

**Муниципальное казенное общеобразовательное учреждение
«Коршуновская средняя общеобразовательная школа»**

РАССМОТРЕНО
[руководитель УМЦ]
Каурдакова Ю.В.
Протокол №1
От 30.08.2023 г.

СОГЛАСОВАНО
[Заместитель директора по
УВР
Баранникова И.М.]
Протокол № 1
От 30.08.2023 г

УТВЕРЖДЕНО

[Директор школы]
Коренькова В.Х.
Приказ № 183 от 30.08.2023

**Рабочая образовательная программа
программа внеурочной деятельности**

«МЕНЕДЖЕР МАРКЕТПЛЕЙСА»

Направленность: социально-педагогическая; возраст обучающихся: 12 – 16 лет; срок реализации: 1 год

Педагог-психолог: Агафонова Марина Николаевна

п.Коршуновский
2024-2025 учебный год

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа «Менеджер маркетплейса» - общеобразовательная общеразвивающая программа социально-педагогической направленности.

Программа составлена в соответствии с нормами, установленными законодательной базой. Нормативно-правовая база, на основе которой была разработана программа, приведена в соответствие с «Положением о дополнительной общеобразовательной программе Муниципального бюджетного учреждения дополнительного образования «Центр развития творчества детей и юношества имени Г.И. Замаратского»).

В настоящее время содержание, роль, назначение и условия реализации программы дополнительного образования закреплены в следующих нормативных документах:

- Федерального закона Российской Федерации от 29 декабря 2012 г. №273ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Приказ Министерства просвещения РФ от 09.11.2018 №196 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам»;
- Постановление Главного государственного санитарного врача РФ от 04.07.2014 №41 «Об утверждении СанПиН 2.4.4.3172-14 . «Санитарноэпидемиологические требования к устройству, содержанию и организации режима работы образовательных организаций дополнительного образования детей»;
- Уставом Муниципального казенного общеобразовательного учреждения «Коршуновская средняя общеобразовательная школа», принят на общем собрании МКОУ «Коршуновская СОШ» 08.12.2016 г.

Программа разработана на основе имеющихся знаний, умений и навыков педагогов Муниципального казенного общеобразовательного учреждения «Коршуновская средняя общеобразовательная школа», их личностного опыта работы с учащимися по освоению дополнительных общеобразовательных программ социально-педагогической направленности.

В современном мире электронной коммерции маркетплейсы становятся все более популярными и востребованными. Именно на этих онлайн-платформах продавцы и покупатели объединяются для осуществления торговых операций. С учетом такого растущего спроса на профессионалов, способных успешно управлять маркетплейсами, разработана рабочая программа внеурочного программа "Менеджер маркетплейса". В данной статье мы рассмотрим основные аспекты этой программы и ее значимость для будущих специалистов в области электронной коммерции.

Рабочая программа внеурочного программа "Менеджер маркетплейса" представляет собой комплексное обучение, которое поможет участникам овладеть ключевыми навыками и знаниями по работе с маркетплейсами. Программ разработан таким образом, чтобы дать учащимся полное представление о принципах функционирования маркетплейсов, стратегиях продажи товаров и услуг на платформе, методиках оптимизации контента и повышения конверсии. Он также охватывает темы, связанные с управлением заказами, логистикой и взаимодействием с клиентами.

Понимание основных принципов работы маркетплейсов является неотъемлемой частью успеха в сфере электронной коммерции. Программ "Менеджер маркетплейса" предоставляет учащимся возможность получить полезные знания и навыки, которые помогут им успешно развивать бизнес на маркетплейсе. Умение эффективно управлять контентом, оптимизировать товарные карточки и использовать инструменты продвижения позволит участникам программа добиться высоких результатов в продажах и удержании клиентов. Внеурочный программ "Менеджер маркетплейса" представляет отличную возможность для всех желающих изучить эту перспективную область бизнеса и приобрести ценные компетенции для будущей карьеры.

Данная программа "Менеджер маркетплейса" является первым шагом на пути освоения профессиональных навыков в сфере управления электронной коммерцией.

Целью данного программа является формирование компетенций, необходимых для успешного управления и продвижения товаров и услуг на онлайн-торговых площадках.

Основные **задачи** программа заключаются в ознакомлении слушателей с основными принципами работы маркетплейсов, а также развитии навыков практического использования инструментов и техник эффективного продвижения товаров на этих платформах.

