


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



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	Продвижение в сети Интернет
Факультет	Культуры и искусства
Кафедра	Кафедра связей с общественностью, рекламы и культурологии
Курс	4

Направление (специальность): **51.03.01 «Культурология» (бакалавриат)**

Направленность (профиль/специализация): **Менеджмент культуры**

Форма обучения: **очная**

Дата введения в учебный процесс УлГУ: **«01» сентября 2023 г.**


Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № __ от ____ 20__ г.


Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № __ от ____ 20__ г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № __ от ____ 20__ г.

Сведения о разработчиках:

ФИО	Кафедра	Должность, ученая степень, звание
Андреева Ю.В.	СОРИК	к.пс.н.

	СОГЛАСОВАНО Заведующий выпускающей кафедрой связей с общественностью рекламы и культурологии  /А.К. Магомедов « 10 » мая 2023 г.
--	---

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

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов прочных знаний в области применения возможностей интернет технологий в продвижении на рынок предприятия, а также практического применения знаний, полученных в курсе маркетинга, приобретение студентами умений и навыков, необходимых для успешной деятельности в качестве специалистов-маркетологов на предприятиях любой формы собственности.

Задачи освоения дисциплины:

- понимание основных составляющих комплекса маркетинга в сети Интернет
- изучение инструментов и форматов продвижения в сети Интернет;
- анализ основных рекламных интернет-площадок;
- изучение существующих методов реализации социо-культурных-проектов;
- освоение этапов разработки маркетинговой стратегии, планирования и контроля в сети Интернет.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

Дисциплина «Продвижение в сети Интернет» относится к вариативной части учебного плана - дисциплинам по выбору. Она изучается в 8 семестре.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения:

- Основы проектного управления
- Основы предпринимательского права
- Социальное предпринимательство
- Проектная деятельность
- Маркетинг в сфере культуры
- Культура социальных групп и движений
- Проектно-технологическая практика

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:


В содержательном плане и в логической последовательности изучения дисциплин она является основанием для последующего изучения дисциплин:

- Экономические основы культурной деятельности
- PR-технологии в сфере культуры
- Преддипломная практика
- Выполнение и защита выпускной квалификационной работы
- Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена.

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ:

Перечень формируемых компетенций в процессе освоения материала по дисциплине в соответствии с ФГОС ВО:

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
ПК 6 способен управлять практической реализацией	Знать: - основные правила планирования, подготовки и проведения коммуникационных

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

социокультурных проектов и программ, координировать различные виды деятельности	<p>кампаний и мероприятий; - виды и особенности планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий в социокультурной сфере; - основные понятия, используемые в теории и практике в интернете;</p> <p>Уметь: - участвовать в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий; - выполнять профессиональные функции планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий, с учетом знания их особенностей, в области рекламы и связей с общественностью; - анализировать количественно/качественный состав интернет-аудиторий;</p> <p>Владеть: - навыками планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий; - тремя составляющими интерактивного PRWeb-PR, Net-PR и Online-PR.</p>
---	---

4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ


4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) 2

4.2. по видам учебной работы (в часах) 72 часа

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения <u>очная</u>)			
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам		
		8	4	5
1	2	3	4	5
Контактная работа обучающихся с преподавателем	32	32		
Аудиторные занятия:	32	32		
Лекции	16	16		
семинарские и практические занятия	16	16		
лабораторные работы (лабораторный практикум)				
Самостоятельная работа	40	40		
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы		Практические задания		
Курсовая работа				
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	зачет	зачет		
Всего часов по дисциплине	72	72		

* В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий в таблице через слеш указывается количество часов работы ППС с обучающимися для проведения занятий в дистанционном формате с применением электронного обучения


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

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

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, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	
Тема 1. Обзор инструментов интернет-маркетинга	8	2	2			4	Устный опрос
Тема 2. Разработка стратегии интернет-маркетинга	8	2	2			4	Устный опрос
Тема 3. E-mail маркетинг	8	2	2			5	Подготовка презентаций
Тема 4. Создание и оптимизация сайта	12	2	2			6	Подготовка презентаций
Тема 5. Маркетинг в социальных сетях и новых медиа	12	2	2		2	6	Подготовка презентаций
Тема 6. Управление проектами в интернет-маркетинге	8	2	2		2	5	Подготовка отчёта
Тема 7. Интернет-реклама	8	2	2		2	5	Подготовка презентации
Тема 8. Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных кампаний	8	2	2		2	5	Контрольная работа
Итого	72	16	16		8	40	

5. СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

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

Тема 1. Обзор инструментов интернет-маркетинга.

