Муниципальное бюджетное общеобразовательное учреждение

«Большекустовская средняя общеобразовательная школа»

**Утверждено:**

Директор школы

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/Абакшина С.Н./

**Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа**

**«Digital-маркетолог в сельском хозяйстве»**

Возраст обучающихся – 13- 17 лет

Срок реализации – 4 месяца

Составитель: Марина Васильевна Ефремова

учитель обществознания

с. Б-Кусты,

2021 – 2022 учебный год

**Содержание.**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | Пояснительная записка | 3 |
| 2 | Учебно-тематический план | 5 |
| 3 | Содержание дополнительной общеобразовательной программы | 5 |
| 4 | Методическое обеспечение дополнительной общеобразовательной программы | 6 |
| 5 | Список литературы | 6 |

1. **Пояснительная записка**

Программа «Digital-маркетолог в сельском хозяйстве» социально-гуманитарной направленности, предназначена для обучающихся 6-10 классов.

Профессия digital-маркетолог тесно связана с рекламой и продвижением, компьютерными технологиями и Интернетом. Она очень востребована в настоящий момент. Есть разные виды маркетинга, которые можно перенести в цифровую сферу. Digital-маркетологи занимаются аналитикой, инструментами раскрутки. Они должны понимать, какие действия эффективны, а какие не приносят желаемого результата, находить целевую аудиторию, выстраивать стратегию взаимодействия с ней.

**Актуальность.** С развитием интернет-технологий, и ростом числа интернет-пользователей, цифровой маркетинг приобрёл важнейшее значение для всех предприятий, включая предприятия аграрного сектора экономики. Цифровая экономика и интернет-технологии влияют на все сферы современной общественной жизни. В нашем мире просто необходимо иметь навыки интернет-маркетинга для того, чтобы заниматься любым видом бизнеса, поэтому направление интернет-маркетинг является одним из приоритетных.

В процессе обучения создаются необходимые условия для освоения подростками (ещё на стадии школьного обучения) конкретных специальностей в области продвижения товаров и услуг в Интернете, активно набирающих популярность в последние годы.

Данная дополнительная общеобразовательная программа соотносится с тенденциями развития дополнительного образования и согласно Концепции развития дополнительного образования способствует:

* созданию необходимых условий для личностного развития учащихся, позитивной социализации и профессионального самоопределения;
* удовлетворению индивидуальных потребностей учащихся в интеллектуальном развитии, а также в занятиях научно-техническим творчеством;
* формирование и развитие творческих способностей учащихся, выявление, развитие и поддержку талантливых учащихся;
* обеспечение духовно-нравственного, гражданского, патриотического, трудового воспитания учащихся.

**Новизна** программы в том, что в обучении подростков по данной программе будет впервые в нашей школе. Данная программа позволит познакомиться с новой профессией, которая недавно появилась на российском рынке «профессией будущего» - которая необходима и в сельском хозяйстве. Это значит, что ближайшее будущее потребует от каждого сегодняшнего ученика самостоятельности, инициативности, творческого мышления, способности разбираться в ситуации будущих профессий и находить правильное решение.

**Педагогическая целесообразность** программы заключается в том, что она предполагает выполнение как самостоятельных, так и коллективных проектов, что способствует процессу творческого взаимодействия, через который формируются коммуникативные навыки, гражданское сознание, толерантное отношение к людям и к живым существам вообще.

При организации образовательного процесса педагог учитывает специфику конкретной учебной группы (успеваемость, творческая активность, предпочтения детей). На занятиях создается атмосфера, когда ребята свободно советуются, комментируют, помогают друг другу.

Освоение программы или ее части может быть реализовано удаленно, путем организации образовательной деятельности в электронной информационно-образовательной среде, к которой предоставляется открытый доступ через информационно телекоммуникационную сеть Интернет.

**Цель программы:** создание необходимых педагогических условий для личностного развития и профессиональной ориентации в области интернет-маркетинга (продвижения товаров и услуг в Интернете).

