

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное
организация высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет педагогики, психологии и коммуникативистики



ПОДПИСАЮ
Директор по учебной работе,
Кубанский государственный университет – первый
курс
Хагуров Т.А.
«31» мая 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Б1.В.ДВ.01.01 Интернет- маркетинг как основа продвижения
образовательных услуг

(код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность 44.04.01 «Педагогическое образование»

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность

(профиль)/специализация «Педагогика современной школы»

(наименование направленности (профиля) / специализации)

Форма обучения заочная

(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация магистр

Краснодар 2024

Рабочая программа дисциплины «Интернет- маркетинг как основа продвижения образовательных услуг» составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 44.04.01 «Педагогическое образование» / направленность (профиль) «Педагогика современной школы»

Программу составил(и):

М.Л. Шер, доцент, канд. эконом. наук, доцент

И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание

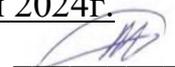


подпись

Рабочая программа дисциплины «Интернет- маркетинг как основа продвижения образовательных услуг» утверждена на заседании кафедры педагогики и психологии протокол № 19 «28» мая 2024г.

Заведующий кафедрой Гребенникова В.М.

фамилия, инициалы



подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета педагогики, психологии и коммуникативистики протокол № 10 «28» мая 2024г.

Председатель УМК факультета Гребенникова В.М.

фамилия, инициалы



подпись

Рецензенты:

Алдошина Марина Ивановна, доктор педагогических наук, профессор, директор центра взаимодействия с Российской академией образования ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева», профессор кафедры технологий психолого-педагогического и специального образования.

Толстикова Светлана Николаевна, доктор психологических наук, доцент профессор общеуниверситетской кафедры общей и практической психологии, Московский городской педагогический университет.

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель освоения дисциплины

Целью изучения дисциплины Б1.В.ДВ.01.01 «Интернет- маркетинг как основа продвижения образовательных услуг» является приобретение знаний, умений и навыков применения инструментов и методов интернет-маркетинга в управлении современной школы.

1.2 Задачи дисциплины

1. Формирование у студентов базовых теоретических и практических знаний, необходимых для осуществления анализа, бизнес планирования и продвижения Интернет-проектов.
2. Развитие интереса к Интернет-маркетингу как всеобъемлющей дисциплине, охватывающей все этапы жизни любого Интернет-проекта.
3. Формирование знаний и умений пользования современного инструментария планирования, контроля и развития Интернет-проектов.

Программа дисциплины основана на изучении, в первую очередь, практического опыта Интернет-маркетинга как в сфере сбора аналитических данных (анализ рынка, конкуренты, риски), так и в части применения навыков для монетизации и развития проектов.

1.3 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.ДВ.01.01 «Интернет- маркетинг как основа продвижения образовательных услуг» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)», модуль «Педагогика современной школы» учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 2 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Данный курс содержательно опирается на предметную область таких общих гуманитарных общетеоретических дисциплин как «Современные проблемы науки и образования», «Информационные технологии в профессиональной деятельности» и на основные положения общепрофессиональных дисциплин.

Для успешного освоения дисциплины магистрант должен иметь базовую подготовку по общепедагогическим дисциплинам.

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, 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 (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>)
УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия.	
ИУК-4.1. Демонстрирует способность применять современные	знает современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия.

коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия.	умеет применять в своей профессиональной работе современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия.
	владеет методами решения актуальных проблем развития современной системы образования, обучения и развития обучающихся с учетом современных коммуникативных технологий, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия.
ПК-3. Способен проектировать и осуществлять учебный процесс с учетом инновационных образовательных технологий и методик обучения и воспитания.	
ИПК-3.2. Демонстрирует способность проектировать содержание учебного процесса и осуществлять его реализацию с учетом инновационных образовательных технологий и методик обучения и воспитания	знает особенности проектирования и осуществления учебного процесса с учетом инновационных образовательных технологий и методик обучения и воспитания.
	умеет проектировать и осуществлять учебного процесса с учетом инновационных образовательных технологий и методик обучения и воспитания.
	владеет навыками проектирования содержания учебного процесса, владеет навыками осуществления по его реализации с учетом инновационных образовательных технологий и методик обучения и воспитания)

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 2 зачетных единицы (72 часа), их распределение по видам работ представлено в таблице

Виды работ	Всего часов	Форма обучения	
		заочная	
		Установочная сессия (часы)	Зимняя сессия (часы)
Контактная работа, в том числе:	68,2	36	32,2
Аудиторные занятия (всего):	14	2	12
занятия лекционного типа	6	2	4
лабораторные занятия			
практические занятия	8		8
семинарские занятия			
Иная контактная работа:			
Контроль самостоятельной работы (КСР)			
Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2		0,2
Самостоятельная работа, в том числе:	54	34	20
Реферат/эссе (подготовка)	10	6	4
Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)	26	16	10

