

2024

Разработчики:

Заведующий кафедрой, кафедра институт цифровой экономики и инновации Семидоцкий В.А.

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки Направление подготовки: 38.04.01 Экономика, утвержденного приказом Минобрнауки России от 11.08.2020 №939, с учетом трудовых функций профессиональных стандартов: "Маркетолог", утвержден приказом Минтруда России от 04.06.2018 № 366н; "Бизнес-аналитик", утвержден приказом Минтруда России от 25.09.2018 № 592н; "Экономист предприятия", утвержден приказом Минтруда России от 30.03.2021 № 161н.

Согласование и утверждение

№	Подразделение или коллегиальный орган	Ответственное лицо	ФИО	Виза	Дата, протокол (при наличии)
1	Институт цифровой экономики и инновации	Заведующий кафедрой, руководитель подразделения, реализующего ОП	Семидоцкий В.А.	Согласовано	29.04.2024, № 17
2	Институт цифровой экономики и инновации	Председатель методической комиссии/совета	Семидоцкий В.А.	Согласовано	29.04.2024, № 11
3	Институт цифровой экономики и инновации	Руководитель образовательной программы	Семидоцкий В.А.	Согласовано	14.05.2024

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Цель освоения дисциплины - 1. Понимание сущности маркетинга в цифровой среде и его роли в продвижении продуктов и услуг через интернет.

2. Овладение основными принципами цифрового маркетинга, такими как SEO, контент-маркетинг, социальные медиа, электронная почта и другие инструменты.

3. Развитие навыков анализа цифровых данных и поведения онлайн-аудитории для эффективного таргетинга и персонализации коммуникаций.

4. Формирование способности к разработке цифровых маркетинговых стратегий, включая планирование кампаний, выбор каналов продвижения и оценку результатов.

5. Повышение уровня понимания важности интеграции цифровых коммуникаций в общую маркетинговую стратегию организации.

Задачи изучения дисциплины:

- Изучение основных инструментов цифрового маркетинга и понимание их применения в продвижении бренда и продуктов.;

- Изучение основных инструментов цифрового маркетинга и понимание их применения в продвижении бренда и продуктов.;

- Изучение основных инструментов цифрового маркетинга и понимание их применения в продвижении бренда и продуктов.;

- Изучение основных инструментов цифрового маркетинга и понимание их применения в продвижении бренда и продуктов.;

- Развитие навыков оценки эффективности цифровых кампаний через метрики успеха, аналитику и отчетность для корректировки стратегий.;

- Развитие навыков оценки эффективности цифровых кампаний через метрики успеха, аналитику и отчетность для корректировки стратегий..

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенции, индикаторы и результаты обучения

ПК-П4 Способен осуществлять разработку и внедрение инновационных товаров (услуг), нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации

ПК-П4.1 Осуществляет разработку мер по внедрению инновационных товаров (услуг)

Знать:

ПК-П4.1/Зн1

3. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина (модуль) «Маркетинг и цифровые коммуникации» относится к формируемой участниками образовательных отношений части образовательной программы и изучается в семестре(ах): Очная форма обучения - 3, Заочная форма обучения - 3.

В процессе изучения дисциплины студент готовится к видам профессиональной деятельности и решению профессиональных задач, предусмотренных ФГОС ВО и образовательной программой.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Заочная форма обучения

Период обучения	Общая трудоемкость (часы)	Общая трудоемкость (ЗЕТ)	Контактная работа (часы, всего)	Внеаудиторная контактная работа (часы)	Лекционные занятия (часы)	Практические занятия (часы)	Самостоятельная работа (часы)	Промежуточная аттестация (часы)
Третий семестр	216	6	28	6	6	16	188	Курсовой проект Экзамен
Всего	216	6	28	6	6	16	188	

Очная форма обучения

Период обучения	Общая трудоемкость (часы)	Общая трудоемкость (ЗЕТ)	Контактная работа (часы, всего)	Внеаудиторная контактная работа (часы)	Лекционные занятия (часы)	Практические занятия (часы)	Самостоятельная работа (часы)	Промежуточная аттестация (часы)
Третий семестр	216	6	48	6	22	20	114	Курсовой проект Экзамен (54)
Всего	216	6	48	6	22	20	114	54

