

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет - ЭКОНОМИЧЕСКИЙ

УТВЕРЖДАЮ:
Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор


подпись

Т.А. Хагуров

«28» мая 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.15 HR маркетинг

(код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность 38.04.02. Менеджмент
(код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность (профиль) / специализация «Управление маркетингом в цифровой экономике»
(наименование направленности (профиля) / специализации)

Форма обучения очная
(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация магистр

Краснодар 2021

1 . Цели и задачи изучения дисциплины (модуля)

Рабочая программа дисциплины «HR-маркетинг» составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент

Программу составил: Воронина Людмила Анфимовна, д.э.н., профессор кафедры мировой экономики и менеджмента _____

Рабочая программа дисциплины «HR-маркетинг» утверждена на заседании кафедры мировой экономики и менеджмента, протокол № 7 «16» апреля 2021 г.

Заведующий кафедрой мировой экономики и менеджмента д.э.н., профессор Шевченко И.В.

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии экономического факультета, протокол № 8 «14» мая 2021 г. Председатель УМК факультета д.э.н., профессор Дробышевская Л.Н.

Рецензенты: Зенченко О.В. генеральный директор консалтинговой фирмы, ООО «Династия ПР»

Костецкий А .Н., к.э.н., доцент, зав. кафедрой маркетинга и торгового дела ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»

1.1 Цель освоения дисциплины заключается в формировании у обучающихся системного представления о HR-маркетинге, ориентированном на развитие внешнего бренда компании, и организация рекрутмента внутри компании как эффективной сферы бизнеса для формирования процессов лояльности.

1.2 Задачи дисциплины

формирование знаний и основных теоретических положений, концепций, методологических подходов, определяющих структуру и логику HR -маркетинга, как системы, удовлетворяющей высокой узнаваемости бренда.

проведение в HR-маркетинге для определения целевой аудитории, построение маркетинговых связей с потенциальными кандидатами через новые каналы коммуникаций;

формирование умений для реализации функций и инструментов HR-маркетинга;

изучение методов сбора, анализа и интерпретации полученной в ходе исследования информации для HR-маркетологов;

развитие навыков применения основных инструментальных средств и технологий сбора, анализа и представления данных исследований формирование знаний методов проведения исследований в области потребности и развития персонала

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «HR маркетинг» относится к элективной части Блока обязательных дисциплин "Части, формируемой участниками образовательных отношений» учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 2 курсе по очной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет. Предшествующие дисциплины для изучения данной дисциплины: «Бизнес-модели и стратегическое управление», «Информационно-аналитические системы в менеджменте», «Теория и практика межкультурных коммуникаций», «Теория и методология современного маркетинга», «Организация предпринимательской деятельности и бизнес-планирование», «управление персоналом». Знания, полученные в процессе освоения дисциплины, послужат базой для изучения дисциплин «Управление изменениями в VUCA-мире», «Научно-исследовательский семинар», «Научно-исследовательская работа».

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ИУК-3.1 Понимает и знает особенности формирования и руководства командой	<i>Знает методы разработки</i> продвижения проекта команды в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
	<i>Умеет</i> анализировать результаты принятия управленческих решений
	<i>Владеет</i> навыками Формирования команды

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ИУК-3.2 Организует работу команды и обеспечивает разработку командной стратегии для выполнения поставленных задач	Знает методы и особенности разработки командной стратегии
	Умеет вычислять экономический эффект от реализации командной стратегии
	Владеет навыками оценки эффективности командной стратегии
ИПК-4.1 Разрабатывает систему мотивации специалистов по интернет- маркетингу	Знает основные методики мотивации персонала по интернет- маркетингу
	Умеет выявлять индивидуальные потребности персонала в мотивации
	Владеет способностями для анализа конъюнктуры рынка рабочей силы
ИПК-4.2 Демонстрирует способность формировать требования к составу и квалификации специалистов по интернет- маркетингу	Знает требования к разработке организационно-правовой документации для специалистов по интернет-маркетингу
	Умеет Проводить аттестацию специалистов маркетингового профиля
	Владеет навыками корректировки стратегии продвижения проектов на рынке трудовых ресурсов
ИПК-4.3 Демонстрирует способность использовать методы и инструменты управления специалистами по интернет-маркетингу и контроля их работы	Знает методы формирования у сотрудников четкого представления о роли их работы в деятельности организации
	Умеет управлять маркетинговым персоналом
	Владеет навыками контроля работы маркетингового персонала в цифровой среде

Результаты обучения по дисциплине достигаются в рамках осуществления всех видов контактной и самостоятельной работы обучающихся в соответствии с утвержденным учебным планом.

