

Документ подписан простой электронной подписью Информация о владельце: ФИО: Таскаев Сергей Валерьевич Должность: Ректор	МИНОВЕРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)	
Дата подписания: 16.06.2025 15:43:25 Уникальный программный ключ: 04c19ed80b98f5b6c677a486b9a678808522525	Рабочая программа дисциплины "Интернет-маркетинг" по направлению подготовки (специальности) 38.04.05 "Бизнес-информатика" направленности (профилю) Информационная бизнес-аналитика ФГБОУ ВО «ЧелГУ»	стр. 1

Рабочая программа дисциплины (модуля)*

Интернет-маркетинг

Направление подготовки (специальность)

38.04.05 Бизнес-информатика

Направленность (профиль)

Информационная бизнес-аналитика

Присваиваемая квалификация (степень)

магистр

Форма обучения

очная

Год(ы) набора

*Рабочая программа дисциплины (модуля) адаптирована для инклюзивного обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Челябинск 2024 г.

**38.04.05 Бизнес-информатика, Информационная бизнес-аналитика, магистр,
Интернет-маркетинг, 2025, очная**

Проректор по учебной работе утверждено 24.02.2025 А.А. Саламатов

Ученым советом института информационных технологий

Протокол заседания № 6 от 20.02.2025

Председатель Ученого совета
института информационных
технологий

согласовано

Ю. В. Петриченко

**Заседанием кафедры информационных технологий и экономической
информатики**

Протокол заседания № 6 от 20.02.2025

И. о. заведующего кафедрой

согласовано

С.А. Скрипов

Автор (составитель)

Ю.В. Петриченко

**Структура рабочей программы соответствует приказу ректора ФГБОУ ВО
«ЧелГУ» от «13» апреля 2021 г. № 247-1**



Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре ОПОП
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)
4. Объем дисциплины (модуля)
5. Структура и содержание дисциплины (модуля)
6. Фонд оценочных средств
 - 6.1. Перечень видов оценочных средств
 - 6.2. Типовые контрольные задания и иные материалы для текущей аттестации
 - 6.3. Типовые контрольные вопросы и задания для промежуточной аттестации
 - 6.4. Критерии оценивания
7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)
 - 7.1. Рекомендуемая литература
 - 7.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
 - 7.3. Перечень информационных технологий
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Специальные условия освоения дисциплины обучающимися с инвалидностью и ограниченными возможностями здоровья



1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью изучения дисциплины «Интернет-маркетинг» магистрами является формирование комплексного понимания принципов и методов интернет-маркетинга; развитие навыков разработки и реализации маркетинговых стратегий в интернете; изучение инструментов интернет-маркетинга и умение применять их на практике; освоение современных технологий продвижения товаров и услуг в сети;

анализ эффективности маркетинговых кампаний в интернете и оптимизация маркетинговых процессов.

Задачами изучения дисциплины «Интернет-маркетинг» являются следующие:

- изучить современные методы и инструменты интернет-маркетинга, а также принципы их применения;
- научиться разрабатывать и реализовывать эффективные маркетинговые стратегии в интернете с учётом специфики целевой аудитории;
- освоить навыки анализа данных и оценки эффективности маркетинговых кампаний в сети;
- развить умение адаптировать маркетинговые подходы под изменяющиеся условия рынка и потребности клиентов;
- сформировать комплексное понимание интеграции интернет-маркетинга в общую стратегию развития бизнеса.

Результаты обучения по дисциплине направлены на достижение индикаторов:

- ОПК-4.1 Обладает знаниями основ теории и практики ведения переговоров
- ОПК-4.2 Использует правила деловых коммуникаций при взаимодействии с клиентами и партнерами в процессе решения задач профессиональной деятельности
- ОПК-4.3 Использует возможность управления взаимодействием с клиентами и партнерами в процессе решения задач профессиональной деятельности
- ПК-2.1. Обладает знаниями методов и алгоритмов машинного обучения, средств и технологий сбора, обработки и представления данных
- ПК-2.2. Демонстрирует умения выбора методов машинного обучения и технологий анализа данных исходя из требований к решению прикладных задач
- ПК-2.3. Имеет практический опыт разработки новых алгоритмических решений в прикладных задачах анализа данных

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Цикл (раздел) ОПОП: Б1.О.04

2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Для изучения дисциплины обучающийся должен владеть знаниями из дисциплин бакалавриата, связанными с информационными технологиями

Машинное обучение и анализ данных

2.2 Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Знания, полученные в данной дисциплине, могут быть использованы для написания магистерской диссертации.

