4		
3.6	Практикум. Реклама в ВКонтакте	6	2	4		
3.7	Целевая аудитория	6	2	4		
3.8	Практикум. Реклама в ВКонтакте. Заключение.	6	2	4		
	Тестирование	2	-	2		
<b>4.</b>	<b>SMM- копирайтинг</b>	<b>42</b>	<b>16</b>	<b>26</b>	Тестирование Задания с ответом в виде файла	
4.1	Что такое копирайтинг	4	4	-		
4.2	Мифы о копирайтинге	6	2	4		
4.3	Чем профессия копирайтер отличается от других профессий	6	2	4		
4.4	Эффективность текста	6	2	4		
4.5	Микроисследование целевой аудитории	6	2	4		
4.6	Типичные ошибки новичка	6	2	4		
4.7	Практикум. Проверка текста по чек-листу	6	2	4		
	Тестирование	2	-	2		
<b>5.</b>	<b>Итоговый модуль</b>	<b>4</b>	<b>-</b>	<b>4</b>		Тестирование Задания с ответом в виде файла
5.1	Итоговое практическое задание	2	-	2		
5.2	Итоговое тестирование	2	-	2		
	<b>ИТОГО</b>	<b>144</b>	<b>52</b>	<b>92</b>		

### **3. Содержание программы.**

#### **1. Раздел. Введение. 18 часов (8 ч - теория, 10 ч - практика).**

Социальные сети. Как работают алгоритмы. Эффективные способы продвижения. Направления интернет-маркетинга. Инструменты для работы. Преимущества и секреты маркетинга. Стратегии в интернет - маркетинге. Для чего нужны стратегии. Формулировка сути маркетинга как философии бизнеса.

#### **2. Раздел. Таргетинг: формулы и зоны ответственности. 32 часа (10 теория, 22 практика).**

Терминология и формулы в таргетированной рекламе. Контекстная реклама на базе Яндекс. Директ, аналитика в Яндекс. Метрике. Основные обязательства таргетолога. Навыки грамотного специалиста. Рекламная кампания в Яндекс. Директ. Контент. Назначение и интерфейс yandex.ru.

#### **3 Раздел. Интернет-маркетинг. 48 часов (18 часов теория, 30 часов практика).**

Поиск клиентов. Правила настройки рекламы. Грамотно запускаем рекламу. Бюджетно запускаем рекламу. Возможности интерфейса системы веб-аналитики Яндекс. Метрика. Создание сообщества в социальной сети vk.com. Уникальное торговое предложение. Реклама в ВКонтакте. Целевая аудитория. Понимание целевой аудитории.

#### **4 Раздел. SMM- копирайтинг. 42 часа (16 часов теория, 26 часов практика).**

Определение копирайтинга. Навыки, сильного копирайтера. 7 ключевых мифов о копирайтинге, основные задачи копирайтера. Задачи профессиональной деятельности. 10 аспектов для определения эффективности текста и его проверка. Способы исследования целевой аудитории. Семь шагов проведения микроисследования. Виды ошибок в копирайтинге. Редактура текста по чек-листу поэтапно: редакция смыслов, редакция структуры, корректура.

#### **4. Условия реализации программы.**

Программа разработана на основе нормативных правовых документов и иных документов различного уровня:

1. Федеральный Закон от 29.12.2012г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
2. Федеральный закон РФ от 24.07.1998 № 124-ФЗ «Об основных гарантиях прав ребенка в Российской Федерации»;
3. Федеральный закон от 13.07.2020 № 189-ФЗ «О государственном (муниципальном) социальном заказе на оказание государственных (муниципальных) услуг в социальной сфере»;
4. Стратегия развития воспитания в РФ на период до 2025 года (распоряжение Правительства РФ от 29 мая 2015 г. № 996-р);
5. Постановление Главного государственного санитарного врача РФ от 28.09.2020 N 28 «Об утверждении санитарных правил СП 2.4.3648-20 "Санитарно-эпидемиологические требования к организациям воспитания и обучения, отдыха и оздоровления детей и молодежи»;
6. Постановление Главного государственного санитарного врача РФ от 28.01.2021 № 2 «Об утверждении санитарных правил и норм СанПиН 1.2.3685-21 «Гигиенические нормативы и требования к обеспечению безопасности и (или) безвредности для человека факторов среды обитания» (разд. VI. Гигиенические нормативы по устройству, содержанию и режиму работы организаций воспитания и обучения, отдыха и оздоровления детей и молодежи»);
7. Паспорт федерального проекта "Успех каждого ребенка" (утвержден на заседании проектного комитета по национальному проекту "Образование" 07 декабря 2018 г., протокол № 3);
8. Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 27.07. 2022 г. N 629 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам»;
9. Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 03.09.2019 № 467 «Об

утверждении Целевой модели развития региональных систем дополнительного образования детей»;

10. 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»;

11. Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 05.05.2018 № 298 "Об утверждении профессионального стандарта "Педагог дополнительного образования детей и взрослых";

12. Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 13.03.2019 № 114 «Об утверждении показателей, характеризующих общие критерии оценки качества условий осуществления образовательной деятельности организациями, осуществляющими образовательную деятельность по основным общеобразовательным программам, образовательным программам среднего профессионального образования, основным программам профессионального обучения, дополнительным общеобразовательным программам»;

13. Приказ министерства образования и науки Российской Федерации и министерства просвещения Российской Федерации от 5.08.2020 г. № 882/391 «Об организации и осуществлении образовательной деятельности по сетевой форме реализации образовательных программ»;

14. Устав и нормативно – правовые акты МКУДО «ОДДТ».

#### *Кадровое обеспечение.*

Образовательный процесс ведёт педагог дополнительного образования, имеющий высшее образование или среднее профессиональное образование в рамках укрупненных групп специальностей и направлений подготовки высшего образования и специальностей среднего профессионального образования «Образование и педагогические науки», прошедший курсы переподготовки по должности «Педагог дополнительного образования» или курсы повышения квалификации.

Обучение проводится в соответствии с учебной программой. Язык преподавания – русский. Обучающиеся обеспечиваются учебно- методическими, информационными и справочными материалами.

Условия реализации программы не противоречит:

СанПиН 1.2.3685-21 «Гигиенические нормативы и требования к обеспечению безопасности и (или) безвредности для человека факторов среды обитания»;

СанПиНу 2.4.3648-20 от 28.09.2020 «Санитарно- эпидемиологические требования к организациям воспитания и обучения, отдыха и оздоровления детей и молодежи».

#### **Оценочные материалы и формы аттестации.**

##### **Оценочные материалы:**

Программа содержит следующие оценочные материалы:

- Текущий контроль.
- Самостоятельная работа.
- Промежуточная аттестация.
- Контрольное тестирование.

При работе с диагностическими методиками установлены следующие правила:

1. Содержание диагностической методики предполагает ожидаемый результат.

2. Диагностика носит содержательный характер и создает широкое поле исследовательской деятельности.

3. По результатам диагностического исследования вносятся коррективы и планирование воспитательной работы.

В рамках реализации данной программы механизмом отслеживания

эффективности сотрудничества педагога дополнительного образования и ребенка по освоению имобщеразвивающей программы и осознанию личностного роста является мониторинг.

#### **Формы аттестации.**

Система подготовки обучающегося и оценки его результатов освоения программы содержит 2 группы показателей:

- теоретическая подготовка;
- практическая подготовка.

Программа содержит следующие виды аттестации:

- текущий контроль;
- промежуточная аттестация;
- контрольное тестирование.

Программа предусматривает текущий контроль, промежуточную аттестацию и итоговый контроль освоения программы.

Текущий контроль проводится в форме тестирования по блокам.

Прохождение тестирований является обязательным для каждого обучающегося.