Подготовка к текущему контролю	18	12	6
Контроль:	3,8		
Подготовка к зачету			
Общая трудоемкость	час.		
	в том числе контактная работа	72	
	зач. ед	2	

2.2 Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые на 2 курсе (заочная форма обучения)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Интернет-маркетинг как часть маркетинга. Основные элементы и особенности. Продукт. озиционирование. Дизайн. Usability. Бизнес-планирование.	22	2	2	-	18
2.	Способы продвижения и критерии оценки эффективности. Мониторинг интернет-проектов	26	2	4	-	20
3.	Работа с интернет аудиторией. Электронные платежные системы.	20	2	2	-	16
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	68	6	8	-	54
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Контроль	3.8				
	Общая трудоемкость по дисциплине	72				

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

2.3 Содержание разделов (тем) дисциплины

2.3.1 Занятия лекционного типа

№	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Интернет-маркетинг как часть маркетинга. Основные элементы и особенности. Продукт. Позиционирование. Дизайн. Usability. Бизнес-планирование.	Введение. Цели и задачи курса. Методы контроля. Определение Интернет-Маркетинга. Продукт, цена, площадка, продвижение. Методологические источники Интернет-Маркетинга (экономика, общая теория маркетинга, партизанский маркетинг) и смежные дисциплины (теория коммуникаций, информационный консалтинг, конкурентная разведка и пр).	

		<p>Поиск свободных ниш. Проверка конкурентных запросов в поисковиках. Стоит ли занимать свободные ниши? Анализ востребованности ниши. Высоко-конкурентные рынки – стоит ли рисковать. Где найти идею. Анализ применимости идеи к России. Анализ конкурентов (SWOT-матрица). Анализ западных стартапов.</p> <p>Выбор домена. Создание интернет-проекта или продвижение компании/товара/услуги в интернете. Методы конкурентного анализа. Получение информации о конкурентах из открытых источников. Отличия анализа оффлайновых компаний и интернет-проектов. Количественный SWOT-анализ. Недостатки метода. Особенности запуска и продвижения стартапов.</p> <p>Отличия видов позиционирования. Четкое и нечеткое позиционирование: примеры. Дифференциация по видам деятельности. Различия в коммуникациях и продвижении b2b и b2c. Виды и модели работы электронных площадок. Важность и риски при разработке дизайна. Что такое usability и usability аудит. Применимость usability-анализа – всегда ли это необходимо. Что можно тестировать. Виды usability-тестирования. Что важнее – SEO-оптимизация или usability. Процесс разработки пользовательского интерфейса.</p> <p>Специализированные инструменты usability-тестирования и анализа. Подводные камни юзабилити тестирования. Разработка общей концепции бизнес-плана проекта. Отраслевой и конкурентный анализ, оценка спроса. Прогноз рисков. Разработка функциональной части. Разработка плана продвижения. Источники контента. Финансовый план. Примеры бизнес-планов интернет-проектов.</p>	
2.	<p>Способы продвижения и критерии оценки эффективности. Мониторинг интернет-проектов</p>	<p>Ценовые модели размещения рекламы (CPM, CPA и т.д.). Конверсия и ROI интернет-рекламы. Пост-клик маркетинг. Методы оптимизации конверсии. Сплит-тесты (А/Б тестирование). Механизмы отслеживания эффективности рекламы. Медийная реклама. Рынок интернет-рекламы: объемы и сегментация. Применимость различных методов рекламы. Баннеры (виды, типы размещений, технологии).</p> <p>Лекция 4.2 Виды мобильных сервисов. Аудитория и статистика мобильного интернета. Маркетинг мобильных приложений. Монетизация мобильных сервисов и проблемы монетизации. Реклама в мобильных</p>	

