

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского
федерального университета

Дата подписания: 11.06.2024 12:00:55

Уникальный программный ключ:

d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8ef96f

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Пятигорский институт (филиал) СКФУ

УТВЕРЖДАЮ

Зам. директора по УР

Пятигорского института (филиал) СКФУ

Н.В. Данченко

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) «WEB-АНАЛИТИКА В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

Направление подготовки

Направленность (профиль)

Год начала обучения

Форма обучения

Реализуется в

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Коммуникативные технологии и реклама

2024

очная

7 семестре

Разработано

Доцентом кафедры «Финансы и бухгалтерский учет»

Голушко Е.В

Пятигорск 2024 г.

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Цель освоения дисциплины «Web-аналитика в рекламе и связях с общественностью» является приобретение комплекса знаний и формирование умений по проведению маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга и инновационных технологий в организации и управлении интернет-маркетингом и электронной торговлей.

Задачи освоения дисциплины «Web-аналитика в рекламе и связях с общественностью»

- формирование умений применять инновационные технологии в организации проведения маркетинговых исследований и Web-аналитики в Интернет-маркетинге и электронной торговле;
- сформировать навыки проведения подготовки к проведению маркетингового исследования с использованием инновационных инструментов Web-аналитики;
- формирование умений проводить маркетинговые исследования и Web-аналитику в Интернет-маркетинге и электронной торговле с использованием инструментов комплекса маркетинга.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Web-аналитика в рекламе и связях с общественностью» относится к дисциплинам части формируемой участниками образовательных отношений плана направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Ее освоение происходит в 7 семестре.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код, формулировка компетенции	Код, формулировка индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), характеризующие этапы формирования компетенций, индикаторов
ПК-7 Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта.	ИД-1 ПК-7 Знает современные исследования по планированию рекламной и PR-кампании, по созданию коммуникационного продукта. ИД-2 ПК-7 Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта. ИД-3 ПК-7 Владеет навыками использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта.	Уметь осуществлять поиск и отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ; осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ; проводить техническую обработку и размещение информационных ресурсов на сайте;
ПК-9. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта.	ИД-1 ПК-9 Знает специфику маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта. ИД-2 ПК-9 Принимает участие в	Уметь осуществлять поиск и отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление

	организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта. ИД-3 ПК-9 Владеет навыками организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта.	информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ; осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ; проводить техническую обработку и размещение информационных ресурсов на сайте;
ПК-10. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	ИД-1 ПК-10 Знает, как осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами. ИД-2 ПК-10 Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами. ИД-3 ПК-10 Владеет навыками мониторинга обратной связи с разными целевыми группами.	Уметь осуществлять поиск и отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ; осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ; проводить техническую обработку и размещение информационных ресурсов на сайте;

4. Объем учебной дисциплины (модуля) и формы контроля *

Объем занятий: всего: 4 з.е., 144 акад.ч.	ОФО, в акад. часах
Контактная работа:	54
Лекции/из них практическая подготовка	18
Лабораторных работ/из них практическая подготовка	-
Практических занятий/из них практическая подготовка	36/4
Самостоятельная работа	90
Формы контроля	-
Зачет с оценкой	7 семестр

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием количества часов и видов занятий

№	Раздел (тема) дисциплины и краткое содержание	Формируемые компетенции, индикаторы	очная форма			
			Контактная работа обучающихся с преподавателем /из них в форме практической подготовки, часов			Самостоятельная работа, часов
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1	Тема 1. Web-аналитика как часть интернет- маркетинга: цели и задачи веб-аналитики. Понятие Web-аналитики и ее роль для маркетолога в интернет-маркетинге и электронной торговле. Задачи Web-аналитики. Виды Web- аналитики. Методы веб-анализа.	ПК-7 ИД-1, ПК-7. ИД-2, ПК-7. ИД-3 ПК-9 ИД-1, ПК-9. ИД-2, ПК-9. ИД-3 ПК-10 ИД-1, ПК-10. ИД-2, ПК-10. ИД-3	2	2		5
2	Тема 2. Профессия «Веб-аналитик» 1. Навыки и знания. 2. Место веб-аналитики в бизнес-процессе компании.	ПК-7 ИД-1, ПК-7. ИД-2, ПК-7. ИД-3 ПК-9 ИД-1, ПК-9. ИД-2, ПК-9. ИД-3 ПК-10 ИД-1, ПК-10. ИД-2, ПК-10. ИД-3		2/2		5