- Отличительные особенности программы:

1. Разностороннее применение ИКТ в процессе обучения. Основой программы является использование современных цифровых технологий.
2. Развитие визуального и литературного творчества детей, через основы анализа и сбора данных
3. Использование форм обучения, включающих обучающихся в творческое проектирование и изобретательство самостоятельно действовать и создавать.

Организация игровых и деловых ситуаций, в которых обучающиеся приобретают опыт взаимодействия, учатся принимать решения, брать на себя ответственность.

Адресат программы: обучающиеся с 11 до 18 лет. Программа предполагает обучение детей от 11 до 18 лет без каких-либо ограничений по способностям, имеющим общие представления в области научно-технической направленности. Программа учитывает возрастные особенности обучающихся. В этом возрасте преобладает учебно-профессиональная деятельность. Также учитывается мотивация обучающихся, их стремление к самостоятельности

Объём и срок освоения программы: Срок реализации дополнительной общеобразовательной программы «Менеджер маркетплейса» составляет 1 год.

Программа разработана для реализации в Центре образования цифрового и гуманитарного профилей «Точка роста» на базе МКОУ «Коршуновская СОШ», созданного в целях развития и реализации основных и дополнительных общеобразовательных программ цифрового, естественнонаучного и гуманитарного профилей, формирования социальной культуры, проектной деятельности, направленной не только на расширение познавательных интересов школьников, но и на стимулирование активности, инициативы и исследовательской деятельности обучающихся

. Год обучения	Количество учебных часов в год
1 год обучения	37
Итого:	37

- Особенности организации образовательного процесса:

Разделы плана или отдельные темы можно брать не в предложенном порядке, а произвольно, допускается также изучение той или иной темы по частям.

К занятиям в медиа-студии «Менеджер маркетплейса» можно начинать привлекать детей с седьмого класса, имеющих начальные представления о работе маркетплейса.

Формы занятий: деловые игры, практические занятия, семинары- дискуссии, круглые столы, групповое проектирование, встречи, пресс- конференции, мастер-классы.

В процессе реализации общеобразовательной программы учащиеся на создадут финальный проект, где участники должны будут продемонстрировать все полученные знания и навыки путем разработки полноценного бизнес-плана для маркетплейса

Организация образовательного процесса направлена на здоровьесбережение учащихся.

Обеспечение безопасности жизни и здоровья обучающихся осуществляется посредством инструктажа по технике безопасности, периодичность которого отражается в журнале по ТБ.

Режим занятий.

Программа рассчитана на 1 года обучения. Занятия проводятся 1 раза в неделю по 2 академических часа. Это позволяет правильно определять методику занятий, распределять время для теоретической и практической работы.

Ожидаемые результаты обучения включают:

1. Понимание концепции маркетплейса: слушатели получают полное представление о том, что такое маркетплейс и как он функционирует. Они изучат основные модели бизнеса маркетплейсов, а также преимущества и риски использования этой формы электронной коммерции.

2. Освоение инструментов управления товарным ассортиментом: слушатели научатся эффективно анализировать и выбирать товары для продажи на маркетплейсе. Они изучат основные методы категоризации и организации товаров, а также научатся проводить анализ конкурентной среды и определять уникальные преимущества своего товарного предложения.

3. Развитие навыков эффективного продвижения товаров: слушатели познакомятся с основными инструментами и стратегиями маркетинга на маркетплейсах. Они научатся разрабатывать продающие тексты, создавать привлекательные фотографии и видеоролики, оптимизировать описания товаров для поисковых систем.

4. Понимание процесса взаимодействия с клиентами: слушатели изучат основные принципы общения и работы с клиентами на маркетплейсе. Они узнают, как решать возникающие проблемы и конфликты, как формировать положительный имидж своего бренда и поддерживать долгосрочные отношения со своими клиентами.

Введение в программ "Менеджер маркетплейса" позволит слушателям получить необходимые знания и навыки для успешного управления торговлей на онлайн-площадках

Основные принципы работы менеджера маркетплейса: управление контентом и продажами

Основные принципы работы менеджера маркетплейса включают в себя управление контентом и продажами. Роль менеджера маркетплейса заключается в создании и поддержке успешной стратегии продаж на платформе.

Первоначально, менеджер маркетплейса отвечает за управление контентом. Это включает в себя загрузку и обновление товаров, описание их характеристик и категоризацию. Он также осуществляет контроль качества предоставляемой информации, чтобы убедиться, что она соответствует требованиям платформы.