**Задачи:**

1. Познакомить с основами и спецификой маркетинга, обучить работе с инструментами интернет-маркетолога, которыми пользуются в рекламных агентствах и крупных компаниях.

2. Развить интерес к профессиям в области интернет-маркетинга, например, интернет-маркетолог, контент-менеджер, копирайтер, PR- (связи с общественностью) и SMM-специалист (маркетинг в социальных сетях).

3. Способствовать развитию основных коммуникационных навыков и навыков работы в команде.

4. Способствовать формированию лидерских качеств и развитию активной жизненной позиции.

Программа рассчитана на 4 месяца, 17 часов. Занятия проводятся на базе школы в групповой форме. Предполагается 1 занятие в неделю по 1 часу, также и в каникулярное время. В работе объединения могут участвовать совместно с несовершеннолетними учащимися их родители (законные представители) без включения в основной состав.

**Формы занятий** В ходе образовательного процесса применяются различные формы организации деятельности обучающихся с лабораторным практикумом: инструктаж, опрос, беседа, демонстрация, самостоятельная и групповая работа, игра, презентация работ, защита проектов, конкурс.

Кроме того, учебные занятия по программе или ее части могут быть проведены удаленно в форме онлайн-уроков, видеоконференций, вебинаров, онлайн-тестирования.

**Планируемые результаты освоения программы**

*Предметные:*

Обучающиеся будут знать:

* профессиональную терминологию;
* основы и специфику маркетинга;
* место, которое занимает интернет-маркетинг в комплексе маркетинга;

Обучающиеся будут уметь:

* работать с инструментами интернет-маркетолога, которыми пользуются в
* рекламных агентствах и крупных компаниях;
* работать с информацией (сбор, проверка и обработка информации);
* ориентироваться в коммуникационной среде, информационном поле;
* писать рекламные тексты;
* создавать эффективные рекламные интернет-кампании.

*Метапредметные*

У обучающихся будут развиты:

* общий кругозор и эрудированность;
* интерес к профессиям в области интернет-маркетинга, например, интернет-маркетолог, контент-менеджер, копирайтер, PR- (связи с общественностью) и SMM-специалист (маркетинг в социальных сетях);
* основные коммуникационные навыки и навыки работы в команде;
* умение анализировать, обобщать, классифицировать и систематизировать информацию;
* как творческие качества: фантазия, воображение, креативность, так и деловые

качества: ответственность, организованность и пунктуальность.

*Личностные*

У обучающихся будут развиты (сформированы):

* ответственное отношение к выполнению заданий;
* трудолюбие и аккуратность;
* лидерские качества и активная жизненная позиция;
* адекватная самооценка и оценка окружающих;
* познанию окружающего мира и интерес к творческой деятельности.

**2.Учебно-тематический план**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Тема | Всего часов | Из них | |
| Теория | Практика |
|
| 1 | Введение в Digital-маркетинг. | 1 | 0,5 | 0,5 |
| 2 | Сущность и особенности маркетинга в агропромышленном комплексе | 1 | 0,5 | 0,5 |
| 3 | Совершенствование маркетинговой деятельности в АПК | 1 | 0,5 | 0,5 |
| 4 | Создание посадочной страницы | 5 | 1 | 4 |
| 5 | Составление SMM-стратегии | 1 |  | 1 |
| 6 | Инструменты «Яндекса» в помощь маркетологу | 2 | 1 | 1 |
| 7 | Выполнение проекта «Мой сайт» | 5 | 1 | 4 |
| 8 | Итоговое занятие «Мой сайт – первый шаг маркетолога» | 1 |  | 1 |
|  | ИТОГО | 17 | 4,5 | 12,5 |

**3. Содержание программы**

**1. Введение в Digital-маркетинг.**

*Теория.* История возникновения гидропоники как направления практической биологии.

Отчего гидропоникой стали заниматься только в 21 веке. Сити-фермерство и космос.

*Практика.* Просмотр учебного фильма «Гидропоника».

Методическое и техническое оснащение: проектор, экран, компьютер

**2. Сущность и особенности маркетинга в агропромышленном комплексе**

*Теория.* Структура агропромышленного комплекса. Определение продовольственного маркетинга. Сущность функций маркетинга и их классификация. Особенности продовольственного маркетинга. Значение маркетинга в АПК. Специфические черты агромаркетинга в российской экономике. Маркетинговые проблемы в сельском хозяйстве. Способы решения маркетинговых проблем в сельском хозяйстве современной России.

**3.Совершенствование маркетинговой деятельности в АПК**

*Теория.* Особенности маркетинга продукции растениеводства и животноводства. Анализ организационно-экономических отношений на рынке сельскохозяйственной продукции: объем и источники товарных ресурсов, каналы распределения, система товародвижения, переработка. Основные направления совершенствования маркетинговой деятельности в сфере производства, переработки и реализации продукции растениеводства и животноводства.

**4. Создание посадочной страницы**

*Практика.* Создание лендинга в одном из самых популярных конструкторов — Tilda. Важные правила анатомии посадочной страницы, основы дизайна и SEO-оптимизации.

5. **Составление SMM-стратегии**

*Практика.* Основы создания стратегий для социальных сетей: постановке целей и задач, анализе целевой аудитории, работе с контент-планом, правилах формирования KPI и работе со статистикой

**6. Инструменты «Яндекса» в помощь маркетологу**

*Теория:* Рекламный кабинет.

*Практика.* Работа с метриками, директом, а также смежными сервисами.

7. **Выполнение проекта «Мой сайт»**

*Практика.* Подборка темы сайта. Разработка сайта и его оформление.

**8. Итоговое занятие «Мой сайт – первый шаг маркетолога»**

*Практика*. Защита проекта

**Материально -технические условия реализации Программы**

1. Сетевой компьютерный класс с доступом в Интернет:

* интерактивная доска;
* кольцевая лампа со штативом и пультом - 1шт,
* петличный беспроводной микрофон - 7 шт,
* микрофон ручной динамический с ветрозащитой (поролон и мех) - 3 шт.

2. Рабочее место обучающегося (на 15 человек в группе):

* компьютерный стол;
* кресло с изменяемой высотой сиденья и подлокотниками;
* персональный компьютер (системный блок: процессор с частотой не менее 3 ГГц, объемом оперативной памяти не менее 4 Гб, объемом жесткого диска не менее 1 ТБ, профессиональная или полупрофессиональная звуковая карта, монитор с диагональю не менее 19 дюймов, клавиатура, мышь);
* веб-камера, наушники закрытого типа;
* SD карта 64 Гб.

3. Рабочее место педагога:

* стол учителя с местом для многофункционального устройства, системного блока ПК и монитора;
* персональный компьютер (системный блок: процессор с частотой не менее 3 ГГц, объем оперативной памяти не менее 4 ГБ, объем жесткого диска не менее 1 ТБ, аудиокарта, дисковод CD/DVD, монитор с диагональю не менее 19 дюймов, клавиатура, мышь);
* многофункциональное устройство (принтер, копировальный аппарат, сканер);
* SD карта 32гб, карта 64гб;
* наушники закрытого типа.

Программное обеспечение:

* графический редактор «Abobe Photoshop»;
* программа Tilda

Расходные материалы:

* Картридж (черно-белый) - 2 шт.;
* Картридж (цветной) – 1 шт.;
* Бумага формата А4 - 1 пачка.

**Список литературы**

1. Гавриков А.В., Давыдов В.В. Интернет-маркетинг. Настольная книга digitalмаркетолога. / М.: АСТ, 2019. – 352 с.

2. Канеман Д. Думай медленно... решай быстро. / М.: АСТ, 2013. – 656 с.

3. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс. / М.: Вильямс, 2019. – 496 с

4. <https://theoryandpractice.ru/posts/19111-besplatnye-kursy-po-digital-marketingu>