

ЧАСТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
БРЯНСКИЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ И БИЗНЕСА

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой информатики и
программного обеспечения
Т.М. Хвостенко

Рабочая программа учебной дисциплины

Интернет-маркетинг в молодежной политике

Направление подготовки
39.03.03 Организация работы с молодежью

Направленность (профиль) подготовки:
Стратегии, технологии и современные практики реализации молодежной
политики

Квалификация (степень) выпускника:
Бакалавр

Форма обучения:
Очная

Составитель программы:
Т.М. Хвостенко

Брянск 2025

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
КВАЛИФИЦИРОВАННОЙ
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 01DAF20DF11AE8200080F7A381D0002
Владелец: Прокопенко Любовь Леонидовна
Действителен: с 19.08.2024 до 19.08.2025

Лист согласований

Рабочая программа дисциплины «Интернет-маркетинг в молодежной политике» по направлению подготовки 39.03.03. Организация работы с молодежью (Стратегии, технологии и современные практики реализации молодежной политики) разработана на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 39.03.03. Организация работы с молодежью, утвержденного приказом Минобрнауки России от 05.02.2018 №77, Профессионального стандарта «Специалист по работе с молодёжью», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 12.02.2020 года №59н, согласована и рекомендована к утверждению.

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и утверждена на заседании кафедры информатики и программного обеспечения

протокол № 1 от «26» августа 2025 г.

заведующий кафедрой
информатики
и программного обеспечения

Т.М. Хвостенко

СОДЕРЖАНИЕ

1. Аннотация к дисциплине	4
2. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	5
3.1 Объем дисциплины по видам учебных занятий (в часах)	5
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	6
4.1 Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)	6
4.2. Содержание дисциплины, структурированное по разделам (темам)	6
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	8
6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	10
7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	11
8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	13
9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы	13
10. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья	14

1. Аннотация к дисциплине

Рабочая программа дисциплины «Интернет-маркетинг в молодежной политике» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 39.03.03. Организация работы с молодежью (Стратегии, технологии и современные практики реализации молодежной политики) разработана на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 39.03.03. Организация работы с молодежью, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 05.02.2018 №77.

Рабочая программа содержит обязательные для изучения темы по дисциплине «Интернет- маркетинг в молодежной политике». Дисциплина формирует у будущего бакалавра знания и умения, необходимые специалисту в сфере использования инструментов интернет-маркетинга для эффективной реализации молодежной политики.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в Часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1 в дисциплины (модули) по выбору 5 (ДВ.5), учебных планов по направлению подготовки 39.03.03. Организация работы с молодежью (Стратегии, технологии и современные практики реализации молодежной политики), уровень бакалавр.

Дисциплина изучается на 4 курсе в 8 семестре по очной форме обучения, форма контроля – зачёт.

Цель изучения дисциплины: сформировать у студентов систему знаний, умений и практических навыков по использованию инструментов интернет-маркетинга для эффективной реализации молодежной политики, продвижения молодежных инициатив и вовлечения молодежи в социально значимую деятельность в цифровом пространстве.

Задачи:

1. Ознакомить студентов с основами интернет-маркетинга и его спецификой в сфере молодежной политики;
2. Изучить поведение молодежной аудитории в интернете, ключевые платформы и цифровые тренды;
3. Научить применять современные инструменты продвижения в социальных сетях, мессенджерах и других digital-каналах;
4. Развить навыки создания контента, формирования интернет-бренда молодежных проектов и ведения digital-коммуникации;
5. Изучить принципы планирования и реализации интернет-кампаний в молодежной среде;
6. Овладеть методами анализа и оценки эффективности интернет-маркетинговых стратегий в рамках молодежных инициатив;

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

2. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций, предусмотренных ФГОС ВО по направлению 39.03.03. Организация работы с молодежью (Стратегии, технологии и современные практики реализации молодежной политики), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 05.02.2018 №77.

