



Методические рекомендации

по организации и проведению в школах Российской Федерации тематического урока на тему «Технологии в интернет-торговле» с тренажёром в рамках Всероссийской образовательной акции «Урок цифры».

Содержание

1. Пояснительная записка	3
2. Актуальность, проблема и цели	3
3. Терминология	3
4. Подготовка к уроку	5
6. Особенности прохождения тренажёров для разных возрастных групп	6
7. Рефлексия	8
8. Вопросы и ответы	8



1. Пояснительная записка

Данные методические рекомендации предназначены для педагогов и руководителей образовательных организаций, организующих проведение урока в рамках всероссийского образовательного проекта «Урок цифры» для своих классов, школ, организаций дополнительного образования школьников.

Мероприятие имеет просветительскую направленность и способствует раннему профессиональному самоопределению школьников в области информационных технологий в условиях перехода к цифровой экономике. Оно ориентировано на школьников 1–11 классов и включает как элементы универсальные для всех возрастов, так и дифференцированные по возрасту, что отражено далее в тексте настоящих рекомендаций.

2. Актуальность, проблема и цели

В современном мире интернет-торговля играет всё более значимую роль, постепенно вытесняя традиционные формы розничной торговли. Покупатели все чаще предпочитают совершать покупки онлайн, не выходя из дома. Это приводит к росту спроса на специалистов, обладающих знаниями и навыками работы в сфере e-commerce (здесь и далее - «электронная коммерция»).

Однако, большинство людей не представляет, с какими вызовами приходится сталкиваться при создании столь большого продукта. Кроме того, мало кто понимает, чем конкретно занимаются специалисты из области аналитики, тестирования и программирования.

Целями данного урока являются формирование у учеников представление о понятии «маркетплейс» и его устройстве, а также ознакомление ребят с востребованными в сфере интернет-торговли профессиями на примере аналитика, программиста и специалиста по тестированию.

3. Терминология

Дашборд — это экран, где можно быстро видеть и контролировать важную информацию или выполнять различные действия. Дашборд поможет ученику отслеживать свой прогресс и будет давать полезные подсказки.

Портрет потребителя — это описание типичного человека, который может купить и использовать какой-то продукт или услугу. Например, девочкам и мальчикам обычно нравится разная одежда, и маркетплейс будет предлагать

каждому то, что ему ближе. Чем лучше описан портрет, тем лучше компании понимают, какие товары будут интересны и полезны их целевой аудитории.

Целевая аудитория — это люди, которые теоретически захотят купить товар или услугу, которые компания предлагает. Все вместе они выступают как одна группа, потому что у них схожие потребности.

Маркетплейс — место в интернете, где люди могут купить и продать товары или услуги. Это большой виртуальный «торговый центр», где разные продавцы предлагают свои вещи, а покупатели могут выбирать то, что им нравится. Маркетплейс отвечает за безопасность сделок, доставку и удобство использования сайта.

Прототип сайта — это черновик того, как будет выглядеть и работать сайт, прежде чем его выпустят. Он помогает понять расположение кнопок, картинок и текстов на сайте ещё до того, как его полностью запустят и пригласят пользователей.

Слайдер сайта — это элемент сайта, состоящий из нескольких фотографий, которые идут друг за другом. Когда пользователь их листает, они меняются на новые фотографии товара с другой стороны. На каждой фотографии могут быть разные изображения или текст. Компании используют слайдер на сайте, чтобы показывать самую важную информацию пользователю в доступном виде.

Шапка сайта — это то, что находится сверху на сайте. На ней обычно находится название сайта, логотип, строка поиска и другие полезные кнопки. Это помогает людям понять, на какой сайт они зашли, и быстро найти то, что они хотят.

Каталог товаров — это список продуктов, доступных в магазине или на веб-сайте. Он включает фотографии, описания товаров, их цены, а иногда и отзывы покупателей. Простыми словами, это «прейскурант» или «меню» магазина, по которому можно выбрать и приобрести товар. Обычно каталог товаров разбит на категории, такие как «одежда», «электроника», «красота» и так далее, чтобы облегчить покупателям поиск интересующих их продуктов.

Журнал тестирования — это список задач, которые компании выполняют во время тестирования. В него записывают, что именно проверили и какой результат получили. Затем все результаты собирают в один большой отчёт и с его помощью принимают нужные решения.

Нагрузочное тестирование — это проверка для сайта, сможет ли он справиться с большим числом пользователей и серьёзной нагрузкой. Нагрузочное тестирование помогает найти возможные проблемы на сайте, например, при каких условиях он работает медленно или не работает совсем. Тогда компании могут решить эти проблемы до того, как пригласят на сайт пользователей.

Скорость загрузки страницы — это то, как быстро она появляется на

экране. Если страница быстро загружается, то человек не тратит много времени, чтобы её загрузить, и может быстрее получить нужную информацию.

Оптимальный маршрут — это наиболее быстрый и легкий путь, по которому можно пройти или доехать до нужного места с минимальными затратами времени и денег. Это очень важная задача, которую решают в разных областях: от доставки товаров до туризма и даже в обычной жизни.

Аналитика — это как игра в детектива. Компании собирают разные данные о пользователях и товарах, чтобы найти закономерности и сделать важные выводы. Аналитика нужна в бизнесе, маркетинге, финансах, науке и многих других областях. С её помощью можно принимать правильные решения, улучшать разные процессы и даже предсказывать будущее!

Разработка — это процесс производства нового технологического решения путём написания кода. Так создаются новые игры, программы или приложения. Разработка начинается с идеи, потом придумываем план, рисуем дизайн, пишем код, проверяем, работает ли всё правильно, и исправляем ошибки. Когда всё готово, мы выпускаем игру, программу или приложение для пользователя.

