



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
филиал федерального государственного бюджетного образовательного  
учреждения высшего образования  
«Кубанский государственный университет»  
в г. Армавире

УТВЕРЖДАЮ:  
Проректор по работе с филиалами  
  
А.А. Евдокимов  
«26» мая 2020 г.



## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ФТД.В.02 Цифровой маркетинг

Направление подготовки: 38.03.03 Управление персоналом

Направленность (профиль): Управление персоналом

Форма обучения: заочная

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Программа подготовки: прикладная

Краснодар 2020

Рабочая программа дисциплины «Цифровой маркетинг» составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 38.03.03 Управление персоналом

Программу составила:

Косенко С.Г., канд. экон. наук, доцент, заведующая кафедрой экономики и менеджмента



Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры (выпускающей) экономики и менеджмента  
протокол № 10 «20» мая 2020г.  
Заведующий кафедрой Косенко С.Г.



Утверждена на заседании учебно-методической комиссии филиала по УГН «Экономика и управление»  
протокол № 4 «20» мая 2020г.  
Председатель УМК филиала по УГН «Экономика и управление»,  
канд.экон. наук, доц. Кабачевская Е.А.




Рецензенты:

Бельченко В.Е. – директор института прикладной информатики, математики и физики (ИПИМиФ) ФГБОУ ВО «АГПУ», канд. техн. наук, доцент кафедры информатики и ИТО

Королюк Е.В. д-р экон. наук, профессор кафедры экономики менеджмента ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» в г. Тихорецке

Лист изменений к рабочей программе учебной дисциплины  
«Цифровой маркетинг»

Содержание изменений	№ протокола заседания кафедры, дата	ФИО / подпись зав. кафедрой
Обновлен перечень учебной литературы	№ 11 19.05.2022г.	

## **1 Цели и задачи изучения дисциплины.**

### **1.1 Цель освоения дисциплины.**

**Цель освоения дисциплины «Цифровой маркетинг»** – сформировать знания о теоретических и прикладных аспектах цифрового маркетинга, научить студентов использовать на практике методы и приемы цифрового маркетинга, необходимые в будущей профессиональной деятельности.

### **1.2. Задачи дисциплины:**

1. Вооружить студентов глубокими и конкретными знаниями в сфере цифрового маркетинга с целью использования их в практической деятельности.
2. Дать практические навыки для использования цифрового маркетинга в деятельности фирмы и будущей профессиональной деятельности.

### **1.3 Место дисциплины в структуре образовательной программы.**

Дисциплина ФТД.В.02. «Цифровой маркетинг» относится к дисциплинам вариативной части Блока «Факультативы» учебного плана.

### **1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.**

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся компетенций

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
1	ПК-2	Знанием основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умением применять их на практике	<b>Знать:</b> основы кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала	<b>Уметь:</b> пользоваться современными техническими средствами и информационными технологиями при решении аналитических и исследовательских задач	<b>Владеть:</b> Навыками применения цифрового маркетинга для реализации стратегии привлечения персонала

## 2. Структура и содержание дисциплины.

### 2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 1 зач.ед. (36 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице

Вид учебной работы	Всего часов	курс (часы)			
		1	2	3	4
<b>Контактная работа, в том числе:</b>					
<b>Аудиторные занятия (всего):</b>	<b>6</b>		-	6	-
Занятия лекционного типа	2		-	2	-
Лабораторные занятия			-	-	-
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)	4		-	4	-
<b>Иная контактная работа:</b>					
Контроль самостоятельной работы (КСР)					
Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2			0,2	
<b>Самостоятельная работа, в том числе:</b>	<b>26</b>			26	
Курсовая работа			-	-	-
Проработка учебного (теоретического) материала	6		-	6	-
Анализ научно-методической литературы	6		-	6	-
Реферат, эссе	6		-	6	-
Подготовка к текущему контролю	8		-	8	-
<b>Контроль:</b>					
Подготовка к экзамену	3,8			3,8	
<b>Общая трудоёмкость</b>	<b>час.</b>	<b>36</b>		<b>36</b>	<b>-</b>
	<b>в том числе контактная работа</b>	<b>6,2</b>		<b>6,2</b>	
	<b>зач. ед</b>	<b>1</b>		<b>1</b>	