Методы и модели поддержки принятия решений

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-2: Способность собирать, обрабатывать и интерпретировать данные, используя методы машинного обучения и технологии бизнес-аналитики

Знать:

знание основных методов анализа маркетинговых данных и выявления тенденций на рынке;

Уметь:



умение анализировать экономические и информационные процессы в организациях;

Владеть:

навыком формирования требований к цифровым продуктам и информационным системам с учётом потребностей пользователей

ОПК-4: Способен управлять взаимодействием с клиентами и партнерами в процессе решения задач профессиональной деятельности;

Знать:

базовые принципы установления и поддержания эффективных коммуникаций с клиентами и партнёрами;

Уметь:

умение применять современные технологии и инструменты для организации взаимодействия с клиентами и партнёрами

Владеть:

навыком анализировать потребности и ожидания клиентов и партнёров;

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1 Знать:	
3.1.1	основные понятия и принципы интернет-маркетинга;
3.1.2	методы анализа целевой аудитории и её информационных потребностей;
3.1.3	инструменты продвижения товаров и услуг в интернете;
3.1.4	способы оценки эффективности маркетинговых кампаний.
3.2 Уметь:	
3.2.1	анализировать экономические и информационные процессы организаций;
3.2.2	выявлять информационные потребности пользователей;
3.2.3	формировать требования к цифровым продуктам, информационным системам и сервисам;
3.2.4	применять методы анализа данных для определения наиболее востребованных функций продуктов и сервисов;
3.2.5	разрабатывать рекомендации по улучшению существующих и созданию новых цифровых решений.
3.3 Владеть:	
3.3.1	навыками структурирования информации и представления её в виде аналитических обзоров;
3.3.2	методами анализа эффективности маркетинговых кампаний в интернете;
3.3.3	способностью адаптировать маркетинговые подходы под изменяющиеся условия рынка и потребности клиентов;
3.3.4	умением интегрировать интернет-маркетинг в общую стратегию развития бизнеса.

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость	4 ЗЕТ
Часов по учебному плану : 144 в том числе : аудиторные занятия : 16 самостоятельная работа : 126,3 : контактная работа: 17,7 ИКР: 1,7	Виды контроля в семестрах: зачеты 3

5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Литература
	Раздел 1. Теоретические основы маркетинга			



1.1	Теоретические основы маркетинга. Цели, функции и задачи маркетинга в условиях российского рынка. Процесс управления маркетингом. Привлекательность рынка и конкурентоспособность продукта. Изделие и товар. Маркетинговый комплекс товара. Техническое качество товара. Комплекс ограничивающих и обеспечивающих элементов товара. Каналы распределения товаров. Каналы продвижения товаров. /Пр/	3	2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Э1 Э2
1.2	Теоретические основы маркетинга. Изучить следующие термины и понятия: Цели маркетинговой деятельности, маркетинговая среда фирмы: основные факторы микросреды, основные факторы макросреды. Три уровня (аспекта) товара, товарный маркетинг, роль и значение марки и упаковки в процессе разработки дифференцированного товара, стадии ЖЦТ, процесс разработка продуктового портфеля. Изучить рекомендованную литературу по теме. Быть готовыми к собеседованию и письменной работе. /Ср/	3	32	Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Э1 Э2
1.3	Теоретические основы маркетинга. Цели, функции и задачи маркетинга в условиях российского рынка. Процесс управления маркетингом. Привлекательность рынка и конкурентоспособность продукта. Изделие и товар. Маркетинговый комплекс товара. Техническое качество товара. Комплекс ограничивающих и обеспечивающих элементов товара. Каналы распределения товаров. Каналы продвижения товаров. /Лек/	3	2	Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Э1 Э2
Раздел 2. Интернет-маркетинг в общем маркетинге компании				
2.1	Интернет-маркетинг в общем маркетинге компании. Разработка маркетинговой стратегии компании в рамках разработки бизнес-плана, разработка рекламы, которая может быть использована для рекламы разрабатываемого проекта Интернет-предприятия. Закрепление знаний, полученных на лекции, через дискуссию, письменные работы, доклады, ситуационные задания. /Пр/	3	2	Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Э1 Э2
2.2	Интернет-маркетинг в общем маркетинге компании. Изучить самостоятельно термины и понять суть явлений: Разработка маркетинговой стратегии компании в рамках разработки бизнес- плана, разработка рекламы, которая может быть использована для рекламы разрабатываемого проекта Интернет-предприятия. Изучить рекомендованные источники. Быть готовым к дискуссии по проблемным вопросам. Быть готовым к собеседованию и письменной работе по разделу. /Ср/	3	38	Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Э1 Э2
2.3	Интернет-маркетинг в общем маркетинге компании. Разработка маркетинговой стратегии компании в рамках разработки бизнес-плана, разработка рекламы, которая может быть использована для рекламы разрабатываемого проекта Интернет-предприятия. /Лек/	3	2	Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Э1 Э2
Раздел 3. Методы медиа-планирования в Интернет.				
3.1	Методы медиа-планирования в Интернет. Инструменты для медиапланирования, сводные таблицы, данные исследований Таргетинг рекламы, виды таргетинга. Термины и определения. Методики измерения в Интернет. Инструменты измерения в Интернет. Схема анализа эффективности рекламы в Интернет. Анализ эффективности других маркетинговых действий в Интернет. Исследование эффективности интегрированных маркетинговых коммуникаций. Закрепление знаний, полученных на лекции, через собеседование, дискуссию, ситуационные задания. /Пр/	3	4	Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Э1 Э2



