



**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНСТИТУТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ»**

INSTITUTE OF INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

Принята на заседании
Учёного совета ИМЭС
(протокол от 27 марта 2025 г. № 8)

УТВЕРЖДАЮ
Ректор ИМЭС Ю.И. Богомолова
27 марта 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ

по направлению подготовки
38.03.05 Бизнес-информатика

Направленность (профиль)
«Информационные технологии в бизнесе»

Приложение 4
к основной профессиональной образовательной программе
по направлению подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика
направленность (профиль) «Информационные технологии в бизнесе»

Рабочая программа дисциплины «Электронная коммерция» входит в состав основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика, направленность (профиль) «Информационные технологии в бизнесе» и предназначена для обучающихся очной и очно-заочной форм обучения.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цель и задачи дисциплины	4
2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования.....	4
3. Объем дисциплины в зачетных единицах и академических часах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.....	4
4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы	5
5. Содержание дисциплины	6
6. Структура дисциплины по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	7
7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	7
8. Перечень вопросов и типовые задания для подготовки к промежуточной аттестации	9
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	12
10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины и информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости).....	12
11. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины	13
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	16

1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины «Электронная коммерция» – формирование у студентов всеобъемлющего понимания предмета электронной коммерции, в том числе используемых в электронной коммерции информационных технологий, технологий ведения бизнеса, социальных технологий

Задачи изучения дисциплины:

- приобретение знаний теоретических основ электронной коммерции;
- знакомство с существующими трактовками основных положений и позиций электронной коммерции, классификацией электронного бизнеса;
- изучение вопросов организации и оптимизации бизнес-процессов с использованием сети Интернет;
- определение путей и методов использования средств электронной коммерции как способа продвижения товаров и услуг;
- изучение возможностей и способов использования различных платежных систем в электронной коммерции.

2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Дисциплина «Электронная коммерция и Интернет-маркетинг» входит в часть учебного плана, формируемую участниками образовательных отношений по направлению подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика, направленность (профиль) «Информационные технологии в бизнесе».

3. Объем дисциплины в зачетных единицах и академических часах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зачётные единицы, всего – 144 часа.

Вид учебной работы	Всего часов	
	очная форма обучения	очно-заочная форма обучения
Контактная работа с преподавателем (всего)	56	10
В том числе:		
Занятия лекционного типа	28	6
Занятия семинарского типа (семинары)	28	4
Самостоятельная работа (всего)	61	107
Контроль	27	
Форма контроля	Экзамен	
Общая трудоёмкость дисциплины	144	

4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

Код и наименование компетенции(ий) выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-1 Способен осуществлять сбор и анализ информации бизнес-анализа для принятия решений, выявлять и классифицировать риски и разрабатывать комплекс мероприятий по их минимизации	ИПК 1.1 Проводит сбор и анализ информации бизнес-анализа для принятия решений. ИПК 1.2 Выявляет и классифицирует риски и осуществляет разработку мероприятий по их минимизации	Знать: теоретические основы электронной коммерции. Уметь: анализировать, обобщать, классифицировать и систематизировать информацию о товаре в целях построения каталогов товаров и создания Интернет-магазинов. Владеть: навыками создания электронных магазинов, построения каталогов.

5. Содержание дисциплины

Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
Тема 1. Теоретические основы электронной коммерции	Понятие электронной коммерции. История возникновения предмета и современные тренды развития электронной коммерции. Соотношение понятий электронной бизнес, электронная коммерция, мобильная коммерция и других. Характерные свойства электронной коммерции, ее составляющие. Экономические основы ведения бизнеса в интернете: теория спроса и конкуренция в онлайн-пространстве. Маркетинг-микс в электронной коммерции. Опыт покупателя в электронной коммерции, точки контакта и ценностное предложение. Классификация предприятий, относящихся к электронной коммерции, различные модели бизнеса в электронной коммерции и их сравнение.
Тема 2. Основные технологии и модели бизнеса в электронной коммерции	Составляющие электронной коммерции. Информационные технологии, используемые в электронной коммерции. Хранение данных, работа с сайтом и мобильными приложениями. Привлечение клиентов в модели электронной коммерции. Особенности привлечения и удержания в онлайн среде. Системы сбора и анализа данных посещаемости площадки электронной коммерции, в том числе инструменты веб-аналитики. Мониторинг состояния площадки. Инструменты работы с большими данными и принципы построения высоконагруженных информационных систем. Типы электронных площадок. Электронная торговля, интернет-магазины. Модели маркетплейсов. Модель классифайд-бизнеса. Методы монетизации в электронной коммерции. Их сравнение, преимущества, недостатки и тренды.
Тема 3. Основные понятия и методы оценки эффективности систем электронной коммерции	Методы оценки эффективности систем электронной коммерции. Примеры оценки эффективности систем электронной коммерции. Оценка эффективности рекламной компании в Интернете. Оценка эффективности систем электронной коммерции с помощью индекса ePerfomance компании McKinsey. Оценка эффективности вложений в информационные технологии.

6. Структура дисциплины по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Контактная работа, час.		Самостоя тельная работа, час.	Всего, час.
		Занятия лекционного типа	Семинары		
1.	Теоретические основы электронной коммерции	8	8	20	36
2.	Основные технологии и модели бизнеса в электронной коммерции	10	10	21	41
3.	Основные понятия и методы оценки эффективности систем электронной коммерции	10	10	20	40
Контроль					27
ИТОГО:		28	28	61	144

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Контактная работа, час.		Самостоя тельная работа, час.	Всего, час.
		Занятия лекционного типа	Семинары		
1.	Теоретические основы электронной коммерции	2	-	34	36
2.	Основные технологии и модели бизнеса в электронной коммерции	2	2	37	41
3.	Основные понятия и методы оценки эффективности систем электронной коммерции	2	2	36	40
Контроль					27
ИТОГО:		6	4	107	144

7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Самостоятельная работа является одним из основных видов учебной деятельности, составной частью учебного процесса и имеет своей целью: глубокое усвоение материала дисциплины, совершенствование и закрепление навыков самостоятельной работы с литературой, рекомендованной преподавателем, умение найти нужный материал и самостоятельно его использовать, воспитание высокой творческой активности, инициативы, привычки к постоянному совершенствованию своих знаний, к целеустремленному научному поиску.

Контроль самостоятельной работы, является важной составляющей текущего контроля успеваемости, осуществляется преподавателем во время занятий лекционного и семинарского типов и обеспечивает оценивание хода освоения изучаемой дисциплины.

Вопросы для самостоятельного изучения

1. Современное состояние электронной коммерции в РФ.
2. Исторические аспекты развития электронной коммерции в России и за рубежом.
3. Характеристика основных моделей организации поставок через Интернет.
4. Функции электронной торговой площадки.
5. Требования к электронным торговым площадкам.
6. Бизнес-процессы заключения сделки через электронную торговую площадку.
7. Основные информационные потоки при организации расчетов различными способами.
8. Организация торгово-технологического процесса торговой площадки.
9. Интернет-трейдинг как услуга, предоставляемая инвестиционным посредником в Интернет.
10. Интернет-страхование как способ организации страхового бизнеса.
11. Различные модели маркетинг-микс: от 4Р до 7Р.
12. Специфика ценообразования на интернет-рынке: издержки сделки.

Примерные темы рефератов (докладов)

1. Выгоды и ограничения электронной коммерции.
2. Повышение конкурентоспособности компании за счет использования средств электронной коммерции.
3. Влияние конкурентной борьбы на процесс ценообразования в среде Интернет.
4. Обострение конкурентной борьбы как следствие внедрения информационных технологий в бизнес-процессы коммерческих фирм.
5. Интернет-магазин и традиционный магазин – сравнительная характеристика.
6. Организация бизнес-процессов взаимодействия в сегменте В2С в розничной Интернет-торговле.
7. Виртуальный аукцион и традиционный аукцион: сравнительная характеристика.
8. Перспективы развития модели В2В электронной коммерции.
9. Коммуникативные услуги в Интернет, их использование для организации общения и в коммерческих целях.
10. Поведение покупателей в сети Интернет.
11. Особенности применения различных инструментов интернет-продвижения.

Распределение самостоятельной работы

Виды, формы и объемы самостоятельной работы студентов при изучении данной дисциплины определяются ее содержанием и отражены в следующей таблице:

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Вид самостоятельной работы	Объем самостоятельной работы	
			очная форма обучения	очно-заочная форма обучения
1.	Теоретические основы электронной коммерции	Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка докладов, написание рефератов	20	34
2.	Основные технологии и модели бизнеса в электронной	Подготовка к аудиторным занятиям,	21	37

	коммерции	подготовка докладов, написание рефератов		
3.	Основные понятия и методы оценки эффективности систем электронной коммерции	Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка докладов, написание рефератов	20	36
ИТОГО:			61	107

8. Перечень вопросов и типовые задания для подготовки к промежуточной аттестации

8.1. Перечень вопросов для подготовки к экзамену

1. Понятие электронной коммерции.
2. История возникновения предмета и современные тренды развития электронной коммерции.
3. Соотношение понятий электронной бизнес, электронная коммерция, мобильная коммерция и других.
4. Характерные свойства электронной коммерции, ее составляющие.
5. Экономические основы ведения бизнеса в интернете: теория спроса и конкуренция в онлайн-пространстве.
6. Маркетинг-микс в электронной коммерции.
7. Опыт покупателя в электронной коммерции, точки контакта и ценностное предложение.
8. Классификация предприятий, относящихся к электронной коммерции, различные модели бизнеса в электронной коммерции и их сравнение.
9. Составляющие электронной коммерции.
10. Информационные технологии, используемые в электронной коммерции.
11. Хранение данных, работа с сайтом и мобильными приложениями.
12. Привлечение клиентов в модели электронной коммерции.
13. Особенности привлечения и удержания в онлайн среде.
14. Системы сбора и анализа данных посещаемости площадки электронной коммерции, в том числе инструменты веб-аналитики.
15. Мониторинг состояния площадки.
16. Инструменты работы с большими данными и принципы построения высоконагруженных информационных систем.
17. Типы электронных площадок.
18. Электронная торговля, интернет-магазины.
19. Модели маркетплейсов.
20. Модель классифайд-бизнеса.
21. Методы монетизации в электронной коммерции. Их сравнение, преимущества, недостатки и тренды.
22. Методы оценки эффективности систем электронной коммерции.
23. Примеры оценки эффективности систем электронной коммерции.
24. Оценка эффективности рекламной компании в Интернете.
25. Оценка эффективности систем электронной коммерции с помощью индекса ePerfomance компании McKinsey.
26. Оценка эффективности вложений в информационные технологии.
27. Понятие и этапы развития электронного бизнеса.
28. Составляющие электронного бизнеса.
29. Выгоды и ограничения электронной коммерции.

30. Организация работы Интернет-аукционов.
31. Основные способы оплаты товаров в Интернет, их сравнительная характеристика.
32. Организация торгово-технологического процесса торговой площадки.

8.2. Типовые задания для оценки знаний

1. Интернет-экономика – это:
 - а) применение современных информационных технологий в бизнесе;
 - б) применение Интернет для передачи коммерческой информации;
 - в) организация продажи товаров и оказание услуг через Интернет;
 - г) сетевая системно организованная пространственная структура взаимоотношений между экономическими объектами.

2. Коэффициент отклика на Интернет-рекламу – это:
 - а) отношение количества переходов по рекламному сообщению к количеству его показов;
 - б) отношение количества показов рекламного сообщения к количеству переходов по рекламной ссылке;
 - в) отношение количества покупателей Интернет-магазина к количеству посетителей, пришедших по Интернет-рекламе.