### 2.2 Структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоёмкости по разделам дисциплины.

Разделы дисциплины, изучаемые на 3 курсе

Номер раздела	Наименование тем разделов	Трудоёмкость в часах			
		Всего	Аудиторная работа		Внеауд. работа
			Л	ПЗ	
1	<i>Сущность, содержание цифрового маркетинга</i>				

	Тема 1. Понятие, сущность, функции и концепции цифрового маркетинга		1	1	7
	Тема 2. Особенности формирования целевой аудитории в Интернете		1	1	7
2	<i>Инструменты цифрового маркетинга</i>				
	Тема 3. Основные инструменты цифрового маркетинга			1	7
	Тема 4. Эффективность цифрового маркетинга			1	5
	<i>Итого:</i>		2	4	26

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, СРС – самостоятельная работа студента, ИКР – индивидуальная контактная работа

## 2.3 Содержание разделов дисциплины:

### 2.3.1 Занятия лекционного типа.

Номер раздела	Наименование раздела	Содержание тем раздела	Форма текущего контроля
1	Сущность, содержание цифрового маркетинга	Тема 1. Понятие, сущность, функции и концепции цифрового маркетинга	Реферат (Р), Эссе (Э)
		Тема 2. Особенности формирования целевой аудитории в Интернете	Реферат (Р), Эссе (Э)
2.	Инструменты цифрового маркетинга	Тема 3. Основные инструменты цифрового маркетинга	Реферат (Р), Эссе (Э)
		Тема 4. Эффективность цифрового маркетинга	Реферат (Р), Эссе (Э)

### 2.3.2 Занятия семинарского типа.

Номер раздела	Наименование раздела	Содержание тем раздела	Форма текущего контроля
1	Сущность, содержание цифрового маркетинга	Тема 1. Понятие, сущность, функции и концепции цифрового маркетинга	Устный опрос, Реферат
		Тема 2. Особенности формирования целевой аудитории в Интернете	Устный опрос, Реферат
2.	Инструменты цифрового маркетинга	Тема 3. Основные инструменты цифрового маркетинга	Устный опрос, Реферат
		Тема 4. Эффективность цифрового маркетинга	Устный опрос, Реферат

### 2.3.3 Лабораторные занятия.

Лабораторные занятия тематическим планом не предусмотрены

### 2.3.4 Примерная тематика курсовых работ

Курсовые работы тематическим планом не предусмотрены

## 2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
1	Проработка учебного (теоретического) материала	Методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся (рассмотрены и утверждены на заседании кафедры экономики и менеджмента филиала ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» в г. Армавире 19 мая 2022 г., протокол №11)
2	Анализ научно-методической литературы	- Методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся (рассмотрены и утверждены на заседании кафедры экономики и менеджмента филиала ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» в г. Армавире 19 мая 2022 г., протокол №11); - Основная и дополнительная литература по дисциплине.
3	Подготовка рефератов, эссе	Методические рекомендации по подготовке, написанию и порядку оформления рефератов и эссе (рассмотрены и утверждены на заседании кафедры экономики и менеджмента филиала ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» в г. Армавире 19 мая 2022 г., протокол №11)

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.

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.

## 3. Образовательные технологии.

При реализации учебной работы по дисциплине используются традиционные образовательные технологии, ориентированные на организацию образовательного процесса, предполагающую прямую трансляцию знаний от преподавателя к обучающемуся.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья. Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

При реализации учебной работы по дисциплине могут использоваться дистанционные образовательные технологии.

При использовании ДОТ обучающийся и преподаватель могут взаимодействовать в образовательном процессе в следующих формах:

– онлайн, которая предусматривает взаимодействие участников образовательного процесса в режиме реального времени (видео-, аудио- конференции, чат и пр.);

– офлайн, которая предусматривает взаимодействие участников образовательного процесса в режиме отложенного (произвольного) времени (электронная почта, форумы, доски объявлений и пр.).

Выбор формы определяется конкретными видами занятий, трудоемкостью дисциплины и техническими возможностями университета и обучающихся.

#### **4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.**

##### **4.1 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля**

#### **Примерные вопросы для устного опроса**

Тема 1. Понятие, сущность, функции и концепции цифрового маркетинга

1. В чем заключаются основные задачи цифрового маркетинга?
2. Какие организационные службы осуществляют контроль маркетинга?
3. В чем преимущество применения цифрового маркетинга?