Сущность и история развития интернет. Особенности маркетинга в интернет. Интернет как новая информационная среда. Функциональное назначение и ресурсы Интернет. Электронный бизнес и электронная коммерция. Виртуальное маркетинговое пространство и технологии Интернет в маркетинге. Сайт организации как инструмент маркетинга.

Тема 2. Разработка стратегии интернет-маркетинга.

Этапы построения системы маркетинга на основе сайта организации. Необходимые интернет-сервисы для создания сайта. Лидогенерация как направление в интернет-маркетинге. Виды лидов и способы оплаты. Источники лидов. Разработка посадочных страниц и модели взращивания лидов на разных типах площадок. Особенности работы партнерских программ. Методика повышения качества лидов.

Тема 3. E-mail маркетинг.

Технология осуществления рассылки. Результат автоматизированных серий писем. Тренды современного E-mail маркетинга. Стратегия сегментации. Экономическая эффективность массовых рассылок. Получатели спам рассылок и их списки. Способы получения спам листа.

Тема 4. Создание и оптимизация сайта.

Планирование Web-сайта. Реализация Web-сайта. Привлечение пользователей на Web-сайт. Подведение итогов на основе сравнения полученных результатов с запланированными по установленным ранее критериям. Основные понятия SEO. Алгоритмы работы поисковых систем. Разработка SEO-friendly сайта. Семантическое ядро сайта. Внутренняя оптимизация.

Тема 5. Маркетинг в социальных сетях и новых медиа.

Виды социальных сетей и блог-платформ. Задачи, решаемые с помощью работы в социальных сетях. Особенности взаимодействия с аудиторией в социальных сетях. Обзор инструментов отслеживания упоминаний о брендах и тональности мнений. Принципы работы инструментов и аналитика.

Тема 6. Управление проектами в интернет-маркетинге.


Этапы разработки проектов в интернете. Особенности выбора поставщиков. Виды систем управления сайтом. Usability тестирование. Варианты хостинга. Разработка прототипов корпоративного сайта. Создание диаграмм поведения пользователей в сети.

Тема 7. Интернет-реклама.

Виды рекламных кампаний. Задачи и критерии достижения результата: продающая рекламная кампания, информационная и имиджевая. Западная модель типов рекламных кампаний. Принцип работы контекстной рекламы. Виды таргетингов. Этапы запуска контекстной рекламы. Ре-таргетинг. Медийная реклама: виды площадок. Медиабайнг. Таргетированная реклама. Поведенческие технологии.

Тема 8. Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных кампаний

Задачи и возможности веб-аналитики. Обзор и сравнительный анализ инструментов веб-аналитики. Виды способов сбора данных. Настройка целей и анализ конверсий. Использование Google Analytics для анализа эффективности рекламных

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

кампаний . Карта кликов от Яндекс.Метрики.

6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Тема 1. Обзор инструментов интернет-маркетинга.

Устный опрос. Вопросы для подготовки: 1. Сущность лэндинга. Виды и методы создания. 2. Электронная коммерция бизнес-клиент (B2C). 3. Электронная коммерция бизнес-бизнес (B2B). Преимущества и недостатки. 4. Модели поведения посетителей сайтов. 5. Технология работы с платежными системами Webmoney, PayCash (Работа в Интернет с электронным кошельком: получение на кошелек, расчеты с помощью кошелька). 6. Службы Интернет и их характеристика.

Тема 2. Разработка стратегии интернет-маркетинга.

Устный опрос. Вопросы для подготовки:

1. Понятие и преимущества лидогенерации. Основные понятия. 2. Виды лидов 3. Лидогенерация как бизнес-процесс 4. Методы лидогенерации. 5. Маркетинговое обеспечение лидогенерации.

Практическое задание 1:

1. Разработать стратегию лидогенерации
2. Определить критерии квалификации лида
3. Сформировать воронку продаж
4. Выбрать методы лидогенерации.

Тема 3. E-mail маркетинг.

Подготовка презентации. Примерные вопросы и практическое задание:

1. Разработать информационное письмо для проведения научной конференции, выставки или другого событийного мероприятия. 2. Осуществить рассылку. 3. Этапы работы оформить в виде презентации в Power Point.

Практическое занятие. Задание 2.

1. Зарегистрироваться в системе Wix.com
2. Разработать контент для серии писем по продвижению товара или услуги.
3. Организовать рассылку.

Тема 4. Создание и оптимизация сайта.

Подготовка презентации. Примерные вопросы и практическое задание:

1. Используя платформу WordPress создать многостраничный сайт. 2. Разработать семантическое ядро и контент.


Практическое занятие. Задание 3: Создание одностраничного сайта на Wix.ru

- зарегистрироваться на сайте Wix.ru выбрать шаблон лэндинга;
- создать контент;
- опубликовать сайт.

Тема 5. Маркетинг в социальных сетях и новых медиа.

Подготовка презентации. Примерные вопросы и практическое задание:

1. Зарегистрироваться в одной из социальных сетей. 2. Создать сообщество. Подготовить контент. 3. Разработать стратегию продвижения группы. 4. Разработать рекламную или PR кампанию по продвижения товаров и услуг с использованием мессенджеров (WhatsApp, Viber, Facebook Messenger, Telegram, Skype, ICQ, Google Hangouts) 5. Результаты представить в виде презентации в Power Point.

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

Практическое занятие. Задание 4:

1. Создать группу в соц.сети VK.com
2. Сформировать контент
3. Обновлять содержание группы, увеличивая число подписчиков
4. Оценить эффективность продвижения группы в соцсети.

Тема 6. Управление проектами в интернет-маркетинге.

Подготовка отчета - практическое задание: 1. Разработать стратегию создания продающего сайта (онлайн-магазина). 2. Рассчитать плановую экономическую эффективность бизнес-идеи. 3. Результаты представить в виде отчетов в СППР Project Expert.

Практическое задание 5: Описать один отечественный или зарубежный электронный магазин. В описании раскрыть следующие вопросы:

- Адрес магазина в Интернет, наименование, в каком городе расположен, ассортимент;
- Как устроена витрина магазина
- Тематическая организация каталогов товара
- Система навигации по сайту
- Отбор товаров в пользовательскую корзину
- Оформление заказа
- Оплата заказа.

Тема 7. Интернет-реклама.

Подготовка презентации. Примерные вопросы и практическое задание: 1. Ознакомиться с возможностями систем контекстной рекламы Яндекс.Директ и Google AdWords 2. Разработать стратегию проведения рекламной кампании в одной из систем. 3. Результаты представить в виде презентации в Power Point.

Практическое задание 6:

1. Разработать проект баннера.
2. Создать рекламную кампанию в системах контекстной рекламы.

Тема 8. Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных кампаний.

Контрольная работа. Вопросы к контрольной работе: 1.Медийная реклама. 2.Контекстная реклама. 3.Поисковая реклама. 4.Геоконтекстная реклама. 5.Вирусная реклама. 6.Продукт-плейсмент (в онлайн-играх). 7. Реклама в блогах. 8.Интерстильная реклама. 9.Этапы работы над контекстной рекламной кампанией. 10. Оценка эффективности баннерной рекламы. 11. Эффективность мероприятий Интернет маркетинга.

Практическое занятие. Практическое задание 7. Работа с Учебным руководством Google Analytics IQ на сайте <https://support.google.com>


Сформировать: отчеты по аудитории, по источникам трафика, отчет «Карта целей», отчеты по электронной коммерции.

7. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ (ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ)

Не предусмотрено по учебному плану.


8. ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ

Не предусмотрено по учебному плану.

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

9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ

№	Формулировка вопроса
1.	Е-mail маркетинг. Технология осуществления рассылки. Результат автоматизированных серий писем.
2.	Стратегия сегментации в Е-mail маркетинге. Экономическая эффективность массовых рассылок
3.	Тенденции современного Е-mail маркетинга.
4.	Модели поведения посетителей сайтов.
5.	Лидогенерация как бизнес-процесс. Преимущества, основные понятия.
6.	Методы лидогенерации. Факторы успеха лидогенерации.
7.	Технология работы с платежными системами Webmoney, PayCash (Работа в Интернет с электронным кошельком: получение на кошелек, расчеты с помощью кошелька).
8.	Лэндинг. Методы и факторы успеха.
9.	Электронная коммерция бизнес-клиент (B2C).
10.	Электронная коммерция бизнес-бизнес (B2B). Преимущества и недостатки.
11.	Понятие электронного бизнеса. Преимущества электронного бизнеса. Причины перехода в киберпространство.
12.	Создание и регистрация сайта.
13.	Разработка SEO-friendly сайта.
14.	Виды интернет-рекламы.
15.	Сервисы контекстной рекламы. Анализ эффективности контекстной рекламы.
16.	Медиапланирование в Интернет. Критерии выбора рекламных носителей
17.	Оценка эффективности рекламной кампании.
18.	SMM. Методы и стратегии.
19.	Сравнительная характеристика социальных сетей в Рунете. Особенности продвижения в социальных сетях.
20.	PR в интернет.
21.	Модели электронного бизнеса и их характеристика.
22.	Сущность и функции браузера. Сравнение популярных браузеров.
23.	Требования к Интернет-магазину. Обработка заказа. Управление магазином.
24.	Партнерский маркетинг. Партнерские программы, виды, поиск, управление

