

**Общество с Ограниченной Ответственностью  
«Импульс Образования»**

УТВЕРЖДЕНО  
Генеральный директор,  
ООО «Импульс Образования»  
И.Р.Сагитова  
(подпись)  
« 5 » 2021

**ПРОГРАММА  
ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ  
«Цифровой маркетинг»**

144 часа

Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Томск 2021

# ИМПУЛЬС ОБРАЗОВАНИЯ

## УЧЕБНЫЙ ПЛАН программы повышения квалификации «Цифровой маркетинг»

№ п/п	Наименование модулей (курсов)	Общая трудоемкость, ч	Всего контактн. ч	Контактные часы			СРС, ч	Формы контроля
				лекции	лабораторные работы	практические и семинарские занятия		
I	<b>Модуль 1. Цифровой маркетинг</b>	<b>142</b>	<b>72</b>	<b>12</b>		<b>60</b>	<b>70</b>	
II	Итоговая аттестация	2	2			2		<b>Итоговая проектная работа</b>
	<b>Итого</b>	<b>144</b>	<b>74</b>	<b>12</b>		<b>62</b>	<b>70</b>	
Итоговая аттестация		Итоговая проектная работа						

# ИМПУЛЬС ОБРАЗОВАНИЯ

## УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН программы повышения квалификации «Цифровой маркетинг»

**Категория слушателей:** – лица, имеющие среднее профессиональное или высшее образование

**Срок обучения:** – 6 недель

**Форма обучения:** – очно-заочная с применением дистанционных образовательных технологий

**Режим занятий:** – от 2 до 6 часов в день

№ п/п	Наименование модулей (курсов)	Общая трудоемкость, ч	Всего контактн. ч	Контактные часы			СРС, ч	Формы контроля
				лекции	лабораторные работы	практические и семинарские занятия		
<b>I</b>	<b>Модуль 1. Цифровой маркетинг</b>	<b>144</b>	<b>72</b>	<b>12</b>		<b>60</b>	<b>72</b>	
	<i>Раздел 1. Интернет маркетинг.</i>	<b>32</b>	<b>16</b>	<b>2</b>		<b>14</b>	<b>14</b>	<b>Зачет (практическое задание)</b>
	Тема 1. Интернет маркетинг. Основы профессии интернет маркетолог. Цели и задачи интернет маркетинга.	6	4	2		2	2	
	Тема 2. Брифинг и постановка задач.	4	2			2	2	
	Тема 3. Позиционирование.	4	2			2	2	
	Тема 4. Анализ целевой аудитории.	4	2			2	2	
	Тема 5. Анализ конкурентов	4	2			2	2	

	Тема 6. Каналы трафика и Площадки взаимодействия	4	2			2	2	
	Тема 7. Инструменты систем аналитики данных.	4	2			2	2	
	<b><i>Раздел 2. Web сайт компании</i></b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>2</b>		<b>2</b>	<b>4</b>	<b>Зачет (практическое задание)</b>
	Тема 1. Web сайт и его ключевые параметры для оценки.	4	2	2			2	
	Тема 2. Разработка одностраничного сайта на Tilda.	4	2			2	2	
	<b><i>Раздел 3. Настройка контекстной рекламы.</i></b>	<b>40</b>	<b>20</b>	<b>2</b>		<b>18</b>	<b>20</b>	<b>Зачет (практическое задание)</b>
	Тема 1. Яндекс.Директ и AdWords.google. Типы кампаний.	4	2	2			2	
	Тема 2. Сбор семантического ядра.	4	2			2	2	
	Тема 3. Работа с объявлениями.	4	2			2	2	
	Тема 4. Настройка рекламной кампании.	8	4			4	4	
	Тема 5. Практика: настройка рекламной кампании Яндекс Директ.	8	4			4	4	
	Тема 6. Анализ статистики Яндекс.Метрика.	8	4			4	4	
	Тема 7. Секретные фишки	4	2			2	2	

	<i>Раздел 4. Seo продвижение.</i>	<b>32</b>	<b>16</b>	<b>2</b>		<b>14</b>	<b>16</b>	<b>Зачет (практическое задание)</b>
	Тема 1 Seo продвижение. Основы	8	4	2		2	4	
	Тема 2. Техническая оптимизация.	8	4			4	4	
	Тема 3. Факторы, влияющие на оптимизацию. Технические, поведенческие факторы. Контент маркетинг.	8	4			4	4	
	Тема 4. Линкбилдинг.	4	2			2	2	
	Тема 5. SEO Аналитика.	4	2			2	2	
	<i>Раздел 5. Продвижение в социальных сетях</i>	<b>28</b>	<b>14</b>	<b>4</b>		<b>10</b>	<b>14</b>	
	Тема 1. Социальные сети и ключевые параметры для оценки	4	2	2			2	
	Тема 2. Таргетированная реклама	20	10	2		8	10	
	Тема 3. Аналитика продвижения в социальных сетях	4	2			2	2	
	<i>Раздел 6. Разработка резюме</i>	<b>4</b>	<b>2</b>			<b>2</b>	<b>2</b>	
	Разработка портфолио и резюме.	4	2			2	2	
<b>II</b>	<b>Итоговая аттестация</b>	<b>2</b>	<b>2</b>			<b>2</b>		<b>Итоговая проектная работа</b>

	<b>Итого</b>	<b>144</b>	<b>74</b>	<b>12</b>		<b>62</b>	<b>70</b>	
--	--------------	------------	-----------	-----------	--	-----------	-----------	--

# ИМПУЛЬС ОБРАЗОВАНИЯ

## «Цифровой маркетинг»

### ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации «Интернет - маркетинг (введение в профессию маркетолога с нуля до PRO)» позволит слушателям получить представление о продвижении проектов различной направленности в социальных сетях, о настройке таргетированной рекламы, организации рабочего процесса интернет маркетолога. Ознакомит с основными понятиями, принципами, методологией планирования и организацией интернет маркетинга.

Предлагаемая программа реализуется в формате Школы, предполагающей очную стадию интенсивного погружения в 5 основных разделов цифрового маркетинга. В программе также предусмотрен период практических мастер-классов и самостоятельной работы по исследованию рынка, потенциальной целевой аудитории и конкурентов, работе с настройками контекстной и таргетированной рекламы, оформлению посадочных страниц и созданию портфолио. Итогом обучения по программе является стратегия, кейс задание и контент план, оформленный на 9-12 публикаций, разработанный по выбранной учеником теме и выполненный в соответствии с требованиями данной программы.

Данная программа будет интересна и полезна всем, кто интересуется сферой продвижения в социальных сетях по различным направлениям, в том числе, не имеющих опыта в данного рода деятельности, но желающих получить базовые компетенции в сфере продвижения в социальных сетях и настройке таргетированной рекламы.

Программа разработана в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

**Программа разработана на основе** профессионального стандарта «Специалист по интернет-маркетингу», утвержденного приказом Минтруда России от 19 февраля 2019 г. №95н, регистрационный номер 1188, код вида профессиональной деятельности 06.043.

**Компетенции (трудовые функции)** в соответствии с Профессиональным стандартом «Специалист по интернет-маркетингу»:

- С/01.4 – Подбор площадок в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" для продвижения веб-сайта
- С/02.4 – Управление коммуникациями в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".
- С/03.4 – Размещение рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

**Цель реализации программы:** формирование и (или) совершенствование компетенций у слушателей в области ведения проектов в социальных сетях и размещении рекламных объявлений в социальных медиа.

**Планируемые результаты обучения.** В результате освоения программы слушатель должен:

**Знать:**

3-1 – каналы цифровой рекламы

- 3-2 – интерфейсы рекламных кабинетов;
- 3-3 – особенности продвижения различных направлений бизнеса в интернете;
- 3-4 – правила размещения и модерации контента и рекламных кампаний;
- 3-5 – инструменты систем аналитики данных;
- 3-6 – анализ статистики Яндекс. Метрика;
- 3-7 – аналитика продвижения в социальных сетях.

**Уметь:**

- У-1 – разрабатывать и проводить мероприятия в сети Интернет для реализации бизнес-задач;
- У-2 – проводить анализ целевой аудитории и конкурентов
- У-3 – настраивать контекстную, таргетированную рекламу;
- У-4 – проведение брифинга;
- У-5 – разработка одностраничного сайта на Tilda;
- У-6 – составление резюме.

**Категория слушателей:** лица, имеющие среднее, среднее профессиональное или высшее образование.

**Входные требования к обучающимся:** владение навыками пользователя персональным компьютером.

**Трудоемкость обучения:** трудоемкость обучения по данной программе составляет 144 академических часа, включая самостоятельную работу слушателей.

**Форма обучения:** очно-заочная с использованием дистанционных образовательных технологий.

**Календарный учебный график** формируется непосредственно при реализации программы повышения квалификации «**Интернет - маркетинг (введение в профессию маркетолога с нуля до PRO)**». Календарный учебный график представлен в форме расписания занятий при наборе группы на обучение.

**Особенности (принципы) построения программы повышения квалификации «Интернет - маркетинг (введение в профессию маркетолога с нуля до PRO)»:**

- модульная структура программы, включающая основные темы продвижения в социальных сетях и настройки таргетированной рекламы;
- выполнение комплексных (сквозных) учебных заданий, требующих практического применения знаний и умений, полученных в ходе изучения логически связанных дисциплин (модулей);
- выполнение выпускной квалификационной работы в виде кейс задания по реально выбранному проекту (выбирается самим слушателем);
- использование информационных и коммуникационных технологий, в том числе современных систем технологической поддержки процесса обучения, обеспечивающих комфортные условия для обучающихся, преподавателей;
- применение электронных образовательных ресурсов (дистанционное, электронное, комбинированное обучение и пр.);
- использование активных методов обучения (деловых игр, учебных кейсов, максимально приближенных к практической деятельности);



– обучение в рамках образовательной программы реализуют преподаватели, имеющие специальное образование и практический опыт ведения бизнеса.

## **ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ (формы аттестации, оценочные и методические материалы)**

Оценка качества освоения программы включает текущую и итоговую аттестацию слушателей, что связано с проведением соответствующего контроля. Текущий контроль осуществляется в процессе изучения всех тем модуля.

В ходе реализации программы предусмотрены следующие виды оценочных мероприятий:

- практические задания и упражнения в период синхронной работы;
- индивидуальные задания, в т.ч. с взаимной проверкой (комментированием, рецензированием).

**В качестве итоговой работы** слушателям предлагается разработать и защитить кейс задание, включающее стратегию продвижения и контент план своего или предоставленного кураторами проекта. Работа выполняется индивидуально или в составе мини-группы (до 5 человек). Проект публикуется слушателем до защиты в LMS Odin, затем проводится защита.

**Основные требования к содержанию проекта.** Кейс задание должно быть представлено в формате PDF и содержать в себе следующие разработанные разделы:

- разработку стратегии продвижения;
- предлагаемые каналы трафика;
- настроенную рекламную кампанию Я.Директ
- оформленное портфолио

**Защита итоговой проектной работы.** Работа защищается перед аттестационной комиссией в синхронном режиме и представляется с помощью устного доклада и презентации в PowerPoint. Презентация может быть выполнена с использованием предоставленного шаблона Powerpoint или в любом редакторе и формате на выбор слушателя. Презентация и защита проекта готовится после размещения итогового проекта в LMS Odin.

Оценка выпускной работы по защите кейс задания социального проекта выставляется в зависимости от полноты представленной информации по проекту, качеству презентации и полнота ответов на вопросы аттестационной комиссии:

Полнота составления проекта – 0-30 баллов

Качество презентации – 0-10 баллов

Полнота и качество ответов на вопросы аттестационной комиссии: – 0-10 баллов.

Критерии оценивания:

1. Соответствие содержания заявленной теме.
2. Степень раскрытия темы.
3. Умение доступно и понятно передать содержание доклада в виде презентации.
4. Соответствие оформления презентации установленным требованиям.

Максимальный балл за выполнение всех практических заданий — 50.