Важным аспектом работы менеджера маркетплейса является оптимизация листингов продуктов. Это включает использование ключевых слов, которые помогут повысить видимость товаров на платформе и привлечь больше потенциальных покупателей. Менеджер также может проводить A/B-тестирование заголовков, описаний и изображений для определения наиболее эффективных способов продажи товаров.

Кроме того, менеджер маркетплейса отвечает за управление продажами. Он анализирует данные о продажах, чтобы определить наиболее популярные товары и категории. Эта информация помогает менеджеру принимать решения о включении новых товаров или исключении неэффективных из ассортимента.

Менеджер маркетплейса также обеспечивает эффективное управление ценами. Он отслеживает конкурентную среду и регулярно проверяет цены на платформе, чтобы гарантировать конкурентоспособность товаров. Если требуется, менеджер может предложить акционные предложения или специальные скидки для привлечения новых покупателей.

Важной частью работы менеджера маркетплейса является коммуникация с продавцами. Он поддерживает связь с поставщиками и помогает им развиваться на платформе. Менеджер также обрабатывает запросы от продавцов, решая возникающие проблемы или перенаправляя их соответствующим отделам.

В заключение, основными принципами работы менеджера маркетплейса являются управление контентом и продажами. Он заботится о загрузке и обновлении товаров, оптимизации листингов, управлении ценами, анализе данных о продажах и поддержке коммуникации с продавцами.

Технические аспекты работы на маркетплейсе: настройка аккаунта, загрузка товаров и обработка заказов

В данном подразделе будут рассмотрены основные технические аспекты работы на маркетплейсе, которые включают настройку аккаунта, загрузку товаров и обработку заказов.

Первым шагом при работе на маркетплейсе является настройка аккаунта. Это включает создание профиля компании или индивидуального предпринимателя, указание контактной информации, добавление логотипа и описания компании. Также необходимо пройти процедуру верификации аккаунта, чтобы повысить доверие покупателей к вашему бренду.

После успешной настройки аккаунта можно приступить к загрузке товаров. Для этого нужно создать карточки товаров с указанием названия, цены, описания и характеристик. Важно продумать эффективную стратегию ценообразования и уникальное описание товара, чтобы привлечь внимание потенциальных покупателей.

Загруженные товары должны быть хорошо представлены с помощью фотографий высокого качества. Рекомендуется использовать профессиональное фотооборудование или услуги профессионального фотографа, чтобы сделать товары более привлекательными для покупателей.

После загрузки товаров на маркетплейс необходимо систематически обновлять их информацию, включая доступность, цены и актуальные промо-акции. Это поможет повысить конверсию и удержание клиентов.

Обработка заказов - одна из самых важных задач на маркетплейсе. Как только покупатель разместит заказ, вы должны оперативно его обработать. Это включает подтверждение заказа, упаковку товара и его доставку. Рекомендуется использовать специализированные программы или CRM-системы для эффективной обработки заказов и отслеживания статуса доставки.

Технические аспекты работы на маркетплейсе требуют внимания к деталям и постоянного контроля за актуальностью информации о товарах и процессах обработки заказов. Соблюдение всех технических требований маркетплейса поможет создать надежный имидж вашего бренда и увеличит шансы на успешное развитие бизнеса.

Маркетинговые стратегии на маркетплейсе: привлечение покупателей и увеличение продаж

Маркетинговые стратегии являются ключевым элементом успешного ведения бизнеса на маркетплейсе. Они позволяют привлекать новых покупателей, удерживать уже существующих и увеличивать объем продаж.

Первым шагом в разработке маркетинговой стратегии является изучение целевой аудитории. Необходимо провести анализ предпочтений и потребностей покупателей, чтобы определить, какие товары и услуги будут наиболее востребованы. Это поможет сформулировать уникальное предложение, которое будет привлекательным для целевой аудитории.

Один из способов привлечения новых покупателей - это создание эффективной рекламной кампании. Реклама может быть размещена на самом маркетплейсе или на других онлайн-платформах. Важно выбрать правильные каналы распространения рекламы и использовать эффективные методы ее представления (например, видеоролики или социальные сети).

Дополнительно можно использовать такие инструменты как SEO (оптимизация для поисковых систем) и контент-маркетинг. Оптимизация сайта под ключевые слова поможет улучшить его видимость в поисковых системах и привлечь больше

потенциальных покупателей. Контент-маркетинг предполагает создание интересного и полезного контента для привлечения и удержания аудитории.