3.2	Методы медиа-планирования в Интернет. Инструменты для медиапланирования, сводные таблицы, данные исследований Таргетинг рекламы, виды таргетинга. Термины и определения. Методики измерения в Интернет. Инструменты измерения в Интернет. Схема анализа эффективности рекламы в Интернет. Анализ эффективности других маркетинговых действий в Интернет. Исследование эффективности интегрированных маркетинговых коммуникаций. Изучить рекомендованные источники. Быть готовыми приводить собственные актуальные примеры по теме. Подготовиться к письменному опросу на семинаре. /Ср/	3	56,3	Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Э1 Э2
3.3	Методы медиа-планирования в Интернет. Инструменты для медиапланирования, сводные таблицы, данные исследований Таргетинг рекламы, виды таргетинга. Термины и определения. Методики измерения в Интернет. Инструменты измерения в Интернет. Схема анализа эффективности рекламы в Интернет. Анализ эффективности других маркетинговых действий в Интернет. Исследование эффективности интегрированных маркетинговых коммуникаций. /Лек/	3	4	Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Э1 Э2
Раздел 4. Иная контактная работа				
4.1	Индивидуальные консультации, текущий контроль /ИКР/	3	1,7	Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Э1 Э2

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

6.1. Перечень видов оценочных средств

Собеседование, Письменная работа, Дискуссия, Ситуационная задача

6.2. Типовые контрольные задания и иные материалы для текущей аттестации

1. Примерные вопросы для собеседования

- Влияние матрицы БКГ на принятие решения о выводе новой продукции на рынок
- Преимущества и недостатки различных видов сбора первичной информации на рынке электронной торговли.
- Модели предпринимательской деятельности в Интернете

2. Примерные темы для дискуссии

- типы вопросов, используемых для сбора первичной информации
- особенности сбора первичной информации методом «Тайный гость» в ИТ сфере
- особенности формирования маркетинговой структуры электронного предприятия

3. Примерные вопросы для письменной работы

- типы информации в маркетинговых исследованиях
- анализ методов сбора первичной информации
- анализ особенностей вторичных источников информации в электронном бизнесе

4. Пример ситуационной задачи

Обсуждение соответствия продукта и типа рыночного сегмента потребителей; взаимосвязь рыночного сегмента и рекламы ИТ продукта.

6.3. Типовые контрольные вопросы и задания для промежуточной аттестации

Примерные вопросы для подготовки к зачету:

1. Понятие «маркетинг»
2. Этапы маркетингового исследования
3. Виды маркетинговых стратегий
4. Ситуационный анализ в ИТ сфере
5. Цели и задачи рекламной деятельности. Функции рекламы в ИТ сфере.
6. Реклама и жизненный цикл товара. Особенности рекламы в ИТ сфере.
7. Формирование рекламного сообщения. Процесс создания рекламного обращения.
8. Определение эффективности рекламы.