Индикаторы достижения компетенций считаются сформированными при достижении соответствующих им результатов обучения.

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице

Виды работ		Всего часов	Форма обучения			
			очная		заочная	
			1 семестр (часы)	2 семестр (часы)	1 семестр (часы)	2 семестр (часы)
Контактная работа, в том числе:				24, 2	18	10,3
Аудиторные занятия (всего):				24		
занятия лекционного типа				6		
лабораторные занятия						
практические занятия						
семинарские занятия				18		
Иная контактная работа:				0, 2		
КРП						
Контроль самостоятельной работы (КСР)						
Промежуточная аттестация (ИКР)				0,2		
Самостоятельная работа, в том числе:				83,8		
Курсовая работа/проект (КР/КП) (подготовка)						
Расчётно-графическая работа (РГР) (подготовка)						
Реферат/эссе (подготовка)				23		
Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к практическим занятиям и т.д.)				60, 8		
Подготовка к текущему контролю						
Контроль:						
Подготовка к зачету						
Общая трудоемкость	час.			108		
	в том числе контактная работа			24,2		
	зач. ед			2		

2.2 Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые во 2 семестре (**очная форма обучения**)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Особенности HR маркетинга	14	2	2		10
2.	Модели HRмаркетинга.	14	2	2		10
3.	Ключевые факторы успеха в развитии персонала	14	2	2		10
4.	Затраты, потребительская ценность и конкурентные преимущества	24		4		20

5.	Маркетинг- микс в HR маркетинге	24		4		20
6.	Эффективная маркетинговая компания в развитии HR маркетинга.	17, 8		4		13,8
	ИТОГО по разделам дисциплины	107,8	6	18		83,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)					
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Подготовка к текущему контролю					
	Общая трудоемкость по дисциплине	108				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

2.3 Содержание разделов (тем) дисциплины

2.3.1 Занятия лекционного типа

№	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)	Форма текущего контроля
1.	Особенности HR маркетинга	Экономическая природа и сущность HR маркетинга Предпринимательская среда. Цели п. Принципы, методы и технологии HR маркетинга.	блиц-опрос
2.	Модели HRмаркетинга	Методы оценки эффективности моделей HRмаркетинга Этика и культура п HRмаркетинга Экономическая безопасность и кибербезопасность в условиях цифровой экономики..	блиц-опрос
3.	Ключевые факторы успеха в развитии персонала	Алгоритм разработки бизнес-плана развития персонала. Обоснование потребности в персонале. Формулировка цели бизнеса и разработка стратегии продвижения рекрутинга в Интернет. Новые виды планирования и организации HR маркетинга	блиц-опрос

2.3.2 Занятия семинарского типа (практические / семинарские занятия/ лабораторные работы)

№	Наименование раздела (темы)	Тематика занятий/работ	Форма текущего контроля
1.	Особенности HR маркетинга	Экономическая природа и сущность HR маркетинга Предпринимательская среда. Цели п. Принципы, методы и технологии HR маркетинга.	Р, Э, РГР кейсы
2.	Модели HRмаркетинга	Методы оценки эффективности моделей HRмаркетинга Этика и культура п HRмаркетинга Экономическая безопасность и кибербезопасность в условиях цифровой экономики..	Р, Э, РГР кейсы
3.	Ключевые факторы успеха в развитии персонала	Алгоритм разработки бизнес-плана развития персонала. Обоснование потребности в персонале. Формулировка цели бизнеса и разработка стратегии продвижения рекрутинга в Интернет. Новые виды планирования и организации HR маркетинга	Р, Э, РГР кейсы
4.	Затраты, потребительская ценность и конкурентные преимущества	Описание технологии оценки затрат Потребность в интернет персонале, оплата и мотивация труда персонала, организационная структура и план подготовки маркетингового персонала	Р, Э, РГР кейсы
5.	Маркетинг- микс в HR маркетинге	Риски и триггеры, их оценка. Маркетинговые инструменты и их интеграция	Р, Э, РГР кейсы
6.	Эффективная маркетинговая	Алгоритм проведения маркетинговой компании для развития направления HR. Роль маркетологов в	Р, Э, РГР кейсы

компания в развитии HR маркетинга.	развитии внутреннего рекрутмента	
------------------------------------	----------------------------------	--

При изучении дисциплины могут применяться электронное обучение, дистанционные образовательные технологии в соответствии с ФГОС ВО.