В ходе тестирования определяется уровень подготовки: высокий, средний, низкий, которые формируются на основе количества правильных ответов в процентном соотношении к общему количеству вопросов.

Вопросы из теста состоят из нескольких вариантов ответа (от 2 до 5) с одним или несколькими правильными вариантами ответов.

Формой промежуточной аттестации является практическое задание.

Прохождение промежуточной аттестации является обязательным для каждого обучающегося.

Промежуточная аттестация представляет собой итоговое практическое задание для оценивания умений и практического опыта обучающихся, полученных в ходе обучения.

Оценки за практическое задание формируются на основе качества и полноты выполнения практического задания, а также творческого подхода к его оформлению.

Формой итогового контроля является контрольное тестирование.

Прохождение контрольного тестирования является обязательным для каждого обучающегося.

Тестирование проводится в электронной форме. Каждый тест включает в себя тестовые задания нескольких видов, предполагающих оценку различных аспектов профессиональной компетентности обучающихся.

Время прохождения тестирований составляет от 30 до 60 минут. Максимальный итоговый балл – 100.

#### **Методические материалы.**

*Современные педагогические технологии:*

- кейсы;
- проектная технология;
- информационно-коммуникационная технология.

*Методы обучения:*

- практический;
- проектный;
- исследовательский.

*Формы учебного занятия:*

- по дидактической цели: вводное занятие / занятие по систематизации обобщению знаний;
- по особенностям коммуникационного взаимодействия: лекция / практическое занятие.

Алгоритм учебного занятия:

- 1) посещение или просмотр видео-лекции или вебинарные занятия; 2)

- конспектирование лекции;
- 3) работа с практическими заданиями.

Дидактические материалы:

- 1) вопросы и задания для самостоятельной работы и повторения пройденного материала;
- 2) тестирования для закрепления знаний по пройденным материалам.

В процессе реализации образовательной программы используются такие виды учебной работы, как: вебинары, лекции, ситуационный практикум (разбор кейсов), направленные на развитие навыков использования профессиональной лексики, закрепление практических профессиональных компетенций, поощрение интеллектуальных инициатив.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к итоговому тестированию.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления педагога по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции, обучающиеся имеют возможность задать вопросы педагогу по теме лекции.

Основная цель ситуационного практикума - установление тесной связи между практикой и теорией. В ходе таких занятий обучающиеся практически осваивают научно-теоретические положения изучаемого предмета, овладевают инновационными техниками экспериментирования в соответствующей научной сфере, занимаются инструментализацией знаний, полученных на лекциях и из учебных пособий, то есть превращают их в средство для решения сначала учебно- исследовательских, а позже реальных практических и экспериментальных задач.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

### Сетевые ресурсы:

1. Баумгартен Т. Таргетированная реклама. Главные правила и базовые понятия – [Электронный ресурс] М.: ЛитРес, 2021 г. – 320 с. – Режим доступа: по подписке – URL: <https://www.litres.ru/toni-baumgarten/targetirovannaya-reklama-glavnye-pravila-i-bazovye-ponyati/>– Текст: электронный (дата обращения: 16.07.2023).
2. Маркетинг PR и рекламы: учебник / И.М. Синяева, В.М. Маслова, О.Н. Романенкова, В.В. Синяев. – [Электронный ресурс] М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017г. – 236 с. Режим доступа: URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=11470925> (дата обращения: 16.07.2023).
3. Tilda – [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: – <https://tilda.education/courses/marketing/internet-marketing-beginning/> (дата обращения: 17.07.2023).

### Список литературы для педагогов:

1. Брукс П. Копирайтинг: как написать рекламные статьи и письма, которые будут продавать: учебное пособие. Бератор-Пабблишинг, 2019. – 128 с.
2. Судоргина З. Копирайтинг. Тексты, которые продаются: учебник. Феникс – М., 2020. – 519 с.