Тема 2. Особенности формирования целевой аудитории в Интернете

1. Типы целевых аудиторий
2. Каналы привлечения пользователей
3. Виды оплаты в Интернете.

Тема 3. Основные инструменты цифрового маркетинга.

1. Интернет-магазин как новая форма торговой площадки
2. Интернет-аукционы.
3. Digital маркетинг

Тема 4. Эффективность цифрового маркетинга.

1. С какой целью проводится определяется эффективность цифрового маркетинга?
2. Анализ и выбор показателей эффективности разных видов в Интернете
2. Показатели вэб-аналитики.

#### **Примерные темы рефератов**

1. Определение интернет-маркетинга как части маркетинга. Основные элементы особенности.
2. Поиск свободных ниш. Анализ и критерии принятия решения по открытию проекта.



3. Принципы и особенности составления бизнес-плана по Интернет-проекту.
4. Основные подходы к дизайну Интернет-проектов.
5. Ценообразование товаров и услуг в Интернете. Политика ценообразования с низкой и высокой маржой.
6. Медийная реклама. Баннеры. Параметры эффективности.
7. Продвижение проектов в социальных сетях. Основные методы и критерии эффективности.
8. Вирусное продвижение проектов. Примеры удачных вирусов.
9. Поисковое продвижение. Основные методы, понятия и критерии эффективности.
10. Прямой маркетинг. Основные методы и критерии эффективности.
11. Закупка новостного трафика. Источники, критерии эффективности.
12. Контекстная реклама. Преимущества и недостатки данного вида продвижения. Источники, критерии эффективности.
13. Принципы и критерии участия интернет-магазинов в Яндекс.Маркете.
14. Мобильные сервисы. Создание. Монетизация. Критерии эффективности.
15. Основные системы статистики. Отличительные особенности. Преимущества и недостатки каждой.

### **Примерные темы эссе**

1. Политическая реклама в античности.
2. Маркетинг идей.
3. Управление брендом предприятия.
4. Все лучшее – себе. Бенчмаркинг.
5. Реклама "правильной" жизни
6. Проблема сущности маркетинга и ориентации производителя на желания и потребности покупателя.
7. Значение удачного имиджа для рекламного сообщения.
8. Манипулирование потребительским поведением.
9. Логика в торговле.
10. Управление брендом предприятия .

## **4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации**

### **Примерный перечень вопросов для подготовки к зачету:**

1. Понятие цифрового маркетинга. Функции и задачи.
2. Понятие целевой аудитории в цифровом маркетинге.
3. Сегментирование потребителей в цифровом маркетинге.
4. SEO - оптимизация. Преимущества и недостатки использования.
5. Лидогенерация. Основные принципы и методы привлечения клиентов в виртуальной среде.
6. Новые виды Интернет-маркетинга и лидогенерации.
7. Основные принципы и методы поддержки сайтов.
8. Способы монетизации интернет-проектов.
9. Электронная коммерция. Виды электронной коммерции.
10. Особенности выбора и типы целевых аудиторий в Интернете.
11. Внутренняя и внешняя оптимизация сайтов в Интернете.
12. Конкурс как инструмент лидогенерации.
13. Медийная и контекстная реклама. Сущность, цели, применение.
14. Электронный журнал. Сущность, цели, виды, применение.

15. Электронный журнал. Структура электронного журнала.
16. Правило «золотого сечения» в построении контента в виртуальном пространстве.
17. Фронтенд. Сущность, цели, виды, применение.
18. Подписная страница. Сущность, цели, виды, применение.
19. Формы продаж в Интернете.
20. Основные виды рекламных носителей в Интернете.
21. Отзывы как инструмент продвижения компании в Интернете.
22. Социальные сети в лидогенерации. Определение, цели, применение.
23. Конференции, семинары, тематические форумы.
24. Партнерский маркетинг. Сущность, цели, применение.
25. Управление мнением сообществ в социальных сетях.
26. Интернет-магазины. Сущность, цели, типы, применение.
27. Электронные платежные системы. Сущность, цели, виды, применение.
28. Современные технологии в электронном бизнесе.
29. Показатели эффективности деятельности компании в SMM.
30. Определение эффективности цифрового маркетинга.