2.3.3 Курсовая работа – не предусмотрена

2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	Занятия лекционного и семинарского типа	Методические указания для подготовки к занятиям лекционного и семинарского типа. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
2	Подготовка эссе, рефератов, курсовых работ.	Методические указания для подготовки эссе, рефератов, курсовых работ. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
3	Выполнение самостоятельной работы обучающихся	Методические указания по выполнению самостоятельной работы обучающихся. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
4	Выполнение расчетно-графических заданий	Методические указания по выполнению расчетно-графических заданий. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
10	Интерактивные методы обучения	Методические указания по интерактивным методам обучения. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме на языке Брайля.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии, применяемые при освоении дисциплины (модуля)

В ходе изучения дисциплины предусмотрено использование следующих образовательных технологий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студентов.

Компетентностный подход в рамках преподавания дисциплины реализуется в использовании интерактивных технологий и активных методов (проектных методик, мозгового штурма, разбора конкретных ситуаций) в сочетании с внеаудиторной работой.

Информационные технологии, применяемые при изучении дисциплины: использование информационных ресурсов, доступных в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

Адаптивные образовательные технологии, применяемые при изучении дисциплины – для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины «HR маркетинг»

Оценочные средства включают контрольные материалы для проведения **текущего контроля** в форме доклада-презентации по проблемным вопросам, разноуровневых заданий, ситуационных задач и **промежуточной аттестации** в форме вопросов и заданий к зачету.

Структура оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

№ п/п	Код и наименование индикатора (в соответствии с п. 1.4)	Результаты обучения (в соответствии с п. 1.4)	Наименование оценочного средства	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
1	ИУК-3.1 Понимает и знает особенности формирования и руководства командой	<i>Знает методы разработки</i> продвижения проекта команды в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Реферат, эссе, решение задач, кейсов	Вопросы на зачете 1-5
		<i>Умеет анализировать</i> результаты принятия управленческих решений	Реферат, эссе, решение задач, кейсов	Вопросы на зачете 6-7
		<i>Владеет</i> навыками Формирования команды	Реферат, эссе, решение задач, кейсов	Вопросы на зачете 8-9
2	ИУК-3.2 Организует работу команды и обеспечивает разработку командной стратегии для выполнения поставленных задач	<i>Знает</i> методы и особенности разработки командной стратегии	Реферат, эссе, решение задач, кейсов	Вопросы на зачете 11-12
		<i>Умеет</i> вычислять экономический эффект от реализации командной стратегии	Реферат, эссе, решение задач, кейсов	Вопросы на зачете 10-14
		<i>Владеет</i> навыками оценки эффективности	Реферат, эссе, решение задач, кейсов	Вопросы на зачете 10-14

		командной стратегии		
3	ИПК-4.1 Разрабатывает систему мотивации специалистов по интернет-маркетингу	<i>Знает</i> основные методики мотивации персонала по интернет-маркетингу	Реферат, эссе, решение задач, кейсов	Вопросы на зачете 7, 3-11, 18
		<i>Умеет выявлять</i> индивидуальные потребности персонала в мотивации	Реферат, эссе, решение задач, кейсов	Вопросы на зачете 5
		<i>Владеет</i> способностями для анализа конъюнктуры рынка рабочей силы	Реферат, эссе, решение задач, кейсов	Вопросы на зачете 4-6
4	ИПК-4.2 Демонстрирует способность формировать требования к составу и квалификации специалистов по интернет-маркетингу	<i>Знает требования к</i> разработке организационно-правовой документации для специалистов по интернет-маркетингу	Реферат, эссе, решение задач, кейсов	Вопросы на экзамене 14-15
		<i>Умеет</i> Проводить аттестацию специалистов маркетингового профиля	Реферат, эссе, решение задач, кейсов	Вопросы на зачете 6-7
		<i>Владеет навыками</i> корректировки стратегии продвижения проектов на рынке трудовых ресурсов	Реферат, эссе, решение задач, кейсов	Вопросы на зачете 5-7
5	ИПК-4.3 Демонстрирует способность использовать методы и инструменты управления специалистами по интернет-маркетингу и контроля их работы	<i>Знает</i> методы формирования у сотрудников четкого представления о роли их работы в деятельности организации	Реферат, эссе, решение задач, кейсов	Вопросы на зачете 4
		<i>Умеет</i> управлять маркетинговым персоналом	Реферат, эссе, решение задач, кейсов	Вопросы на зачете 19