Пункт выдачи — это место, где можно забрать свои заказанные товары или получить услуги. Там работают люди, которые помогают получить товары и отвечают на все вопросы.

E-com — это бизнес, связанный с покупкой и продажей товаров и услуг через интернет. Заказчики могут совершать покупки со своих компьютеров и через другие точки взаимодействия, включая смартфоны, умные часы и цифровые помощники.



4. Подготовка к уроку

Перед уроком советуем преподавателю ознакомиться с используемой терминологией (раздел 3), а также пройти тренажёр для всех возрастных групп.

Стоит подготовить план занятия. За основу можно взять предложенный в разделе 5 план.

Непосредственно перед началом занятия советуем перейти на страницу с тренажёром на каждом учебном компьютере в классе, чтобы дети не тратили время на подготовку.



5. Предлагаемый план занятия с тренажером

Этап	Содержание этапа	Время
------	------------------	-------

Приветствие и анонс занятия	Поприветствуйте ребят и расскажите им о том, чем вам сегодня предстоит заниматься. Например: «Ребята, здравствуйте! Сегодня мы с вами погрузимся в мир интернет-торговли вместе с Ozon. Нам предстоит помочь создать маркетплейс и попробовать себя в трёх профессиях: аналитика, программиста и тестировщика. Но перед этим, давайте посмотрим вводное видео.»	~5 минут
Видео	Если у вашего компьютера есть колонки, включите видеоматериал, представленный на том же ресурсе, что и эти методические указания.	~5 минут
Работа с тренажером	Прохождение тренажера детьми.	~30 минут
Рефлексия	Спросите у детей, что нового они узнали после занятия. Постарайтесь, чтобы дети сами сделали выводы из занятия.	~5 минут

6. Особенности прохождения тренажеров для разных возрастных групп

6.1 Сюжет

По сюжету персонажи «Урока Цифры» — братья Слеши, Скобец и Запьятыня, посещают деревенскую ярмарку. Им очень нравятся товары, но они

замечают, что на этой ярмарке не представлены товары из города. Ребятам приходит идея объединить товары из деревни и товары из города в одном месте так, чтобы жители деревни могли заказывать доставку городских товаров, а жители города могли получить качественные товары из деревни.

Они связываются с Гошей, гусём-специалистом из Ozon, и рассказывают ему о своей задумке. Гоше идея нравится, и он помогает ребятам с их задумкой, проводя по основным этап создания качественного маркетплейса.

6.2 Общая канва и особенности

№	Цель	Описание задачи	Особенности
1	Познакомить ребёнка с профессией аналитика	Ребятам, по портрету потенциального потребителя, необходимо определить, какие товары могут быть ему интересны, а какие нет. А затем, основываясь на предыдущих результатах, выбрать самые популярные товары.	1-4 класс Ребятам требуется выбрать только 1 позицию из 4 предложенных: тот товар, который не интересен потребителю
			5-11 класс Ребятам требуется выбрать 3 позиции из 4: те товары, которые интересны потребителю
2	Познакомить ребёнка с профессией программиста	Сначала ребятам требуется спроектировать шаблон главной страницы сайта, а затем написать для неё код.	1-4 класс Ребята программируют в симуляции текстового редактора, чтобы код смотрелся более аутентично, но также выбирают параметры из списка.
			5-8 класс Ребята программируют с помощью заготовленных блоков, нужно лишь выстроить их в правильном порядке.
			9-11 класс Ребята программируют в симуляции текстового редактора и вручную прописывают все недостающие параметры.

3	Познакомить ребёнка с профессией тестировщика	Ребята должны провести тестирование по трём пунктам: код, нагрузка и скорость загрузки. После первого тестирования необходимо исправить ошибку в коде, а после остальных — сбалансировать ресурсы так, чтобы увеличить показатели до оптимальных.	1-4, 9-11 класс Ребята исправляют ошибку в коде в симуляции текстового редактора.
			5-8 класс Ребята исправляют ошибку в коде в виде блоков
4	Игра	Ребятам необходимо доставить посылки по виртуальной карте, прорабатывая оптимальный маршрут для курьера.	-



7. Рефлексия

В качестве рефлексии проведите небольшую беседу с ребятами. Постарайтесь, чтобы ученики самостоятельно сделали выводы и сказали, что нового они узнали. Вы можете задавать направляющие вопросы. Например:

1. Что же такое маркетплейс?
2. Какие профессии важны в интернет-торговле?
3. Какое задание вам понравилось больше всего и почему?



8. Вопросы и ответы

Вопрос	Ответ
Тренажёр не запускается или работает некорректно, что делать?	Такое случается крайне редко, но если вы всё же столкнулись с такой проблемой, попробуйте воспользоваться одним из двух советов:

	<ol style="list-style-type: none"> 1. Попробуйте запустить тренажер в другом браузере. Старые браузеры могут не поддерживать технологии используемые тренажёром. 2. Попробуйте очистить кэш браузера. Сделать это можно в любом браузере: <ol style="list-style-type: none"> a. Зайдите в настройки браузера b. В поле поиска введите «кэш» c. Нажмите на кнопку «Очистить кэш» <p>Процесс очистки кэша может отличаться от браузера к браузеру, но во всех это происходит по одному и тому же алгоритму.</p>
<p>Ребята не успевают пройти тренажёр. Как поступить?</p>	<p>Прекратите прохождение тренажёра за 5 минут до окончания урока и проведите рефлекссию по пройденным этапам. Дайте ученикам ссылку на этот тренажёр и попросите завершить его уже дома для получения сертификата.</p>