### **Уровень требований и критерии оценок на зачете**

Оценка «зачтено» выставляется, если компетенции дисциплины полностью освоены, обучающийся владеет материалом, отвечает на основные и дополнительные вопросы.

Оценка «не зачтено» выставляется, если компетенции дисциплины не освоены, обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки.

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

– 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 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 основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины.**

### **5.1 Основная литература:**

1. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для вузов / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 304 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08764-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/viewer/marketingovyie-issledovaniya-490827#page/1>

2. Горленко, О. А. Управление персоналом : учебник для вузов / О. А. Горленко, Д. В. Ерохин, Т. П. Можаяева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 249 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00547-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/viewer/upravlenie-personalom-491299#page/1>

3. Горелов, Н. А. Управление человеческими ресурсами: современный подход : учебник и практикум для вузов / Н. А. Горелов, Д. В. Круглов, О. Н. Мельников ; под редакцией Н. А. Горелова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 270 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00650-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/viewer/upravlenie-chelovecheskimi-resursami-sovremennyy-podhod-490237#page/1>

### **5.2 Дополнительная литература**

1. Инновационный маркетинг : учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 474 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13282-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/viewer/innovacionnyy-marketing-468986#page/1>

2. Синяева, И. М. Маркетинг : учебник для академического бакалавриата / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 495 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15426-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/viewer/marketing-506317#page/1>

3. Хотяшева, О. М. Инновационный менеджмент : учебник и практикум для вузов / О. М. Хотяшева, М. А. Слесарев. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 326 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00347-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/viewer/innovacionnyy-menedzhment-450087#page/1>

### **5.3. Периодические издания:**

1. Маркетинг и финансы URL: <http://grebennikon.ru/journal-11.html>.

2. Маркетинговые коммуникации URL: <http://grebennikon.ru/journal-1.html>.

3. Реклама. Теория и практика URL: <http://grebennikon.ru/journal-8.html>.

4. Креативная экономика. URL: [https://e.lanbook.com/journal/2128#journal\\_name](https://e.lanbook.com/journal/2128#journal_name)

5. Российское

предпринимательство. URL: [https://e.lanbook.com/journal/2131#journal\\_name](https://e.lanbook.com/journal/2131#journal_name)

## **6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», в том числе современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, необходимых для освоения дисциплины.**

1. Academia : видеолекции ученых России на телеканале «Россия К» : сайт. — URL:

- [http://tvkultura.ru/brand/show/brand\\_id/20898/](http://tvkultura.ru/brand/show/brand_id/20898/) .
2. Scopus - база данных рефератов и цитирования Elsevier: сайт. – URL: <http://www.scopus.com/>
  3. Web of Science (WoS, ISI): международная аналитическая база данных научного цитирования : сайт. – URL: <http://webofscience.com/>
  4. Архивы научных журналов на Российской платформе научных журналов НЭИКОН: сайт. - URL: <http://archive.neicon.ru/xmlui/>
  5. Базы данных компании «Ист Вью» : сайт. – URL: <http://dlib.eastview.com> .
  6. КиберЛенинка : научная электронная библиотека : сайт. – URL: <http://cyberleninka.ru>.
  7. Лекториум: видеокolleкции академических лекций вузов России : сайт. – URL: <http://www.lektorium.tv/>
  8. Научная электронная библиотека статей и публикаций «eLibrary.ru» : сайт. – URL: <http://www.elibrary.ru/>
  9. Национальная электронная библиотека (НЭБ): сайт. - URL: <http://нэб.рф/>
  10. Официальный интернет-портал правовой информации. Государственная система правовой информации : сайт. – URL: <http://publication.pravo.gov.ru> .
  11. Российское образование: федеральный портал: сайт — URL: <http://www.edu.ru>
  12. Справочно-правовая система «Гарант» : URL: <http://www.garant.ru/>
  13. Справочно-правовая система «Консультант» : URL: <http://www.consultant.ru/about/sps/>
  14. Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ) : сайт. – URL: <http://uisrussia.msu.ru>
  15. ЭБС «ZNANIUM.COM»: сайт. – URL: [www.new.znanium.com](http://www.new.znanium.com)
  16. ЭБС «Университетская библиотека ONLINE» : сайт. – URL: [www.biblioclub.ru](http://www.biblioclub.ru)
  17. ЭБС «Юрайт» : сайт. – URL: <https://urait.ru/>
  18. ЭБС Издательства «Лань» : сайт. – URL: <http://e.lanbook.com> .
  19. Электронная библиотека «Гребеников» : сайт. – URL: [www.grebennikon.ru](http://www.grebennikon.ru)
  20. Электронный каталог Кубанского государственного университета и филиалов. – URL: <http://212.192.134.46/MegaPro/Web/Home/About>.
  21. ИПС «Законодательство России»: сайт. - URL: <http://pravo.gov.ru/ips>
  22. БД Научного центра правовой информации Минюста России: сайт. - URL: <http://pravo.minjust.ru/>
  23. Федеральный образовательный портал "Юридическая Россия" : сайт. - URL: <http://law.edu.ru/>
  24. Федеральный образовательный портал "Экономика, Социология, Менеджмент": сайт. - URL: <http://ecsocman.hse.ru/>