		Владеет навыками контроля работы маркетингового персонала в цифровой среде	Реферат, эссе, решение	Вопросы на зачете 15-16
--	--	---	------------------------	-------------------------

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерный перечень вопросов и заданий

Тематика рефератов

1. Экономическая природа и сущность HR маркетинга
2. Цели . Принципы, методы и технологии HR маркетинга.
3. Методы оценки эффективности моделей HRмаркетинга
4. Этика и культура п HRмаркетинга
5. Экономическая безопасность и кибербезопасность в условиях цифровой экономики
6. Алгоритм разработки бизнес-плана развития персонала
7. Обоснование потребности в персонале.
8. Формулировка цели бизнеса и разработка стратегии продвижения рекрутинга в Интернет.
9. Новые виды планирования и организации HR маркетинга

Зачетно-экзаменационные материалы для промежуточной аттестации (зачет)

1. Ключевые инструменты HR маркетинга
2. Реферальные программы, социальные сети , спонсорство, работа над имиджем компании.
3. HR-брендинг,
4. 4P HR-маркетинга: people (люди), pay (оплата), position (позиционирование) и prospects (перспективы)
5. Технология клиентского подхода, задачи HR-отдела в клиентском подходе. Внутренний и внешний клиент
6. Метрики сравнения эффективности управления персоналом компании и конкурентов в отрасли и смежных отраслях.
7. Роль hr-менеджера в формировании позитивного образа компании: традиционный и нетрадиционный инструментарий;
8. Способы трансляции ценностей корпоративного бренда сотрудникам;
9. Практическое задание: Составление плана мероприятий для поддержания позитивного имиджа работодателя для компании-участника.
10. Внутренние коммуникации компании как инструмент HR-маркетинга
11. Проведение переговоров с аппликантами при найме Интернет-маркетологов
12. Современные теории мотивации персонала в цифровых компаниях
13. Практическое задание: Анализ внутренних коммуникаций в компании, предложения по внедрению изменений.
14. Подход к системе мотивации в рамках HR-маркетинга
15. Опыт российских и зарубежных компаний в построении и использовании системы HR-маркетинга
16. Технология работы с внутренним и внешним клиентом. Технология снятия и уточнения запроса у внутреннего клиента.

Критерии оценивания результатов обучения

Оценка	Критерии оценивания при проведении зачета
зачтено	оценку «зачтено» заслуживает студент, освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал без пробелов; выполнивший все задания, предусмотренные учебным планом на высоком качественном уровне; практические навыки профессионального применения освоенных знаний сформированы.
Не зачтено	оценку «не» заслуживает студент, не освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не выполнил, практические навыки не сформирован.

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

– при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;

– при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;

– при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

5. Перечень учебной литературы, информационных ресурсов и технологий

1.1. Учебная литература

1. А.Н.Асаул Организация предпринимательской деятельности/Москва, проспект, 2021 - ISBN 978-5-392-34095-8 Режим доступа: по подписке <http://xn--80aa7awl.xn--p1ai/works/uchebniki/>
2. Томас Гед 4D брендинг, Москва, МИФ, 2021--- ISBN 978-5-00169-204-Режим доступа: по подписке <https://www.mann-ivanov-ferber.ru/books/sse/4d-branding/>
- 4 Илья Батлер Как сделать вашу компанию мечтой всех кандидатов /Альпина Паблишер, 2021- ISBN 978-5-9614-3718-8 <https://alpinabook.ru/catalog/book-hr-marketing/> Т
5. Базы данных компании «Ист Вью» <http://dlib.eastview.com>

