

ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ
ШАХОВА СВЕТЛАНА ВАСИЛЬЕВНА

УТВЕРЖДАЮ
Индивидуальный предприниматель

_____ С.В. Шахова
Приказ №1
«12» ноября 2025 г.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА –
ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБЩЕРАЗВИВАЮЩАЯ ПРОГРАММА
«ЛИЧНЫЙ БРЕНД ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ»

Направленность программы: социально-гуманитарная

Срок реализации программы: 3 недели (12 академических часов).

Возрастная категория: от 18 лет.

Форма обучения: с применением исключительно электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Воронеж, 2025г.

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. КОМПЛЕКС ОСНОВНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК.....	3
1.1. Пояснительная записка.....	3
1.2. Цель и задачи программы.....	6
1.3. Содержание программы.....	6
1.3.1. Учебный план.....	6
1.3.2. Рабочая программа «Личный бренд предпринимателя».....	7
1.4. Планируемые результаты.	13
Личностные результаты.....	13
Метапредметные результаты.	13
Предметные результаты.....	14
РАЗДЕЛ 2. КОМПЛЕКС ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИХ УСЛОВИЙ	
.....	15
2.1. Календарный учебный график.....	15
2.2. Организационно-педагогические условия.....	16
2.2.1. Материально-технические условия.....	16
2.2.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение.....	16
2.2.3. Кадровые условия.....	17
2.3. Оценочные материалы.....	18
2.4. Методические материалы.....	21
2.4.1. Используемые практики, технологии и методы.....	21
2.4.2. Дидактические средства.....	22

РАЗДЕЛ 1. КОМПЛЕКС ОСНОВНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК

1.1. Пояснительная записка.

Нормативно-правовую основу разработки дополнительной общеобразовательной программы – дополнительной общеразвивающей программы «Личный бренд предпринимателя» составляют следующие документы:

- Федеральный закон Российской Федерации от 29 декабря 2012 года № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

- приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 27 июля 2022 года № 629 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам»;

- постановление Правительства РФ от 11 октября 2023 г. N 1678 «Об утверждении Правил применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ».

Направленность (профиль) программы: социально-гуманитарная.

Актуальность

Общеразвивающая программа «Личный бренд предпринимателя» является актуальной в современном мире, где успешное развитие бизнеса и достижение успеха в предпринимательской деятельности во многом зависят от личного бренда. Создание и продвижение личного бренда помогает предпринимателю выделиться среди конкурентов, привлечь внимание потенциальных клиентов и партнеров, повысить уровень доверия и лояльности к своей компании.

Программа охватывает ключевые аспекты формирования и продвижения личного бренда, такие как разработка персонального брендинга, создание

уникального имиджа, управление репутацией, развитие навыков самопрезентации и многое другое.

Актуальность программы обусловлена несколькими факторами:

Конкуренция на рынке постоянно растет, и для привлечения внимания к своему бизнесу необходимо использовать нестандартные подходы и методы. Одним из таких подходов является создание и продвижение личного бренда.

В условиях глобализации и быстрого развития информационных технологий, умение продвигать себя и свою компанию становится ключевым фактором успеха. Личный бренд позволяет предпринимателю быть заметным на мировом рынке и привлекать внимание к своему бизнесу.

Создание и развитие личного бренда способствует повышению уровня профессионализма предпринимателя, что в свою очередь способствует успеху его компании.

Отличительные особенности

Программа включает актуальные методики и техники, которые помогут создать уникальный и привлекательный личный бренд. Учащиеся научатся разрабатывать стратегию продвижения своего личного бренда, учитывая свои сильные стороны и потребности целевой аудитории.

Управление репутацией: программа поможет учащимся научиться управлять своей репутацией в интернете и социальных сетях, что является важным аспектом продвижения личного бренда в современном мире.

Педагогическая целесообразность данной программы заключается в том, что она помогает участникам развить необходимые навыки и компетенции для успешного продвижения своего бизнеса и достижения успеха в предпринимательской деятельности. Программа обучает участников эффективному использованию инструментов личного брендинга для привлечения внимания к своей компании, управления репутацией и повышения уровня доверия к своему продукту или услуге.

Адресат программы. К освоению данной образовательной программы допускаются любые лица без предъявления требований к уровню образования, так как это не обусловлено спецификой реализуемой образовательной программы.

Возраст обучающихся – от 18 лет.