**Максимум баллов – 100. Минимальный балл** для прохождения итоговой аттестации – 65.

К защите аттестационной работы допускаются слушатели, полностью выполнившие учебный план, не имеющие академической задолженности и представившие все необходимые для защиты документы. По результатам защиты аттестационной работы

аттестационная комиссия принимает решение о выдаче удостоверения о повышении квалификации.

## **КАДРОВЫЕ УСЛОВИЯ**

### **Руководитель программы:**

### **Составители/авторы программы:**

Анна Андреевна Килимниченко, основатель digital агентства OLYMPX, соорганизатор деловой программы в АО «Экспоцентр» по направлению Social Media Marketing, преподаватель РЭУ им. Плеханова. Образование высшее: Московский Авиационный Институт.

# ИМПУЛЬС ОБРАЗОВАНИЯ

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

модуля (курса)

### «Цифровой маркетинг»

#### I. СОДЕРЖАНИЕ

Наименование модулей (курсов)	Содержание лекций (кол-во часов)	Наименование практических (семинарских занятий), с указанием формата работы (кол-во часов)	Виды СРС (кол-во часов)
<b>Раздел 1. Интернет маркетинг. Основы профессии интернет маркетолог. Цели и задачи интернет маркетинга.. (32 часа)</b>			
Тема 1.1 <b>Интернет маркетинг. Основы профессии интернет маркетолог. Цели и задачи интернет маркетинга.. (8 ч)</b>	<b>Интернет маркетинг. Основы профессии интернет маркетолог. Цели и задачи интернет маркетинга.. (2 ч)</b>	Групповое обсуждение. <b>Основы профессии интернет маркетолог.</b> (2 ч)	Задание. Сформировать понимание профессии интернет маркетолог. Понять цели и задачи интернет маркетинга (4 ч)
Тема 1.2 Брифинг и постановка задач. (4 ч)		Групповое обсуждение. Брифинг и постановка задач. (2 ч)	Задание. Закрепить материал практического занятия. Провести 1 брифинг(2 ч)
Тема 1.3 Позиционирование. (4 ч)		Групповое обсуждение. Позиционирование и брендинг. (2 ч)	Задание. Закрепить материал практического занятия. Научится ориентироваться в интерфейсе и находить необходимую информацию (2 ч)
Тема 1.4 Анализ целевой аудитории. (4 ч)		Групповое обсуждение. Анализ целевой аудитории. (2 ч)	Задание. Провести анализ ЦА типового проекта (2 ч)

Тема 1.5 Анализ конкурентов (4 ч)		Групповое обсуждение. Анализ конкурентов (2 ч)	Задание. Провести анализ конкурентов типового проекта(2 ч)
Тема 1.6. Каналы трафика и Площадки взаимодействия(4 ч)		Групповое обсуждение. Каналы трафика и Площадки взаимодействия (2 ч)	Задание. Закрепить материал практического занятия. (2 ч)
Тема 1.7. Инструменты систем аналитики данных. (4 ч)		Групповое обсуждение. Инструменты систем аналитики данных. (2 ч)	Задание. Закрепить материал практического занятия. (2 ч)
<b>Раздел 2. Web сайт компании (8 ч)</b>			
Тема 1. Web сайт и его ключевые параметры для оценки.(4ч)	Web сайт и его ключевые параметры для оценки.(2ч)		Задание. Создать прототип сайта типового проекта (2 ч)
Тема 2. Разработка одностраничного сайта на Tilda. (4ч)		Групповое обсуждение. Разработка одностраничного сайта на Tilda. (2 ч)	Задание. Создать сайт на шаблоне на Tilda (2 ч)
<b>Раздел 3. Контекстная реклама (40 ч)</b>			
Тема 1. Яндекс.Директ и AdWords.google. Типы кампаний. (4 ч)	Яндекс.Директ и AdWords.google. Типы кампаний. (2 ч)		Задание. Создать прототип сайта типового проекта (2 ч)
Тема 2. Сбор семантического ядра. (4 ч)		Групповое обсуждение. Сбор семантического ядра. (2 ч)	Задание. Освоить и закрепить механизм сбора семантического ядра. (2 ч)
Тема 3. Работа с объявлениями. (4 ч)		Групповое обсуждение. Работа с объявлениями. (2 ч)	Задание. Закрепить материал занятия. (2 ч)
Тема 4. Настройка рекламной кампании. (8ч)		Групповое обсуждение. Настройка рекламной кампании. (4 ч)	Задание. Закрепить материал занятия. (4 ч)