2. Электронная библиотека GREBENNIKON.RU <https://grebennikon.ru/>

5.2. Интернет-ресурсы, в том числе современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Электронно-библиотечные системы (ЭБС):

1. ЭБС «ЮРАЙТ» <https://urait.ru/>
2. ЭБС «УНИВЕРСИТЕТСКАЯ БИБЛИОТЕКА ОНЛАЙН»
www.biblioclub.ru
3. ЭБС «BOOK.ru» <https://www.book.ru>
4. ЭБС «ZNANIUM.COM» www.znanium.com
5. ЭБС «ЛАНЬ» <https://e.lanbook.com>

Профессиональные базы данных:

1. Web of Science (WoS) <http://webofscience.com/>
2. Scopus <http://www.scopus.com/>
3. ScienceDirect www.sciencedirect.com
4. Журналы издательства Wiley <https://onlinelibrary.wiley.com/>
5. Научная электронная библиотека (НЭБ) <http://www.elibrary.ru/>
6. Полнотекстовые архивы ведущих западных научных журналов на Российской платформе научных журналов НЭИКОН <http://archive.neicon.ru>
7. Национальная электронная библиотека (доступ к Электронной библиотеке диссертаций Российской государственной библиотеки (РГБ) <https://rusneb.ru/>
8. Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина <https://www.prilib.ru/>
9. Электронная коллекция Оксфордского Российского Фонда
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/kubanstate/home.action>
10. Springer Journals <https://link.springer.com/>
11. Nature Journals <https://www.nature.com/siteindex/index.html>
12. Springer Nature Protocols and Methods
<https://experiments.springernature.com/sources/springer-protocols>
13. Springer Materials <http://materials.springer.com/>
14. zbMath <https://zbmath.org/>
15. Nano Database <https://nano.nature.com/>
16. Springer eBooks: <https://link.springer.com/>
17. "Лекториум ТВ" <http://www.lektorium.tv/>
18. Университетская информационная система РОССИЯ
<http://uisrussia.msu.ru>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс - справочная правовая система (доступ по локальной сети с компьютеров библиотеки)

Ресурсы свободного доступа:

1. КиберЛенинка (<http://cyberleninka.ru/>);
2. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
<https://www.minobrnauki.gov.ru/>;
3. Федеральный портал "Российское образование" <http://www.edu.ru/>;
4. Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" <http://window.edu.ru/>;
5. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов <http://school-collection.edu.ru/> .

6. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (<http://fcior.edu.ru/>);
7. Словари и энциклопедии <http://dic.academic.ru/>;
8. Образовательный портал "Учеба" <http://www.ucheba.com/>;
9. Законопроект "Об образовании в Российской Федерации". Вопросы и ответы http://xn--273--84d1f.xn--p1ai/voprosy_i_otvety

Собственные электронные образовательные и информационные ресурсы

КубГУ:

1. Среда модульного динамического обучения <http://moodle.kubsu.ru>
2. База учебных планов, учебно-методических комплексов, публикаций и конференций <http://mschool.kubsu.ru/>
3. Библиотека информационных ресурсов кафедры информационных образовательных технологий [http://mschool.kubsu.ru](http://mschool.kubsu.ru;);
4. Электронный архив документов КубГУ <http://docspace.kubsu.ru/>
5. Электронные образовательные ресурсы кафедры информационных систем и технологий в образовании КубГУ и научно-методического журнала "ШКОЛЬНЫЕ ГОДЫ" <http://icdau.kubsu.ru/>

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

- Общие рекомендации по самостоятельной работе обучающихся;
- Методические рекомендации по освоению лекционного материала, подготовке к лекциям;
- Методические рекомендации по написанию и защите курсовой работы;
- Методические рекомендации по подготовке к семинарским (практическим/лабораторным) занятиям.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

7. Материально-техническое обеспечение по дисциплине (модулю)

Наименование специальных помещений	Оснащенность специальных помещений	Перечень лицензионного программного обеспечения
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, ноутбук	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus
Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, ноутбук	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus

Для самостоятельной работы обучающихся предусмотрены помещения, укомплектованные специализированной мебелью, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Наименование помещений для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся	Перечень лицензионного программного обеспечения
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (читальный зал Научной библиотеки)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus
Учебные аудитории для курсового проектирования (выполнения курсовых работ)	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, компьютер	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (ауд.213 А, 218 А)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus