

Документ подписан простой электронной подписью Информация о владельце: ФИО: Таскаев Сергей Валерьевич Должность: Ректор Дата подписания: 06.04.2026 12:08:45 Уникальный идентификатор программы дисциплины "Интернет-маркетинг" по направлению подготовки (специальности) "38.04.05 Бизнес-информатика" направленности (профилю) Информационная бизнес-аналитика ФГБОУ ВО «ЧелГУ»	МИНОБНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)	
	"Интернет-маркетинг" по направлению подготовки (специальности) "38.04.05 Бизнес-информатика" направленности (профилю) Информационная бизнес-аналитика ФГБОУ ВО «ЧелГУ»	стр. 1

## Рабочая программа дисциплины Интернет-маркетинг

Направление подготовки (специальность)

38.04.05 Бизнес-информатика

Направленность (профиль)

Информационная бизнес-аналитика

Присваиваемая квалификация (степень)

магистр

Форма обучения

очная форма обучения

Год(ы) набора 2026

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

Челябинск 2026 г.

**38.04.05 Бизнес-информатика профиль Информационная бизнес-аналитика, дисциплина Интернет-маркетинг, 2026 год набора, очная форма обучения**

**Рабочая программа дисциплины (модуля) одобрена и рекомендована:**

Проректор по учебной работе                      утверждено 27.02.2026                      А.А. Саламатов

Ученым советом института информационных технологий

Протокол заседания № 7 от 26.02.2026

Председатель Ученого совета  
института информационных  
технологий

согласовано

Ю.В. Петриченко

**Заседанием кафедры информационных технологий и экономической информатики**

Протокол заседания №7 от 26.02.2026

Заведующий кафедрой

согласовано

С.А. Скрипов

Автор (составитель)

Ю.В. Петриченко

**Структура рабочей программы соответствует приказу ректора ФГБОУ ВО «ЧелГУ» от «13» апреля 2021 г. № 274-1**



## 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

Управление цифровым продуктом

#### 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

Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

### 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**

<b>3.1 Знать:</b>	
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.
<b>3.2 Уметь:</b>	
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.
<b>3.3 Владеть:</b>	
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	<b>4 ЗЕТ</b>
Часов по учебному плану : 144 в том числе : аудиторные занятия : 16 самостоятельная работа : 127,8 : контактная работа: 16,2 ИКР: 0,2	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	Л1.1Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3
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	Л1.1Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3
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	Л1.1Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3
<b>Раздел 2. Интернет-маркетинг в общем маркетинге компании</b>				
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	Л1.1Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3
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	Л1.1Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3
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	Л1.1Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3
<b>Раздел 3. Методы медиа-планирования в Интернет.</b>				
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	Л1.1Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3



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	57,8	Л1.1Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3
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	Л1.1Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3
<b>Раздел 4. Иная контактная работа</b>				
4.1	Индивидуальные консультации, текущий контроль /ИКР/	3	0,2	Л1.1Л2.1 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 – обучающий не может сформулировать проблему, представленную в задании, не знает способов ее решения, в силу недостаточной теоретической подготовки

удовлетворительно – обучающий 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, продемонстрировать 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 исказившие 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 ( <a href="https://znanium.com/catalog/document?id=436663">https://znanium.com/catalog/document?id=436663</a> )	Москва : ООО "КУРС", 2024	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 ( <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=618062">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=618062</a> )	Севастополь : б.и., 2021	ЭБС
Л2.2	Кульпин С. В., Попов Е. В.	Структура и содержание интернет-маркетинга: учебное пособие ( <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=699056">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=699056</a> )	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: <a href="https://biblio-online.ru">https://biblio-online.ru</a>
----	--



Э2 Znanium.com [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / Науч. электрон. б-ка – URL: <http://znanium.com/>

Э3 Справка по Яндекс метрике <https://metrika.yandex.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, 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.