

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине		

**УТВЕРЖДЕНО**  
решением Ученого совета института  
экономики и бизнеса УлГУ  
от « 18 » июня 2020 г., протокол № 233/10  
Председатель \_\_\_\_\_ Белый Е.М.  
(подпись, расшифровка подписи)  
« 18 » июня 2020 г.



### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	Современные инструменты электронной коммерции
Факультет	экономики
Кафедра	цифровой экономики
Курс	4

Направление 38.03.05 (бакалавриат), «Бизнес-информатика»  
Профиль Цифровая экономика  
Форма обучения *очная*

Дата введения в учебный процесс УлГУ: «01» сентября 2020 г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № 9 от «30» 06 2021 г.  
Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № 9 от «15» 06 2022 г.  
Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № \_\_\_ от «\_\_» \_\_\_ 202\_\_ г.

Сведения о разработчиках:

ФИО	Кафедра	Должность, ученая степень, звание
Мартыненко Ю.В.	цифровой экономики	доцент, к.ф.-м.н.

<b>СОГЛАСОВАНО</b>
Заведующий кафедрой цифровой экономики
 / Лутошкин И.В. /
«18» июня 2020 г.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

Цели освоения дисциплины:

- формирование комплекса теоретических знаний и практических навыков решения задач управления в сфере электронного бизнеса и электронной коммерции с помощью ИКТ;
- развитие и углубление компетенций в области организационно-управленческой деятельности.

Задачи освоения дисциплины:

- изучение методов продвижения продукта в электронной коммерции;
- освоение инструментов электронной коммерции и интернет-маркетинга;
- приобретение навыков решения профессиональных задач в области продвижения на рынке электронного предприятия.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

Дисциплина «Современные инструменты электронной коммерции» принадлежит вариативной части ОПОП ВО по направлению «Бизнес-информатика». Дисциплина изучается студентами 4 курса бакалавриата в 7 семестре.

Изучение дисциплины «Современные инструменты электронной коммерции» базируется на знаниях, умениях и компетенциях, сформированных у обучающихся в процессе изучения дисциплин Деловая этика, Электронный бизнес, Управление ИТ сервисами и контентом/Системы управления контентом, Математические модели рекламных воздействий, а также прохождения практики: Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности.

Компетенции, знания, навыки и умения, приобретенные в результате прохождения дисциплины, необходимы для прохождения государственной итоговой аттестации: подготовки к сдаче и сдаче государственного экзамена.

## 3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ(МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
ПК-6 управление контентом предприятия и Интернет-ресурсов, процессами создания и использования информационных сервисов (контент-сервисов)	Знать: основные термины и определения электронной коммерции. Уметь: составлять планы мероприятий по внедрению элементов электронной коммерции на предприятии. Владеть: теоретическими знаниями и навыками работы с системами электронной коммерции.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

ПК-8 организация взаимодействия с клиентами и партнерами в процессе решения задач управления жизненным циклом ИТ-инфраструктуры предприятия	Знать: основные этапы реализации проекта по созданию и продвижению сайта в сфере электронной коммерции. Уметь: использовать инструментальные средства для продвижения сайтов. Владеть: навыками реализации проекта в сфере электронной коммерции.
ПК-10 умение позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке; формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовывать продажи в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Знать: основные методы работы интернет-маркетинга. Уметь: применять инструменты интернет-маркетинга для продвижения проекта в сфере электронной коммерции. Владеть: навыками работы с современными инструментами интернет-маркетинга.

#### 4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах (всего:) 4 зачетные единицы

4.2. Объем дисциплины по видам учебной работы (в часах)

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения очная)	
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам
1	2	3
Контактная работа обучающихся с преподавателем в соответствии с УП	54	54
Аудиторные занятия:	54	54
Лекции	18	18
Семинары и практические занятия	0	0
Лабораторные работы, практикумы	36	36
Самостоятельная работа	54	54
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы: тестирование, контр. работа, коллоквиум, реферат и др.(не менее 2 видов)	Тестирование, защита лабораторных работ	Тестирование, защита лабораторных работ
Курсовая работа	отсутствует	отсутствует
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	Экзамен 36	Экзамен 36
Всего часов по дисциплине	144	144

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

#### 4.3. Содержание дисциплины (модуля). Распределение часов по темам и видам учебной работы:

Форма обучения очная

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		лекции	практические занятия, семинары	лабораторные работы			
1	2	3	4	5	6	7	8
Сущность электронной коммерции	26	4	0	12	12	10	Тестирование, защита лабораторных работ
Техническая составляющая проекта в сфере электронной коммерции	40	6	0	12	12	22	Тестирование, защита лабораторных работ
Бизнес-анализ проекта в сфере электронной коммерции	42	8	0	12	12	22	Тестирование, защита лабораторных работ
Подготовка и сдача курсовой работы, экзамена	36					36	
<b>Итого</b>	<b>144</b>	<b>18</b>	<b>0</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>90</b>	

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### Тема 1. Сущность электронной коммерции

Электронный бизнес и электронная коммерция: определения и соотношение. История возникновения и этапы развития электронной коммерции. Сектора электронной коммерции: бизнес-бизнес (B2B), бизнес-потребитель (B2C), потребитель-потребитель (C2C), правительство-бизнес (G2B), правительство-потребитель (G2C). Взаимосвязь развития электронной коммерции с развитием сети Интернет. Воздействие развития электронной коммерции на экономику. Факторы, влияющие на развитие электронной коммерции в России.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

## **Тема 2. Техническая составляющая проекта в сфере электронной коммерции**

Основы разработки сайтов. Коммерциализация сайтов и ключевые показатели эффективности. Партнерские программы коммерческих сайтов и их агрегаторы. Посадочная страница (landing page) коммерческого сайта. Выбор CMS для сайта электронной коммерции. Преимущества и недостатки готовых платформ и заказного ПО. Требования к функциональности сайта. Выбор доменного имени. Хостинг. Подключение онлайн-касс и онлайн-платежей. Комплексное продвижение коммерческого сайта в интернете. Юзабилити сайта и его аудит. SEO-оптимизация сайта. Интеграция с системами учета. Настройка веб-аналитики. Яндекс Метрика и Google Analytics. Отслеживание воронки продаж, А/В тестирование.

## **Тема 3. Бизнес-анализ проекта в сфере электронной коммерции**

Технологии интернет-маркетинга. Интернет-маркетинг: определение, особенности, преимущества. Технологические инструменты интернет-маркетинга. Характеристика инструментов интернет-маркетинга. Роль поисковых систем в продвижении сайта. Маркетинговые инструменты Яндекс и Google. Контекстная реклама: понятие, виды кампаний, технологии. SMM-маркетинг: сущность и технологии. E-mail-маркетинг: сущность и технологии. Ретаргетинг и его возможности. Проектирование воронки продаж. Формирование УТП (уникального торгового предложения). Анализ конкурентов в сфере электронной коммерции. Программы лояльности. Маркетинговые коммуникации в Интернете. Маркетинговые коммуникации и методы продвижения продукции в Интернете. Поисковый маркетинг SEM для привлечения целевых посетителей Роль социальных сетей как современного инструмента коммуникации с целевыми аудиториями. Оценка эффективности мероприятий интернет-маркетинга. Понятие эффективности мероприятий интернет-маркетинга. Аналитический отчет как элемент оценки рекламных кампаний в сети Интернет. Особенности оценки эффективности контекстной рекламы и поисковой оптимизации сайтов. Эффективность PR-работы в социальных сетях.

## **6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ**

Данный вид работы не предусмотрен УП.

## **7. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ, ПРАКТИКУМЫ**

### **Тема 1. Сущность электронной коммерции**

#### **Лабораторная работа 1. Разработка проекта в сфере электронной коммерции**

**Цели и содержание лабораторной работы:** применить на практике полученные теоретические знания о видах деятельности, входящих в электронную коммерцию. Получить навыки внедрения проектов в сфере электронной коммерции в различных видах деятельности.

#### **Результаты лабораторной работы (практикума):**

Проект в сфере электронной коммерции, результаты его SWOT-анализ.  
Методические указания к выполнению работы см. в приложении к РПД.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

## **Тема 2. Техническая составляющая проекта в сфере электронной коммерции**

### **Лабораторная работа 2. Разработка ТЗ на сайт предприятия в сфере электронной коммерции**

#### **Цели и содержание лабораторной работы:**

Создать ТЗ на сайт с заданной функциональностью.

#### **Результаты лабораторной работы (практикума):**

Разработанное ТЗ на создание сайта.

Методические указания к выполнению работы см. в приложении к РПД.

## **Тема 3. Бизнес-анализ проекта в сфере электронной коммерции**

### **Лабораторная работа 3. Разработка медиа-плана и оценка эффективности Интернет-рекламы**

#### **Цели и содержание лабораторной работы:**

- систематизировать способы рекламы в сети Интернет;
- изучить предложения различных рекламных площадок для различных предметных областей;
- оценить стоимостные затраты на реализацию небольшого медиа-плана в сети Интернет;
- научиться определять потенциальную эффективность от размещения рекламы на различных площадках.
- Знакомство с методами проведения рекламных компаний в сети Интернет и методиками оценки их эффективности.
- Оценка поисковых систем

#### **Результаты лабораторной работы (практикума):**

Отработанные навыки работы с интернет-рекламой и поисковыми системами.

Методические указания к выполнению работы см. в приложении к РПД.

## **8. ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ, КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ, РЕФЕРАТОВ**

Данный вид работы не предусмотрен УП.

## **9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЭКЗАМЕНУ**

1. Электронный бизнес и электронная коммерция: определения и соотношение.
2. История возникновения и этапы развития электронной коммерции.
3. Сектора электронной коммерции.
4. Взаимосвязь развития электронной коммерции с развитием сети Интернет.
5. Воздействие развития электронной коммерции на экономику.
6. Факторы, влияющие на развитие электронной коммерции в России.
7. Выбор CMS для сайта электронной коммерции.
8. Требования к функциональности сайта.
9. Выбор доменного имени и организация хостинга.
10. Подключение онлайн-касс и онлайн-платежей.
11. Юзабилити сайта и его аудит.
12. SEO-оптимизация сайта.
13. Настройка веб-аналитики.
14. Яндекс Метрика и Google Analytics.
15. Отслеживание воронки продаж.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

16. А/В тестирование.
17. Роль поисковых систем в продвижении сайта.
18. Маркетинговые инструменты Яндекс и Google.
19. Контекстная реклама: понятие, виды кампаний, технологии.
20. SMM-маркетинг: сущность и технологии.
21. E-mail-маркетинг: сущность и технологии.
22. Ретаргетинг и его возможности.

## 10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩИХСЯ

### Форма обучения очная

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др.)	Объем в часах	Форма контроля (проверка решения задач, реферата и др.)
Сущность электронной коммерции	проработка учебного материала, подготовка к выполнению лабораторных работ и их защите, подготовка к тестированию, подготовка к экзамену	10	Проверка лабораторных работ, заслушивание ответов на защите лабораторных работ, проверка тестовых заданий, экзамен
Техническая составляющая проекта в сфере электронной коммерции	проработка учебного материала, подготовка к выполнению лабораторных работ и их защите, подготовка к тестированию, подготовка к экзамену	22	Проверка лабораторных работ, заслушивание ответов на защите лабораторных работ, проверка тестовых заданий, экзамен
Бизнес-анализ проекта в сфере электронной коммерции	проработка учебного материала, подготовка к выполнению лабораторных работ и их защите, подготовка к тестированию, подготовка к экзамену	22	Проверка лабораторных работ, заслушивание ответов на защите лабораторных работ, экзамен

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

## 11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### а) Список рекомендуемой литературы

#### основная

1. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция: учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 3-е изд., доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 477 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11785-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/446579>
2. Инновационный маркетинг: учебник для бакалавриата и магистратуры / С. В. Карпова [и др.]; под редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 457 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00354-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/432149>.
3. Интернет-маркетинг: учебник для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова [и др.]; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 301 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04238-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/412924>

#### дополнительная

1. Информационные технологии в маркетинге: учебник и практикум для академического бакалавриата / С. В. Карпова [и др.]; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 367 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02476-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/432127>.
2. Катаев, А. В. Интернет-маркетинг: учебное пособие / А. В. Катаев, Т. М. Катаева. — Ростов-на-Дону, Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2018. — 153 с. — ISBN 978-5-9275-2673-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/87414.html>
3. Веселкова, Т. В. Эффективная эксплуатация сайта: практическое пособие / Т. В. Веселкова, А. С. Кабанов. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 176 с. — ISBN 978-5-394-03166-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/83128.html>.

#### учебно-методическая

1. Мартыненко Ю. В. Методические рекомендации по самостоятельной работе и изучению дисциплины «Современные инструменты электронной коммерции» для студентов направления подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика, профиль «Цифровая экономика» / Ю. В. Мартыненко; УлГУ, ИЭиБ, Каф. цифровой экономики. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 284 КБ). - Текст : электронный. — URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/2395>

Согласовано:

ГЛАВ. БУБЛИОТЕКАРЬ ГОЛОСОВА М.И. / М.И. /

Должность сотрудника научной библиотеки ФИО

подпись

дата

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

**б) Программное обеспечение:**

- «1С: Предприятие 8». Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях;
- Statistica Academic for Windows;
- Комплект ПО "Универсал" ("Финансовый анализ + Оценка бизнеса", "Инвестиционный анализ", "Бюджет" и "Оценка недвижимости");
- Компьютерная деловая игра «БИЗНЕС-КУРС: Корпорация Плюс. Версия 4»;
- Windows;
- Office;
- Антиплагиат.ВУЗ.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

## в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

### 1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. IPRbooks : электронно-библиотечная система : сайт / группа компаний Ай Пи Ар Медиа. - Саратов, [2021]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. ЮРАЙТ : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Электронное издательство ЮРАЙТ. – Москва, [2021]. - URL: <https://urait.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. Консультант студента : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Политехресурс. – Москва, [2021]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС Лань. – Санкт-Петербург, [2021]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Знаниум. - Москва, [2021]. - URL: <http://znanium.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

2. **КонсультантПлюс** [Электронный ресурс]: справочная правовая система. /ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2021].

### 3. Базы данных периодических изданий:

3.1. База данных периодических изданий : электронные журналы / ООО ИВИС. - Москва, [2021]. – URL: <https://dlib.eastview.com/browse/udb/12>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

3.2. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО Научная Электронная Библиотека. – Москва, [2021]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

3.3. «Grebennikon» : электронная библиотека / ИД Гребенников. – Москва, [2021]. – URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

4. **Национальная электронная библиотека** : электронная библиотека : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры РФ ; РГБ. – Москва, [2021]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

5. **SMART Imagebase** // EBSCOhost : [портал]. – URL: <https://ebco.smartimagebase.com/?TOKEN=EBSCO-1a2ff8c55aa76d8229047223a7d6dc9c&custid=s6895741>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Изображение : электронные.

### 6. Федеральные информационно-образовательные порталы:

6.1. Единое окно доступа к образовательным ресурсам : федеральный портал / учредитель ФГАОУ ДПО ЦРГОП и ИТ. – URL: <http://window.edu.ru/>. – Текст : электронный.

6.2. Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАОУ ДПО ЦРГОП и ИТ. – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.

### 7. Образовательные ресурсы УлГУ:

7.1. Электронная библиотека УлГУ : модуль АБИС Мега-ПРО / ООО «Дата Экспресс». – URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

Согласовано:

Зам. нач. УИТИ / Ключева А.В. / 01.06.2021  
 Должность сотрудника УИТИ ФИО подпись дата

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

## 12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

Аудитории для проведения лекций, семинарских занятий, для выполнения лабораторных работ и практикумов, для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования, групповых и индивидуальных консультаций.

Аудитории укомплектованы специализированной мебелью, учебной доской. Аудитории для проведения лекций оборудованы мультимедийным оборудованием для предоставления информации большой аудитории. Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде, электронно-библиотечной системе.

В том числе:

1. Аудитории для проведения лекционных и семинарских занятий, оснащенные проектором, ноутбуком (актовый зал, 703, 709, 509 и др. аудитории).
2. Аудитории для проведения практических и лабораторных занятий (комп. классы - аудитории 1К, 49, 508, 711, 605, 407). Всего 63 рабочих места.
3. Аудитории, оборудованные интерактивными досками (603, 611, 502).
4. Аудитории для проведения тестирования и самостоятельной работы студентов с выходом в интернет, комп.класс №806 (корпус по ул. Пушкинская, 4а), 1 сервер и 16 рабочих мест.
5. Читальный зал (аудитория 803) с компьютеризированными рабочими местами для работы с электронными библиотечными системами, каталогом и т.д.

## 13. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий, организация работы ППС с обучающимися с ОВЗ и инвалидами предусматривается в электронной информационно-образовательной среде с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

Разработчик  доцент Мартыненко Ю.В.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

### ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения или ссылка на прилагаемый текст изменения	ФИО заведующего кафедрой, реализующей дисциплину/ выпускающей кафедрой	Подпись	Дата
1	Приложение 1. Внесение изменений в п.п. в) Профессиональные базы данных п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины/практики» с оформлением отдельного приложения 1	Лутошкин И.В.		15.06.2022