## **7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.**

По курсу предусмотрено проведение лекционных занятий, на которых дается основной систематизированный материал. Основной целью лекции является обеспечение теоретической основы обучения, развитие интереса к учебной деятельности и конкретной учебной дисциплине, формирование у обучающихся ориентиров для самостоятельной работы.

### Подготовка к практическим занятиям.

Практические занятия ориентированы на работу с учебной и периодической литературой, знакомство с содержанием, принципами и инструментами осуществления и решением основных вопросов, приобретение навыков для самостоятельных оценок

результатов оценки основных явлений дисциплины. К практическому занятию обучающийся должен ответить на основные контрольные вопросы изучаемой темы, подготовить эссе, решить тесты. Кроме того, следует изучить тему по конспекту лекций и учебнику или учебным пособиям из списка литературы.

Устный опрос. Важнейшие требования к устным ответам студентов – самостоятельность в подборе фактического материала и аналитическом отношении к нему, умение рассматривать примеры и факты во взаимосвязи и взаимообусловленности, отбирать наиболее существенные из них. Ответ обучающегося должно соответствовать требованиям логики: четкое вычленение излагаемой проблемы, ее точная формулировка, неукоснительная последовательность аргументации именно данной проблемы, без неоправданных отступлений от нее в процессе обоснования, безусловная доказательность, непротиворечивость и полнота аргументации, правильное и содержательное использование понятий и терминов.

Написание эссе. Эссе – это небольшое по объему и свободное по композиции сочинение на заданную тему, отражающее подчеркнуто индивидуальную позицию автора. Рекомендуемый объем эссе – 2-3 печатные страницы.

Написание реферата – это вид самостоятельной работы студента, содержащий информацию, дополняющую и развивающую основную тему, изучаемую на аудиторных занятиях. Ведущее место занимают темы, представляющие профессиональный интерес, несущие элемент новизны. Реферативные материалы должны представлять письменную модель первичного документа – научной работы, монографии, статьи. Реферат может включать обзор нескольких источников и служить основой для доклада на определенную тему на семинарах.

Самостоятельная работа студентов по дисциплине включает следующие виды работ:

- работа с лекционным материалом, предусматривающая проработку конспекта лекций и учебной литературы;
- выполнение домашнего задания, предусматривающих решение ситуационных задач, проверяемых в учебной группе на практических занятиях;
- изучение материала, вынесенного на самостоятельную проработку;
- подготовка к практическим занятиям;
- написание реферата и эссе по заданной проблеме.

Зачет. Обучающиеся обязаны сдать зачет в соответствии с расписанием и учебным планом. Зачет является формой контроля усвоения обучающимся учебной программы по дисциплине или ее части, выполнения реферативных работ, эссе, устного опроса.

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, способствующими индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

## **8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.**

### **8.1 Перечень информационных технологий.**

1. Предоставление доступа всем участникам образовательного процесса к корпоративной сети университета и глобальной сети Интернет.
2. Предоставление доступа участникам образовательного процесса через сеть Интернет к справочно-поисковым информационным системам.

3. Использование специализированного (Офисное ПО, графические, видео- и аудиоредакторы и пр.) программного обеспечения для подготовки тестовых, методических и учебных материалов.