		<p>приложениях. Мобильный сайт или мобильное приложение? Критерии эффективности.</p> <p>Лекция 4.2 Продвижение проектов. Социальное, вирусное, поисковое продвижение (аудит, рерайтинг, АГС фильтры, ТИЦ, PageRank). Статистика и охват аудитории. Прямой маркетинг (email, RSS).</p> <p>Лекция 4.3 Закупка новостного трафика (на примере Reedme, RedTram, marketgid). Контекстная реклама (Яндекс.Директ, Гугл.Адсенс, Бегун). Закупка целевого трафика с Яндекс.Маркет.</p> <p>Лидогенерация (плюсы и минусы). Выбор инструментов статистики. Системы статистики (Li.ru, Яндекс.Метрика, Google.Analytics). Отчеты TNS, Гэллоп Медиа по аудитории. Подборки новостей (на базе Google.Reader, Яндекс.Лента).</p>	
3	Работа с интернет аудиторией. Электронные платежные системы.	<p>Определение целевой аудитории. Удержание и наращивание аудитории. Якорные сервисы. Работа с контентом. Внутренние коммуникации. Поучаем, развлекаем. Работа с репутацией. Работа с отрицательными отзывами. Работа с влюбленными в товар.</p> <p>История и предпосылки появления платежных систем. Объем рынка интернетплатежей. Закон "О национальной платежной системе".</p> <p>Преимущества и недостатки. Безопасность электронных транзакций. Ведущие игроки рынка платежных систем (Webmoney, Киви, Яндекс.деньги, Moneta.ru, PayPal, Moneybookers.ru и др).</p>	

2.3.2 Занятия семинарского типа

№	Наименование раздела (темы)	Тематика практических занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Интернет-маркетинг как часть маркетинга. Основные элементы и особенности. Продукт. Позиционирование. Дизайн. Usability. Бизнес-планирование.	<p>Отработка примеров поиска конкурентных запросов. Примеры удачных и неудачных проектов, рискнувших занять свободные ниши. Обсуждение идей по разработке новых мобильных приложений. Разбор плюсов и минусов популярных мобильных приложений.</p> <p>Отработка метода SWOT для оценки конкурентов на примере нескольких проектов. Изучение crunchbase.com как площадки для мониторинга западных стартапов. Основы профессиональной работы с поисковыми системами.</p>	<i>Р, Д</i>

		<p>Основные операторы языка запросов Yandex; Google. Другие источники данных. Примеры SWOT-анализа интернет-проектов.</p> <p>Оценка качества проведенного usability-тестирования и разбор недостатков. Проведение тестового usability-анализа.</p>	
2.	<p>Способы продвижения и критерии оценки эффективности.</p> <p>Мониторинг интернет-проектов</p>	<p>Как рассчитать эффективность интернет-рекламы. Примеры медиакитов медийной рекламы.</p> <p>Методы внутренней и внешней оптимизации. Бесплатная внешняя оптимизация. Примеры аудита сайта. Примеры белой, серой и черной оптимизации. Разбор понятий Линкоферма, Дорвей, Клоакинг. Разбор факторов, понижающих рейтинг сайта. Разбор форматов воздействия на ЦА в социальных сетях (статья, видео, опрос и т.д.). Примеры кейсов. Заказные статьи. Рейтинг стоимости размещения материалов в различных изданиях. RSS агрегаторы. Подготовка специальных RSS для ключевых агрегаторов. Работа в системах Reedme, RedTram, MarketGid. Практическая работа с аккаунтами в системах контекстной рекламы. Как повысить CTR и снизить стоимость клика. Пример добавления интернет-магазина в Яндекс. Маркет. Разбор XML формата Яндекс. Маркета.</p> <p>Особенности использования различных методов. Подробный разбор счетчиков. Структура аудитории. Тепловые карты. Работа с целями. Интеграция счетчиков с системами контекстной рекламы (Яндекс.Директ и Гугл.Адсенс). Разбор и обсуждение отчетов TNS, Гэллоп на примере (РосБизнесКонсалтинг). Формирование, использование и работа с подборками новостей.</p>	<i>Р, Э, Д</i>
3.	<p>Работа с интернет аудиторией. Электронные платежные системы.</p>	<p>Примеры якорных сервисов. Генерация и обсуждение новых сервисов. Примеры кейсов (системы знакомств, игровые сервисы, купонаторы, контентные проекты). Примеры конкурсов, игр, лотерей. Ключевые ошибки в работе с аудиторией.</p> <p>Анализ ведущих краудфандинговых проектов. Подробный разбор инфраструктуры венчурного инвестирования. Оценка и разбор ключевых факторов успеха или провала стартапа. Разбор Кейсов.</p>	<i>Р, Э, Д</i>

Защита лабораторной работы (ЛР), выполнение курсового проекта (КП), курсовой работы (КР), расчетно-графического задания (РГЗ), написание реферата (Р), эссе (Э), коллоквиум (К), тестирование (Т), дискуссия (Д) и т.д.

2.3.3 Примерная тематика курсовых работ (проектов) – не предусмотрены.

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	2	3
1.	Подготовка эссе, реферата	Методические указания по организации самостоятельной работы, утвержденные кафедрой педагогики и психологии, протокол № 17 «18» мая 2023г.
2.	Подготовка конспектов, презентаций	Методические указания по организации самостоятельной работы, утвержденные кафедрой педагогики и психологии, протокол № 17 «18» мая 2023г.

