

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		



УТВЕРЖДЕНО

решением Ученого совета ИЭиБ
от 20 июня 2024 г., протокол № 10 / 271

Председатель  И.Б.Романова

« 20 » июня 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	Цифровой маркетинг
Факультет	экономический
Кафедра	Менеджмента и теории экономики
Курс	3

Направление (специальность) **38.03.02 Менеджмент**

код направления (специальности), полное наименование

Направленность (профиль/специализация) **Стратегическое планирование и маркетинг**

полное наименование

Форма обучения **очная**

очная, заочная, очно-заочная (указать только те, которые реализуются)

Дата введения в учебный процесс УлГУ: «1» сентября 2024 г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № ___ от ___ 20___ г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № ___ от ___ 20___ г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № ___ от ___ 20___ г.

Сведения о разработчиках:

ФИО	Кафедра	Должность, ученая степень, звание
Белокопытова Н.Г.	МиТЭ	к.э.н., доцент

СОГЛАСОВАНО

Заведующий кафедрой менеджмента и
теории экономики (выпускающей
кафедрой)



/Иванова Т.Ю./

Подпись *ФИО*

«14» июня 2024 г.

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины:

Углубленное изучение теоретических основ и методических аспектов цифрового маркетинга организаций в РФ и зарубежом, понимание его сущности, основных задач и тенденций в условиях цифровой экономики, а также возможностей практического использования теоретических знаний при организации и планировании системы цифрового маркетинга в компании. При изучении практических аспектов цифрового маркетинга особое внимание уделяется углубленному изучению инструментов цифрового маркетинга.

Задачи освоения дисциплины:

- получение представления о сущности, целях и принципах цифрового маркетинга в России и зарубежом;
- получение знаний и развитие навыков по работе с информацией в целях развития бизнеса;
- получение представления об основных инструментах цифрового маркетинга в современной цифровой среде.
- формирования практических навыков использования методов контентного маркетинга, блоггинга, применения маркетинга в соц.сетях и т.д.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина Б1.О.39 «Цифровой маркетинг» является обязательной дисциплиной учебного плана и читается в 6 семестре.

Освоение курса «Цифровой маркетинг» базируется на знаниях и умениях, полученных студентами по всем дисциплинам, изучаемым ранее, прежде всего по курсам: Математика. Ознакомительная практика, Стратегический менеджмент, Рекламное дело, Прямые коммуникации.

Дисциплина ориентирована на формирование знаний, умений и навыков, обеспечивающих построение в организации эффективной системы цифрового маркетинга на необходимом и достаточном уровне для достижения высокого уровня конкурентоспособности компании на рынке.

Дисциплина изучается в одном семестре с такими дисциплинами: Валютный рынок и валютные операции, современные проблемы менеджмента, Сравнительный менеджмент/ Бенчмаркинг.

В рамках изучения данной дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции: ОПК-5, ПК-3.

Дисциплина «Цифровой маркетинг» является предшествующей дисциплинам: «Маркетинговые исследования»; «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности», Управление инновациями, Проектирование инновационных услуг, Преддипломная практика, Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты.

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСНОВЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций	
ОПК-5 способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации	ИД-1 опк-5. Знать особенности и базовые инструменты реализации комплекса маркетинговых коммуникаций в условиях цифровой экономики ИД-1.2 опк-5. Знать нормы профессиональной этики и требования к обеспечению сохранения коммерческой тайны ИД-2 опк-5. Уметь собрать, систематизировать и проанализировать первичную и вторичную маркетинговую информацию в целях реализации цифровых маркетинговых коммуникаций организации ИД-2.1 опк-5. Уметь анализировать и классифицировать большой объем информации ИД-2.2 опк-5. Использовать программное обеспечение для работы с информацией (текстовые, графические, табличные и аналитические приложения, приложения для визуального представления данных) на уровне опытного пользователя ИД-2.3 опк-5. Владеть современными методами сбора, обработки и анализа информации в условиях цифрового рынка	
Задача ПД	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
Тактическое управление процессами планирования и организации производства на уровне структурного подразделения промышленной организации (отдела, цеха)	ПК-3 - Способен представлять интересы организации во внешней среде на основе оценки воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, а также анализа поведения потребителей экономических благ и формирования спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли	ИД-1 пк-3. Знать все виды маркетинга в Интернете в целях принятия эффективных управленческих решений и написания маркетинговых программ как важнейших элементов документационного обеспечения маркетинговой деятельности компании в условиях конкурентной среды отрасли. ИД-1.1 пк-3. Знать порядок разработки и оформления технической документации и ведения делопроизводства ИД-2 пк-3. Уметь разрабатывать все виды маркетинговых планов в условиях функционирования цифрового бизнеса, составлять планы ревизии цифрового маркетинга организации для формирования спроса. ИД-2.1 пк-3. Уметь разрабатывать организационно-техническую и организационно-экономическую документацию (графики работ, инструкции, планы, сметы, бюджеты, технико-экономические обоснования, частные технические задания) и составлять управленческую отчетность по утвержденным формам ИД-3. пк-3. Владеть навыками внедрения цифрового маркетинга в процесс деятельности организации посредством применения Facebook, Google, Youtube, и т.д. для оценки макроэкономической среды и ее показателей.