Тема 5. Настройка рекламной кампании. (8 ч)		Групповое обсуждение. Настройка рекламной кампании. (4 ч)	Задание. Создать рекламную кампанию. (4ч)
Тема 6. Анализ статистики Яндекс.Метрика. (8 ч)		Групповое обсуждение. Анализ статистики Яндекс.Метрика. (4 ч)	Задание. Закрепить материал занятия. (4 ч)
Тема 7. Секретные фишки (4 ч)		Групповое обсуждение. Секретные фишки. (2 ч)	Задание. Закрепить материал занятия. (2 ч)
<b>Раздел 4. Seo продвижение. (32 часа)</b>			
Тема 1 Seo продвижение. Основы (8 ч)	Seo продвижение. Основы. (2 часа)	Обсуждение. (2 ч)	Задание. Закрепить материал практического занятия. (4 ч)
Тема 2. Техническая оптимизация. (16 ч)		Групповое обсуждение. Техническая оптимизация. (6 ч)	Задание. Закрепить материал практического занятия. (4 ч)
Тема 3. Факторы, влияющие на оптимизацию. Технические, поведенческие факторы. Контент маркетинг. (8 ч)		Групповое обсуждение. Технические, поведенческие факторы. Контент маркетинг (4 ч)	Задание. Закрепить материал практического занятия. Решить кейс задание. (4 ч)
Тема 4. Линкбилдинг (4ч)		Обсуждение. Линкбилдинг (2ч)	Задание. Закрепить материал практического занятия. (2 ч)
Тема 5. SEO Аналитика.(4)		Обсуждение. SEO Аналитика. (2 ч)	Задание. Решить кейс задание (2 ч)
<b>Раздел 5. Продвижение в социальных сетях (28 ч)</b>			
Тема 1. Социальные сети	Социальные сети и ключевые		Задание. Решить кейс задание

и ключевые параметры для оценки менеджером. Поиск первых клиентов. Перспективы и возможности. (4 ч)	параметры для оценки менеджером. Поиск первых клиентов. Перспективы и возможности. (2 ч)		(2 ч)
Тема 2. Таргетированная реклама (20 ч)	Таргетированная реклама. Основы (2ч)	Групповая работа. Настройка таргетированной рекламы (8 ч)	Задание. Научится работать с правами доступа. Настроить типовое объявление.
Тема 3. Аналитика продвижения в социальных сетях(4ч)		Групповая работа. Настройка таргетированной рекламы (2 ч)	
<b>Раздел 6.</b> Разработка портфолио и резюме.			
Разработка портфолио и резюме.(4ч)		Разработка портфолио и резюме.(2ч)	Задание. Оформить портфолио в одной из предлагаемых программ (2 ч)
<b>Итоговая аттестация (4 ч)</b>			
(4 ч)		Защита итоговой проектной работы (2 ч)	Доработка бизнес-планов после разбора на практическом занятии (2 ч)

## **II. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ МОДУЛЯ (организационно-педагогические)**

**Материально-технические условия реализации программы:** Обучение по программе реализовано в формате смешанного обучения, с применением активных технологий совместного обучения в электронной среде (синхронные и асинхронные занятия).

Синхронные занятия реализуются на базе инструментов видеоконференцсвязи и включают в себя установочные интерактивные лекции, с обязательным использованием инструмента обратной связи, сочетающие в себе групповую и индивидуальную работу. Для проведения синхронных занятий (вебинаров со спикерами) применяется программа видеоконференцсвязи Zoom. В качестве площадок для совместной синхронной и асинхронной работы будут использованы виртуальные доски и Google-сервисы.