5. Содержание дисциплины

5.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий (часы промежуточной аттестации не указываются)

Заочная форма обучения

Наименование раздела, темы	Всего	Внеаудиторная контактная работа	Лекционные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения, соотношенные с результатами освоения программы
Раздел 1. Раздел 1: Основы маркетинга	71	4	2	5	60	ПК-П4.1
Тема 1.1. 1. Введение в маркетинг	26	2	2	2	20	

Тема 1.2. 2. Анализ рынка и целевая аудитория	24	2		2	20	ПК-П4.1
Тема 1.3. 3. Маркетинговая стратегия	21			1	20	
Раздел 2. Раздел 2: Цифровые коммуникации	69	2	2	5	60	
Тема 2.1. 1. Основы цифровых коммуникаций	22			2	20	
Тема 2.2. 2. Инструменты цифрового маркетинга	23	2		1	20	
Тема 2.3. 3. Аналитика и измерение результатов	24		2	2	20	ПК-П4.1
Раздел 3. Раздел 3: Тренды и будущее цифрового маркетинга	76		2	6	68	
Тема 3.1. 1. Актуальные тренды в цифровом маркетинге	30			2	28	
Тема 3.2. 2. Этика и ответственность в цифровом маркетинге	22			2	20	
Тема 3.3. 3. Будущее цифровых коммуникаций	24		2	2	20	
Итого	216	6	6	16	188	

Очная форма обучения

Наименование раздела, темы	Всего	Внеаудиторная контактная работа	Лекционные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения, соответствующие результатам освоения программы
Раздел 1. Раздел 1: Основы маркетинга	51	4	7	7	33	ПК-П4.1
Тема 1.1. 1. Введение в маркетинг	17	2	2	2	11	
Тема 1.2. 2. Анализ рынка и целевая аудитория	17	1	2	3	11	
Тема 1.3. 3. Маркетинговая стратегия	17	1	3	2	11	
Раздел 2. Раздел 2: Цифровые коммуникации	55	2	9	7	37	ПК-П4.1
Тема 2.1. 1. Основы цифровых коммуникаций	16		3	2	11	
Тема 2.2. 2. Инструменты цифрового маркетинга	19	2	3	3	11	
Тема 2.3. 3. Аналитика и измерение результатов	20		3	2	15	

Раздел 3. Раздел 3: Тренды и будущее цифрового маркетинга	56		6	6	44	ПК-П4.1
Тема 3.1. 1. Актуальные тренды в цифровом маркетинге	19		2	2	15	
Тема 3.2. 2. Этика и ответственность в цифровом маркетинге	19		2	2	15	
Тема 3.3. 3. Будущее цифровых коммуникаций	18		2	2	14	
Итого	162	6	22	20	114	

5. Содержание разделов, тем дисциплин

Раздел 1. Раздел 1: Основы маркетинга

(Заочная: Внеаудиторная контактная работа - 4ч.; Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 5ч.; Самостоятельная работа - 60ч.; Очная: Внеаудиторная контактная работа - 4ч.; Лекционные занятия - 7ч.; Практические занятия - 7ч.; Самостоятельная работа - 33ч.)

Тема 1.1. 1. Введение в маркетинг

(Заочная: Внеаудиторная контактная работа - 2ч.; Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 20ч.; Очная: Внеаудиторная контактная работа - 2ч.; Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 11ч.)

- Определение маркетинга и его роль в бизнесе.
- Основные концепции и принципы маркетинга.
- Эволюция маркетинга: от традиционного к цифровому.

Тема 1.2. 2. Анализ рынка и целевая аудитория

(Заочная: Внеаудиторная контактная работа - 2ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 20ч.; Очная: Внеаудиторная контактная работа - 1ч.; Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 3ч.; Самостоятельная работа - 11ч.)

- Методы исследования рынка.
- Сегментация, таргетирование и позиционирование (STP).
- Понимание потребительского поведения.

Тема 1.3. 3. Маркетинговая стратегия

(Очная: Внеаудиторная контактная работа - 1ч.; Лекционные занятия - 3ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 11ч.; Заочная: Практические занятия - 1ч.; Самостоятельная работа - 20ч.)

- Разработка маркетингового микса (4Р: продукт, цена, место, продвижение).
- Определение уникального торгового предложения (УТП).
- Построение бренда и управление им.

Раздел 2. Раздел 2: Цифровые коммуникации

(Заочная: Внеаудиторная контактная работа - 2ч.; Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 5ч.; Самостоятельная работа - 60ч.; Очная: Внеаудиторная контактная работа - 2ч.; Лекционные занятия - 9ч.; Практические занятия - 7ч.; Самостоятельная работа - 37ч.)

Тема 2.1. 1. Основы цифровых коммуникаций

(Очная: Лекционные занятия - 3ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 11ч.; Заочная: Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 20ч.)

- Понятие цифровых коммуникаций и их отличие от традиционных.
- Роль цифровых каналов в современном маркетинге.
- Влияние технологий на коммуникационные стратегии.

Тема 2.2. 2. Инструменты цифрового маркетинга

(Заочная: Внеаудиторная контактная работа - 2ч.; Практические занятия - 1ч.; Самостоятельная работа - 20ч.; Очная: Внеаудиторная контактная работа - 2ч.; Лекционные занятия - 3ч.; Практические занятия - 3ч.; Самостоятельная работа - 11ч.)

- Социальные сети: стратегии и лучшие практики.
- Контент-маркетинг: создание и распространение контента.
- Email-маркетинг: принципы и эффективные подходы.

Тема 2.3. 3. Аналитика и измерение результатов

(Заочная: Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 20ч.; Очная: Лекционные занятия - 3ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 15ч.)

- Введение в веб-аналитику.
- Ключевые показатели эффективности (KPI) в цифровом маркетинге.
- Использование данных для оптимизации стратегий.

Раздел 3. Раздел 3: Тренды и будущее цифрового маркетинга

(Заочная: Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 6ч.; Самостоятельная работа - 68ч.; Очная: Лекционные занятия - 6ч.; Практические занятия - 6ч.; Самостоятельная работа - 44ч.)

Тема 3.1. 1. Актуальные тренды в цифровом маркетинге

(Очная: Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 15ч.; Заочная: Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 28ч.)

- Влияние искусственного интеллекта и машинного обучения.
- Персонализация и автоматизация маркетинга.
- Визуальный контент и видеомаркетинг.

Тема 3.2. 2. Этика и ответственность в цифровом маркетинге

(Очная: Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 15ч.; Заочная: Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 20ч.)

- Проблемы конфиденциальности и защиты данных.
- Этические аспекты рекламы и продвижения.
- Ответственность брендов в цифровой среде.

Тема 3.3. 3. Будущее цифровых коммуникаций

(Заочная: Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 20ч.; Очная: Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 14ч.)

- Прогнозы развития цифрового маркетинга.
- Новые технологии и их влияние на коммуникации (AR, VR).
- Подготовка к изменениям в потребительских предпочтениях.

6. Оценочные материалы текущего контроля

Раздел 1. Раздел 1: Основы маркетинга

Форма контроля/оценочное средство: Задача

Вопросы/Задания:

1. Что такое маркетинг?

- А) Продажа товаров
- В) Исследование потребителей
- С) Процесс создания, коммуникации и доставки ценности
- D) Реклама

2. Какой из следующих инструментов является частью цифрового маркетинга?

- А) Телевизионная реклама
- В) Социальные сети
- С) Радио реклама
- D) Печатные издания

3. Что такое SEO?

- А) Социальное взаимодействие
- В) Оптимизация для поисковых систем
- С) Стратегия email-маркетинга
- D) Анализ конкурентов

4. Какой из следующих методов используется для анализа целевой аудитории?

- А) SWOT-анализ
- В) PEST-анализ
- С) Опросы и анкеты
- D) Финансовый анализ

5. Какой термин описывает процесс превращения потенциального клиента в реального?

- А) Лидогенерация
- В) Конверсия
- С) Брендинг
- D) Сегментация

Раздел 2. Раздел 2: Цифровые коммуникации

Форма контроля/оценочное средство: Задача

Вопросы/Задания:

1. Какой из следующих каналов является наиболее эффективным для B2B-маркетинга?

- А) Instagram
- В) LinkedIn
- С) TikTok
- D) Snapchat

2. Что такое контент-маркетинг?

- А) Продвижение товаров через рекламу

- В) Создание и распространение ценного контента для привлечения аудитории
- С) Прямые продажи через интернет
- D) Использование социальных сетей для рекламы

3. Какой из следующих показателей наиболее важен для оценки эффективности email-маркетинга?

- A) Количество подписчиков
- B) Открываемость писем
- C) Время отправки писем
- D) Длина письма

4. Какой из следующих инструментов позволяет отслеживать трафик на сайте?

- A) Google Ads
- B) Google Analytics
- C) SEMrush
- D) Hootsuite

5. Какой тип рекламы позволяет нацеливаться на пользователей на основе их поведения в интернете?

- A) Контекстная реклама
- B) Традиционная реклама
- C) Прямая почтовая реклама
- D) Реклама в печатных изданиях

Раздел 3. Раздел 3: Тренды и будущее цифрового маркетинга

Форма контроля/оценочное средство: Задача

Вопросы/Задания:

1. Опишите основные этапы разработки маркетинговой стратегии.

Опишите основные этапы разработки маркетинговой стратегии.

2. . Каковы ключевые отличия между традиционным и цифровым маркетингом?

. Каковы ключевые отличия между традиционным и цифровым маркетингом?

3. Как вы можете использовать социальные сети для повышения вовлеченности клиентов?

Как вы можете использовать социальные сети для повышения вовлеченности клиентов?

4. Объясните, что такое customer journey и его значение в маркетинге.

Объясните, что такое customer journey и его значение в маркетинге.

5. Какие метрики вы бы использовали для оценки успешности рекламной кампании в социальных сетях?

Какие метрики вы бы использовали для оценки успешности рекламной кампании в социальных сетях?

7. Оценочные материалы промежуточной аттестации

Очная форма обучения, Третий семестр, Курсовой проект

Контролируемые ИДК: ПК-П4.1

Вопросы/Задания:

1. Курсовой проект

Курсовой проект

Очная форма обучения, Третий семестр, Экзамен

Контролируемые ИДК: ПК-П4.1

Вопросы/Задания:

1. Что такое А/В тестирование и как оно используется в цифровом маркетинге?
Что такое А/В тестирование и как оно используется в цифровом маркетинге?
2. Каковы преимущества использования инфлюенсеров в маркетинге?
Каковы преимущества использования инфлюенсеров в маркетинге?
3. Объясните, что такое CRM-система и её роль в маркетинге.
Объясните, что такое CRM-система и её роль в маркетинге.
4. Как поведение потребителей изменилось с развитием цифровых технологий?
Как поведение потребителей изменилось с развитием цифровых технологий?
5. Какие вызовы стоят перед маркетологами в условиях быстро меняющегося цифрового ландшафта?
Какие вызовы стоят перед маркетологами в условиях быстро меняющегося цифрового ландшафта?

Заочная форма обучения, Третий семестр, Курсовой проект

Контролируемые ИДК: ПК-П4.1

Вопросы/Задания:

1. Курсовой проект
Курсовой проект

Заочная форма обучения, Третий семестр, Экзамен

Контролируемые ИДК: ПК-П4.1

Вопросы/Задания:

1. Список вопросов
21. Что такое бренд и как он влияет на восприятие компании?
22. Какова роль аналитики в цифровом маркетинге?
23. Опишите важность сегментации рынка для успешного маркетинга.
24. Как вы можете использовать пользовательские отзывы для улучшения продукта или услуги?
25. Что такое omnichannel-маркетинг и почему он важен для бизнеса?

8. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

8.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная литература

1. КАЛИТКО С. А. Самоорганизация и саморазвитие: метод. указания / КАЛИТКО С. А.. - Краснодар: КубГАУ, 2021. - 75 с. - Текст: электронный. // : [сайт]. - URL: <https://edu.kubsau.ru/mod/resource/view.php?id=10407> (дата обращения: 21.06.2024). - Режим доступа: по подписке
2. СИГИДОВ Ю. И. Бухгалтерская финансовая отчетность в условиях реорганизации и ликвидации: практикум / СИГИДОВ Ю. И., Бабалыкова И. А.. - Краснодар: КубГАУ, 2017. - 61 с. - Текст: электронный. // : [сайт]. - URL: <https://edu.kubsau.ru/mod/resource/view.php?id=4786> (дата обращения: 02.05.2024). - Режим доступа: по подписке

Дополнительная литература

1. БОЛОТНОВА Е. А. Бизнес-модели и стратегии управления: учеб. пособие / БОЛОТНОВА Е. А.. - Краснодар: КубГАУ, 2023. - 130 с. - 978-5-907668-60-7. - Текст: непосредственный.

8.2. Профессиональные базы данных и ресурсы «Интернет», к которым обеспечивается доступ обучающихся

Профессиональные базы данных

1. www.programs-gov.ru - Информационный сервер по материалам федеральных целевых программ

Ресурсы «Интернет»

1. <http://www.audit-it.ru/finanaliz/> - Финансовый анализ – «Ваш финансовый аналитик»
2. <http://www.excelworld.ru> - Мир MS Excel

8.3. Программное обеспечение и информационно-справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Перечень программного обеспечения

(обновление производится по мере появления новых версий программы)

Не используется.

Перечень информационно-справочных систем

(обновление выполняется еженедельно)

Не используется.

8.4. Специальные помещения, лаборатории и лабораторное оборудование

9. Методические указания по освоению дисциплины (модуля)

Учебная работа по направлению подготовки осуществляется в форме контактной работы с преподавателем, самостоятельной работы обучающегося, текущей и промежуточной аттестаций, иных формах, предлагаемых университетом. Учебный материал дисциплины структурирован и его изучение производится в тематической последовательности. Содержание методических указаний должно соответствовать требованиям Федерального государственного образовательного стандарта и учебных программ по дисциплине. Самостоятельная работа студентов может быть выполнена с помощью материалов, размещенных на портале поддержки Moodle.

Методические указания по формам работы

Лекционные занятия

Передача значительного объема систематизированной информации в устной форме достаточно большой аудитории. Дает возможность экономно и систематично излагать учебный материал. Обучающиеся изучают лекционный материал, размещенный на портале поддержки обучения Moodle.

Практические занятия

Форма организации обучения, проводимая под руководством преподавателя и служащая для детализации, анализа, расширения, углубления, закрепления, применения (или выполнения) разнообразных практических работ, упражнений) и контроля усвоения полученной на

лекциях учебной информации. Практические занятия проводятся с использованием учебно-методических изданий, размещенных на образовательном портале университета.

Описание возможностей изучения дисциплины лицами с ОВЗ и инвалидами

Для инвалидов и лиц с ОВЗ может изменяться объём дисциплины (модуля) в часах, выделенных на контактную работу обучающегося с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающегося (при этом не увеличивается количество зачётных единиц, выделенных на освоение дисциплины).

Фонды оценочных средств адаптируются к ограничениям здоровья и восприятия информации обучающимися.

Основные формы представления оценочных средств – в печатной форме или в форме электронного документа.

Формы контроля и оценки результатов обучения инвалидов и лиц с ОВЗ с нарушением зрения:

- устная проверка: дискуссии, тренинги, круглые столы, собеседования, устные коллоквиумы и др.;
- с использованием компьютера и специального ПО: работа с электронными образовательными ресурсами, тестирование, рефераты, курсовые проекты, дистанционные формы, если позволяет острота зрения - графические работы и др.;
- при возможности письменная проверка с использованием рельефно-точечной системы Брайля, увеличенного шрифта, использование специальных технических средств (тифлотехнических средств): контрольные, графические работы, тестирование, домашние задания, эссе, отчеты и др.

Формы контроля и оценки результатов обучения инвалидов и лиц с ОВЗ с нарушением слуха:

- письменная проверка: контрольные, графические работы, тестирование, домашние задания, эссе, письменные коллоквиумы, отчеты и др.;
- с использованием компьютера: работа с электронными образовательными ресурсами, тестирование, рефераты, курсовые проекты, графические работы, дистанционные формы и др.;
- при возможности устная проверка с использованием специальных технических средств (аудиосредств, средств коммуникации, звукоусиливающей аппаратуры и др.): дискуссии, тренинги, круглые столы, собеседования, устные коллоквиумы и др.

Формы контроля и оценки результатов обучения инвалидов и лиц с ОВЗ с нарушением опорно-двигательного аппарата:

- письменная проверка с использованием специальных технических средств (альтернативных средств ввода, управления компьютером и др.): контрольные, графические работы, тестирование, домашние задания, эссе, письменные коллоквиумы, отчеты и др.;
- устная проверка, с использованием специальных технических средств (средств коммуникаций): дискуссии, тренинги, круглые столы, собеседования, устные коллоквиумы и др.;
- с использованием компьютера и специального ПО (альтернативных средств ввода и управления компьютером и др.): работа с электронными образовательными ресурсами, тестирование, рефераты, курсовые проекты, графические работы, дистанционные формы предпочтительнее обучающимся, ограниченным в передвижении и др.

Адаптация процедуры проведения промежуточной аттестации для инвалидов и лиц с ОВЗ.

В ходе проведения промежуточной аттестации предусмотрено:

- предъявление обучающимся печатных и (или) электронных материалов в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья;
- возможность пользоваться индивидуальными устройствами и средствами, позволяющими адаптировать материалы, осуществлять приём и передачу информации с учетом их индивидуальных особенностей;
- увеличение продолжительности проведения аттестации;
- возможность присутствия ассистента и оказания им необходимой помощи (занять рабочее место, передвигаться, прочесть и оформить задание, общаться с преподавателем).

Формы промежуточной аттестации для инвалидов и лиц с ОВЗ должны учитывать индивидуальные и психофизические особенности обучающегося/обучающихся по АООП ВО (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.).

Специальные условия, обеспечиваемые в процессе преподавания дисциплины студентам с нарушениями зрения:

- предоставление образовательного контента в текстовом электронном формате, позволяющем переводить плоскостную информацию в аудиальную или тактильную форму;
- возможность использовать индивидуальные устройства и средства, позволяющие адаптировать материалы, осуществлять приём и передачу информации с учетом индивидуальных особенностей и состояния здоровья студента;
- предоставление возможности предкурсового ознакомления с содержанием учебной дисциплины и материалом по курсу за счёт размещения информации на корпоративном образовательном портале;
- использование чёткого и увеличенного по размеру шрифта и графических объектов в мультимедийных презентациях;
- использование инструментов «лупа», «прожектор» при работе с интерактивной доской;
- озвучивание визуальной информации, представленной обучающимся в ходе занятий;
- обеспечение раздаточным материалом, дублирующим информацию, выводимую на экран;
- наличие подписей и описания у всех используемых в процессе обучения рисунков и иных графических объектов, что даёт возможность перевести письменный текст в аудиальный;
- обеспечение особого речевого режима преподавания: лекции читаются громко, разборчиво, отчётливо, с паузами между смысловыми блоками информации, обеспечивается интонирование, повторение, акцентирование, профилактика рассеивания внимания;
- минимизация внешнего шума и обеспечение спокойной аудиальной обстановки;
- возможность вести запись учебной информации студентами в удобной для них форме (аудиально, аудиовизуально, на ноутбуке, в виде пометок в заранее подготовленном тексте);
- увеличение доли методов социальной стимуляции (обращение внимания, апелляция к ограничениям по времени, контактные виды работ, групповые задания и др.) на практических и лабораторных занятиях;
- минимизирование заданий, требующих активного использования зрительной памяти и зрительного внимания;
- применение поэтапной системы контроля, более частый контроль выполнения заданий для самостоятельной работы.

Специальные условия, обеспечиваемые в процессе преподавания дисциплины студентам с нарушениями опорно-двигательного аппарата (маломобильные студенты, студенты, имеющие трудности передвижения и патологию верхних конечностей):

- возможность использовать специальное программное обеспечение и специальное оборудование и позволяющее компенсировать двигательное нарушение (коляски, ходунки, трости и др.);
- предоставление возможности предкурсового ознакомления с содержанием учебной дисциплины и материалом по курсу за счёт размещения информации на корпоративном образовательном портале;
- применение дополнительных средств активизации процессов запоминания и повторения;
- опора на определенные и точные понятия;
- использование для иллюстрации конкретных примеров;
- применение вопросов для мониторинга понимания;
- разделение изучаемого материала на небольшие логические блоки;
- увеличение доли конкретного материала и соблюдение принципа от простого к сложному при объяснении материала;
- наличие чёткой системы и алгоритма организации самостоятельных работ и проверки заданий с обязательной корректировкой и комментариями;
- увеличение доли методов социальной стимуляции (обращение внимания, апелляция к ограничениям по времени, контактные виды работ, групповые задания др.);
- обеспечение беспрепятственного доступа в помещения, а также пребывания в них;
- наличие возможности использовать индивидуальные устройства и средства, позволяющие

обеспечить реализацию эргономических принципов и комфортное пребывание на месте в течение всего периода учёбы (подставки, специальные подушки и др.).