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, проблемное обучение, модульная технология, подготовка письменных аналитических работ, самостоятельная работа студентов.

Компетентностный подход в рамках преподавания дисциплины реализуется в использовании интерактивных технологий и активных методов (проектных методик, мозгового штурма, разбора конкретных ситуаций, анализа педагогических задач, педагогического эксперимента, иных форм) 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 Б1.В.01.03 «Маркетинг образовательных услуг».

Оценочные средства включает контрольные материалы для проведения **текущего контроля** в форме коллоквиума, реферата, эссе, доклада-презентации по проблемным вопросам и **промежуточной аттестации** в форме вопросов к зачету.

Структура оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

№ п/п	Код и наименование индикатора	Результаты обучения	Наименование оценочного средства	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
1	ИУК-4.1. Демонстрирует способность применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия.	знает современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия.	<i>Реферат, доклад, эссе. Коллоквиум. Контрольные вопросы и задания для самостоятельной работы</i>	<i>Вопрос на зачете</i>
		умеет применять в своей профессиональной работе современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия.	<i>Реферат, доклад, эссе. Коллоквиум. Контрольные вопросы и задания для самостоятельной работы</i>	<i>Вопрос на зачете</i>
		владеет методами решения актуальных проблем развития современной системы образования, обучения и развития обучающихся с учетом современных коммуникативных технологий, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия.	<i>Реферат, доклад, эссе. Коллоквиум. Контрольные вопросы и задания для самостоятельной работы</i>	<i>Вопрос на зачете</i>
2	ИПК-3.2. Демонстрирует способность проектировать содержание учебного процесса и осуществлять его реализацию с учетом инновационных образовательных технологий и	знает особенности проектирования и осуществления учебного процесса с учетом инновационных образовательных технологий и методик обучения и воспитания.	<i>Реферат, доклад, эссе. Коллоквиум. Контрольные вопросы и задания для самостоятельной работы</i>	<i>Вопрос на зачете</i>
		умеет проектировать и осуществлять учебного процесса с учетом инновационных образовательных технологий и методик обучения и воспитания.	<i>Реферат, доклад, эссе. Коллоквиум. Контрольные вопросы и задания для самостоятельной работы</i>	<i>Вопрос на зачете</i>

методик обучения и воспитания	владеет навыками проектирования содержания учебного процесса, владеет навыками осуществления по его реализации с учетом инновационных образовательных технологий и методик обучения и воспитания)	<i>Реферат, доклад, эссе. Коллоквиум. Контрольные вопросы и задания для самостоятельной работы</i>	<i>Вопрос на зачете</i>
-------------------------------	---	--	-------------------------

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

Темы рефератов, эссе, докладов с компьютерной презентацией

1. Интернет как инструмент маркетинга
2. История Интернет-маркетинга
3. Ресурсы Интернет
4. Характеристики пользователей сети Интернет
5. Поиск информации в Интернет
6. Концепции интернет-маркетинга в образовании.
7. Инструменты интернет-маркетинга в управлении развитием образовательной организация.
8. Блоггинг и маркетинг.

Перечень примерных вопросов коллоквиума

1. История развития сети Интернет.
2. Концепция построения сети Интернет.
3. Сервисы сети Интернет.
4. Технологии Интернета в маркетинге.
5. Маркетинговые исследования в сети Интернет.
6. Разработка стратегии продвижения в сети Интернет.
7. E-mail маркетинг. Технология осуществления рассылки. Результат автоматизированных серий писем.
8. Стратегия сегментации в E-mail маркетинге. Экономическая эффективность массовых рассылок.
9. Тенденции современного E-mail маркетинга.
10. Модели поведения посетителей сайтов.
11. Лидогенерация как бизнес-процесс. Преимущества, основные понятия.
12. Методы лидогенерации. Факторы успеха лидогенерации.
13. Технология работы с платежными системами Webmoney, PayCash (Работа в Интернет с электронным кошельком: получение на кошелек, расчеты с помощью кошелька).
14. Лэндинг. Методы и факторы успеха.
15. Создание и регистрация сайта. Разработка SEO friendly сайта.
16. Виды интернет-рекламы. Сервисы контекстной рекламы.
17. Анализ эффективности контекстной рекламы.
18. Медиапланирование в Интернет.
19. Критерии выбора рекламных носителей Оценка эффективности рекламной кампании.
20. SMM. Методы и стратегии.

