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
Т.А. Хагуров
_____
подпись
«31» мая 2024 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 2024

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(и):
В.О. Покуль, к.э.н., доцент _____

Рабочая программа дисциплины «Бренд-менеджмент» утверждена на заседании кафедры мировой экономики и менеджмента протокол № 6 от «17» апреля 2024 г.
Заведующий кафедрой мировой экономики и менеджмента
д.э.н., профессор Шевченко И.В. _____

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии экономического факультета протокол № 10 от 17.05.2024.
Председатель УМК факультета
д.э.н., профессор Дробышевская Л.Н. _____

Рецензенты:

Ясько Б.А., доктор психологических наук, профессор кафедры организационной психологии и управления персоналом ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»

Диденко Д.А, генеральный директор ООО «Эир-лаб»

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	***Знает методы разработки*** продвижения проекта команды в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
	Умеет анализировать результаты принятия управленческих решений
	Владеет навыками Формирования команды
ИУК-3.2 Организует работу команды и	***Знает*** методы и особенности разработки командной стратегии
	Умеет вычислять экономический эффект от

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
обеспечивает разработку командной стратегии для выполнения поставленных задач	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	СРС
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 компания в	Алгоритм проведения маркетинговой компании для развития направления HR. Роль маркетологов в развитии внутренного рекрутмента	Р, Э, РГР кейсы

	развитии HR маркетинга.		

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	***Знает методы разработки*** продвижения проекта команды в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Реферат, эссе, решение задач, кейсов	Вопросы на зачете 1-5
		Умеет анализировать результаты принятия управленческих решений	Реферат, эссе, решение задач, кейсов	Вопросы на зачете 6-7
		Владеет 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	***Знает*** методы и особенности разработки командной стратегии	Реферат, эссе, решение задач, кейсов	Вопросы на зачете 11-12
		Умеет вычислять экономический эффект от реализации командной стратегии	Реферат, эссе, решение задач, кейсов	Вопросы на зачете 10-14
		Владеет 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	***Знает*** основные методики мотивации персонала по интернет-маркетингу	Реферат, эссе, решение задач, кейсов	Вопросы на зачете 7, 3-11, 18
		Умеет выявлять индивидуальные потребности персонала в мотивации	Реферат, эссе, решение задач, кейсов	Вопросы на зачете 5
		Владеет 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	***Знает требования к*** разработке организационно-правовой документации для специалистов по интернет-маркетингу	Реферат, эссе, решение задач, кейсов	Вопросы на экзамене 14-15
		Умеет Проводить аттестацию специалистов маркетингового профиля	Реферат, эссе, решение задач, кейсов	Вопросы на зачете 6-7
		Владеет навыками 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	**Знает** методы формирования у сотрудников четкого представления о роли их работы в деятельности организации	Реферат, эссе, решение задач, кейсов	Вопросы на зачете 4
		Умеет 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 апликантами 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 проведения 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.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. 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;
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