### Список литературы для детей и родителей:

1. Ильяхов М. Ясно, понятно. Как доносить мысли и убеждать людей спомощью слов. М.: Альпина Диджитал, 2020. – 133 с.
2. Садовская А. Копирайтинг. Эффективные тексты для онлайнбизнеса. М.: ЛитРес, 2022. – 74 с.
3. Шардаков Д. Копирайтинг с нуля. М.: Изд-во АСТ, 2019. – 81 с.

**Календарный учебный график.**

**Приложение 1**

<b>№ п/п</b>	<b>Месяц</b>	<b>Число</b>	<b>Время проведения занятия</b>	<b>Форма занятия</b>	<b>Кол-во часов</b>	<b>Тема занятия</b>	<b>Форма контроля</b>
1	09	3	15:30-17:10	Комбин.	2	Введение в рекламу	Самост работа.
2	09	10	15:30-17:10	Комбин.	2	Введение в рекламу	Самост работа.
3	09	17	15:30-17:10	Комбин.	2	Эффективные способы продвижения	Самост работа.
4	09	24	15:30-17:10	Комбин.	2	Эффективные способы продвижения	Самост работа.
5	10	1	15:30-17:10	Комбин.	2	Эффективные способы продвижения	Самост работа.
6	10	8	15:30-17:10	Комбин.	2	Стратегия в интернет-маркетинг	Самост работа.
7	10	15	15:30-17:10	Комбин.	2	Стратегия в интернет-маркетинг	Самост работа.
8	10	22	15:30-17:10	Комбин.	2	Стратегия в интернет-маркетинг	Самост работа.
9	10	29	15:30-17:10	Комбин.	2	Тестирование	Тестирование
10	11	5	15:30-17:10	Комбин.	2	Терминология и формулы	Самост работа.
11	11	12	15:30-17:10	Комбин.	2	Терминология и формулы	Самост работа.
12	11	19	15:30-17:10	Комбин.	2	Терминология и формулы	Самост работа.
13	11	26	15:30-17:10	Комбин.	2	Практикум. Контекстная реклама	Самост работа.
14	12	3	15:30-17:10	Комбин.	2	Практикум. Контекстная реклама	Самост работа.
15	12	10	15:30-17:10	Комбин.	2	Практикум. Контекстная реклама	Самост работа.
16	12	17	15:30-17:10	Комбин.	2	Зоны ответственности таргетолога	Самост работа.
17	12	24	15:30-17:10	Комбин.	2	Зоны ответственности таргетолога	Самост работа.
18	01	14	15:30-17:10	Комбин.	2	Зоны ответственности таргетолога	Самост работа.
19	01	21	15:30-17:10	Комбин.	2	Практикум. Запуск рекламной кампании	Самост работа.
20	01	28	15:30-17:10	Комбин.	2	Практикум. Запуск рекламной кампании	Самост работа.
21	02	4	15:30-17:10	Комбин.	2	Практикум. Запуск рекламной кампании	Самост работа.
22	02	11	15:30-17:10	Комбин.	2	Контент	Самост работа.
23	02	18	15:30-17:10	Комбин.	2	Контент	Самост