4. Использование офисного и мультимедийного программного обеспечения при проведении занятий и для самостоятельной подготовки обучающихся.

### 8.2 Перечень необходимого лицензионного программного обеспечения.

- LibreOffice (свободный офисный пакет);
- Gimp (растровый графический редактор);
- Inkscape (векторный графический редактор);
- AdobeAcrobatReader, WinDjView, XnView (просмотр документов и рисунков);
- Mozilla FireFox, Adobe Flash Player, JRE. (Internet);
- 7-zip (архиватор);
- Notepad++ (текстовый редактор с подсветкой синтаксиса).
- Microsoft Windows
- Microsoft Office Professional Plus;
- МойОфисСтандартный. Ncloudtech, X2-STDNENUNL-A

### 8.3 Перечень информационных справочных систем:

1. Официальный интернет-портал правовой информации. Государственная система правовой информации. – URL: <http://publication.pravo.gov.ru>.

2. Официальная Россия. Сервер органов государственной власти Российской Федерации. – URL: <http://www.gov.ru>.

3. Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – URL: <http://www.consultant.ru>.

4. Научная электронная библиотека (НЭБ) «eLibrary.ru». - URL:<http://www.elibrary.ru>

## 9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины и оснащенность
1.	Лекционные занятия	<b>Аудитории для проведения занятий лекционного типа:</b> Аудитория 13 оснащена учебной мебелью; Аудитория 14 оснащена учебной мебелью, Аудитория 23 оснащена учебной мебелью, стационарным мультимедийным комплексом в составе: проектор, экран настенный, персональный компьютер с программным обеспечением. Аудитория 24 оснащена учебной мебелью, стационарным мультимедийным комплексом в составе: проектор, экран настенный, персональный компьютер с программным обеспечением; Аудитория 25 оснащена учебной мебелью, стационарным мультимедийным комплексом в составе: проектор, экран настенный, персональный компьютер с программным обеспечением; Аудитория 26 оснащена учебной мебелью, персональными компьютерами – 15 шт. с доступом к сети

		<p>«Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, программное обеспечение.</p> <p>Аудитория 27 оснащена учебной мебелью, персональный компьютер – 15 шт. с доступом к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, программное обеспечение;</p> <p>Аудитория 28 оснащена учебной мебелью, персональными компьютерами – 18 шт. с доступом к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, программное обеспечение;</p> <p>Аудитория 32 оснащена учебной мебелью;</p> <p>Аудитория 34 оснащена учебной мебелью, стационарным мультимедийным комплексом в составе: проектор, экран настенный, персональный компьютер с программным обеспечением; государственная символика (герб РФ, флаг РФ; флаг Краснодарского края, флаг г. Армавира),</p> <p>Аудитория 35 оснащена учебной мебелью;</p> <p>Аудитория 36 оснащена учебной мебелью.</p>
2.	Практические занятия	<p><b>Аудитории для проведения занятий семинарского типа</b></p> <p>Аудитория 13 оснащена учебной мебелью;</p> <p>Аудитория 14 оснащена учебной мебелью;</p> <p>Аудитория 23 оснащена учебной мебелью, стационарным мультимедийным комплексом в составе: проектор, экран настенный, персональный компьютер с программным обеспечением.</p> <p>Аудитория 24 оснащена учебной мебелью, стационарным мультимедийным комплексом в составе: проектор, экран настенный, персональный компьютер;</p> <p>Аудитория 25 оснащена учебной мебелью, стационарным мультимедийным комплексом в составе: проектор, экран настенный, персональный компьютер с программным обеспечением;</p> <p>Аудитория 26 оснащена учебной мебелью, персональными компьютерами – 15 шт. с доступом к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, программное обеспечение;</p> <p>Аудитория 27 оснащена учебной мебелью, персональный компьютер – 15 шт. с доступом к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, программное обеспечение;</p> <p>Аудитория 28 оснащена учебной мебелью, персональными компьютерами – 18 шт. с доступом к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, программное обеспечение;</p>