9. Рекламная кампания.
10. Имидж и фирменный стиль туристских предприятий.
11. Реклама и «паблик рилейшнз».
12. Рекламный слоган. Правила и приемы его создания.
13. Разработка рекламного бюджета.
14. Виды маркетинговой информации в электронном бизнесе
15. Правовое обеспечение рекламной деятельности: основные нормативные положения, регулирующие содержание и размещение рекламы.
16. Источники первичной и вторичной информации в электронном бизнесе
17. Система анализа маркетинговой информации
18. Методы анализа маркетинговой информации
19. Система маркетингового контроля
20. Организация маркетинга на предприятии ИТ сферы

6.4. Критерии оценивания

При собеседовании выделяются критерии, по которым оцениваются знания учащихся.

Отметка «отлично» ставится в том случае, если по четырём из пяти критериев ответ оценивается «отлично» и по одному – на «хорошо».

Отметка «хорошо» – если по четырём критериям – не ниже «хорошо» и по одному «удовлетворительно».

Отметка «удовлетворительно» – если по четырём критериям не ниже «удовлетворительно» и по одному – «неудовлетворительно».

Отметка «неудовлетворительно» – если по двум и более критериям «неудовлетворительно».

Критерии:

Владение понятийным аппаратом

Владение фактическим материалом по теме

Знание принципов принятия и реализации экономических решений в конкретных ситуациях.

Умение выявлять и анализировать проблемы экономического характера в конкретных ситуациях.

Логичность изложения материала.

Ситуационная задача

неудовлетворительно – обучающийся не может сформулировать проблему, представленную в задании, не знает способов ее решения, в силу недостаточной теоретической подготовки

удовлетворительно – обучающийся формулирует проблему, содержащую в задании, определяет пути ее решения, однако сформированы изолированные знания и умения, отсутствуют умения устанавливать внутри- и межпредметные связи в содержании, нет опыта решения подобных заданий, в результате предложенные варианты решения неверны;

хорошо – студент четко определяет проблему, пути ее решения, у него частично сформированы предметные и межпредметные знания и умения, частично демонстрируются умения применять знания в разных ситуациях, однако отсутствуют умения аргументировать сделанный выбор, продемонстрированы предлагаемые способы решения проблемы; отлично – задание выполнено полностью, студент демонстрирует сформированность как знаниевой, так и деятельностной составляющих компетенций, сформированы предметные и межпредметные знания и умения, демонстрируются умения применять знания в разных ситуациях.

Дискуссия

- оценка «отлично» выставляется студенту, если он полно усвоил учебный материал; проявляет навыки анализа, обобщения, критического осмысления, публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, критического восприятия информации; материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности, точно используется терминология; показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации; высказывать свою точку зрения; продемонстрировано усвоение ранее изученных сопутствующих вопросов, сформированность и устойчивость компетенций, умений и навыков. Могут быть допущены одна – две неточности при освещении второстепенных вопросов;

- оценка «хорошо» ставится, если: в усвоении учебного материала допущены небольшие пробелы, не искажившие содержание ответа; допущены один – два недочета в формировании навыков публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, критического восприятия информации;

- оценка «удовлетворительно» ставится, если: неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но



показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала; имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, исправленные после нескольких наводящих вопросов; при неполном знании теоретического материала выявлена недостаточная сформированность компетенций, умений и навыков, студент не может применить знание теории в процессе дискуссии; - оценка «неудовлетворительно» ставится, если: не раскрыто основное содержание учебного материала; обнаружено незнание или непонимание большей или наиболее важной части учебного материала; допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии, которые не исправлены после нескольких наводящих вопросов; не сформированы компетенции, умения и навыки публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, критического восприятия информации.

Требования (критериальные показатели) к уровням освоения программы дисциплины

Зачтено – студент глубоко и полно владеет содержанием учебного материала; умеет связывать теорию с практикой, решает задачи, теоретические выводы подтверждает примерами, фактами, данными научных исследований; осуществляет межпредметные связи, предложения. Делает выводы логично, четко. Ясно и кратко излагает ответы на поставленные вопросы; умеет обосновывать свои суждения и профессионально-личностную позицию по излагаемому вопросу. Ответ носит самостоятельный характер, но содержание ответа имеет отдельные неточности (несущественные ошибки) в изложении теоретического и практического материала, отличается меньшей обстоятельностью, глубиной, обоснованностью и полнотой; допущенные ошибки исправляются студентом после дополнительных вопросов экзаменатора.