Один из способов повышения продаж на маркетплейсе - это активное использование кросс-продаж (cross-selling) и upselling. Кросс-продажи представляют собой предложение дополнительных товаров или услуг, которые могут быть интересны покупателю. Upselling означает предложение более дорогих аналогичных товаров или услуг.

Также стоит обратить внимание на работу с отзывами покупателей. Позитивные отзывы помогают увеличить доверие к магазину и продукции, что может привести к увеличению числа заказов. Необходимо регулярно отслеживать отзывы и оперативно реагировать на негативные комментарии.

В заключение, разработка эффективной маркетинговой стратегии является важным шагом в успешном ведении бизнеса на маркетплейсе

Оценка эффективности работы менеджера маркетплейса: анализ данных и оптимизация процессов

Оценка эффективности работы менеджера маркетплейса является важным аспектом успешного управления и развития онлайн-продаж. Для достижения этой цели необходимо проводить анализ данных и оптимизировать процессы.

Первым шагом в оценке эффективности работы менеджера маркетплейса является сбор и анализ данных. Важно отслеживать такие метрики, как объем продаж, количество заказов, конверсия, средний чек и уровень удовлетворенности клиентов. Эти данные помогут определить текущую эффективность работы менеджера маркетплейса.

Далее следует провести детальный анализ данных с целью выявления проблемных областей и возможностей для улучшения. Например, если общий объем продаж невысок по сравнению с конкурентами, может быть необходимо пересмотреть стратегию маркетинга или работать над повышением качества товаров и услуг.

Одним из ключевых аспектов оптимизации процессов является автоматизация задач. Менеджеру маркетплейса следует использовать специализированные программные решения для управления заказами, интеграции с поставщиками и клиентами, а также для анализа данных. Это позволит сократить время на выполнение рутинных задач и сфокусироваться на стратегическом развитии бизнеса.

Также важно проводить регулярный мониторинг результатов и корректировать стратегию работы менеджера маркетплейса при необходимости. Менеджер должен быть готов к быстрым изменениям в условиях рынка и уметь адаптироваться к ним.

В заключение, оценка эффективности работы менеджера маркетплейса требует проведения анализа данных и оптимизации процессов. Сбор и анализ данных помогут выявить проблемные области и потенциальные возможности для улучшения. Оптимизация процессов включает в себя автоматизацию задач и постоянный мониторинг результатов. Только такой комплексный подход позволит достичь высокой эффективности работы менеджера маркетплейса и повысить конкурентоспособность бизнеса.

ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММА

Планируемые результаты освоения программа "Менеджер маркетплейса" предусматривают развитие у слушателей навыков, необходимых для эффективной работы в сфере интернет-торговли и управления маркетплейсом.

В ходе программы слушатели ознакомятся с основными принципами функционирования маркетплейсов, изучат стратегии продаж, анализ конкурентов и целевой аудитории. Они научатся определять потребности клиентов и создавать привлекательные товарные предложения. Также будет проведено обучение по организации логистики доставки товаров и решению возникающих проблем.

Одним из ключевых результатов будет формирование навыков работы с платформами маркетплейсов: слушатели научатся создавать и оптимизировать товарные карточки, загружать фото и видео контент, а также управлять заказами и возвратами. Будут рассмотрены методы повышения конверсии страниц товаров и разработка эффективных стратегий продвижения.

Кроме того, слушатели узнают о правилах работы с партнерскими программами и возможностями расширения бизнеса на маркетплейсе. Они научатся анализировать данные и отслеживать эффективность своей работы, а также проводить маркетинговые исследования для определения потенциальных рынков и разработки стратегии продвижения.

Результатом освоения программы будет приобретение участниками комплексных знаний о работе на маркетплейсе, позволяющих им успешно управлять онлайн-бизнесом. Они будут способны применять полученные навыки для создания эффективной стратегии продаж, увеличения конверсии страниц товаров, оптимизации логистических процессов и повышения общей прибыльности бизнеса.

Программ "менеджер маркетплейса" предоставит слушателям необходимую базу знаний и практические навыки для успешного ведения бизнеса на маркетплейсе. Программа обучения разработана таким образом, чтобы слушатели смогли достичь высоких результатов в своей деятельности и стать экспертами в сфере интернет-торговли.

КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ

№ п\п	Тема занятия	Практическое задание	Домашнее задание	Количество часов		
				Теория	Практика	Всего часов
1	Введение и знакомство (10 минут) 1 - Открытие ИП или самозанятость. Выбор налогообложения. Разница между ИП и самозанятым. 2 - Выбор банка для открытия расчетного счета 3 - Создание таблицы для начала записывания движение денежных средств 4 - Ознакомление какие товары разрешены для продажи 5 - Документы для продажи товаров (сертификаты, честный знак) (лекция 70 минут) 6 - Необходимое оборудование для продажи	Создание таблицы ддс. Разбор основных показателей для таблицы. (30 минут)	Составление таблицы по ддс, регистрация ИП и выбор налогообложение	1	2	3
2	1 - Регистрация личного кабинета. - Показ работы с интерфейсом личного кабинета 2 - Установка необходимого софта. - установка расширений аналитических - ознакомление с MPSTATS его функционал и интерфейс (30 минут)	- Работа на клиентском сайте анализ с помощью парсеров.- Работа с MPSTATS, анализ первичный карточке товара и тп (60 минут)		1	3	4
3	1 - Анализ ниши и конкурентов. - Инструменты анализа - выводы которые мы можем получить	-Анализ нескольких товаров.	Проанализировать минимум три товара	3	3	6

	2 - Стратегия подбора товара для выведения на площадку. - План действий перед отгрузкой от выбора до закупки 3 - Составление бюджета на проект (30 минут)	- Составление таблицы по бюджету. - Составление стратегии (60 минут)	- Составить таблицу по бюджету - Составление стратегии - Выбор товара			
4	1 - Рассмотрение выбранного товара. 2 - Расчёт юнит экономики для двух моделей поставки фбс и фбо. 3 - Работа с юнит таблицей + расчёт доп накладных расходов. 4 - Предоставление информации где и что можно купить. (30 минут)	Работа в юнит экономике- Расчет доп расходов(60 минут)	- Рассчитать юнит под свой товар - Сделать таблицу по расходам - Выбор места закупки	0,5	0,5	1
5	1 - Составление плана действия от закупки до вывода товара на площадку, подбивание итогового бюджета. - Собрать имеющиеся данные которые у нас есть и преобразовать в итоговую таблицу (30 минут)	- Разбор на примере товара А закупка до вывода на рынок - Разбор неудачных кейсов при закупке - Подготовка запасного плана - Разбор тонкостей при закупке товара на рынке и выяснение нюансов (60 минут)	План по закупке собственного товара	1	1	2
6	1 - Анализ медиа конкурента и составление своего контент плана. - Требования к фото на карточке - Требование к видео - 360 фото	- Разбор на примере карточек на вб удачные и неудачные примеры - Составление примерного тз	- Составить тз на фотосъемку и дизайн - Составление сметы	1	2	3

	- Правило составление тз на фотосъемку и на дизайн услуги (30 минут) - Смета на контент	(60 минут)				
7	1 - сбор seo ядра для карточки. - работа внутри MPSTATS - какие запросы и какие слова брать - как идет индексация - как бустить 2 - Заполнение карточки товара необходимыми характеристиками. - как добавлять и редактировать фото, текст и характеристики (30 минут)	Сбор seo - Заполнения карточки пример (60 минут)		1	2	3
8	1 - Настройка цена.- Как менять цены, Как менять скидки,- Включение в акцию 2 - Создание и отправка первой поставки.- как сделать маркировки - фбо или фбс - как упаковать и подготовить - создание поставки (30 минут)	- Показ как создать поставку упаковочные листы и заполнение поставки - как сделать Баркод (60 минут)	Прописать план первой своей поставки	1	2	3
9	1 - Самовыкупы - что можно делать и что нельзя, - как делать, - на что влияет 2 - Рекламный кабинет. - интерфейс - как создать рекламу 3 - Настройка рекламы внутренней и внешней. - что такое фактическая рекламная ставка 4 - Составление стратегии продвижение	Проверка рекламной ставки - Создание двух рекламных компаний - Редактирования рекламной компании существующей - Создание отчета по рекламе (60 минут)	Проверка ставки по своему товару План рекламы и продвижения по товару составление	2	2	4

	- как можем продвигать товар через какие инструменты 5 - Внешняя реклама (40 минут)					
11	1 - Работа с отчётами. - прибыль - подсорт - динамика 2 - Остатки реклама динамика заполнение отчётов	- Составление и заполнение отчетов	Заполнить отчеты	1	1	2
11	1 - Анализ ошибок и не выявление недочетов выявленных. 2 - Работа с ошибками и их исправление (30 минут)	Стратегия улучшения карточки товара (60 минут)	- Вывод по карточке ее слабые и сильные стороны - Подготовить дипломную работу по товару	1	2	3
12	1 - Вывод и оплата налогов. Подсчёт прибыли итоговой - как оплачивать - что нужно для оплаты - фин отчет о прибыли и рентабельности проекта			1	0	1
13	Итоговая работа			-	2	2
ИТОГО:				14,5	22,5	37

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

Содержание программы "Менеджер маркетплейса" разделено на несколько модулей, каждый из которых предоставляет участникам необходимые знания и навыки для успешного управления маркетплейсом.