21. Сравнительная характеристика социальных сетей в Рунете. Особенности продвижения в социальных сетях. PR в интернет.

Перечень примерных контрольных вопросов и заданий для самостоятельной работы

1. Тенденции развития информационных технологий.
2. История и основные этапы развития сети Интернет Состояние и направления развития маркетинга высшего образования.
3. Что понимается под интернет-маркетингом.
4. Достоинства и недостатки у online-рекламы.
5. Методы интернет-маркетинга.
6. Назовите назначение и особенности поисковых серверов.
7. Назначение и особенности тематических сайтов.
8. Назначение и особенности порталов.
9. Назначение и особенности тематических сайтов.
10. Назначение и особенности каталогов, порталов.
11. Назначение и особенности конечных сайтов.
12. Понятие социальных сетей и возможности интернетмаркетинга в социальных сетях.
13. Продвижение товаров через группы и сообщества в социальных сетях.
14. Формирование положительного имиджа и хорошей обратной связи.

Зачетно-экзаменационные материалы для промежуточной аттестации (экзамен)

Вопросы для подготовки к зачету

1. Определение интернет-маркетинга как части маркетинга. Основные элементы и 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 и usability 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.
16. Предназначение, состав и специфика отчетов TNS и Гэллоп Медиа для оценки размера и состава аудитории.
17. Понятие целевой аудитории. Принципы удержания и наращивания аудитории. Примеры якорных сервисов. Ключевые ошибки.
18. Ключевые положения закона "О национальной платежной системе"
19. Ведущие игроки рынка платежных систем. Особенности, преимущества и недостатки каждого.
20. Участники рынка венчурного финансирования. Стадии финансирования

Критерии оценивания результатов обучения

Оценка	Критерии оценивания по зачету
<i>Высокий уровень «зачтено»</i>	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. Студент демонстрирует глубокие исчерпывающие знания всего программного материала; дает логически последовательные, полные, грамматически правильные и конкретные ответы на вопросы зачета и дополнительные вопросы преподавателя
<i>Минимальный уровень «не зачтено»</i>	оценку «не зачтено» заслуживает студент, не освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не выполнил, практические навыки не сформированы. Студент демонстрирует непонимание сущности излагаемых вопросов, допускает грубые ошибки в формулировке ответа, неуверенные и неточные ответы на дополнительные вопросы преподавателя

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

5.1. Учебная литература

1. Интернет-маркетинг: учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.]; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535942>.

2. Структура и содержание интернет-маркетинга: учебное пособие / С. В. Кульпин; [под ред. Е. В. Попова]; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Уральский федеральный университет. — Екатеринбург: Изд-во Урал.ун-та, 2020. — 100 с.: ил. — Библиогр.: с. 94. — 100 экз. — ISBN 978-5-7996-3027-0.

3. Инновационный маркетинг: учебник для бакалавриата и магистратуры / С.В. Карпова [и др.]; под ред. С.В. Карповой. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 457 с. – (Серия: Бакалавр и магистр. Академический курс). – ISBN 978-5-534-00354-3. – Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/72435A31-C11C-42E1-9E50-0CDE3679FB4B.

4. Чернопяттов А.М. Маркетинг в образовании. Marketing in education: учебно-методическое пособие / А.М. Чернопяттов. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2018. – 278 с.: ил., табл. – Библиогр.: с. 265-273. – ISBN 978-5-4475-9559-3; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=482564>.

5. Маркетинг образовательных услуг: функции, технологии и опыт: учебное пособие [Текст] / А.Л. Коблева, Т.Ф. Маслова. – Ставрополь: Ставролит, 2019. – 116 с.

6. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.]; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 386 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16503-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536534>

5.2. Периодическая литература

1. Базы данных компании «Ист Вью» <http://dlib.eastview.com>
2. Электронная библиотека GREBENNICKON.RU <https://grebennikon.ru/>
3. Южно-российский журнал социальных наук <http://chsu.kubsu.ru/>
4. Вестник образования <https://vestnik.edu.ru/>
5. «Международные отношения, Историко-филологические науки, Общественные науки»: электронный архив выпусков научных журналов <https://arxiv.gaugn.ru/>

5.3. 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.prlib.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. Американская патентная база данных <http://www.uspto.gov/patft/>
2. Полные тексты канадских диссертаций <http://www.nlc-bnc.ca/thesescanada/>
3. КиберЛенинка (<http://cyberleninka.ru/>);
4. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации <https://www.minobrnauki.gov.ru/>;
5. Федеральный портал "Российское образование" <http://www.edu.ru/>;
6. Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" <http://window.edu.ru/>;

7. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов
<http://schoolcollection.edu.ru/>.

8. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов
(<http://fcior.edu.ru/>);

9. Проект Государственного института русского языка имени А.С. Пушкина
"Образование на русском" <https://pushkininstitute.ru/>;

10. Справочно-информационный портал "Русский язык" <http://gramota.ru/>;

11. Служба тематических толковых словарей <http://www.glossary.ru/>;

12. Словари и энциклопедии <http://dic.academic.ru/>;

13. Образовательный портал "Учеба" <http://www.ucheba.com/>;

14. Законопроект "Об образовании в Российской Федерации". Вопросы и ответы
http://xn--273--84d1f.xn--plai/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;>
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)

По курсу предусмотрено проведение лекционных занятий, практических занятий, на которых дается основной систематизированный материал.

В ходе лекционных занятий необходимо вести конспектирование учебного материала, обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

Практическое (лабораторное) занятие требует подготовки студентов, предусматривающей изучение теоретического материала по теме занятия с использованием учебной литературы, перечень которой приведен в данной рабочей программе. Результат такой работы должен проявиться в способности свободно ответить на теоретические вопросы, обсуждаемые на практическом занятии, выступать и участвовать в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильно выполнять практические задания.

В процессе работы на лекциях студент знакомится с разделами курса, основными направлениями в организации самостоятельной работы. При подготовке к семинарам и коллоквиумам студент изучает первоисточники методистов и научные труды по проблемам маркетинга образовательных услуг, учится выделять главное и второстепенное, сравнивает различные подходы к обучению по современным УМК, устанавливает связи между развитием различных отраслей науки.

Освоение данной учебной дисциплины предполагает следующие формы работы: лекции; практические занятия (анализ программ, учебников, других пособий и пр.); семинарские занятия (изучение основных методических трудов); самостоятельную работу студентов (чтение литературы, рекомендуемой в лекциях; изучение вопросов, не освещавшихся в лекциях, на основе рекомендованных материалов и личных наблюдений; подготовка к практическим и семинарским занятиям и т.п.).

В ходе текущей и промежуточной аттестации студенты выполняют следующие задания для самостоятельной работы:

Написание реферата – это объёмный вид самостоятельной работы студента, содержащий информацию, дополняющую и развивающую основную тему, изучаемую на аудиторных занятиях.

Написание эссе – вид самостоятельной работы студентов по написанию сочинения небольшого объёма и свободной композиции на частную тему, трактуемую субъективно и обычно неполно.

Доклад с компьютерной презентацией – форма контроля, на которой студент использует одновременно две формы обучения: самостоятельную подготовку к научному сообщению (докладу) по конкретной теме, его устное осуществление и мультимедийную презентацию содержания излагаемой информации (визуализация текста). Обучающийся распределяет информацию в соответствии с целями и задачами её изложения, определяет его логику, выделяет в качестве сложного материала ключевые идеи с опорой на контекст. Основное содержание слайдов состоит из аудиовизуального ряда, функция которого обратить внимание на смыслы, связи и закономерности.

Коллоквиум – средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя с обучающимися.

Важнейшим этапом курса является самостоятельная работа по дисциплине. В ходе самостоятельной работы студент расширяет знания, развивает познавательные способности. Он получает возможность углублять и обновлять свои знания, выбирая тему сообщения по каждому изученному разделу, пишет рефераты, формулируя методическую проблему. При предъявлении и обсуждении результатов самостоятельной работы, выполненных к текущему занятию в срок, совершенствуются его речевые и ораторские умения.

Цель самостоятельной работы - закрепить полученные знания на лекциях, практических (лабораторных) занятиях, углубить и расширить их, сформировать умения и навыки по решению вопросов, составляющих содержание курса.

При необходимости в процессе самостоятельной работы студент может получить индивидуальную консультацию у преподавателя.

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания на зачете:

Итоговой формой контроля сформированности компетенций у обучающихся по дисциплине является зачет. Студенты обязаны сдать зачет в соответствии с расписанием и учебным планом.

ФОС промежуточной аттестации состоит из вопросов к зачету по дисциплине.

Зачет по дисциплине преследует цель оценить работу студента за курс, получение теоретических знаний, их прочность, развитие творческого мышления, приобретение

навыков самостоятельной работы, умение применять полученные знания для решения практических задач.

Форма проведения зачета: устно (письменно).

Преподавателю предоставляется право задавать студентам дополнительные вопросы по всей учебной программе дисциплины.

Результат сдачи зачета заноситься преподавателем в экзаменационную ведомость и зачетную книжку.

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания рефератов:

Реферат является самостоятельной научной работой, содержащей обзор состояния сферы предполагаемого исследования. Тема реферата выбирается студентом из программы или же студент может предложить свою, заранее ее согласовав с преподавателем.