Объем и срок освоения программы составляет 12 академических часов.

Срок освоения настоящей дополнительной общеразвивающей программы: 3 недели

Форма обучения – с применением исключительно электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

Полностью дистанционное обучение подразумевает использование такого режима обучения, при котором обучающийся осваивает образовательную программу полностью удаленно с использованием специализированной дистанционной оболочки (платформы) «Бизон 365», функциональность которой обеспечивается индивидуальным предпринимателем.

Реализация образовательной программы осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

Режим занятий, периодичность и продолжительность занятий.

Данная образовательная программа может быть реализована в рамках всего календарного года.

Для всех видов образовательной деятельности академический час устанавливается продолжительностью 45 минут.

Объем недельной учебной нагрузки обучающихся, включающей в себя все виды образовательной деятельности, в часах регламентируется календарным учебным графиком и расписанием организации образовательной деятельности обучающихся по данной образовательной программе составляет 4 академических

часа в неделю. Количество учебных дней по образовательной программе в неделю – 2. Объем учебной нагрузки в учебный день – 2 часа.

Перерывы между занятиями составляют не менее 15 минут.

1.2. Цель и задачи программы.

Цель – удовлетворение индивидуальных потребностей обучающихся в интеллектуальном развитии.

Задачи.

обучающие:

- изучение основ создания и продвижения личного бренда.
- обучение созданию уникального имиджа и стиля.
- формирование стратегии продвижения личного бренда.
- работа с социальными сетями и медиа для продвижения личного бренда.

развивающие:

- развитие критического мышления и аналитических навыков.
- улучшение коммуникативных и презентационных навыков.
- развитие лидерских качеств и навыков управления.
- развитие творческих способностей и нестандартного мышления.

воспитательные:

- формирование культуры предпринимательства.
- воспитание ответственности и самостоятельности.
- формирование ценностей и этики бизнеса.
- воспитание стремления к постоянному развитию и обучению.

1.3. Содержание программы.

1.3.1. Учебный план.

Наименование	Трудоемкость, час	Лекции, час	Практика, час	Формы аттестации
Тема 1. Аудит	2	0,5	1,5	-

Тема 2. Целевая аудитория (ЦА) личного бренда	2	0,5	1,5	-
Тема 3. Моделирование как инструмент для создания личного бренда	2	0,5	1,5	-
Тема 4. Позиционирование личного бренда	2	0,5	1,5	-
Тема 5. Каналы продвижения личного бренда	2	0,5	1,5	-
Промежуточная аттестация	2	-	2	Промежуточная аттестация / творческий проект
Итого	12	2,5	9,5	

1.3.2. Рабочая программа «Личный бренд предпринимателя».

Тема 1. Аудит

Теория

Определение необходимости личного бренда Анализ положительных и отрицательных аспектов формирования личного бренда. Этапы создания личного бренда. Выбор сферы деятельности, в которой будет формироваться личный бренд. Комплексный анализ личности для формирования личного бренда.

Практика

1. Пройдите психологические тесты.

Тест на 12 архетипов, НМІ (Автор: Кэрл Пирсон)
<https://psytests.org/typo/hero-run.html>

Опросник Шмишека (Автор: Г. Шмишек) <https://psytests.org/accent/shmi98-run.html>

Психогеометрический тест (Автор: Сьюзан Деллингер)
<https://psytests.org/typo/geometric-run.html>

<https://psytests.org/eysenck/epiG-run.html>

2. Проведите аудит своего бренда самостоятельно, ответив на вопросы по шкале от 1 до 5 (насколько точно это утверждение о вас).

1. Личность:

___ Я полностью выражаю себя в своем бренде, причудах и всем остальном.

___ Я пишу и говорю разговорным тоном, который нравится людям.

___ Я привлекаю в свое племя людей, которые лично мне нравятся.

___ Я использую личные истории и свои хобби в своем бизнесе.

___ Я разделяю свои ценности в маркетинге и привлекаю тех, кто разделяет эти ценности.

Итого: ___ / 25

2. Позиционирование: 1-5

___ Мой бренд постоянно сообщает, что делает меня правильным выбором.

___ Я могу легко описать то, что я делаю, так, чтобы это было интересно потенциальным клиентам.

___ Сейчас я привлекаю именно тех клиентов, с которыми я хочу работать.

___ У меня много потенциальных клиентов с моего сайта, готовых работать со мной.

___ Мои сообщения ясны и последовательны во всем моем маркетинге.

Итого: ___ / 25

3. Визуальный брендинг 1-5

___ Мой веб-сайт точно отражает меня и мое сообщение.

___ Мой текущий визуальный брендинг перекликается (или усиливает) мой уровень успеха.

___ Мой логотип уникален и передает «чувство» и послание моего бренда.

___ Мой визуальный бренд единообразен во всех точках контакта в моем бизнесе.

___ Я горжусь своей визуальной идентичностью, и она неизменно привлекает потенциальных клиентов.

Итого: ___ / 25

4. Предложения

___ У меня есть система, которую я использую с большинством моих индивидуальных клиентов.

___ Все мои предложения объединены одним ключевым посланием.

___ У меня есть предложения по разным ценам и уровням вовлеченности.

___ У меня есть способ заранее проверять потенциальных клиентов и делать целевые предложения.

___ Мои предложения стратегически связаны друг с другом, поэтому у моих клиентов всегда есть следующий шаг.

Итого: ___ / 25

Теперь взгляните на каждый раздел и подумайте, какие из них получили самые низкие оценки. Это то, где вам следует сосредоточиться в первую очередь. Обычно, когда люди проходят эту викторину, происходит одно из двух.

1. Оказывается, что они на самом деле намного лучше, чем они думали.

2. Они очень разочарованы, потому что им есть над чем поработать.

На самом деле это две стороны одной медали, и все они связаны с уровнем вашей уверенности и самовосприятия.

Если только вы не находитесь в самом начале своего пути, у вас, вероятно, есть уже много того, что в списке выше.

Однако, если вы не получаете клиентов через свои маркетинговые усилия в Интернете - ваш бренд непонятен и вам не доверяют.

Вот почему большинство коучей, консультантов, экспертов... направляют свое сообщение, обращаясь к более широким массам - и теряются в "шуме" переполненного онлайн-пространства.

Давайте подведем итог.

Что вы открыли для себя из этого аудита?

Какая самая большая проблема, с которой вы сталкиваетесь, не пускает ваш бренд на новый уровень?

Как бы выглядел ваш бизнес, если бы вы смогли преодолеть эти проблемы и создать бренд, который в полной мере выразит ваше величие?

Какие первые шаги вы могли бы сделать, чтобы воплотить это в жизнь?

Тема 2. Целевая аудитория (ЦА) личного бренда

Теория

Развитие навыков и знаний, необходимых для успешного формирования личного бренда. Выявление областей, в которых можно улучшить свои компетенции и навыки. Определение целевой аудитории (ЦА) личного бренда.

Практика

1. Определите, кто является вашей целевой аудиторией. Опишите их основные характеристики, интересы, потребности и предпочтения.

2. Разработайте портрет идеального клиента для вашего бизнеса, учитывая их возраст, пол, географическое местоположение, социальный статус, образование, уровень дохода и другие важные факторы.

3. Подумайте, какие ценности и идеи вы хотите донести до своей целевой аудитории, и как это может помочь им в решении их проблем и удовлетворении потребностей.

4. Проанализируйте конкурентов и их предложения на рынке, чтобы понять, чем ваша компания может выделиться на их фоне и привлечь внимание целевой аудитории.

5. Сформулируйте уникальное торговое предложение (УТП), которое будет отражать ключевые преимущества вашего продукта или услуги для целевой аудитории и отличать вас от конкурентов.

6. Разработайте стратегию продвижения и коммуникации с целевой аудиторией, включая использование различных каналов и методов привлечения их внимания (например, социальные сети, блоги, email-рассылки, контекстная реклама и т.д.).

Тема 3. Моделирование как инструмент для создания личного бренда

Теория

Инструменты и ресурсы, необходимые для старта в создании личного бренда. Анализ конкурентов и определение их сильных и слабых сторон. Использование моделирования для формирования уникального личного бренда. Объяснение различных подходов и методов моделирования. Пошаговое руководство по применению моделирования для создания личного бренда.

Практика

1. Определите текущий статус вашего личного бренда, анализ вашего присутствия в Интернете, социальных сетях и других медиа.

2. Сформулируйте цели и задачи, которых вы хотите достичь через создание и продвижение своего личного бренда. Это может включать увеличение узнаваемости, привлечение новых клиентов, улучшение репутации и т. д.

3. Разработайте концепцию бренда: создайте уникальную идентичность вашего бренда, определите его основные характеристики и преимущества, определите визуальные и вербальные элементы.