							работа.
24	02	25	15:30-17:10	Комбин.	2	Контент	Самост работа.
25	03	4	15:30-17:10	Комбин.	2	Тестирование	Тестирование
26	03	11	15:30-17:10	Комбин.	2	Как искать клиентов	Самост работа.
27	03	18	15:30-17:10	Комбин.	2	Поиск клиентов	Самост работа.
28	03	25	15:30-17:10	Комбин.	2	Практикум. Настройка рекламы	Самост работа.
29	04	1	15:30-17:10	Комбин.	2	Практикум. Настройка рекламы	Самост работа.
30	04	8	15:30-17:10	Комбин.	2	Практикум. Настройка рекламы	Самост работа.
31	04	15	15:30-17:10	Комбин.	2	Анализ конкурентов	Самост работа.
32	04	22	15:30-17:10	Комбин.	2	Анализ конкурентов	Самост работа.
33	04	29	15:30-17:10	Комбин.	2	Анализ конкурентов	Самост работа.
34	05	13	15:30-17:10	Комбин.	2	Практикум. Запуск рекламного кабинета	Самост работа.
35	05	20	15:30-17:10	Комбин.	2	Практикум. Запуск рекламного кабинета	Самост работа.
36	05	27	15:30-17:10	Комбин.	2	Практикум. Запуск рекламного кабинета	Самост работа.
37	09		15:30-17:10	Комбин.	2	Уникальное торговое предложение	Самост работа.
38	09		15:30-17:10	Комбин.	2	Уникальное торговое предложение	Самост работа.
39	09		15:30-17:10	Комбин.	2	Уникальное торговое предложение	Самост работа.
40	09		15:30-17:10	Комбин.	2	Практикум. Реклама в ВКонтакте	Самост работа.
41	10		15:30-17:10	Комбин.	2	Практикум. Реклама в ВКонтакте	Самост работа.
42	10		15:30-17:10	Комбин.	2	Практикум. Реклама в ВКонтакте	Самост работа.
43	10		15:30-17:10	Комбин.	2	Целевая аудитория	Самост работа.
44	10		15:30-17:10	Комбин.	2	Целевая аудитория	Самост работа.
45	11		15:30-17:10	Комбин.	2	Целевая аудитория	Самост работа.
46	11		15:30-17:10	Комбин.	2	Практикум. Реклама в ВКонтпкте.	Самост работа.
47	11		15:30-17:10	Комбин.	2	Практикум. Реклама в ВКонтпкте.	Самост работа.
48	11		15:30-17:10	Комбин.	2	Практикум. Реклама в ВКонтпкте.	Самост работа.

49	12		15:30-17:10	Комбин.	2	Тестирование	Тестирование
50	12		15:30-17:10	Комбин.	2	Что такое копирайтинг	Самост работа.
51	12		15:30-17:10	Комбин.	2	Что такое копирайтинг	Самост работа.
52	12		15:30-17:10	Комбин.	2	Мифы о копирайтинге	Самост работа.
53	01		15:30-17:10	Комбин.	2	Мифы о копирайтинге	Самост работа.
54	01		15:30-17:10	Комбин.	2	Мифы о копирайтинге	Самост работа.
55	01		15:30-17:10	Комбин.	2	Чем профессия копирайтер отличается от других профессий	Самост работа.
56	01		15:30-17:10	Комбин.	2	Чем профессия копирайтер отличается от других профессий	Самост работа.
57	02		15:30-17:10	Комбин.	2	Чем профессия копирайтер отличается от других профессий	Самост работа.
58	02		15:30-17:10	Комбин.	2	Эффективность текста	Самост работа.
59	02		15:30-17:10	Комбин.	2	Эффективность текста	Самост работа.
60	02		15:30-17:10	Комбин.	2	Эффективность текста	Самост работа.
61	03		15:30-17:10	Комбин.	2	Микроисследование целевой аудитории	Самост работа.
62	03		15:30-17:10	Комбин.	2	Микроисследование целевой аудитории	Самост работа.
63	03		15:30-17:10	Комбин.	2	Микроисследование целевой аудитории	Самост работа.
64	03		15:30-17:10	Комбин.	2	Типичные ошибки новичка	Самост работа.
65	04		15:30-17:10	Комбин.	2	Типичные ошибки новичка	Самост работа.
66	04		15:30-17:10	Комбин.	2	Типичные ошибки новичка	Самост работа.
67	04		15:30-17:10	Комбин.	2	Практикум. Проверка текста по чек-листу	Самост работа.
68	04		15:30-17:10	Комбин.	2	Практикум. Проверка текста по чек-листу	Самост работа.
69	05		15:30-17:10	Комбин.	2	Практикум. Проверка текста по чек-листу	Самост работа.
70	05		15:30-17:10	Комбин.	2	Тестирование	Тестирование
71	05		15:30-17:10	Обобщ.повт.	2	Итоговое практическое задание	Самост работа.
72	05		15:30-17:10	Обобщ.повт.	2	Итоговое тестирование	Тестирование