3	Тема 3. Терминология web-аналитики Метрики веб-аналитики и их ключевые показатели Google Analytics Яндекс.Метрика Liveintemet SimilarWeb	ПК-7 ИД-1, ПК-7. ИД-2, ПК-7. ИД-3 ПК-9 ИД-1, ПК-9. ИД-2, ПК-9. ИД-3 ПК-10 ИД-1, ПК-10. ИД-2, ПК-10. ИД-3	2	2		5
4	Тема 4. Data-Driven Подходы Сбор данных	ПК-7 ИД-1, ПК-7. ИД-2, ПК-7. ИД-3 ПК-9 ИД-1, ПК-9. ИД-2, ПК-9. ИД-3 ПК-10 ИД-1, ПК-10. ИД-2, ПК-10. ИД-3		2		5
5	Тема 5. Маркетинг и digital-стратегия Бриф анализ целевой аудитории сегментация поиск инсайтов	ПК-7 ИД-1, ПК-7. ИД-2, ПК-7. ИД-3 ПК-9 ИД-1, ПК-9. ИД-2, ПК-9. ИД-3 ПК-10 ИД-1, ПК-10. ИД-2, ПК-10. ИД-3	2	2		5
6	Тема 6. Бизнес- задачи 1. Определение задач веб-аналептика 2. Сущность веб-аналитики Сравнительный анализ функционала двух типов систем веб-аналитика	ПК-7 ИД-1, ПК-7. ИД-2, ПК-7. ИД-3 ПК-9 ИД-1, ПК-9. ИД-2, ПК-9. ИД-3 ПК-10 ИД-1, ПК-10. ИД-2, ПК-10. ИД-3		2		5
7	Тема 7. Маркетинг и digital-стратегия Бриф анализ целевой аудитории сегментация поиск инсайтов	ПК-7 ИД-1, ПК-7. ИД-2, ПК-7. ИД-3 ПК-9 ИД-1, ПК-9. ИД-2, ПК-9. ИД-3 ПК-10 ИД-1, ПК-10. ИД-2, ПК-10. ИД-3	2	2		5

8	Тема 8. Информаций иная сеть ARPANET 1. причины появления сеть ARPANET 2. функции сети ARPANET	ПК-7 ИД-1, ПК-7. ИД-2, ПК-7. ИД-3 ПК-9 ИД-1, ПК-9. ИД-2, ПК-9. ИД-3 ПК-10 ИД-1, ПК-10. ИД-2, ПК-10. ИД-3	2	2		5
9	Тема 9. Развитие протоколов TCP/IP, IRC TCP/IP. Появление DNS.	ПК-7 ИД-1, ПК-7. ИД-2, ПК-7. ИД-3 ПК-9 ИД-1, ПК-9. ИД-2, ПК-9. ИД-3 ПК-10 ИД-1, ПК-10. ИД-2, ПК-10. ИД-3		2		5
10	Тема 10. Появление мессенджеров и социальных сетей Появление мессенджеров и социальных сетей: история развития Рекламные возможности использования мессенджеров	ПК-7 ИД-1, ПК-7. ИД-2, ПК-7. ИД-3 ПК-9 ИД-1, ПК-9. ИД-2, ПК-9. ИД-3 ПК-10 ИД-1, ПК-10. ИД-2, ПК-10. ИД-3	2	2		5
11	Тема 11. Методология веб-анализа 1. Анализ посещаемости сайта: статистика, тенденции, абсолютные и относительные показатели. 2. Анализ данных из электронной торговли: средний чек, популярные товары, доход в разрезе каналов привлечения трафика. 3. Анализ юзабилити: анализ плотности щелчков, конверсионных путей посетителей по сайту, анализ скроллинга.	ПК-7 ИД-1, ПК-7. ИД-2, ПК-7. ИД-3 ПК-9 ИД-1, ПК-9. ИД-2, ПК-9. ИД-3 ПК-10 ИД-1, ПК-10. ИД-2, ПК-10. ИД-3	2	2		5
12	Тема 12. Методология веб-анализа 1. Анализ поведения посетителей на странице: взаимодействие с формами, совершение микро и макро конверсий. 2. Бенчмаркинг. Сравнение с общими тенденциями и с конкурентами с помощью независимых платформ (Alexa, GemiusAudience, Google Trends).	ПК-7 ИД-1, ПК-7. ИД-2, ПК-7. ИД-3 ПК-9 ИД-1, ПК-9. ИД-2, ПК-9. ИД-3 ПК-10 ИД-1, ПК-10. ИД-2, ПК-10. ИД-3		2		5

13	Тема 13. Инструментарий веб-анализа 1. Инструменты сбора статистики: счетчики и лог-анализаторы. 2. Анализаторы логов: WebTrends, Webalizer, AWStats.	ПК-7 ИД-1, ПК-7. ИД-2, ПК-7. ИД-3 ПК-9 ИД-1, ПК-9. ИД-2, ПК-9. ИД-3 ПК-10 ИД-1, ПК-10. ИД-2, ПК-10. ИД-3	2	2		5
14	Тема 14. Инструмент арий веб-анализа 1. Счетчики-рейтинги: Rambler's Top100, Liveintemet, Рейтннг@mail.ru, OpenStat, HotLog 2. Системы интернет-статистики с детализацией по просмотрам страниц. Woopra.	ПК-7 ИД-1, ПК-7. ИД-2, ПК-7. ИД-3 ПК-9 ИД-1, ПК-9. ИД-2, ПК-9. ИД-3 ПК-10 ИД-1, ПК-10. ИД-2, ПК-10. ИД-3		2		5
15	Тема 15. Инструмент арий веб-анализа Системы интернет-статистики: Piwik, Яндекс. Метрика. Системы интернет-статистики: Google Analytics.	ПК-7 ИД-1, ПК-7. ИД-2, ПК-7. ИД-3 ПК-9 ИД-1, ПК-9. ИД-2, ПК-9. ИД-3 ПК-10 ИД-1, ПК-10. ИД-2, ПК-10. ИД-3		2		5
16	Тема 16. CX- и UX-анализ 1. Понятия UX-дизайна и юзабилити. Паттерны поведения пользователей в web и mobile 2. Анализ поведения пользователя: UX-анализ в Google Analytics и Яндекс Метрика	ПК-7 ИД-1, ПК-7. ИД-2, ПК-7. ИД-3 ПК-9 ИД-1, ПК-9. ИД-2, ПК-9. ИД-3 ПК-10 ИД-1, ПК-10. ИД-2, ПК-10. ИД-3	2	2		5
17	Тема 17. А/Б-тестирование и оптимизация конверсий 1. HADI-циклы и гипотезы. Основные понятия А/В-тестирования и правила их проведения 2. Сервис Google Optimize.	ПК-7 ИД-1, ПК-7. ИД-2, ПК-7. ИД-3 ПК-9 ИД-1, ПК-9. ИД-2, ПК-9. ИД-3 ПК-10 ИД-1, ПК-10. ИД-2, ПК-10. ИД-3		2/2		5

18	Тема 18. Расширенная digital- аналитика 1. Мультиканальность и сквозная аналитика: ROPO, desktop-mobile, CRM-аналитика. 2. Мобильная аналитика (Firebase Analytics, Flurry, AppAnnie, AppMetrica, AppsFlyer, Amplitude). Аналитика больших данных (SQL, Google bigquery, Clickhouse). Python как инструмент работы с данными.	ПК-7 ИД-1, ПК-7. ИД-2, ПК-7. ИД-3 ПК-9 ИД-1, ПК-9. ИД-2, ПК-9. ИД-3 ПК-10 ИД-1, ПК-10. ИД-2, ПК-10. ИД-3		2		5
	ИТОГО за 7 семестр		18	36/4		90

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств (ФОС) для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) «Web-аналитика в рекламе и связях с общественностью» базируется на перечне осваиваемых компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины (модуля). ФОС обеспечивает объективный контроль достижения запланированных результатов обучения. ФОС включает в себя:

- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций;
- типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и уровня овладения формируемыми компетенциями в процессе освоения дисциплины (модуля).

ФОС является приложением к данной программе дисциплины (модуля).

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Приступая к работе, каждый студент должен принимать во внимание следующие положения.

Дисциплина (модуль) построена по тематическому принципу, каждая тема представляет собой логически завершённый раздел.

Лекционный материал посвящён рассмотрению ключевых, базовых положений курсов и разъяснению учебных заданий, выносимых на самостоятельную работу студентов.

Практические занятия проводятся с целью закрепления усвоенной информации, приобретения навыков ее применения при решении практических задач в соответствующей предметной области.

Самостоятельная работа студентов направлена на самостоятельное изучение дополнительного материала, подготовку к практическим и лабораторным занятиям, а также выполнения всех видов самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины, необходимо выполнить все виды самостоятельной работы, используя рекомендуемые источники информации.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

8.1.1. Перечень основной литературы:

1. Ремарчук, В. Н. Информационная аналитика: теория, методология, технологии / В. Н. Ремарчук. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2023. — 224 с. — ISBN 978-5-507-45840-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/288980>.

2. Каменева, Н. Г. Маркетинговые исследования: учебное пособие / Н.Г. Каменева, В.А. Поляков. — 2-е изд., доп. — Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2020. - 368 с. - ISBN. -Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/10584678>.1.2. Перечень дополнительной литературы:

1. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров / М. В. Акулич. — Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 352 с. - ISBN 978-5-394-02474-0. Текст: электронный.-URL:

8.2. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Web-аналитика в рекламе и связях с общественностью» для студентов направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.
2. Методические указания по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Web-аналитика в рекламе и связях с общественностью» для студентов направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. <http://www.adme.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
2. <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
3. <http://www.Brandsinfo> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
4. <http://www.mtv.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
5. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR.
6. <http://www.sostav.ru> - Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.
7. <http://www.StoivyBrand.ru> - Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организации.
8. <http://www.telead.ru> - Архив телевизионной рекламы, <http://www.tvigle.ru> - Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).
9. <http://e.lanbook.com/> - издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
10. <http://www.bibhoclub.ru/> - электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
11. <http://elibray.ru/defaultx.asp> - научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

При чтении лекций используется компьютерная техника, демонстрации презентационных мультимедийных материалов. На семинарских и практических занятиях студенты представляют презентации, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные справочные системы:

Информационно-справочные и информационно-правовые системы, используемые при изучении дисциплины:

1. <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online> - некоммерческая интернет-версия (СПС) КонсультантПлюс.
2. <https://www.garant.ru/> - информационно-правовой портал Гарант.ру.

Программное обеспечение:

Операционная система: Microsoft Windows 8: Бессрочная лицензия. Договор № 01-за/13 от 25.02.2013.

2. Операционная система: Microsoft Windows 10: Бессрочная лицензия. Договор № 544-21 от 08.06.2021.

3. Базовый пакет программ Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint). Microsoft Office Standard 2013: договор № 01-эа/13 от 25.02.2013г., Лицензия Microsoft Office <https://support.microsoft.com/ru-ru/lifecycle/search/16674>

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

Лекционные занятия	Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная мультимедийным оборудованием и техническими средствами обучения.
Практические занятия	Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная мультимедийным оборудованием и техническими средствами обучения.
Самостоятельная работа	Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и возможностью доступа к электронной информационно-образовательной среде университета
Практическая подготовка	Осуществляется в структурных подразделениях университета и (или) в организациях, осуществляющих деятельность по профилю соответствующей образовательной программы, в том числе ее структурном подразделении

11. Особенности освоения дисциплины (модуля) лицами с ограниченными возможностями здоровья

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, услуги ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Освоение дисциплины (модуля) обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано совместно с другими обучающимися, а также в отдельных группах.

Освоение дисциплины (модуля) обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

В целях доступности получения высшего образования по образовательной программе лицами с ограниченными возможностями здоровья при освоении дисциплины (модуля) обеспечивается:

1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

- присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),
- письменные задания, а также инструкции о порядке их выполнения оформляются увеличенным шрифтом,
- специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы (имеющие крупный шрифт или аудиофайлы),
- индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс,
- при необходимости студенту для выполнения задания предоставляется увеличивающее устройство;

2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

- присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),
- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающемуся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
- обеспечивается надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;

3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата (в том числе с тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;
- по желанию студента задания могут выполняться в устной форме.

12. Особенности реализации дисциплины с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения

Согласно части 1 статьи 16 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 363-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» под *электронным обучением* понимается организация образовательной деятельности с применением содержащейся в базах данных и используемой при реализации образовательных программ информации и обеспечивающих ее обработку информационных технологий, технических средств, а также информационно-телекоммуникационных сетей, обеспечивающих передачу по линиям связи указанной информации, взаимодействие обучающихся и педагогических работников. Под *дистанционными образовательными технологиями* понимаются образовательные технологии, реализуемые в основном с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном (на расстоянии) взаимодействии обучающихся и педагогических работников.

Реализация дисциплины может быть осуществлена с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично. Компоненты УМК дисциплины (рабочая программа дисциплины, оценочные и методические материалы, формы аттестации), реализуемой с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения, содержат указание на их использование.

При организации образовательной деятельности с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения могут предусматриваться асинхронный и синхронный способы осуществления взаимодействия участников образовательных отношений посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

При применении дистанционных образовательных технологий и электронного обучения в расписании по дисциплине указываются: способы осуществления взаимодействия участников образовательных отношений посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ВКС-видеоконференцсвязь, ЭТ – электронное тестирование); ссылки на электронную информационно-образовательную среду СКФУ, на образовательные платформы и ресурсы иных организаций, к которым предоставляется открытый доступ через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет»; для синхронного обучения - время проведения онлайн-занятий и преподаватели; для асинхронного обучения - авторы онлайн-курсов.

При организации промежуточной аттестации с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения используются Методические рекомендации по применению технических средств, обеспечивающих объективность результатов при проведении промежуточной и государственной итоговой аттестации по

образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры с применением дистанционных образовательных технологий (Письмо Минобрнауки России от 07.12.2020 г. № МН-19/1573-АН "О направлении методических рекомендаций").

Реализация дисциплины с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий осуществляется с использованием электронной информационно-образовательной среды СКФУ, к которой обеспечен доступ обучающихся через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет», или с использованием ресурсов иных организаций, в том числе платформ, предоставляющих сервисы для проведения видеоконференций, онлайн-встреч и дистанционного обучения (Bigbluebutton, Microsoft Teams, а также с использованием возможностей социальных сетей для осуществления коммуникации обучающихся и преподавателей.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины, реализуемой с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, включает представленные в электронном виде рабочую программу, учебно-методические пособия или курс лекций, методические указания к выполнению различных видов учебной деятельности обучающихся, предусмотренных дисциплиной, и прочие учебно-методические материалы, размещенные в информационно-образовательной среде СКФУ.