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) – 4.

4.2. по видам учебной работы (в часах) – 144 часа.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы (144 часа).

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения – очная)	
	Всего по плану	в т.ч. по семестрам
		6
1	2	3
Контактная работа обучающихся с преподавателем	48	48
Аудиторные занятия:	48	48
лекции	16	16
практические и семинарские занятия	32	32
Самостоятельная работа	60	60
Всего часов по дисциплине	144	144
Текущий контроль	Тестирование, опрос	Тестирование, опрос
Курсовая работа	-	-
Виды промежуточной аттестации	Экзамен, 36	Экзамен, 36

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

4.3. Распределение часов по темам и видам учебной работы:

Форма обучения - **Очная**

Название и разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий			Форма текущего контроля	
		Аудиторные занятия		Занятия в интерактивной форме		
		лекции	практические занятия, семинары			
1	2	3	4	5	6	8
Тема 1. Развитие интернет-технологий в информационном обществе	13	2	4		7	Тестирование, опрос
Тема 2. Основы цифрового бизнеса	13	2	4		7	Тестирование, опрос
Тема 3. Корпоративные веб-сайты и порталы	13	2	4		7	Тестирование, опрос
Тема 4. Комплекс цифрового маркетинга	13	2	4	4	7	Тестирование, опрос
Тема 5. Маркетинговые коммуникации в интернете	13	2	4	4	7	Тестирование, опрос
Тема 6. Маркетинг в социальных медиа	13	2	4		7	Тестирование, опрос
Тема 7. Маркетинговые исследования в интернете	15	2	4		9	Тестирование, опрос
Тема 8. Блоггинг для бизнеса	15	2	4		9	Тестирование, опрос
Экзамен	36					экзамен
Итого:	144	16	32	8	60	

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

5.СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

Тема 1. Развитие интернет-технологий в информационном обществе

Информационная революция и ее влияние на экономику. Отличительные черты информационной экономики. Понятие цифровой экономики. Тенденции развития Интернета и цифровой экономики.

Тема 2. Основы цифрового бизнеса

Понятие цифрового бизнеса.

Электронный рынок. История развития цифрового бизнеса в мире. Цифровой бизнес в США. Цифровой бизнес в Китае. Цифровой бизнес в России.

Тема 3. Корпоративные веб-сайты и порталы

Классификация корпоративных сайтов по их назначению и функциям. Корпоративный сайт-визитка, или веб-представительство. Корпоративный портал. Корпоративный портал знаний. Технологии для построения корпоративных сайтов и порталов. CMS – системы. Платформы для построения корпоративных порталов.

Тема 4. Комплекс цифрового маркетинга

Особенности маркетинговой деятельности на электронном рынке. Комплекс цифрового маркетинга. Элементы комплекса цифрового маркетинга.

Тема 5. Маркетинговые коммуникации в интернете

Комплекс маркетинговых коммуникаций в интернете. Интернет-реклама. Оптимизация сайта для поисковых машин. CRM-системы.

Тема 6. Маркетинг в социальных медиа

Классификация социальных медиа. Маркетинг в социальных медиа. Оптимизация для социальных медиа. Перспективы развития маркетинга в социальных медиа.

Тема 7. Маркетинговые исследования в интернете

Маркетинговые исследования в Интернете. Маркетинговые информационные системы. Контентный маркетинг. Понятие «маркетинговой воронки», контентный маркетинг в трех частях «маркетинговой воронки». Понятие поискового маркетинга.

Тема 8. Блоггинг для бизнеса

Создание блога, способного положительно повлиять на финансовые результаты. Работа со сторонними авторами. Написание заголовков, ориентированных на привлечение внимания целевого потребителя. Алгоритм аудита блога.

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Занятия 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8.

Трудоемкость – 16 часов, в том числе 8 часов в интерактивной форме.

Занятие 1. Трудоемкость 4 часа.

Тема 1. Развитие интернет-технологий в информационном обществе

Вопросы для обсуждения:

- Информационная революция и ее влияние на экономику,
- Отличительные черты информационной экономики,
- Понятие цифровой экономики,
- Тенденции развития Интернета и цифровой экономики.

Практическое задание: *произвести обзор рынка мобильных приложений в РФ.*

Занятие 2. Трудоемкость 4 часа.