Материалы для организации асинхронной работы представляются в виде комплекса материалов, практических заданий, дискуссий в чатах дисциплин, размещаемых в электронном образовательном курсе LMS Odin. Изучение теоретического материала (СРС) предполагается до и после синхронной части работы.

## **Учебно-методическое и информационное обеспечение программы**

**Методические рекомендации и пособия по изучению курса.** Программа реализуется в формате смешанного обучения, с применением активных технологий обучения и общения с аудиторией в электронной среде. Обучение в очной части реализуется в виде лекционных и практических занятий, в которых применяются интерактивные формы обучения, семинары, мастер-классы, активные и ситуативные методы обучения, решения кейсов и обсуждения

### **Содержание комплекта учебно-методических материалов.**

По данной программе имеется электронный учебно-методический комплекс в LMS Odin. УМК содержит: систему навигации по программе (учебно-тематический план, интерактивный график работы по программе, сведения о результатах обучения, о преподавателях программы, чат для объявлений и вопросов преподавателям), набор видеолекций, презентации к лекциям, набор ссылок на внешние образовательные ресурсы и инструменты, систему заданий с подробных установок и инструкциями, списки основной и дополнительной литературы. В электронном курсе реализована система обратной связи, а также онлайн-площадки для взаимного обучения.

УМК относится к категории ресурсов открытого доступа, сформированных на основе применения мультимедийных и сетевых технологий. Он может быть использован для освоения содержания учебного модуля по программе повышения квалификации «Предпринимательство от А до Я».

## **Литература**

*Основная литература по дисциплине:*

1. М. Хайятт «Платформа»
2. Ильяхов М., Сарычева Л. «Пиши, сокращай.»
3. Дэн Кеннеди, Ким Уэлш-Филлипс «Жесткий SMM. Выжать из соцсетей максимум»

*Дополнительная литература:*

1. Ф. Котлер. Основы Маркетинга
2. Б. Чим Ким. Рене Моборн. Стратегия Голубого океана
3. Джейсон Фрайд и Дэвид Хайнемайер Хенссон. «Remote. Офис не обязателен»

## **III. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ МОДУЛЯ (формы аттестации, оценочные и методические материалы)**

Для прохождения аттестации по модулю необходимо выполнить 5 практических заданий к разделам. Форма контроля осуществляется с применением цифровых технологий. Выполнение заданий оценивается по шкале зачет/незачет.

**Перечень заданий и/или контрольных вопросов:**

**Индивидуальные задания, в т.ч. с взаимной проверкой (комментированием, рецензированием):**

1. **Практическое задание по Разделу «Интернет маркетинг. Основы профессии интернет маркетолог. Цели и задачи интернет маркетинга.»:** Освоить

основы анализа конкурентов, анализа целевой аудитории; Определить направление бизнеса, для которого будет выстраивать продвижение.

**2. Практическое задание по Разделу «Web сайт компании»:** Разработать сайт на Tilda.

**3. Практическое задание по Разделу « Контекстная реклама.»:** Проработать семантическое ядро, написать объявления, выгрузить в рекламный кабинет.

**4. Практическое задание по Разделу « SEO продвижение.»:** Решить кейс задание.

**5. Практическое задание по Разделу « Продвижение в социальных сетях»:** Решить кейс задание.

**6. Практическое задание по Разделу « Разработка портфолио и резюме»:** Разработка портфолио и резюме.

В ходе реализации программы также предусмотрены следующие виды оценочных мероприятий, реализуемых на практических синхронных занятиях, но не являющиеся обязательными:

1. Решение практических бизнес-кейсов по площадкам взаимодействия, настройке таргетированной и контекстной рекламы.

2. Проведение брифинга

3. Предварительное обсуждение презентации на защиту.