Требования к оформлению реферата:

Объем реферата 15-20 стр. (включая список литературы и приложения).

Структура реферата:

- титульный лист;
- содержание;
- введение (объем 1-2 стр.);
- основная часть 1-3 главы (обзор исследований по данной проблематике, результаты исследований автора по указанной теме, возможные направления дальнейших исследований);
- заключение (1-2 стр.);
- список используемой литературы (10-15 наименований). Список располагается в алфавитном порядке. Интернет источники указываются в конце списка, с сохранением нумерации.

Шрифт – Times New Roman. Размер шрифта 14. Интервал 1,5. Нумерация страниц в низу, по центру листа, арабскими цифрами. Поля: левое – 3 см, правое – 1,5 см, верхнее и нижнее – по 2 см. Абзац – 1,25см. В тексте ссылки нумеруются в квадратных скобках, номер указывает на источник в списке литературы. Титульный лист **не нумеруется**.

Начало нумерации со 2 стр.

Реферат скрепляется в папку-скоросшиватель.

На подготовку и выполнение реферата отводится 6 часов.

Критерии оценки по реферату:

– оценка «отлично» выставляется студенту, если выбранная тема актуальна, в тексте она представлена логично, раскрыты основные понятия проблемы, умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал. Выражено свое отношение к теме и описаны собственные оригинальные идеи. Привлечены новейшие работы по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.). Требования к оформлению реферата соблюдены. Выдержан литературный стиль. Отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей;

– оценка «хорошо» выставляется студенту, если выражена актуальность выбранной темы. Логичность изложения. Тема раскрыта недостаточно полно. Объем соответствует требованиям к данному виду работ. Недостаточно аргументированы собственные идеи. Требования к оформлению реферата соблюдены. Выдержан

литературный стиль. Отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей;

– оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если: выбранная тема актуальна, но недостаточно полно раскрыта. Объем не соответствует требованиям к данному виду работ. Слабо отражены собственные идеи, но текст выстроен логично и последовательно. Требования к оформлению реферата соблюдены частично. Не выдержан литературный стиль. Присутствуют орфографические и синтаксические ошибки, стилистические погрешности;

– оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не предоставил работу.

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания эссе:

Тематика эссе должна быть актуальной, затрагивающей современные проблемы области изучения дисциплины. Студент должен раскрыть не только суть проблемы, привести различные точки зрения, но и выразить собственные взгляды на неё. Этот вид работы требует от студента умения чётко выражать мысли как в письменной форме, так и посредством логических рассуждений, ясно излагать свою точку зрения.

Требования к оформлению эссе:

Эссе должно иметь ограниченный объем (не более 10 страниц машинописного текста, формат страницы – А4, книжная ориентация, Шрифт – Times New Roman. Размер шрифта 14. Интервал 1,5. Поля: левое – 3 см, правое – 1,5 см, верхнее и нижнее – по 2 см. Нумерация страниц в низу, по центру листа, арабскими цифрами. В тексте ссылки нумеруются в квадратных скобках, номер указывает на источник в списке литературы.

Требования к оформлению эссе включают следующую структуру работы:

1. ФИО участника (полностью), страна, название учебного заведения, факультет, курс.
2. ФИО преподавателя, степень, должность, звание.
3. Название темы – на русском языке.
4. Аннотация: описывает цели, задачи, инструментарий и результаты проведенного исследования (теоретического или практического), а также возможности его практического применения.
5. Ключевые слова – на русском.
6. Текст должен содержать:

– вводную часть: значение исследуемых научных фактов в теории и практике;

– основную часть: анализ и обобщение материала, разъяснение собственной позиции;

– выводы и рекомендации. Работа обязательно должна содержать в себе ответы на вопросы, поставленные вводной частью, продемонстрировать конкретные выводы;

– литературу. Список литературы оформляется в соответствии с ГОСТом 7.1-2003.

В тексте ссылки нумеруются в квадратных скобках, номер указывает на источник в списке литературы. В эссе, рекомендуется использовать не менее 10 литературных источников.

На подготовку и выполнение эссе отводится 2 часа.

Критерии оценки по эссе:

– оценка «отлично» выставляется студенту, если выбранная тема актуальна, в тексте она представлена логично, полно. Выражено свое отношение к теме и описаны собственные оригинальные идеи;

– оценка «хорошо» выставляется студенту, если выражена актуальность выбранной темы. Логичность изложения. Тема раскрыта недостаточно полно. Объем соответствует требованиям к данному виду работ. Недостаточно аргументированы собственные идеи;

– оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если: выбранная тема актуальна, но недостаточно полно раскрыта. Объем не соответствует требованиям к данному виду работ. Слабо отражены собственные идеи, но текст выстроен логично и последовательно;

– оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не предоставил работу.

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания создания презентаций:

Создание презентаций – вид самостоятельной работы студентов по созданию наглядных информационных пособий, выполненных с помощью мультимедийной компьютерной программы PowerPoint. Этот вид работы требует координации навыков студента по сбору, систематизации, переработке информации, оформления её в виде подборки материалов, кратко отражающих основные вопросы изучаемой темы, в электронном виде.

Требования к компьютерной презентации:

Серией слайдов студент передаёт содержание темы своего исследования, её главную проблему и социальную значимость. Слайды позволяют значительно структурировать содержание материала и, одновременно, заостряют внимание на логике его изложения. Происходит постановка проблемы, определяются цели и задачи, формулируются вероятные подходы её разрешения. Слайды презентации должны содержать логические схемы реферируемого материала.

Студент при выполнении работы может использовать картографический материал, диаграммы, графики, звуковое сопровождение, фотографии, рисунки и другое. Каждый слайд должен быть аннотирован, то есть он должен сопровождаться краткими пояснениями того, что он иллюстрирует. Во время презентации студент имеет возможность делать комментарии, устно дополнять материал слайдов. После проведения демонстрации слайдов студент должен дать личную оценку значимости изученной проблемной ситуации и ответить на заданные вопросы.

Роль студента: изучить материалы темы, выделяя главное и второстепенное; установить логическую связь между элементами темы; представить характеристику элементов в краткой форме; выбрать опорные сигналы для акцентирования главной информации и отобразить в структуре работы; оформить работу и предоставить к установленному сроку.

Критерии оценки компьютерной презентации:

– оценка «отлично» выставляется студенту, если актуальность выбранной темы представлена и подтверждена примерами из литературы и практики. Презентация четко структурирована и логично иллюстрирует содержание рассматриваемой темы, в ней представлены различные форматы: текстовые, табличные, рисунки, диаграммы и т.п., а также анимация и эффекты.

– оценка «хорошо» выставляется студенту, если актуальность темы четко выражена, но слабо подтверждена примерами из литературы или практики. Попытки представить убедительные доводы есть, но они недостаточны. Нечетко структурировано

изложение. Содержание изучаемой проблемы раскрыто полно, логично. Определена система рассматриваемых понятий. Презентация четко и логично иллюстрирует содержание рассматриваемой темы, в ней представлены различные форматы: текстовые, рисунки, а также анимация и эффекты.

– оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если актуальность выбранной темы представлена недостаточно. Недостаточная убедительность представленных доводов. Большая привязка к тексту. Отношение к представляемой теме недостаточно выражено. Раскрыто содержание изучаемой проблемы. Определена система рассматриваемых понятий. Презентация составлена в текстовом формате, без анимации, эффектов. Студент неэффективно использует мультимедийные средства;

– оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не предоставил работу.

Критерии оценки коллоквиума:

– оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко изучил учебный материал и литературу по проблеме, последовательно и исчерпывающе отвечает на поставленные вопросы;

– оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал и отвечает без наводящих вопросов, разбирается в литературе по проблеме;

– оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он знает лишь основной материал, путается в литературе по проблеме, а на заданные вопросы отвечает недостаточно четко и полно;

– оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не усвоил основного материала, не смог достаточно полно и правильно ответить на поставленные вопросы, не знает литературы по проблеме.

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, компьютер	Microsoft Windows 8, 10 «№73-АЭФ/223-ФЗ/2018 Соглашение Microsoft ESS 72569510» 06.11.2018 Microsoft Office Professional Plus «№73-АЭФ/223-ФЗ/2018 Соглашение Microsoft ESS 72569510» 06.11.2018

Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, компьютер Оборудование: специализированные демонстрационные стенды и установки: электронная доска SMART	Microsoft Windows 8, 10 «№73–АЭФ/223-ФЗ/2018 Соглашение Microsoft ESS 72569510» 06.11.2018 Microsoft Office Professional Plus «№73–АЭФ/223-ФЗ/2018 Соглашение Microsoft ESS 72569510» 06.11.2018
---	--	---

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 ФППК КубГУ, компьютерный класс)	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, вебкамеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)	Microsoft Windows 8, 10 «№73–АЭФ/223-ФЗ/2018 Соглашение Microsoft ESS 72569510» 06.11.2018 Microsoft Office Professional Plus «№73–АЭФ/223-ФЗ/2018 Соглашение Microsoft ESS 72569510» 06.11.2018