Критерии	Уровень	Показатели
<b>Основные знания об интернет-маркетинге</b>	Высокий (90-100 баллов)	Умеет анализировать ниши, целевую аудиторию, конкурентов. Разбирается в видах контента.
	Средний (70-89 баллов)	Знает основные метрики в интернет-маркетинге.
	Низкий (50-69 баллов)	Знает различия между сегментами интернет - маркетинга: SEO, контекстная реклама, таргетированная реклама, контент - маркетинг.
<b>Продвижение в социальных сетях</b>	Высокий (90-100 баллов)	Знает принципы и методы монетизации разных площадок.
	Средний (70-89 баллов)	Разбирается в видах контента, умеет разрабатывать контент-план и стратегию продвижения.
	Низкий (50-69 баллов)	Умеет создавать аккаунт в социальной сети.

Если по результатам итогового тестирования слушатель набирает более 70 баллов (средний или высокий уровень освоения программы), рекомендуется продолжить обучение по углубленным программам такого же, или смежного направления.

**Пример оценочных материалов.1.V2B – это?**

- А. Бизнес для покупателя;
- Б. Бизнес для бизнеса;**
- В. Бизнес для государства;Г. Бизнес для каждого.

**2. Что самое главное в работе с B2B сектором?**

- А. Активно вести коммерческий аккаунт;
- Б. Закрывать боли профессионалов;** В. Транслировать ценности компании;Г. Быть позитивным и креативным.

**3. К какому виду бизнеса относится компания, деятельность которой предназначена для широких масс?**

- А. B2G;
- Б. B2B;
- В. B2C;**
- Г. B2A.

**4. Назовите три характеристики для выделения целевой аудитории?**

- А. Любые из списка: внешность, заработок, финансовая грамотность;
- Б. Любые из списка: увлечения аудитории, город проживания, поведение в социальных сетях, личностные качества;
- В. Любые из списка: социально-демографические, поведенческие, психологические, профессиональные, географические;**

**Г. Для выделения целевой аудитории необходимо учитывать только финансовые возможности.**

**5. Главная ошибка при выборе целевой аудитории?**

А. Выбор пользователей из разных городов;

Б. Выбор целевой аудитории посредством анализа продукта; В. Выбор узкой целевой аудитории;

**Г. Выбор слишком широкой целевой аудитории.**

**6. С чего мы начинаем работу над тестом для социальных сетей?**

А. Оформляем дизайн социальной сети по собственному вкусу; Б. Смотрим аккаунты конкурентов;

В. Анализируем рыночную стоимость и формируем прайс;

**Г. Подбираем стилистику под аудиторию.**

**7. Как сохранить ритм текста?**

А. Не использовать предложения одинаковой длины; Б. Не

использовать однокоренные слова в предложении; В. Не использовать в

тексте много знаков препинания; Г. Использовать художественный стиль.

**8. Опишите своими словами, что такое экологичность в продвижении личного бренда?**

А. Наличие собственных личных правил при продвижении личного бренда;

Б. Использование экологически чистых материалов;

В. Регулярные пожертвования в фонды защиты экологии; Г. Наличие зеленых оттенков в фирменном стиле.

**9. Что означает постановка целей и задач по SMART?**

А. Конкретика;

Б. Измеримость по количеству и времени; В. Достижимость;

**Г. Все вышеперечисленное.**

**10. Кем создается экспертный контент?**

А. Пользователями; Б.

Копирайтером;

**В. Лидером мнений;**

Г. Рекламным агенством.

**Практическое задание.**

Сделать анализ выбранной компании: расписать УТП, ЦА, конкурентов и прописать возможные способы продвижения продукта / курса / услуги.