Тема 4. Позиционирование личного бренда

Теория

Персональная бренд-платформа. Разработка визуальной составляющей личного бренда. Создание гайдлайна и необходимых носителей.

Практика

1. Разработайте уникальное позиционирование: сформулируйте, чем ваш бренд отличается от конкурентов, какие уникальные преимущества вы предлагаете своим клиентам.

2. Создайте несколько концепций логотипа и стиля, которые отражают вашу индивидуальность и уникальность. Рассмотрите возможность использования символов, цветов, шрифтов и других элементов, которые могут подчеркнуть ваш бренд.

Тема 5. Каналы продвижения личного бренда

Теория

Преподнесение своих побед в наилучшем свете. Создание коммерческого предложения. Формирование стиля в одежде и создание уникальных атрибутов, таких как брошка или другие концептуальные элементы. Развитие навыков невербальной коммуникации для усиления личного бренда. Создание рабочей среды, способствующей продуктивной и эффективной работе над личным брендом. Каналы продвижения личного бренда. Делегирование задач и поиск исполнителей для различных аспектов создания бренда. Разработка плана действий для продолжения продвижения личного бренда.

Практика

1. Выберите подходящие каналы продвижения для вашего личного бренда, учитывая вашу целевую аудиторию и бюджет.

2. Создайте контент, который будет интересен вашей аудитории и поможет продвигать ваш бренд. Это может быть информация о вашей работе, опыте, достижениях, продуктах или услугах.

3. Используйте социальные сети для продвижения своего бренда, создавайте аккаунты на популярных платформах и активно общайтесь с подписчиками.

Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация в форме творческого проекта.

1. Определите свою уникальность и ключевые компетенции: Какие уникальные навыки, знания и опыт отличают вас от других предпринимателей? Какие ваши сильные стороны, которые могут быть полезны для вашего бизнеса?

2. Создайте свою профессиональную историю: Напишите краткое резюме своей карьеры, включая образование, опыт работы, достижения и ключевые навыки.

3. Разработайте свой личный бренд: Сформулируйте свое видение, миссию, ценности и цели как предпринимателя. Создайте логотип и слоган, которые отражают ваш личный бренд.

4. Создайте свой интернет-образ: Создайте аккаунты в социальных сетях, где вы будете активно продвигать свой личный бренд и привлекать потенциальных клиентов и партнеров.

5. Создайте контент-план: Разработайте план публикаций для социальных сетей, который будет включать посты о вашем бизнесе, полезные советы, отзывы клиентов, истории успеха и т.д.

1.4. Планируемые результаты.

Личностные результаты.

- умение разрабатывать и продвигать свой личный бренд.
- навыки самопрезентации и коммуникации.
- умение создавать уникальный имидж и стиль.
- умение формировать стратегию продвижения личного бренда.
- навыки работы с социальными сетями и медиа.

Метапредметные результаты.

- умение критически мыслить и анализировать информацию.
- развитые коммуникативные и презентационные навыки.
- творческие способности и нестандартное мышление.
- знание культуры предпринимательства и этики бизнеса.

Предметные результаты.

- знание основ создания и продвижения личного бренда.
- умение разрабатывать стратегию продвижения личного бренда.
- знание принципов работы с социальными сетями и медиа.

РАЗДЕЛ 2. КОМПЛЕКС ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИХ УСЛОВИЙ

2.1. Календарный учебный график.

№ п/п	Наименование модуля	Порядковые номера учебных недель и учебная нагрузка обучающихся (в часах)			
		Неделя 1	Неделя 2	Неделя 3	ИТОГО
1	Тема 1. Аудит	2			2
2	Тема 2. Целевая аудитория (ЦА) личного бренда	2			2
3	Тема 3. Моделирование как инструмент для создания личного бренда		2		2
4	Тема 4. Позиционирование личного бренда		2		2
5	Тема 5. Каналы продвижения личного бренда			2	2
6	Итоговое занятие			2	2
Итого часов в неделю		4	4	4	12

2.2. Организационно-педагогические условия.

2.2.1. Материально-технические условия.

Формирование информационной среды осуществляется с помощью программной системы дистанционного обучения.

В условиях реализации образовательной программы в дистанционном формате с использованием дистанционных образовательных технологий обучающиеся сами обеспечивают создание необходимых материально-технических условий для осуществления учебной деятельности.