Допустимо, что студент обнаруживает знание и понимание основных положений учебного материала, но излагает его неполно, непоследовательно, допускает неточности и существенные ошибки в определении понятий, формулировке положений, не привлекает для аргументации ответа основные положения исследовательских, концептуальных и нормативных документов, не умеет обосновать свои суждения; наблюдается нарушение логики изложения. Ответ отличается низким уровнем самостоятельности, не содержит собственной профессионально-личностной позиции.

Не зачтено – студент имеет разрозненные, бессистемные знания: не умеет выделять главное и второстепенное; допускает ошибки в определении понятий, формулировке теоретических положений, искажает их смысл; не ориентируется в нормативно-концептуальных, программно-методических, исследовательских материалах, беспорядочно и неуверенно излагает материал; не умеет соединять теоретические положения с практикой; не умеет применять знания для обоснования и объяснения фактов, не устанавливает межпредметные связи.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1. Рекомендуемая литература

7.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Ресурс
Л1.1	Сухарев О.С., Курманов Н. В., Мельковская К. Р.	Функциональный и интернет-маркетинг: монография (https://znanium.com/catalog/document?id=436663)	Москва : ООО "КУРС", 2024	ЭБС
Л1.2	Твердохлебова М.Д.	Интернет-маркетинг: учебник (https://book.ru/book/955537)	Москва : КноРус, 2025	ЭБС
Л1.3	Жильцова О. Н., Артемьева О. А., Жильцов Д. А., Карпова С. В., Поляков В. А., Рожков И. В.	Интернет-маркетинг: учебник для вузов (https://urait.ru/bcode/560243)	Москва : Юрайт, 2025	ЭБС
Л1.4	Жильцова О. Н., Артемьева О. А., Жильцов Д. А., Карпова С. В., Поляков В. А., Рожков И. В.	Технология интернет-маркетинга: учебник для спо (https://urait.ru/bcode/568394)	Москва : Юрайт, 2025	ЭБС

7.1.2. Дополнительная литература



	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Ресурс
Л2.1	Сидорова Е. М.	Повышение эффективности интернет-маркетинговой кампании организации: студенческая научная работа (https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=618062)	Севастополь : б.и., 2021	ЭБС
Л2.2	Кульпин С. В., Попов Е. В.	Структура и содержание интернет-маркетинга: учебное пособие (https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=699056)	Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2020	ЭБС

7.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Юрайт [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / издательство Юрайт. – URL: https://biblio-online.ru
Э2	Znanium.com [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / Науч. электрон. б-ка – URL: http://znanium.com/

7.3 Перечень информационных технологий

7.3.1 Программное обеспечение

LMS Moodle

7.3.2 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

1. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (<https://elibrary.ru/defaultx.asp?>) eLIBRARY.RU : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2000 – . – URL: <https://elibrary.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.
2. Национальная электронная библиотека (НЭБ) (<https://rusneb.ru/>) Национальная электронная библиотека (НЭБ) : объединенный электронный каталог фондов российских библиотек : сайт. – URL: <http://нэб.рф>. – Режим доступа: из читальных залов библиотеки ЧелГУ. – Текст : электронный.
3. Президентская библиотека (<https://www.prlib.ru/>) Президентская библиотека : электронная национальная библиотека : сайт / ФГБУ Президентская библиотека имени Б. Н. Ельцина. – СанктПетербург, 2009 – . – URL: <https://www.prlib.ru/>. – Текст : электронный.

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Для реализации дисциплины используются 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.

Учебные аудитории укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения: доска, парты, мультимедийное и аудиооборудование.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: цифровые образовательные ресурсы, а также используется переносное и / или стационарное мультимедийное оборудование (экран, ноутбук, проектор, колонки).