		<p>Аудитория 32 оснащена учебной мебелью;  Аудитория 34 оснащена учебной мебелью, стационарным мультимедийным комплексом в составе: проектор, экран настенный, персональный компьютер, программное обеспечение; государственная символика (герб РФ, флаг РФ; флаг Краснодарского края, флаг г. Армавира),  Аудитория 35 оснащена учебной мебелью;  Аудитория 36 оснащена учебной мебелью;  Аудитория 37 оснащена учебной мебелью, пособия наглядные по иностранному языку: учебные материалы, цветные карты, таблицы.</p>
3.	Групповые (индивидуальные) консультации	<p><b>Аудитории для групповых и индивидуальных консультаций:</b>  Аудитория 13 оснащена учебной мебелью;  Аудитория 14 оснащена учебной мебелью,  Аудитория 23 оснащена учебной мебелью, стационарным мультимедийным комплексом в составе: проектор, экран настенный, персональный компьютер с программным обеспечением;  Аудитория 24 оснащена учебной мебелью, стационарным мультимедийным комплексом в составе: проектор, экран настенный, персональный компьютер с программным обеспечением;  Аудитория 25 оснащена учебной мебелью, стационарным мультимедийным комплексом в составе: проектор, экран настенный, персональный компьютер с программным обеспечением;  Аудитория 26 оснащена учебной мебелью, персональными компьютерами – 15 шт. с доступом к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, программное обеспечение;  Аудитория 27 оснащена учебной мебелью, персональный компьютер – 15 шт. с доступом к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, программное обеспечение;  Аудитория 28 оснащена учебной мебелью, персональными компьютерами – 18 шт. с доступом к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, программное обеспечение;  Аудитория 32 оснащена учебной мебелью;  Аудитория 34 оснащена учебной мебелью, стационарным мультимедийным комплексом в составе: проектор, экран настенный, персональный компьютер с программным обеспечением; государственная символика (герб РФ, флаг РФ; флаг Краснодарского края, флаг г. Армавира), барьер для подсудимого; молоток судьи; табуляторы; портреты выдающихся юристов; наглядные пособия по</p>



		<p>юриспруденции;  Аудитория 35 оснащена учебной мебелью;  Аудитория 36 оснащена учебной мебелью;  Аудитория 37 оснащена учебной мебелью, материалы, цветные карты, таблицы.</p>
4.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	<p><b>Аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации:</b>  Аудитория 13 оснащена учебной мебелью;  Аудитория 14 оснащена учебной мебелью,  Аудитория 23 оснащена учебной мебелью, стационарным мультимедийным комплексом в составе: проектор, экран настенный, персональный компьютер с программным обеспечением;  Аудитория 24 оснащена учебной мебелью, стационарным мультимедийным комплексом в составе: проектор, экран настенный, персональный компьютер;  Аудитория 25 оснащена учебной мебелью, стационарным мультимедийным комплексом в составе: проектор, экран настенный, персональный компьютер с программным обеспечением;  Аудитория 26 оснащена учебной мебелью, персональными компьютерами – 15 шт. с доступом к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, программное обеспечение.  Аудитория 27 оснащена учебной мебелью, персональный компьютер – 15 шт. с доступом к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, программное обеспечение;  Аудитория 28 оснащена учебной мебелью, персональными компьютерами – 18 шт. с доступом к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, программное обеспечение;  Аудитория 32 оснащена учебной мебелью;  Аудитория 34 оснащена учебной мебелью, стационарным мультимедийным комплексом в составе: проектор, экран настенный, персональный компьютер с программным обеспечением; государственная символика (герб РФ, флаг РФ; флаг Краснодарского края, флаг г. Армавира);  Аудитория 35 оснащена учебной мебелью;  Аудитория 36 оснащена учебной мебелью;  Аудитория 37 оснащена учебной мебелью;</p>
5.	Самостоятельная работа	<p><b>Помещения для самостоятельной работы, с рабочими местами, оснащенными компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации:</b>  Помещение для самостоятельной работы № 18 оснащено</p>

		учебной мебелью, персональными компьютерами – 4 шт., один из персональных компьютеров, оснащен накладками на клавиатуру со шрифтом Брайля, колонками и наушниками, электронной программой для чтения вслух текстовых файлов «Балаболка» с синтезатором речи с открытым исходным кодом RNVoice. МФУ, программное обеспечение; специализированная мебель: стеллажи библиотечные, шкаф картотечный, библиотечный стол-барьер кафедры для выдачи литературы.
--	--	--