Необходимым минимальным условием использования дистанционных образовательных технологий является наличие интернет-браузера и подключения к сети Интернет. На компьютере также должен быть установлен комплект соответствующего программного обеспечения.

2.2.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение.

1. Бутенко, Т. Лидер предприятия (предприниматель) как персональный бренд / Т. Бутенко, С. В. Грибановская // Интеграция науки и производства. – 2019. – № 6. – С. 20-24. – EDN RCSHSO.
https://www.elibrary.ru/download/elibrary_42336451_20812966.pdf

2. Кошевенко, С. В. Инструменты формирования личного бренда предпринимателя в интернет / С. В. Кошевенко // Становление и развитие предпринимательства в России: история, современность и перспективы : Сборник материалов 6-й Международной научной конференции, Смоленск, 29 мая 2020 года. – Курск: ЗАО Университетская книга, 2020. – С. 94-97. – EDN MGSSEM.
https://www.elibrary.ru/download/elibrary_44196155_84822060.pdf

3. Подгорная, Т. Ю. Упаковка точек контакта аудиторий персонального бренда предпринимателя как эффективный способ конкуренции / Т. Ю. Подгорная // Вестник УГНТУ. Наука, образование, экономика. Серия: Экономика.

– 2023. – № 2(44). – С. 89-95. – DOI 10.17122/2541-8904-2023-2-44-89-95. – EDN OBKRQP. https://www.elibrary.ru/download/elibrary_54326418_29485299.pdf

4. Рябова, Д. О. Личный бренд предпринимателя / Д. О. Рябова // Вестник Владимирского государственного университета имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых. Серия: Экономические науки. – 2023. – № 3(37). – С. 126-130. – EDN PRWWTS. https://www.elibrary.ru/download/elibrary_54643592_29847848.pdf

5. Стаина, Е. В. Личный бренд предпринимателя как инструмент продвижения бизнеса / Е. В. Стаина, Т. В. Шарапова // Бренд-менеджмент пространств : сборник статей IV Всероссийской научно-практической конференции, Тюмень, 19 мая 2023 года. – Тюмень: ТюмГУ-Press, 2023. – С. 30-37. – EDN WCLEDX. https://www.elibrary.ru/download/elibrary_54618558_55239999.pdf

2.2.3. Кадровые условия.

Педагогическая деятельность по реализации дополнительной общеобразовательной программы – дополнительной общеразвивающей программы осуществляется лицами, имеющими среднее профессиональное или высшее образование, в том числе по направлению, соответствующему направленности дополнительной общеразвивающей программы, и отвечающими квалификационным требованиям, указанным в Едином квалификационном справочнике должностей руководителей, специалистов и служащих, раздел «Квалификационные характеристики должностей работников образования», утвержденным приказом министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 26 августа 2010 года № 761н (в отношении должности «педагог дополнительного образования»), а также в профессиональном стандарте «Педагог дополнительного образования детей и взрослых», утвержденном приказом министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 22 сентября 2021 года № 652н.

Требования к квалификации. Высшее профессиональное образование или среднее профессиональное образование в области, соответствующей профилю кружка, секции, студии, клубного и иного детского объединения без предъявления требований к стажу работы, либо высшее профессиональное образование или среднее профессиональное образование и дополнительное профессиональное образование по направлению "Образование и педагогика" без предъявления требований к стажу работы.

Организация вправе привлекать к занятию педагогической деятельностью по данной дополнительной общеобразовательной программе – дополнительной общеразвивающей программе лиц, обучающихся по образовательным программам высшего образования по специальностям и направлениям подготовки, соответствующим направленности настоящей образовательной программы, и успешно прошедших промежуточную аттестацию не менее чем за два года обучения.

Все педагогические работники осваивают дополнительные профессиональные программы – программы повышения квалификации по профилю педагогической деятельности не реже одного раза в три года.

Педагогические работники, участвующие в организации электронного обучения проходят повышение квалификации в области информационных и образовательных технологий не реже чем 1 раз в 5 лет. В целях непрерывной актуализации навыков и умений всех педагогических работников, участвующих в организации электронного обучения, проводятся на постоянной основе соответствующие практические семинары и конференции.

2.3. Оценочные материалы.