Код компетенции	Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Индикаторы достижения компетенций	Формы образовательной деятельности, способствующие формированию
-----------------	--	-----------------------------------	---

			и развитию компетенции
ОПК-1	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-1.1 – Применяет современные информационно-коммуникационные технологии для сбора информации при решении профессиональных задач ОПК-1.2 – Применяет современные информационно-коммуникационные технологии для обработки информации при решении профессиональных задач	<u>Контактная работа:</u> Лекции Практические занятия <u>Самостоятельная работа</u>

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

3.1 Объем дисциплины по видам учебных занятий (в часах)

Объем дисциплины	Всего часов
	очная форма обучения
Общая трудоемкость дисциплины	108
Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего)	48
Аудиторная работа (всего):	48
в том числе:	
лекции	24
практические занятия	24
из них, в форме практической подготовки	
Внеаудиторная работа (всего):	
в том числе:	
Самостоятельная работа обучающихся(всего)	60
Вид промежуточной аттестации обучающегося (зачёт с оценкой)	+

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1 Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)

для очной формы обучения										
№ п/ п	Разделы и темы дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)							Вид оценочного средства текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации (по семестрам)
			Всего	Из них аудиторные занятия			Самостоятельная работа	Контрольная работа		
				Лекции	Практикум.	Практические				
1	Введение в интернет-маркетинг в сфере молодежной политики	8	18	4	4		10			Устный опрос, Доклад
2	Социальные сети как инструмент вовлечения молодежи.	8	18	4	4		10			Устный опрос, Доклад
3	Цифровая репутация и имидж в молодежной политике.	8	18	4	4		10			Устный опрос, Доклад
4	Контент-маркетинг: вовлечение молодежи через ценностный контент	8	18	4	4		10			Устный опрос, Доклад
5	Интернет-кампании и продвижение молодежных инициатив.	8	18	4	4		10			Устный опрос, Доклад
6	Аналитика и оценка эффективности и интернет-маркетинга	8	18	4	4		10			Устный опрос, Доклад
	Всего:	108	108	24	24		60			Зачёт

4.2. Содержание дисциплины, структурированное по разделам (темам)

Тема 1. Введение в интернет-маркетинг в сфере молодежной политики

Содержание лекционного курса:

Интернет-маркетинг — это инструмент системной коммуникации с молодежью в цифровой среде. Лекция рассматривает понятие интернет-маркетинга, его цели, функции и особенности в некоммерческой и государственной деятельности. Подчеркивается отличие интернет-маркетинга в молодежной политике от коммерческого: акцент на вовлечение, ценности и участие. Рассматриваются каналы интернет-маркетинга: сайты, соцсети, рассылки, мессенджеры. Анализируются кейсы российских и международных молодежных digital-инициатив.

Содержание практических занятий:

Студенты составляют схему цифровой экосистемы молодежной организации. Осуществляется SWOT-анализ текущего онлайн-присутствия выбранной молодежной структуры. Проводится мини-дискуссия: «Где молодежь проводит своё время в сети и почему?». Участники группами формируют цели интернет-продвижения для разных типов проектов. Итогом становится карта целей и каналов интернет-маркетинга.

Тема 2. Социальные сети как инструмент вовлечения молодежи.

Содержание лекционного курса:

Изучаются особенности поведения молодежи в TikTok, VK, Telegram и других социальных сетях. Анализируется роль нативности, интерактивности и визуальности в формировании вовлеченности. Рассматриваются алгоритмы платформ и их влияние на охваты. Обсуждаются механики челленджей, флешмобов и вовлекающих форматов. Приводятся примеры успешных кейсов от молодежных организаций.

Содержание практических занятий:

Студенты анализируют успешные аккаунты молодежных движений и организаций. Проводится критика контент-стратегий с точки зрения релевантности целевой аудитории. Участники формируют контент-план на неделю по выбранной теме. Практикуются в создании сторис, рилс и постов с учетом SMM-принципов. Презентуются готовые мини-кампании с объяснением контент-решений.

Тема 3. Цифровая репутация и имидж в молодежной политике.

Содержание лекционного курса:

Лекция раскрывает понятие интернет-имиджа как стратегического ресурса организации. Рассматриваются механизмы формирования и управления репутацией в онлайн-среде. Обсуждаются риски цифровых репутационных кризисов и инструменты их преодоления. Анализируется визуальная идентичность и коммуникативный стиль молодежных проектов. Даются рекомендации по поддержанию позитивного онлайн-образа.