Специальные условия, обеспечиваемые в процессе преподавания дисциплины студентам с нарушениями слуха (глухие, слабослышащие, позднооглохшие):

- предоставление образовательного контента в текстовом электронном формате, позволяющем переводить аудиальную форму лекции в плоскостатную информацию;
- наличие возможности использовать индивидуальные звукоусиливающие устройства и сурдотехнические средства, позволяющие осуществлять приём и передачу информации; осуществлять взаимообратный перевод текстовых и аудиофайлов (блокнот для речевого ввода), а также запись и воспроизведение зрительной информации;
- наличие системы заданий, обеспечивающих систематизацию вербального материала, его схематизацию, перевод в таблицы, схемы, опорные тексты, глоссарий;
- наличие наглядного сопровождения изучаемого материала (структурно-логические схемы, таблицы, графики, концентрирующие и обобщающие информацию, опорные конспекты, раздаточный материал);
- наличие чёткой системы и алгоритма организации самостоятельных работ и проверки заданий с обязательной корректировкой и комментариями;
- обеспечение практики опережающего чтения, когда студенты заранее знакомятся с материалом и выделяют незнакомые и непонятные слова и фрагменты;
- особый речевой режим работы (отказ от длинных фраз и сложных предложений, хорошая артикуляция; чёткость изложения, отсутствие лишних слов; повторение фраз без изменения слов и порядка их следования; обеспечение зрительного контакта во время говорения и чуть более медленного темпа речи, использование естественных жестов и мимики);
- чёткое соблюдение алгоритма занятия и заданий для самостоятельной работы (называние темы, постановка цели, сообщение и запись плана, выделение основных понятий и методов их изучения, указание видов деятельности студентов и способов проверки усвоения материала, словарная работа);
- соблюдение требований к предъявляемым учебным текстам (разбивка текста на части; выделение опорных смысловых пунктов; использование наглядных средств);
- минимизация внешних шумов;
- предоставление возможности соотносить вербальный и графический материал; комплексное использование письменных и устных средств коммуникации при работе в группе;
- сочетание на занятиях всех видов речевой деятельности (говорения, слушания, чтения, письма, зрительного восприятия с лица говорящего).

Специальные условия, обеспечиваемые в процессе преподавания дисциплины студентам с прочими видами нарушений (ДЦП с нарушениями речи, заболевания эндокринной, центральной нервной и сердечно-сосудистой систем, онкологические заболевания):

- наличие возможности использовать индивидуальные устройства и средства, позволяющие осуществлять приём и передачу информации;
- наличие системы заданий, обеспечивающих систематизацию вербального материала, его схематизацию, перевод в таблицы, схемы, опорные тексты, глоссарий;
- наличие наглядного сопровождения изучаемого материала;
- наличие чёткой системы и алгоритма организации самостоятельных работ и проверки заданий с обязательной корректировкой и комментариями;
- обеспечение практики опережающего чтения, когда студенты заранее знакомятся с материалом и выделяют незнакомые и непонятные слова и фрагменты;
- предоставление возможности соотносить вербальный и графический материал; комплексное использование письменных и устных средств коммуникации при работе в группе;
- сочетание на занятиях всех видов речевой деятельности (говорения, слушания, чтения, письма, зрительного восприятия с лица говорящего);
- предоставление образовательного контента в текстовом электронном формате;
- предоставление возможности предкурсового ознакомления с содержанием учебной дисциплины и материалом по курсу за счёт размещения информации на корпоративном образовательном портале;
- возможность вести запись учебной информации студентами в удобной для них форме

- (аудиально, аудиовизуально, в виде пометок в заранее подготовленном тексте);
- применение поэтапной системы контроля, более частый контроль выполнения заданий для самостоятельной работы;
 - стимулирование выработки у студентов навыков самоорганизации и самоконтроля;
 - наличие пауз для отдыха и смены видов деятельности по ходу занятия.

10. Методические рекомендации по освоению дисциплины (модуля)