Первый модуль "Введение в мир маркетплейсов" ознакомит учащихся с основными понятиями и принципами работы маркетплейсов. Участники узнают, какие виды маркетплейсов существуют, а также изучат преимущества и особенности каждого типа.

Второй модуль "Стратегия и позиционирование" поможет учащимся определить свою целевую аудиторию, разработать стратегию продвижения и позиционирования своего магазина на маркетплейсе. В рамках этого модуля также будет рассмотрена конкурентная среда и методы анализа рынка.

Третий модуль "Управление товарами" посвящен вопросам создания и управления каталогом товаров на маркетплейсе. Участники научатся оптимизировать описания товаров, работать с фотографиями, а также разработают эффективную систему управления запасами.

Четвертый модуль "Продажи и клиентская поддержка" позволит учащимся изучить методы привлечения покупателей и увеличения конверсии. Будут рассмотрены такие вопросы, как создание продающих текстов, использование маркетинговых инструментов маркетплейса и организация отдела клиентской поддержки.

Пятый модуль "Управление операционной деятельностью" поможет учащимся научиться эффективно управлять процессами заказа, обработки и доставки товаров. Будут рассмотрены логистические схемы, вопросы складского хранения и сотрудничество с поставщиками.

Шестой модуль "Анализ данных и оптимизация" предоставит учащимся возможность научиться анализировать данные о продажах, оценивать эффективность маркетинговых кампаний и проводить оптимизацию бизнес-процессов на основе полученных результатов.

В завершении программа проведется финальный проект, где участники должны будут продемонстрировать все полученные знания и навыки путем разработки полноценного бизнес-плана для маркетплейса

Условия реализации программы:

- Материально-технические условия:

- Аудитории, предназначенные для занятий с обучающимися; выход в Интернет; в библиотеку.
- Компьютер, мультимедиа, ноутбуки, фотоаппарат цифровой, мобильные телефоны с фотокамерой и диктофоном, принтер (черно-белый и цветной), сканер;
- SCRUM доска, стикеры, маркеры;
- Программное обеспечение: Paint, Adobe Photoshop, Microsoft Publisher, Canva, Pinterest, Behance, Dribbble, Microsoft Excel, Google Таблицы;
- Видеофильмы и ролики на тематику программы;
- Интернет-ресурсы.

- Кадровое обеспечение - для обеспечения реализации данной программы необходимо наличие квалифицированного педагога, имеющего среднее или высшее специальное образование и опыт педагогической деятельности в системе ДО.

Формы аттестации.

Формы отслеживания и фиксации образовательных результатов.

Формами отслеживания и фиксации образовательных результатов являются собеседования, просмотр и анализ работ.

Формы предъявления и демонстрации образовательных результатов.

Проверка достигнутых результатов осуществляется как в форме непрерывного контроля знаний и умения на занятиях, так и в форме самостоятельных работ (по разработке макетов журналов, полос, рубрик, сценариев фильмов, сюжетов, передач).

Итоговый контроль в конце года проводится в форме создания проектной работы и ее защите в форме публичного выступления на пресс-конференции.

Оценочные материалы (Закон No 273-ФЗ, ст. 2, п. 9; ст. 47, п. 5).

Основной формой контроля выбрана система КТУ (коэффициент творческого участия).

Также в процессе обучения учащиеся проходят психологическое тестирование, определяющее уровень развития творческих способностей, направленность личности, предпочтения в сфере профессиональной деятельности.

Изменения в социализации учащихся определяются с помощью непрерывного педагогического наблюдения, по итогам создания творческих работ и анкетирования.

Способ определения результативности:

умение учащегося сформулировать мысль по теме;
умение сформулировать тему работы;
умение учащегося работать в команде и индивидуально;
умение учащегося выделить главное из информационного потока;
умение учащегося самостоятельно проявлять творческий подход в работе, применяя знания и приемы из разных профессий.

Настоящим положительным результатом для каждого обучающегося должна стать осознанная уверенность и желание участвовать в публичных мероприятиях.