Тема 2. Основы цифрового бизнеса

Вопросы для обсуждения:

- Понятие цифрового бизнеса.
- Электронный рынок.
- История развития цифрового бизнеса в мире.
- Цифровой бизнес в США.
- Цифровой бизнес в Китае.
- Цифровой бизнес в России.

Практическое задание: *изучить основные положения стандартов цифрового бизнеса.*

Занятие 3. Трудоемкость 4 часа.

Тема 3. Корпоративные веб-сайты и порталы

Вопросы для обсуждения:

- Классификация корпоративных сайтов по их назначению и функциям.
- Корпоративный сайт-визитка, или веб-представительство.
- Корпоративный портал.
- Корпоративный портал знаний.
- Технологии для построения корпоративных сайтов и порталов.
- CMS – системы. Платформы для построения корпоративных порталов.

Практическое задание: *изучить уровни облачных технологий, исследовать практические примеры их использования.*

Занятие 4. Трудоемкость 4 часа, из них 4 часа в интерактивной форме.

Тема 4. Комплекс цифрового маркетинга

Вопросы для обсуждения:

- Особенности маркетинговой деятельности на электронном рынке.

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

- Комплекс цифрового маркетинга.
- Элементы комплекса цифрового маркетинга.

Практическое задание: проанализировать рейтинги интернет-магазинов Рунета.

Занятие 5. Трудоемкость 4 часа, из них 4 часа в интерактивной форме.

Тема 5. Маркетинговые коммуникации в интернете

Вопросы для обсуждения:

- Комплекс маркетинговых коммуникаций в интернете.
- Интернет-реклама.
- Оптимизация сайта для поисковых машин.
- CRM-системы.

Практическое задание: планирование маркетинговой компании по продвижению сайта.

Занятие 6. Трудоемкость 4 часа.

Тема 6. Маркетинг в социальных медиа

Вопросы для обсуждения:

- Классификация социальных медиа.
- Маркетинг в социальных медиа.
- Оптимизация для социальных медиа.
- Перспективы развития маркетинга в социальных медиа.

Практическое задание1: раскрыть сущность и содержание SMM (опрос).

Практическое задание2: произвести анализ эффективности рекламных компаний в интернете.

Занятие 7. Трудоемкость 4 часа.

Тема 7. Маркетинговые исследования в интернете

Вопросы для обсуждения:

- Маркетинговые исследования в Интернете.
- Маркетинговые информационные системы.
- Контентный маркетинг.
- Понятие «маркетинговой воронки», контентный маркетинг в трех частях «маркетинговой воронки».
- Понятие поискового маркетинга.

Практическое задание: исследовать системы контент-анализа и их использование в маркетинговой деятельности

Занятие 8. Трудоемкость 4 часа.

Тема 8. Блоггинг для бизнеса

Вопросы для обсуждения:

- Создание блога, способного положительно повлиять на финансовые результаты.
- Работа со сторонними авторами.
- Написание заголовков, ориентированных на привлечение внимания целевого

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

потребителя.

- Алгоритм аудита блога.

Практическое задание: провести анализ успешных блогов известных блоггеров в России, выявить критерии успешности (эффективности блога).

7. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ (ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ)
данный вид работы не предусмотрен УП

8. ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ, КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ, РЕФЕРАТОВ
данный вид работы не предусмотрен УП

9. ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ (ЗАЧЕТУ)

Примерный перечень контрольных вопросов для подготовки к экзамену:

1. Информационная революция и ее влияние на экономику. Отличительные черты информационной экономики.
2. Понятие цифровой экономики.
3. Тенденции развития Интернета и цифровой экономики.
4. Понятие цифрового бизнеса. Электронный рынок.
5. История развития цифрового бизнеса в мире.
6. Цифровой бизнес в США.
7. Цифровой бизнес в Китае.
8. Цифровой бизнес в России.
9. Классификация корпоративных сайтов по их назначению и функциям.
10. Корпоративный сайт-визитка, или веб-представительство.
11. Корпоративный портал. Корпоративный портал знаний.
12. Технологии для построения корпоративных сайтов и порталов.
13. CMS – системы.
14. Платформы для построения корпоративных порталов.
15. Особенности маркетинговой деятельности на электронном рынке.
16. Комплекс цифрового маркетинга. Элементы комплекса цифрового маркетинга.
17. Комплекс маркетинговых коммуникаций в интернете. Интернет-реклама. Оптимизация сайта для поисковых машин. CRM-системы.
18. Классификация социальных медиа. Маркетинг в социальных медиа.
19. Оптимизация для социальных медиа.
20. Перспективы развития маркетинга в социальных медиа.
21. Маркетинговые исследования в Интернете.
22. Маркетинговые информационные системы.
23. Контентный маркетинг.
24. Понятие «маркетинговой воронки», контентный маркетинг в трех частях «маркетинговой воронки».
25. Понятие поискового маркетинга.
26. Создание блога, способного положительно повлиять на финансовые результаты. Работа со сторонними авторами.
27. Написание заголовков, ориентированных на привлечение внимания целевого потребителя.
28. Алгоритм аудита блога.