Содержание практических занятий:

Проводится аудит интернет-имиджа конкретной молодежной структуры. Студенты выделяют сильные и слабые стороны визуального и вербального позиционирования. Выполняется задание по созданию имиджевого поста и профиля для вымышленной молодежной инициативы. Разрабатываются меры по повышению доверия и узнаваемости в сети. Итогом становится защита стратегии укрепления цифрового имиджа.

Тема 4. Контент-маркетинг: вовлечение молодежи через ценностный контент

Содержание лекционного курса:

Контент рассматривается как основной инструмент цифровой коммуникации с молодежью. Разбираются принципы сторителлинга, использования мемов, рилс и других форматов. Подчеркивается значение ценностной, эмоциональной и образовательной составляющей. Анализируются особенности создания вирусного и социально значимого контента. Приводятся успешные кампании с высокой вовлеченностью.

Содержание практических занятий:

Студенты работают над созданием тематического контент-продукта (видео, карусель, пост). Проводится мини-тренинг по сторителлингу и визуальному оформлению. Разрабатываются ключевые сообщения для молодежной аудитории. Создаются шаблоны контент-рубрикатора на месяц. Работы защищаются и получают экспертную оценку.

Тема 5. Интернет-кампании и продвижение молодежных инициатив.

Содержание лекционного курса:

Обсуждаются этапы разработки digital-кампании: от идеи до аналитики. Изучаются подходы к выбору целевой аудитории и форматов продвижения. Разбираются бесплатные и платные инструменты: таргетинг, коллаборации, вирусные механики. Подчеркивается значение KPI и целевого результата. Анализируются кейсы эффективных кампаний молодежной политики.

Содержание практических занятий:

Группы разрабатывают мини-кампанию для продвижения молодежной акции. Заполняются шаблоны: цели, аудитория, каналы, визуал, хэштеги. Проводится деловая игра «Презентуй свою кампанию». Участники оценивают проекты друг друга по критериям эффективности. Итогом становится разработанный медиаплан.

Тема 6. Аналитика и оценка эффективности интернет-маркетинга

Содержание лекционного курса:

Изучаются ключевые метрики интернет-маркетинга: ER, CTR, охваты, вовлеченность. Объясняется работа с аналитическими платформами: VK Stats, Яндекс.Метрика, Google Analytics. Рассказывается о корректировке стратегий на основе данных. Разбираются особенности отслеживания конверсий и формирования отчетов. Акцент делается на аналитике как неотъемлемом элементе digital-работы.

Содержание практических занятий:

Студенты получают статистику онлайн-страниц для анализа. Выполняется расчет ключевых показателей эффективности. Создаются визуализированные отчеты с рекомендациями. Проводится работа над ошибками на основе собранных данных. Представляется стратегия улучшения digital-результатов проекта.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Самостоятельная работа обучающихся при изучении курса «Интернет- маркетинг в молодежной политике» предполагает, в первую очередь, работу с основной и дополнительной литературой. Результатами этой работы становятся выступления на практических занятиях, участие в обсуждении.

Методика самостоятельной работы предварительно разъясняется преподавателем и

в последующем может уточняться с учетом индивидуальных особенностей обучающихся. Время и место самостоятельной работы выбираются обучающимися по своему усмотрению с учетом рекомендаций преподавателя.

Самостоятельную работу над дисциплиной следует начинать с изучения рабочей программы «Интернет- маркетинг в молодежной политике», которая содержит основные требования к знаниям, умениям и навыкам обучаемых. Обязательно следует вспомнить рекомендации преподавателя, данные в ходе установочных занятий. Затем – приступить к изучению отдельных разделов и тем в порядке, предусмотренном программой.

Получив представление об основном содержании раздела, темы, необходимо изучить материал с помощью учебников, указанных в разделе 7 указанной программы. Целесообразно составить краткий конспект или схему, отображающую смысл и связи основных понятий данного раздела и включенных в него тем. Затем, как показывает опыт, полезно изучить выдержки из первоисточников. При желании можно составить их краткий конспект. Обязательно следует записывать возникшие вопросы, на которые не удалось ответить самостоятельно.