В соответствии с целями и задачами программой предусмотрено проведение мониторинга и диагностических исследований обучающихся.

Мониторинг уровня обучения и личностного развития учащихся

Показатели (оцениваемые параметры)	Критерии	Степень выраженности оцениваемого качества	Возможн ое кол- во баллов	Методы диагностики
I. <u>Теоретическая подготовка воспитанника:</u> 1.1 Теоретические знания (по основным разделам учебно-тематического плана программы) 1.2 Владение специальной терминологией	Соответствия теоретических знаний ребенка программным требованиям	-минимальный уровень (ребенок овладел менее чем ½ объема знаний, предусмотренных программой);	1	Наблюдение, тестирование, контрольный опрос
		- средний уровень (объем усвоенных знаний составляет более 1/2);	2	
		-максимальный уровень (ребенок усвоил практически весь объем знаний, предусмотренных программой за конкретный период);	3	
	Осмысленность и правильность использования специальной терминологии	-минимальный уровень (ребенок, как правило избегает употреблять специальные термины);	1	
		- средний уровень (ребенок сочетает специальную терминологию с бытовой);	2	
		-максимальный уровень (специальные термины употребляет осознанно и в полном соответствии с их содержанием).	3	

II. Практическая подготовка ребенка: 2.1. Практические умения и навыки, предусмотренные программой (по основным разделам учебно – тематического плана программы) 2.2. Владение специальным оборудованием и оснащением 2.3. Творческие навыки	Соответствие практических умений и навыков программным требованиям	- <i>минимальный уровень</i> (ребенок овладел менее чем 1/2 предусмотренных умений и навыков);	1	Контрольное задание
		- <i>средний уровень</i> (объем усвоенных умений и навыков составляет более 1/2);	2	
		-<i>Максимальный уровень</i> (ребенок овладел практически всеми умениями и навыками, предусмотренными программой за конкретный период.)	3	
	Отсутствие затруднений в использовании специального оборудования и оснащения	-<i>Минимальный уровень умений</i> (ребенок испытывает серьезные затруднения при работе с оборудованием);	1	Контрольное задание
		- <i>Средний уровень</i>(работает с оборудованием с помощью педагога);	2	
		-<i>Максимальный уровень</i>(работает с оборудованием самостоятельно, не испытывает особых трудностей);	3	
	Креативность в выполнении практических заданий	-<i>Начальный (элементарный) уровень развития креативности</i> (ребенок в состоянии выполнить лишь простейшие практические задания педагога);	1	Контрольное задание
		-<i>Репродуктивный уровень</i> (Выполняет в основном задания на основе образца);	2	

		- <i>Творческий уровень</i> (выполняет практические задания с элементами творчества)	3	
III. Обще учебные умения и навыки ребенка: 3.1. Учебно – интеллектуальные умения:	<i>Самостоятельность в подборе и анализе литературы</i>	-<i>Минимальный уровень умений</i> (обучающийся испытывает серьезные затруднения при работе с литературой, нуждается в постоянной помощи и контроле педагога); -<i>Средний уровень</i> (работает с литературой с помощью педагога и родителей); - <i>Максимальный уровень</i> (Работает с литературой самостоятельно, не испытывает особых трудностей)	1 2 3	Анализ

Мониторинг воспитанности учащихся

Показатели (оцениваемые параметры)	Критерии	Степень выраженности оцениваемого качества	Возможное к-во баллов	Методы диагностики
1.Профессиональная воспитанность	<i>Завершение работы, использование необходимых дополнений</i>	<u>Минимальный уровень</u> (в редких случаях доводит выполнение работы до конца);	1	Наблюдение
1.1.Этика и эстетика выполнения работы и представления ее результатов.		<u>Средний уровень</u> (полностью завершает каждую работу, не использует необходимые дополнения);	2	
		<u>Максимальный уровень</u> (полностью завершает каждую работу, использует необходимые дополнения)	3	
1.2.Культура организации своей деятельности	<i>Аккуратность в выполнении практической работы, терпение и работоспособность</i>	<u>Минимальный уровень</u> (ребенок проявляет низкий уровень работоспособности работы небрежные);	1	Наблюдение
		<u>Средний уровень</u> (ребенок старается быть аккуратным при выполнении работ, проявляет терпение и работоспособность);	2	
		<u>Максимальный уровень</u> (ребенок аккуратен в выполнении практической работы, терпелив и работоспособен).	3	
1.3.Уважительное отношение к				