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ

Форма обучения **очная**

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (<i>проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др.</i>)	Объем в часах	Форма контроля (<i>проверка решения задач, реферата и др.</i>)
Тема 1. Развитие интернет-технологий в информационном обществе	Проработка учебного материала, подготовка к практическим занятиям и экзамену	6	Обсуждение, экзамен
Тема 2. Основы цифрового бизнеса	Проработка учебного материала, подготовка к экзамену	7	Тестирование, опрос
Тема 3. Корпоративные веб-сайты и порталы	Проработка учебного материала, подготовка к практическим занятиям и экзамену	7	Тестирование, опрос
Тема 4. Комплекс цифрового маркетинга	Проработка учебного материала, выполнение задания в интерактивной форме, подготовка к практическим занятиям и экзамену	7	Тестирование, опрос
Тема 5. Маркетинговые коммуникации в интернете	Проработка учебного материала, выполнение задания в интерактивной форме, подготовка к практическим занятиям и экзамену	7	Тестирование, опрос
Тема 6. Маркетинг в социальных медиа	Проработка учебного материала, подготовка к практическим занятиям и экзамену	7	Тестирование, опрос
Тема 7. Маркетинговые исследования в интернете	Проработка учебного материала, подготовка к практическим занятиям и экзамену	7	Тестирование, опрос
Тема 8. Блоггинг для бизнеса	Проработка учебного материала, подготовка к практическим занятиям и экзамену	9	Тестирование, опрос
Итого		60	

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) Список рекомендуемой литературы

а) основная литература:

1. Лунева, Е. А. Цифровой маркетинг : учебное пособие / Е. А. Лунева, Н. П. Реброва. — Москва : Прометей, 2021. — 164 с. — ISBN 978-5-00172-088-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/125686.html>
2. Хуссейн, И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации : учебное пособие для вузов / И. Д. Хуссейн. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 68 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15010-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/544594>

б) дополнительная литература:

1. Городнова, А. А. Развитие информационного общества : учебник и практикум для вузов / А. А. Городнова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 294 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18716-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/545422>
2. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535942>
3. Кадацкая, Д. В. Основы цифрового маркетинга в период трансформации экономики : учебное пособие / Д. В. Кадацкая. — Белгород : Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2020. — 112 с. — ISBN 978-5-361-00833-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/110192.html>
4. Кожевникова, Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге : учебное пособие для вузов / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 444 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07447-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536501>

в) учебно-методическая литература:

1. Захарова Ю. Н. Методические указания по организации самостоятельной работы бакалавров по дисциплине «Цифровой маркетинг»: учебно-методическое пособие по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (бакалавриат) / УлГУ, ИЭиБ, Каф. управления. - 2019. - Загл. с экрана. - Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 481 КБ). - Режим доступа: ЭБС УлГУ. - Текст : электронный. - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/2584>

Согласовано:

Главный библиотекарь / Голосова М.Н. /  / 20.05.2024 г.
 Должность сотрудника научной библиотеки ФИО подпись дата

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

б) Программное обеспечение –

- Операционная система Windows;
- Пакет офисных программ Microsoft Office.

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». - Саратов, [2024]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. Образовательная платформа ЮРАЙТ : образовательный ресурс, электронная библиотека : сайт / ООО Электронное издательство «ЮРАЙТ». – Москва, [2024]. - URL: <https://urait.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. База данных «Электронная библиотека технического ВУЗа (ЭБС «Консультант студента») : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Политехресурс». – Москва, [2024]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС «Лань». – Санкт-Петербург, [2024]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. ЭБС Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Знаниум». - Москва, [2024]. - URL: <http://znanium.com>. – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справочная правовая система. / ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2024].

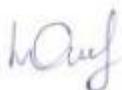
3. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО «Научная Электронная Библиотека». – Москва, [2024]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

4. Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. – Москва, [2024]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

5. Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАУ «ФИЦТО». – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.

6. Электронная библиотечная система УлГУ : модуль «Электронная библиотека» АБИС Mega-ПРО / ООО «Дата Экспресс». – URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

Инженер ведущий



Щуренко Ю.В.

20.05.2024

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине		

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Аудитории укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории. Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации. Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

13. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;
- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий, организация работы ППС с обучающимися с ОВЗ и инвалидами предусматривается в электронной информационно-образовательной среде с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

Разработчик программы дисциплины:

к.э.н., доцент



Белокопытова Н.Г.