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

25.	SEO. Алгоритм работы поисковой системы. Основные понятия.
26.	Внутренняя оптимизация сайта.
27.	Службы Интернет и их характеристика.
28.	Спам.
29.	Интернет-магазин. Обработка заказа. Управление магазином.
30.	Развитие сферы услуг в Интернет.


10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ

10.1. Общие положения


Самостоятельная работа студентов обычно складывается из нескольких составляющих:

- работа с текстами: лекций, учебниками, дополнительной литературой, в том числе материалами Интернета;
- подготовка устных сообщений, презентаций, выполнение практических заданий;
- участие в работе семинаров;
- подготовка к зачету и пр.

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (<i>проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др.</i>)	Объем в часах	Форма контроля (<i>проверка решения задач, реферата и др.</i>)
Тема 1. Обзор инструментов интернет-маркетинга	Подготовка к семинарскому занятию, подготовка к устному опросу	4	Устный опрос, сообщение
Тема 2. Разработка стратегии интернет-маркетинга	Подготовка к семинарскому занятию, подготовка к устному опросу	4	Устный опрос, сообщение
Тема 3. E-mail маркетинг	Подготовка к семинарскому занятию, выполнение практического задания, подготовка РР-презентации	5	Презентация
Тема 4. Создание и оптимизация сайта	Подготовка к семинарскому занятию, выполнение практического задания, подготовка РР-презентации	6	Презентация
Тема 5. Маркетинг в социальных сетях и новых медиа	Подготовка к семинарскому занятию, выполнение практического задания, подготовка РР-презентации	6	Презентация

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

Тема 6. Управление проектами в интернет-маркетинге	Подготовка к семинарскому занятию, выполнение практического задания, подготовка отчёта	5	Отчёт
Тема 7. Интернет-реклама	Подготовка к семинарскому занятию. Выполнение практического задания, подготовка РР-презентации	5	Презентация
Тема 8. Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных кампаний	Подготовка к контрольной работе	5	Контрольная работа

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

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Список рекомендуемой литературы

Основная литература:

1. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник для бакалавров / М. В. Акулич. - Москва : Дашков и К, 2016. - 352 с. - ISBN 978-5-394-02474-0. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394024740.html>
2. Катаев, А. В. Интернет-маркетинг : учебное пособие / Катаев А. В. - Ростов н/Д : Изд-во ЮФУ, 2018. - 153 с. - ISBN 978-5-9275-2673-4. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785927526734.html>
3. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510958>.

Дополнительная литература

1. Смолина, В. А. SMM С НУЛЯ. Секреты продвижения в социальных сетях / Смолина В. А. - Москва : Инфра-Инженерия, 2019. - 252 с. - ISBN 978-5-9729-0259-0. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785972902590.html>
2. Бердышев, С. Н. Секреты эффективной интернет-рекламы : практическое пособие / С. Н. Бердышев. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 121 с. — ISBN 978-5-394-01667-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/75200.html>

Учебно-методическая литература

1. Андреева Ю. В. Продвижение в сети интернет : учебно-методические указания для студентов направления бакалавриата «Культурология» / Ю. В. Андреева; УлГУ, Фак. культуры и искусства. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 217 КБ). - Текст : электронный. - <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/8201>.

Согласовано:

Гл. библиотекарь

Должность сотрудника научной библиотеки

/ Шевякова И.Н.


ФИО

/ 

подпись

/ 11.05.2023

дата

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

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Аудитории для проведения лекций, семинарских занятий, проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, групповых и индивидуальных консультаций

Аудитории укомплектованы специализированной мебелью, учебной доской. Аудитории для проведения занятий оборудованы мультимедийным оборудованием для предоставления информации большой аудитории, имеется проектор и ноутбук. Вместимость аудитории не менее 20 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Помещение оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде, электронно-библиотечной системе.

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 Андреева Ю.В