**Технологическая карта обеспечения дисциплины  
(асинхронная контактная работа и самостоятельная работа)  
«Предпринимательство от А до Я»**

Автор программы: Елена Борисовна Письменская, канд. физ.-мат. наук, МГУ им Ломоносова, степень МВА, генеральный директор консалтингового агентства Kids Fashion Retail

Продолжительность обучения 1 месяц

Итоговый контроль: Защита итогового проекта

№ темы	Название темы	Контактная асинхронная работа				Самостоятельная работа	Итоговый контроль
		Лекция	Практические занятия/задания	Лабораторные	Консультация		

**Расшифровка. Виды контактной работы и СРС**

Традиционные виды работ	Контактная работа		СРС
	синхронная	асинхронная	
Теоретические материалы	Интерактивная лекция	Видео-лекция+тест+ форум	Видеоматериалы Текстовые материалы тесты
Практические аспекты дисциплины	Практические занятия (фронтальные, групповые форматы работы) Мастер-классы	Задания с обратной связью от преподавателя  Задания на взаимное комментирование/ рецензирование (peer-to-peer)  Виртуальные лабораторные работы С обратной связью	Виртуальные лабораторные работы или задания с автоматическим контролем
Консультации	Консультации в вебинаре	Консультации на форуме	Часто задаваемые вопросы
Итоговая аттестация	Защита работы в вебинаре	Скринкаст с обратной связью на работы	Подготовка итогового проекта/задания

## **Сокращения**

### ***Для асинхронной лекции***

ВФ – видеофайл

АФ – аудиофайл

Т – тест

Ч – чат

### ***Пример:***

*Тема 1. Обрезка садовых деревьев. 3ВФ+3Т+Ч*

### ***Для асинхронной практики***

З – задание

Ч – чат

ЦИ – внешний цифровой инструмент/сервис (интерактивные доски, совместные документы, ментальные карты и др.)

КМ – критериальная матрица оценивания

### ***Пример:***

*Задание 1. Анализ площадок онлайн-обучения. З+ЦИ (гугл-таблица)+КМ*

### ***Для самостоятельной работы***

ЭТ – электронный текст

ООР – открытый образовательный ресурс

КП – компьютерная презентация

ВФ – видеофайл

АФ – аудиофайл

Т – тест

### ***Пример:***

*ЭТ+Т+КП*

## Памятка. Технологии представления информации в LMS Odin

Вид занятия	Технология асинхронной контактной работы в LMS	Технологии самостоятельной работы в LMS
Лекция	Асинхронная лекция может быть представлена следующими способами: видеолекция/аудиолекция, состоящая из фрагментов длительностью не более 12 минут, сопровождаемые 2-3 тестовыми заданиями. Для обеспечения обратной связи к лекции создается чат для ответов преподавателя на вопросы. В качестве видеоконтента могут использовать аннотированные ссылки на открытые интернет-ресурсы.	Самостоятельная работа с теоретическим материалом, представленным в курсе как: <ul style="list-style-type: none"> <li>● текст лекции для самостоятельного изучения (ЭТ)</li> <li>● презентация (КП)</li> <li>● видеофайл (ВФ)</li> <li>● аудиофайл (АФ)</li> <li>● ссылка на внешний открытый ресурс (ООР)</li> </ul>
Практическое занятие	Асинхронные практические занятия могут быть реализованы в курсе как Задания/Образовательные активности для индивидуальной или групповой работы обучающихся, <b>предполагающие обратную связь</b> от преподавателя или организацию взаимного комментирования/рецензирования/оценивания. Для реализации Заданий возможно использовать сторонние инструменты и сервисы (интерактивные доски, совместные документы, ментальные карты и др.). Для оптимизации проверки и обратной связи рекомендуется формировать критериальные матрицы оценивания	Практическая работа в LMS Odin может быть представлена комплексом элементов: <ul style="list-style-type: none"> <li>● Виртуальные лабораторные работы или задания с автоматическим контролем</li> <li>● Задания, выполняемые в LMS, но обсуждаемые/проверяемые в аудитории/синхронно</li> <li>● Тесты</li> </ul>
Консультации	Чат	Часто-задаваемые вопросы
Итоговый контроль	Видеозапись защиты итоговой работы с демонстрацией выполненного проекта. Предполагает обязательное комментирование со стороны преподавателей. Возможно взаимное комментирование	Подготовка и размещение итоговой работы