Для семинарских занятий используются аудитории оснащенные обычной доской, партами, переносным мультимедийным и аудиооборудованием (в случае необходимости).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с подключением к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Успешное изучение курса требует от обучающихся посещения лекций, активной работы на семинарах, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с базовыми учебниками, основной и дополнительной литературой. Запись лекции – одна из форм активной работы студентов, требующая навыков и умения кратко, схематично, последовательно и логично фиксировать основные положения, выводы, обобщения, формулировки. Последующая работа над текстом лекции воскрешает в памяти ее содержание, позволяет развивать экономическое мышление. В конце лекции преподаватель оставляет время (5 минут) для того, чтобы студенты имели возможность задать уточняющие вопросы по изучаемому материалу. Важным методом обучения является самостоятельная работа студентов с учебно-методическими материалами, научной литературой. При изучении дисциплины необходимо изучить вопросы, которые преподаватель вынес на



самостоятельное изучение, быть готовым к обсуждению этих вопросов.

К промежуточной аттестации необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. После этого у обучающегося должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на лекциях и семинарских занятиях позволит успешно освоить дисциплину.

В случае применения при обучении дисциплины электронного обучения, дистанционных образовательных технологий общение обучающихся и преподавателя осуществляется в режиме реального времени (онлайн-лекции (вебинары), чаты, видео-конференции и др.) или отложенного времени (система дистанционного обучения Moodle, форумы, электронная почта и др.).

Большую часть времени обучающиеся самостоятельно работают с учебно-методическими материалами. Студенты имеют возможность консультироваться с преподавателем по всем вопросам, возникающим в ходе самостоятельной работы посредством электронной почты, социальных сетей и т.п.

Доступ обучающегося к учебным ресурсам в режиме отложенного времени, самостоятельной работы осуществляется через сеть Интернет в удобном для него месте, времени и темпе.

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья электронное обучение, дистанционные образовательные технологии предусматривают возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

Реализация дисциплины с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий (далее – ЭО, ДОТ) осуществляется на основании «Положения о реализации основных и дополнительных образовательных программ с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Челябинский государственный университет», «Положения о порядке зачета обучающимися по основным профессиональным образовательным программам высшего образования в ФГБОУ ВО «ЧелГУ» результатов освоения в организациях, осуществляющих образовательную деятельность, учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практик, дополнительных образовательных программ» посредством электронной информационно-образовательной среды ФГБОУ ВО «ЧелГУ». В исключительных случаях (форс-мажор и т.п.) при реализации образовательной деятельности с применением ЭО, ДОТ могут применять компоненты, не входящие в перечень электронной информационно-образовательной среды.

10. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМИСЯ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ И ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием специальных технических средств и информационных технологий, предоставляемых Ресурсным учебно-методическим центром по обучению инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья ЧелГУ по запросу обучающегося (мобильные специальные технические средства для лиц с нарушениями зрения и с нарушением слуха, ассистивные информационные технологии).

При необходимости для обучающихся с нарушениями зрения на рабочих местах для проведения практических или лабораторных занятий устанавливается специальное программное обеспечение (программа речевой навигации, речевые синтезаторы, экранные лупы).

В учебные аудитории обеспечивается беспрепятственный доступ для обучающихся с инвалидностью и с ограниченными возможностями здоровья. В каждой аудитории, где обучаются инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья, предусматривается соответствующее количество мест для обучающихся с учетом нарушений их здоровья.

Для освоения дисциплины инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется доступ к печатным источникам, имеющимся в научной библиотеке ЧелГУ, с помощью специальных технических средств; доступ с помощью специальных технических и программных средств к электронным источникам, представленным в форме электронного документа в фонде научной библиотеки ЧелГУ или электронно-библиотечных системах.

Учебно-методические материалы для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и особенностям восприятия информации.

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья освоение дисциплины может быть частично или полностью осуществлено с использованием дистанционных образовательных технологий.

При проведении промежуточной аттестации по дисциплине обучающимся с инвалидностью и с ограниченными возможностями здоровья обеспечивается по их заявлению предоставление в доступной форме в зависимости от их индивидуальных особенностей инструкции о порядке проведения промежуточной аттестации, оценочных средств и возможности ответов на задания (письменно на бумаге, набор ответов на компьютере, письменно шрифтом Брайля, с использованием услуг ассистента, устно).

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование предоставленных ЧелГУ или собственных технических средств,



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Рабочая программа дисциплины "Интернет-маркетинг" по направлению подготовки (специальности) 38.04.05
"Бизнес-информатика" направленности (профилю) Информационная бизнес-аналитика ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

стр. 11

необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями. При необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на задания, процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.