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоятельной работы	Учебно- методическое обеспечение	Форма контрол я
Введение в интернет-маркетинг в сфере молодежной политики	Роль интернет-маркетинга в реализации молодежной политики: цели, инструменты, вызовы. Молодежь как целевая аудитория интернет-коммуникаций: цифровые привычки и тренды. Сравнительный анализ коммерческого и социального интернет-маркетинга: специфика молодежной повестки.	Работа в библиотеке, включая ЭБС. Подготовка доклада-презентации	Литература к теме 1, работа с интернет источниками	Доклад
Социальные сети как инструмент вовлечения молодежи.	Эффективные форматы и механики вовлечения молодежи в VK, Telegram и TikTok. Кейсы успешного продвижения молодежных инициатив в социальных сетях. Роль инфлюенсеров и микроинфлюенсеров в формировании молодежной повестки.	Работа в библиотеке, включая ЭБС. Подготовка доклада-презентации	Литература к теме 2, работа с интернет источниками	Доклад
Цифровая репутация и имидж в молодежной политике.	Формирование цифрового имиджа молодежной организации: принципы и ошибки. Управление онлайн-репутацией в условиях	Работа в библиотеке, включая ЭБС. Подготовка доклада-презентации	Литература к теме 3, работа с интернет источниками	Доклад

	кризиса: кейсы из сферы молодежной политики. Визуальный стиль и коммуникационный тон как элементы цифрового бренда молодежной структуры.			
Контент-маркетинг: вовлечение молодежи через ценностный контент	Ценностный контент как инструмент воспитания социальной активности у молодежи. Мемы, рилс, челленджи: как контент становится средством вовлечения. Сторителлинг в продвижении молодежных инициатив: как рассказать про важное просто.	Работа в библиотеке, включая ЭБС. Подготовка доклада-презентации	Литература к теме 4, работа с интернет источниками	Доклад
Интернет-кампании и продвижение молодежных инициатив.	Этапы планирования digital-кампании в молодежной сфере: от идеи до результата. Таргетинг, коллаборации, флешмобы: инструменты продвижения в молодежной среде. Успешные интернет-кампании в молодежной политике: российский и международный опыт.	Работа в библиотеке, включая ЭБС. Подготовка доклада-презентации	Литература к теме 5, работа с интернет источниками	Доклад
Аналитика и оценка эффективности интернет-маркетинга	Метрики эффективности digital-деятельности молодежной организации: что и как считать. Аналитика в социальных сетях: инструменты и методы отслеживания вовлеченности. Принятие решений на основе данных: как интернет-аналитика помогает улучшать молодежные проекты.	Работа в библиотеке, включая ЭБС. Подготовка доклада-презентации	Литература к теме 6, работа с интернет источниками	Доклад

6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для

освоения дисциплины

а) основная учебная литература:

1. Молодежь и молодежная политика в обществе цифровизации и пандемии монография / Агапова Е. А., Деточенко Л. С., Лепин А. П. [и др.]; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Южный федеральный университет". — Ростов-на-Дону, Таганрог : Изд-во Южного федерального ун-та, 2020. — 130 с. ил., портр., табл.; 20. — ISBN 978-5-9275-3686-3.
2. Интернет-маркетинг: учебник для вузов / под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510958>
3. Пинская М. В. Межкультурная интернет-коммуникация молодежи: вопросы просвещения и молодежной политики монография / Маргарита Владимировна Пинская; Фил. Российского гос. соц. ун-та в г. Анапе, Акад. маркетинга и социально-информационных технологий-ИМСИТ (г. Краснодар). — Краснодар : Издательский Дом-Юг, 2015. — 157 с. ил.; 20. — ISBN 978-5-91718-394-7.

б) дополнительная литература

4. Интернет-маркетинг: Учебник для бакалавров / Акулич М.В. - М.: Дашков и К, 2016. - 352 с.:// <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=541640>
5. Функциональный и интернет-маркетинг: Монография / О.С. Сухарев, Н.В. Курманов, К.Р. Мельковская. - М.: КУРС: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 352 с.:// <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=398462>
6. Интернет-реклама: Учебное пособие / А.А. Годин, А.М. Годин, В.М. Комаров. - 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2012. - 168 с.: 60х84 1/16. (обложка) ISBN 978-5-394-00465-0, // <http://znanium.com/bookread.php?book=337799>

Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1	Портал психологических изданий PsyJournal.ru Открытый портал информационных ресурсов (научных статей, сборников работ и монографий по различным направлениям психологии) http://psyjournals.ru/
2	Научная электронная библиотека eLibrary.ru - Российский индекс научного цитирования (РИНЦ) Открытый портал информационных ресурсов (научных статей, сборников работ и монографий по различным направлениям наук) https://elibrary.ru/project_risc.asp
3	Электронно-библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ» - полнотекстовая база учебных и учебно-методических электронных изданий (www.biblio-online.ru)
4	База данных научных журналов на русском и английском языке ScienceDirect Открытый доступ к метаданным научных статей по различным направлениям наук Поиск рецензируемых журналов, статей, глав книг и контента открытого доступа http://www.sciencedirect.com/

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Вид деятельности	Методические указания по организации деятельности обучающегося
Практические занятия	Проработка рабочей программы, уделяя особое внимание целям и задачам, структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников. Работа с конспектом практических занятий, подготовка

	ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы.
Самостоятельная работа	Самостоятельная работа проводится с целью: систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений обучающихся; формирования умений использовать основную и дополнительную литературу; развития познавательных способностей и активности обучающихся: творческой инициативы, самостоятельности, ответственности, организованности; формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, совершенствованию и самоорганизации; формирования профессиональных компетенций; развитию практических умений обучающихся. Формы и виды самостоятельной работы обучающихся: чтение основной и дополнительной литературы – самостоятельное изучение материала по рекомендуемым литературным источникам; работа с библиотечным каталогом, самостоятельный подбор необходимой литературы; поиск необходимой информации в сети Интернет; подготовка к различным формам текущей и промежуточной аттестации (к зачету). Технология организации самостоятельной работы обучающихся включает использование информационных и материально-технических ресурсов образовательного учреждения: библиотеку с читальным залом, укомплектованную в соответствии с существующими нормами; учебно-методическую базу учебных кабинетов; компьютерные классы с возможностью работы в сети Интернет; основную и дополнительную литературу, разработанную с учетом увеличения доли самостоятельной работы обучающихся, и иные методические материалы. Перед выполнением обучающимися внеаудиторной самостоятельной работы преподаватель проводит консультирование по выполнению задания, которое включает цель задания, его содержание, сроки выполнения, ориентировочный объем работы, основные требования к результатам работы, критерии оценки. Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами обучающихся в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений обучающихся. Формы контроля самостоятельной работы: просмотр и проверка выполнения самостоятельной работы преподавателем; рефлексия выполненного задания в группе; обсуждение результатов выполненной работы на занятии – предоставление обратной связи; проведение устного опроса.
Опрос	Устный опрос по основной терминологии может проводиться в процессе практического занятия в течение 15-20 мин. Позволяет оценить полноту знаний контролируемого материала.
Подготовка к зачёту	При подготовке к зачёту необходимо ориентироваться на рекомендуемую литературу и др. Основное в подготовке к сдаче зачета по дисциплине «Интернет-маркетинг в молодежной политике» - это повторение всего материала дисциплины, по которому необходимо сдавать промежуточную аттестацию. При подготовке к сдаче зачёта обучающийся весь объем работы должен распределять равномерно по дням, отведенным для подготовки к зачёту, контролировать каждый день выполнение намеченной работы. Подготовка обучающегося к зачёту включает в себя три этапа: самостоятельная работа в течение семестра; непосредственная подготовка в дни, предшествующие зачету по темам курса;

	подготовка к ответу на задания, содержащиеся в вопросах зачёта. Зачёт проводится по вопросам, охватывающим весь пройденный материал дисциплины, включая вопросы, отведенные для самостоятельного изучения. Для успешной сдачи зачёта по дисциплине «Интернет- маркетинг в молодежной политике» обучающиеся должны принимать во внимание, что: все основные вопросы, указанные в рабочей программе, нужно знать, понимать их смысл и уметь его разъяснить; указанные в рабочей программе формируемые профессиональные компетенции в результате освоения дисциплины должны быть продемонстрированы обучающимся; практические занятия способствуют получению более высокого уровня знаний и, как следствие, более высокой оценке на зачёте; готовиться к промежуточной аттестации необходимо начинать с первого практического занятия.
--	---