профессиональной деятельности других. 1.4.Адекватность восприятия профессиональной оценки своей деятельности и ее результатов	<i>Объективность при высказывании критических замечаний в адрес чужой работы</i>	<u>Минимальный уровень</u> (ребенок не объективен при оценивании работы сверстников);	1	Наблюдение
		<u>Средний уровень</u> (ребенок старается быть объективным при оценивании работы сверстников, подчеркивает положительные моменты);	2	
		<u>Максимальный уровень</u> (при высказывании критических замечаний в адрес работы сверстников проявляет объективность, подчеркивает положительные моменты)	3	
	<i>Стремление исправить указанные ошибки, умение прислушиваться к советам педагога</i>	<u>Минимальный уровень</u> (не прислушивается к советам педагога, в редких случаях исправляет ошибки);	1	Наблюдение
		<u>Средний уровень</u> (стремится исправить указанные ошибки прислушивается к советам педагога);	2	
		<u>Высокий уровень</u> (всегда исправляет ошибки, прислушивается к советам педагога).	3	

2. Практическая подготовка ребенка: 2.1. Коллективная ответственность 2.2. Умение взаимодействовать с другими членами коллектива 2.3. Стремление к самореализации социально адекватными способами	<i>Аккуратность выполнения части коллективной работы</i>	<u>Минимальный уровень</u> (не аккуратен при выполнении работы); <u>Средний уровень</u> (ребенок старается быть аккуратным при выполнении работы); <u>Максимальный уровень</u> (ребенок всегда аккуратен при выполнении коллективной работы)	1 2 3	Наблюдение
	<i>Участие в выполнении коллективных работ, умение входить в контакт с другими детьми, конфликтность</i>	<u>Минимальный уровень</u> (не принимает участие в коллективных работах, с трудом находит контакт с другими детьми, конфликтен); <u>Средний уровень</u> (принимает участие в коллективных работах, находит контакт с другими детьми, не конфликтен) <u>Максимальный уровень</u> (принимает активное участие в коллективных работах, всегда находит контакт с другими детьми, не конфликтен)	1 2 3	
	<i>Стремление к саморазвитию, получению новых знаний, умений и навыков, желание показывать другим</i>	<u>Минимальный уровень</u> (не стремится к получению новых знаний, умений, навыков); <u>Средний уровень</u> (стремится к саморазвитию, получению новых знаний, умений и навыков, не желает показывать свои работы) <u>Высокий уровень</u> (стремится к саморазвитию, получению новых знаний, умений и навыков,	1 2 3	Наблюдение

2.4.Соблюдение нравственно-этических норм	<i>результаты своей работы</i>	проявляет желание показывать другим результаты своей работы)		
	<i>Выполняет правила поведения на занятиях</i>	<u>Минимальный уровень</u> (нарушает правила поведения на занятиях);	1	Наблюдение
		<u>Средний уровень</u> (старается соблюдать правила поведения на занятиях).	2	
		<u>Максимальный уровень</u> (соблюдает правила поведения на занятиях).	3	

Диагностика воспитанности учащихся

[illegible]

Методические материалы.

Особенности организации общеобразовательного процесса – очный, (Закон No 273-ФЗ, гл. 2, ст. 17, п. 2), по необходимости с применением дистанционных технологий (Закон No 273-ФЗ, гл.2, ст.17, п. 4).

Методы обучения: словесный, наглядный, объяснительно- иллюстративный, практический, частично-поисковый, репродуктивный, исследовательский.

Формы организации образовательного процесса.

Занятия проводятся коллективно, в группах и индивидуально.

Формы организации учебного занятия – обучение проводится в форме лекций, бесед, объяснение.

Практическая часть занятия включает в себя работу с литературой, выполнение заданий в личном кабинете, написание анализа ниш, заметок, сбора аналитики.

Сбор информации с помощью опросов и интервью.

Используемые педагогические технологии:

Педагогические технологии	Достижимые результаты
Обучение в сотрудничестве (командная, групповая работа)	Сотрудничество трактуется как идея совместной развивающей деятельности взрослых и детей. Суть индивидуального подхода в том, чтобы идти не от учебного предмета, а от ребенка к предмету, идти от тех возможностей, которыми располагает ребенок, применять психолого-педагогические диагностики личности.
Информационно-коммуникационные технологии	Изменение и неограниченное обогащение содержания образования, использование интегрированных курсов, доступ в ИНТЕРНЕТ.