Освоение дополнительной общеразвивающей программы завершается промежуточной аттестацией, проводимой в форме творческого проекта. Промежуточная аттестация выполняет функцию выходной диагностики освоения обучающимися образовательной программы, оценки их достижений. Результат

промежуточной аттестации по образовательной программе: образовательная программ освоена («зачтено») / образовательная программа не освоена («не зачтено»).

Примерная тематика оценочных работ:

1. «Путь предпринимателя: от идеи до личного бренда».
2. «Личный бренд как инструмент развития бизнеса».
3. «Создание уникального имиджа предпринимателя».
4. «Продвижение личного бренда в социальных сетях».
5. «Контент-маркетинг для малого бизнеса».
6. «Как создать успешный личный бренд».
7. «Личный бренд и его роль в развитии карьеры».
8. «Разработка стратегии продвижения личного бренда».
9. «Личный бренд как средство привлечения клиентов».
10. «Создание и продвижение личного бренда в интернете».

Работы оцениваются по следующим критериям:

1. Уникальность и оригинальность идеи: насколько проект отличается от других и предлагает что-то новое.

1 балл – идея не отличается от других, не предлагает ничего нового;

2 балла – идея похожа на другие, но есть небольшие оригинальные элементы;

3 балла – идея имеет некоторые оригинальные элементы, но не является уникальной;

4 балла – идея уникальна, но не предлагает ничего принципиально нового;

5 баллов – идея уникальна и предлагает что-то новое.

2. Качество реализации: насколько хорошо воплощена идея в жизнь, насколько профессионально выглядит проект.

1 балл – реализация идеи плохая, проект выглядит непрофессионально;

- 2 балла – реализация идеи нормальная, проект выглядит удовлетворительно;
- 3 балла – реализация идеи хорошая, проект выглядит профессионально;
- 4 балла – реализация идеи отличная, проект выглядит качественно;
- 5 баллов – реализация идеи превосходная, проект выглядит безупречно.

3. Эффективность продвижения: как учащийся привлекает внимание к своему проекту, какие каналы продвижения использованы, насколько они эффективны.

1 балл – учащийся не привлекает внимание к своему проекту, каналы продвижения не используются;

2 балла – учащийся привлекает внимание к своему проекту только через один канал продвижения;

3 балла – учащийся привлекает внимание к своему проекту через несколько каналов продвижения, но они неэффективны;

4 балла – учащийся привлекает внимание к своему проекту через эффективные каналы продвижения;

5 баллов – учащийся привлекает внимание к своему проекту с помощью разнообразных эффективных каналов продвижения.

4. Соответствие целевой аудитории: насколько проект интересен и полезен для тех, для кого он предназначен.

1 балл – проект неинтересен и бесполезен для целевой аудитории;

2 балла – проект интересен и полезен для целевой аудитории, но есть некоторые недостатки;

3 балла – проект в целом интересен и полезен для целевой аудитории;

4 балла – проект очень интересен и полезен для целевой аудитории;

5 баллов – проект идеален для целевой аудитории.

5. Долгосрочность и масштабируемость: можно ли проект развивать и расширять, будет ли он актуален в будущем.

1 балл – проект нельзя развивать и расширять, он не будет актуален в будущем;

2 балла – проект можно развивать и расширять, но он будет актуален только в ближайшем будущем;

3 балла – проект можно развивать и расширять, он будет актуален в ближайшем и отдалённом будущем;

4 балла – проект можно развивать и масштабировать, он будет актуален в отдалённом будущем;

5 баллов – проект можно развивать, масштабировать и адаптировать под новые условия, он будет актуален всегда.

Оценка «зачтено» ставится учащемуся, который набрал не менее 12 баллов по указанным критериям.

2.4. Методические материалы.

2.4.1. Используемые практики, технологии и методы.

Используемые методы обучения

1. Словесные методы обучения: рассказ, объяснение, работа с информационным источником.

2. Объяснительно-иллюстративный (информационно-рецептивный) метод, репродуктивный метод, метод проблемного изложения, частично-поисковый (эвристический) метод, исследовательский метод.

3. Методы самообучения и самоконтроля.

Используются следующие педагогические технологии:

- технология объяснительно-иллюстративного обучения;
- технология проблемного обучения;
- технология дистанционного обучения.

2.4.2. Дидактические средства.

Педагогические работники в ходе организации образовательной деятельности по настоящей образовательной программе используют приведенные ниже средства обучения.

1. Изображения и отображения.
2. Описания предметов и явлений условными средствами: учебные материалы и интернет-ресурсы.