

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА
 Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
 высшего образования
 "Уральский государственный университет путей сообщения"
 (ФГБОУ ВО УрГУПС)

Б1.В.11 Интернет-маркетинг рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Управление персоналом и социология		
Учебный план	39.03.01 СЛ-2022.plx Направление 39.03.01 Социология		
Направленность (профиль)	Интернет-маркетинг и социальная аналитика		
Квалификация	бакалавр		
Форма обучения	очная		
Объем дисциплины (модуля)	6 ЗЕТ		
Часов по учебному плану	216	Часов контактной работы всего, в том числе:	76,35
в том числе:		аудиторная работа	72
аудиторные занятия	72	текущие консультации по практическим занятиям	3,6
самостоятельная работа	108	прием зачета с оценкой	0,25
Промежуточная аттестация и формы контроля:		Взаимодействие по вопросам текущего контроля:	0,5
зачет с оценкой 5 контрольные		контрольная работа	0,5

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	5 (3.1)		Итого	
	УП	РП	УП	РП
Неделя	18			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	36	36	36	36
Практические	36	36	36	36
Элект	36	36	36	36
Итого ауд.	72	72	72	72
Контактная работа	108	108	108	108
Сам. работа	108	108	108	108
Итого	216	216	216	216

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1	Цель изучения дисциплины – формирование готовности обучающихся к проведению социологических и маркетинговых исследований в информационно-коммуникационной сети «Интернет», подбору каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», формирование системы показателей эффективности продвижения.
1.2	Задачи изучения дисциплины: формирование знаний в области организации и проведения исследований в информационно-коммуникационной сети «Интернет», умений использовать методы планирования и прогнозирования продвижения, навыков подбора каналов продвижения в информационно-коммуникационной сети «Интернет», автоматизации процессов с использованием современных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОП

Цикл (раздел) ОП:	Б1.В
-------------------	------

2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Для изучения данной учебной дисциплины необходимы знания, умения и навыки, формируемые дисциплинами учебного плана: Поведение потребителя Маркетинг и менеджмент Управление продажами Электронная коммерция.

В результате изучения данных дисциплин у обучающегося должны быть сформированы:

Знания: инструментов маркетингового анализа внешних и внутренних факторов, оказывающих влияние на поведение потребителей, принципов этики отношений продавца и покупателя, специфики организационного покупательского поведения; эволюции и концепции маркетинга, его структуры и базовых маркетинговых стратегий; сущности, эволюции и характерных черт современного менеджмента, истории его развития, цикла и функций менеджмента, роли коммуникации в системе управления; теоретических основ управления продажами в макро- и микроэкономике, стратегии продвижения, этапов организации продаж; основных бизнес-моделей и форм организации продаж с использованием информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», стратегии продвижения и технологии продаж посредством Интернета;

Умения: использовать маркетинговое применение правил потребительских решений, разрабатывать маркетинговые инструменты влияния на покупательское поведение на каждом этапе процесса принятия решения о покупке, разрабатывать предложения по корректировке стратегии продвижения; анализировать тенденции бизнес-среды и оценивать степень их воздействия на маркетинговые решения компании; разработать план маркетинга, провести анализ преимуществ и недостатков каналов продвижения; применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения; использовать маркетинговый инструментарий для повышения результативности деятельности компании; проводить маркетинговое исследование в продажах, обрабатывать, анализировать и интерпретировать данные для повышения эффективности продаж компании, разрабатывать стратегию продвижения в информационно-коммуникационной сети «Интернет» и управлять стратегией интернет-продвижения; анализировать и использовать платежные системы для ведения электронной коммерции; использовать систему электронного документооборота в электронной торговле;

Владения: навыками принятия маркетинговых решений с учетом особенностей поведения целевой группы потребителей, в том числе и в сети «Интернет»; методами анализа и решения конкретных маркетинговых задач; методиками оценки эффективности стратегии продвижения, навыками сравнительного анализа методов и инструментов управления, стиля управления и приемов коммуникации в организации; навыками подбора каналов и формирования системы показателей эффективности, разработки и описания методологии больших данных, анализа трафика на веб-сайт и в социальные сети; инструментами продвижения бизнеса в глобальной сети Интернет, навыками продаж и разработки стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

2.2 Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Аналитический маркетинг;
Веб-аналитика;
Учебная практика (ознакомительная практика);
Воронка продаж в интернет-маркетинге;
Разработка сайтов и интернет-приложений;
Производственная практика (преддипломная практика)
Государственная итоговая аттестация

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

ПК-2.1: Способен планировать и проектировать фундаментальное и прикладное социологическое и маркетинговое исследование, разработать его дизайн и методическую стратегию с учетом специфики исследования рынков, в т.ч. в сети «Интернет»

ПК-2.1.5: Осуществляет маркетинговое исследование в информационно-коммуникационной сети «Интернет»

ПК-2.3: Способен разработать стратегию продвижения в информационно-коммуникационной сети «Интернет» и управлять стратегией интернет-продвижения

ПК-2.3.3: Разрабатывает предложения по корректировке стратегии продвижения на основе анализа ее эффективности

ПК-2.3.2: Анализирует трафик на веб-сайт

ПК-2.3.1: Подбирает каналы и формирует систему показателей эффективности продвижения в сети «Интернет»

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	этапы разработки и проведения социологических и маркетинговых исследований в информационно-коммуникационной сети «Интернет», инструменты разработки стратегии продвижения в сети
3.2	Уметь:
3.2.1	осуществлять социологические и маркетинговые исследования в информационно-коммуникационной сети «Интернет»; разрабатывать стратегию продвижения в информационно-коммуникационной сети «Интернет» и управлять ею; подбирать каналы и формировать систему показателей эффективности продвижения в сети «Интернет»
3.3	Владеть:
3.3.1	навыками подбора каналов и формирования системы показателей эффективности продвижения в информационно-коммуникационной сети «Интернет», анализа трафика на веб-сайт, разработки предложений по корректировке стратегии продвижения на основе анализа ее эффективности
3.3.2	.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов (академических)	Компетенции	Литература	Активные формы
	Раздел 1. Социологические и маркетинговые исследования в информационно-коммуникационной сети «Интернет»					
1.1	Информационное обеспечение маркетинговых и социологических исследований в информационно-коммуникационной сети «Интернет» /Лек/	5	8	ПК-2.1.5 ПК-2.3.1 ПК-2.3.2 ПК-2.3.3	Л1.2Л2.1 Л2.3 Э1 Э2 Э3	
1.2	Подготовка комплексного плана проведения маркетинговых и социологических исследований /Пр/	5	8	ПК-2.1.5 ПК-2.3.1 ПК-2.3.2 ПК-2.3.3	Л1.2Л2.1 Л2.3 Э1 Э2 Э3	Работа в малых группах, подготовка плана исследования
1.3	Изучение лекционного и дополнительного материала, подготовка к тестированию и практическому занятию. Выбор темы контрольной работы /Ср/	5	26	ПК-2.1.5 ПК-2.3.1 ПК-2.3.2 ПК-2.3.3	Л1.2Л2.1 Л2.3 Э1 Э2 Э3	
	Раздел 2. Стратегия продвижения в информационно-коммуникационной сети «Интернет»					
2.1	Основы интернет-маркетинга. Понятия. Нормативная база /Лек/	5	8	ПК-2.1.5 ПК-2.3.1 ПК-2.3.2 ПК-2.3.3	Л1.1 Л1.5 Л1.6Л2.2 Л2.5 Л2.6 Э1 Э2 Э3	
2.2	Виды маркетинговых коммуникаций в информационно-коммуникационной сети «Интернет» /Пр/	5	8	ПК-2.1.5 ПК-2.3.1 ПК-2.3.2 ПК-2.3.3	Л1.1 Л1.5 Л1.6Л2.2 Л2.5 Л2.6 Э1 Э2 Э3	Работа в малых группах, анализ маркетинговых коммуникаций
2.3	Изучение лекционного и дополнительного материала, подготовка к тестированию и практическому занятию. Выполнение контрольной работы /Ср/	5	26	ПК-2.1.5 ПК-2.3.1 ПК-2.3.2 ПК-2.3.3	Л1.1 Л1.5 Л1.6Л2.2 Л2.5 Л2.6 Э1 Э2 Э3	
	Раздел 3. Каналы продвижения в информационно-коммуникационной сети «Интернет»					

3.1	Подбор каналов продвижения в информационно-коммуникационной сети «Интернет» /Лек/	5	10	ПК-2.1.5 ПК-2.3.1 ПК-2.3.2 ПК-2.3.3	Л1.2Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 Э3	
3.2	Разработка показателей оценки эффективности маркетинговых коммуникаций в информационно-коммуникационной сети «Интернет». Тактическое планирование маркетинговых коммуникаций в информационно-коммуникационной сети «Интернет» /Пр/	5	10	ПК-2.1.5 ПК-2.3.1 ПК-2.3.2 ПК-2.3.3	Л1.2Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 Э3	Работа в малых группах, выполнение заданий на развитие навыка обработки и анализа данных
3.3	Изучение лекционного и дополнительного материала, подготовка к тестированию и практическому занятию. Оформление и представление контрольной работы /Ср/	5	28	ПК-2.1.5 ПК-2.3.1 ПК-2.3.2 ПК-2.3.3	Л1.2Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 Э3	
Раздел 4. Корректировка стратегии продвижения						
4.1	Анализ трафика на сайт /Лек/	5	10	ПК-2.1.5 ПК-2.3.1 ПК-2.3.2 ПК-2.3.3	Л1.3 Л1.4Л2.4 Л2.5 Э1 Э2 Э3	
4.2	Анализ эффективности продвижения /Пр/	5	10	ПК-2.1.5 ПК-2.3.1 ПК-2.3.2 ПК-2.3.3	Л1.3 Л1.4Л2.4 Л2.5 Э1 Э2 Э3	Работа в малых группах, отработка методов анализа показателей эффективности продвижения
4.3	Взаимодействие с обучающимися по вопросам текущего контроля в электронной информационно-образовательной среде: консультирование и проверка выполнения контрольной работы, ее подготовки к представлению в форме презентации и защите /Элект/	5	36	ПК-2.1.5 ПК-2.3.1 ПК-2.3.2 ПК-2.3.3	Л1.3 Л1.4Л2.4 Л2.5 Э1 Э2 Э3	
4.4	Изучение лекционного и дополнительного материала, подготовка к итоговому тестированию и промежуточной аттестации /Ср/	5	28	ПК-2.1.5 ПК-2.3.1 ПК-2.3.2 ПК-2.3.3	Л1.3 Л1.4Л2.4 Л2.5 Э1 Э2 Э3	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ

Фонд оценочных материалов по дисциплине (модулю), состоящий из ФОМ для текущего контроля и проведения промежуточной аттестации обучающихся, разрабатывается по каждой дисциплине. Оценочные материалы размещаются на странице данного курса в системе электронной поддержки обучения Blackboard Learn (сайт bb.usurt.ru), доступной через личный кабинет обучающегося.

Фонд оценочных материалов для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю), включая порядок проведения промежуточной аттестации, систему оценивания результатов промежуточной аттестации и критерии выставления оценок, примеры типовых заданий или иных материалов, необходимых для оценки знаний, умений, навыков, используемых для промежуточной аттестации по дисциплине, приведен в приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

6.1.1. Основная учебная литература

Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Web-ссылка
---------------------	----------	-------------------	------------

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Web-ссылка
Л1.1	Акулич М.В.	Интернет-маркетинг: Учебник для бакалавров	Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020	http://znanium.com
Л1.2	Валеева М. В.	Социологические исследования социальных сетей: курс лекций для студентов направления подготовки 39.03.01 «Социология» всех форм обучения	Екатеринбург: УрГУПС, 2021	http://biblioserver.usurt.ru
Л1.3	Кожанов Ю. Ф.	Теория телетрафика: учебное пособие	Санкт-Петербург: СПбГУТ им. М.А. Бонч-Бруевича, 2020	http://e.lanbook.com
Л1.4	Лихтциндер Б. Я.	Анализ интервальных характеристик трафика с применением системы АМС: учебное пособие	Самара: ПГУТИ, 2018	http://e.lanbook.com
Л1.5	Стефанова Н. А.	Эффективный интернет-маркетинг: учебное пособие	Самара: ПГУТИ, 2018	http://e.lanbook.com
Л1.6	Винарский Я. С., Гутгарц Р. Д.	Web-аппликации в Интернет-маркетинге: проектирование, создание и применение: практическое пособие	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2022	http://znanium.com

6.1.2. Дополнительная учебная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Web-ссылка
Л2.1	Зайцев А. Г., Такмакова Е. В.	Маркетинговые исследования: Учебное пособие	Москва: Издательский Центр РИО□, 2015	http://znanium.com
Л2.2	Сухарев О. С., Курманов Н. В.	Функциональный и интернет-маркетинг	Москва: ООО "КУРС", 2019	http://znanium.com
Л2.3	Токарев Б. Е.	Маркетинговые исследования рыночных ниш инновационных продуктов: Монография	Москва: Издательство "Магистр", 2018	http://znanium.com
Л2.4	Кузенкова Г. В.	WEB-технологии. Разработка сайтов: практикум	Нижний Новгород: ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2020	http://e.lanbook.com
Л2.5	Курчеева Г. И., Алетдинова А. А.	Управление продвижением инноваций на основе информационных технологий: монография	Новосибирск: НГТУ, 2016	http://e.lanbook.com
Л2.6	Юрасов А. В., Иванов А. В.	Интернет-маркетинг	Москва: Горячая линия -Телеком, 2016	http://e.lanbook.com

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Э1	НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ БИБЛИОТЕКА «КИБЕРЛЕНИНКА» (https://cyberleninka.ru/)
Э2	eLIBRARY.RU - НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ БИБЛИОТЕКА (https://elibrary.ru/defaultx.asp)
Э3	Система электронной поддержки обучения Blackboard Learn (www.bb.usurt.ru)

6.3 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	Неисключительные права на ПО Windows
6.3.1.2	Неисключительные права на ПО Office
6.3.1.3	Statistica

6.3.1.4	Система электронной поддержки обучения Blackboard Learn
6.3.1.5	Statistics and Machine Learning
6.3.1.6	Справочно-правовая система КонсультантПлюс
6.3.1.7	Vortex 10
6.3.2 Перечень информационных справочных систем и профессиональных баз данных	
6.3.2.1	Справочно-правовая система "КонсультантПлюс"
6.3.2.2	Базы данных Федеральной службы государственной статистики - http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/databases/ Единый архив экономических и социологических данных http://sophist.hse.ru/
6.3.2.3	Базы данных Федеральной службы государственной статистики http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/databases/
6.3.2.4	Банк социологических данных Института социологии РАН http://www.isras.ru/Databank.html
6.3.2.5	База социологических данных ВЦИОМ http://wciom.ru/database/
6.3.2.6	База данных ФОМ pk_vid=df01554ae5a118691540538114473ce0
6.3.2.7	Индикаторы и аналитические отчеты Левада-центра https://www.levada.ru/category/analiticheskiye-otchety/
6.3.2.8	Портал социологических данных РАНХиГС http://social.ranepa.ru/
6.3.2.9	Европейское социальное исследование http://www.europeansocialsurvey.org/
6.3.2.10	CESSDA Consortium of European Social Science Data Archives http://cessda.net/

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Назначение	Оснащение
Компьютерный класс - Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (практических занятий, лабораторных занятий), курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также для самостоятельной работы.	Специализированная мебель Компьютерная техника с установленным лицензионным ПО, предусмотренным пунктом 6.3.1 РПД, с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета Технические средства обучения - Комплект мультимедийного оборудования
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа	Специализированная мебель Демонстрационное оборудование - Комплект мультимедийного оборудования Учебно-наглядные пособия - презентационные материалы
Учебная аудитория для проведения практических занятий (занятий семинарского типа)	Специализированная мебель Технические средства обучения - Комплект мультимедийного оборудования
Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций	Специализированная мебель
Читальный зал Информационно-библиотечного центра ИБК УрГУПС - Аудитория для самостоятельной работы	Специализированная мебель Компьютерная техника с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета
Компьютерный класс - Учебная аудитория для самостоятельной работы студентов	Специализированная мебель Компьютерная техника с установленным лицензионным ПО, предусмотренным пунктом 6.3.1 РПД, с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета
Компьютерный класс - Учебная аудитория для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации	Специализированная мебель Компьютерная техника с установленным лицензионным ПО, включая ПО АСТ-Тест, с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета
Центр тестирования -	Специализированная мебель

Учебная аудитория для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации	Моноблоки с установленным лицензионным ПО, включая ПО АСТ-Тест, с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета
---	--

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Эффективное освоение дисциплины предполагает регулярное посещение всех видов аудиторных занятий, выполнение плана самостоятельной работы в полном объеме и прохождение аттестации в соответствии с календарным учебным графиком.

Обучающемуся рекомендуется ознакомиться со списком основной и дополнительной литературы и взять в библиотеке издания (необходимо иметь при себе персонифицированную электронную карту и уметь пользоваться электронным каталогом «ИРБИС»).

Доступ к информационным ресурсам библиотеки и информационно-справочным системам сети «Интернет» организован в читальных залах библиотеки, в компьютерных классах, в помещениях для самостоятельной работы обучающихся со стационарных ПЭВМ, либо с личного ПЭВМ (ноутбука, планшетного компьютера или иного мобильного устройства) посредством беспроводного доступа при активации индивидуальной учетной записи.

Пользование информационными ресурсами расширяет возможности освоения теоретического курса, выполнения самостоятельной работы и позволяет получить информацию для реализации творческих образовательных технологий. Комплект учебно-методических материалов по всем видам учебной деятельности, предусмотренной рабочей программой дисциплины, размещен на странице данного курса в системе электронной поддержки обучения Blackboard Learn (сайт bb.usurt.ru), доступной через личный кабинет обучающегося.

Перечень учебно-методических материалов (учебно-методического обеспечения) для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине указан по темам дисциплины в разделе 4 РПД "Структура и содержание дисциплины", материалы размещены на странице данного курса в системе электронной поддержки обучения Blackboard Learn (сайт bb.usurt.ru).

Методические материалы, разработанные для обеспечения образовательного процесса представлены в электронном каталоге УрГУПС.

Для закрепления теоретического материала в системе электронной поддержки обучения Blackboard Learn (сайт bb.usurt.ru) размещены тестовые материалы. Число тренировочных попыток ограничено. Тестовые материалы сформированы в логической последовательности в соответствии с изученными темами. Самостоятельная работа, связанная с выполнением контрольной работы организована таким образом, чтобы обучающиеся имели возможность получать обратную связь о результатах ее выполнения по мере готовности до начала промежуточной аттестации. Для этого контрольная работа направляется в адрес преподавателя, который проверяет ее и возвращает обучающемуся с комментариями. Совместная деятельность преподавателя и обучающихся по проверке выполнения мероприятий текущего контроля, предусмотренных рабочей программой дисциплины (модуля) организована в системе электронной поддержки обучения Blackboard Learn (сайт bb.usurt.ru). Для корректной работы в системе обучающиеся в разделе "Личные сведения" должны ввести актуальный адрес своей электронной почты. Требования к объему и содержанию контрольной работы, а также качеству ее выполнения идентичны для обучающихся всех форм обучения.

Формы самостоятельной работы обучающихся по данной дисциплине разнообразны. Они включают в себя:

- изучение теоретического материала (учебной, научной, методической литературы, материалов периодических изданий);
- подготовку к занятиям, предусмотренным РПД, мероприятиям текущего контроля, промежуточной аттестации и т.д.

Выполнять самостоятельную работу и отчитываться по ее результатам обучающийся должен в соответствии с календарным планом изучения дисциплины, видами и сроками отчетности.

При выполнении самостоятельной работы обучающемуся рекомендуется руководствоваться учебно-методическими материалами, размещенными на странице данного курса в системе электронной поддержки обучения Blackboard Learn (сайт bb.usurt.ru), а также учебно-методическими материалами, которые указаны для самостоятельной работы по темам дисциплины в разделе 4 РПД "Структура и содержание дисциплины (модуля)".

При применении дистанционных образовательных технологий и электронного обучения освоение дисциплины (модуля) осуществляется в электронно-информационной образовательной среде (образовательная платформа электронной поддержки обучения Blackboard Learn (сайт bb.usurt.ru)) в рамках созданного курса, что позволяет реализовывать асинхронное и синхронное взаимодействие участников образовательных отношений.