8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине «Интернет-маркетинг в молодежной политике» необходимо использование следующих помещений:

Учебная аудитория для проведения учебных занятий, практических занятий, проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (аудитория 704) Оснащение: Меловая доска – 1 шт. Трибуна – 1 шт. Стол ученический – 13 шт. Стул ученический – 26 шт.
Помещение для самостоятельной работы с возможностью подключения к Интернету и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду (аудитория 403) Оснащение: Стол ученический – 5 шт. Стул ученический – 10 шт. Персональный компьютер с периферией и выходом в интернет (лицензионное программное обеспечение, образовательный контент, система защиты от вредоносной информации) – 4 шт. Принтер – 1 шт.

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Института из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

9.1 Лицензионное программное обеспечение

1. Операционная система Microsoft Windows XP Professional Russian — OEM-лицензии (поставляются в составе готового компьютера);
2. Операционная система Microsoft Windows 7 Professional — OEM-лицензии (поставляются в составе готового компьютера);
3. Операционная система Microsoft Windows 10 Professional — OEM-лицензии (для образовательных учреждений);

4. Операционная система Linux: Open-source;
5. Свободный пакет офисных приложений Open Office;
6. Свободный пакет офисных приложений Libre Office;
7. Комплексная система антивирусной защиты рабочих станций Dr.Web Desktop Security Suite LBW-BC-12M-50-B1;
8. Программные средства АПК Аналитик – авто
9. Программный комплекс SciLab — свободная лицензия CeCILL.

9.2 Электронно-библиотечная система:

1. Электронно-библиотечная система IPR BOOKS (www.iprbookshop.ru)
2. Образовательная платформа ЮРАЙТ (<https://biblioonline.ru/catalog/legendary> и <https://urait.ru/catalog/legendary>)
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU ([www: http://elibrary.ru](http://www.elibrary.ru))

9.3. Современные профессиональные базы данных:

1. Официальный интернет-портал базы данных правовой информации <http://pravo.gov.ru>.
2. Электронные ресурсы Российской государственной библиотеки <http://www.rsl.ru/ru/root3489/all>.
3. Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования <http://fgosvo.ru>.
4. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru/>
5. База данных научных журналов на русском и английском языке ScienceDirect. Открытый доступ к метаданным научных статей по различным направлениям наук. Поиск рецензируемых журналов, статей, глав книг и контента открытого доступа <http://www.sciencedirect.com/>

9.4. Информационные справочные системы:

1. Информационно-правовой портал Гарант <https://www.garant.ru>
2. Компьютерная справочная правовая система «Консультант Плюс» <http://www.consultant.ru/>
3. Национальная электронная библиотека <http://www.nns.ru/>
4. Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам <http://window.edu.ru/>
5. Реестр примерных основных общеобразовательных программ <https://fgosreestr.ru/>
6. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru>
7. Электронные ресурсы Российской государственной библиотеки <http://www.rsl.ru/ru/root3489/all>

10. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Для обеспечения образования инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья по личному заявлению обучающегося разрабатывается адаптированная образовательная программа, индивидуальный учебный план с учетом особенностей их психофизического развития и состояния здоровья, в частности применяется индивидуальный подход к освоению дисциплины, индивидуальные задания: рефераты, письменные работы и, наоборот, только устные ответы и диалоги, индивидуальные консультации, использование диктофона и других записывающих средств для воспроизведения лекционного и семинарского материала.

В целях обеспечения обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья библиотека комплектует фонд основной учебной литературы,

адаптированной к ограничению их здоровья, предоставляет возможность удаленного использования электронных образовательных ресурсов, доступ к которым организован в БИУБ. В библиотеке проводятся индивидуальные консультации для данной категории пользователей, оказывается помощь в регистрации и использовании сетевых и локальных электронных образовательных ресурсов, предоставляются места в читальном зале, оборудованные программами невизуального доступа к информации, экранными увеличителями и техническими средствами усиления остаточного зрения: Microsoft Windows 7, Центр специальных возможностей, Экранная лупа; Microsoft Windows 7, Центр специальных возможностей, Экранный диктор; Microsoft Windows 7, Центр специальных возможностей, Экранная клавиатура.