3. Поисковая оптимизация – это:
 - а) комплекс мер для поднятия позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем по определенным запросам пользователей;
 - б) комплекс мероприятий по использованию социальных сервисов в качестве каналов для продвижения компаний;
 - в) комплекс мероприятий, направленных на увеличение степени релевантности выдачи поисковой системы.

8.3. Типовое задание для оценки умений

Задание 1. Найдите два Интернет-ресурса, реализующие схожие товары (услуги). Сформулируйте перечень ключевых слов, которые могут использоваться для поиска этих магазинов в поисковых системах. Проведите классификацию ключевых слов по частоте их запроса в поисковой системе Yandex, используя сервис <http://wordstat.yandex.ru/>. Оцените стоимость контекстной рекламы по сформулированным ключевым словам. Проверьте позицию выбранных Интернет-магазинов в поисковых системах Yandex, Rambler, Mail и Google по сформулированным ранее ключевым словам. Сделайте выводы.

Задание 2. Найдите несколько Интернет-магазинов, реализующих товары одной товарной группы по вашему выбору. Сравните найденные варианты, используя балльную оценку (по шкале от 1 до 5). Предварительно оцените значимость перечисленных в таблице показателей тоже по пятибалльной шкале (1-наименее значимый, 5-наиболее значимый). Результаты анализа занесите в таблицу. Добавьте в таблицу показатели, специфические для выбранной Вами товарной группы, аналогично проведите по ним сравнительный анализ. Сделайте выводы.

Показатель	Наименование предприятия в Интернет							
	Значимость	Ваша оценка	Значимость	Ваша оценка	Значимость	Ваша оценка	Значимость	Ваша оценка
Скорость загрузки страницы								

Качество оформления сайта								
Удобство меню и рациональность организации пользовательской информации на странице								
Широта и полнота ассортимента товаров								
Ассортимент сопутствующих товаров								
Качество информации о товаре (наличие информации, ее информативность)								
Наличие и качество фото и видеоинформации о товаре								
Уровень цен								
Наличие и гибкость системы скидок								
Удобство и простота процедуры оформления заказа								
Удобство и разнообразие форм оплаты								
Способы доставки товара								
Стоимость доставки								
Широта географии доставки								
Гарантии								

8.4. Типовое задание для оценки навыков

Задание 1. Используя один из конструкторов Интернет-магазинов создайте собственный магазин, заполните сайт товарами и информацией о товаре, информацией о компании. Перечень конструкторов Интернет-магазинов:

- 1) <https://www.umi-cms.ru/>
- 2) <https://www.advantshop.net/>
- 3) <https://www.ucoz.ru/>
- 4) <https://ru.wix.com/>
- 5) <https://www.insales.ru/>
- 6) <https://www.webasyst.ru/>
- 7) <https://cloud.diafan.ru/>
- 8) <https://umi.ru/>
- 9) <https://ukit.com/ru>
- 10) <http://nethouse.ru/>

- 11) <https://mobirise.com/ru>
- 12) <https://nethouse.ru/internet-magazin>

Задание 2. На основе анализа сайта одной из платежных систем и способов организации расчетов сформируйте схему организации расчетов при оплате покупки в Интернет-магазине.

Задание 3. На основе личных приоритетов выберите товар (услугу), продвижение которой могло бы быть осуществлено с использованием средств SMM (одной из социальных сетей). Перечислите основные требования к содержанию поста в зависимости от специфики товара (услуги). Составьте рекламный пост по выбранному товару (услуге).

9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

9.1. Основная литература

1. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 579 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17867-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560846>
2. Кожевникова, Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге : учебник для вузов / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 444 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07447-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560580>

9.2. Дополнительная литература

1. Хуссейн, И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации : учебник для вузов / И. Д. Хуссейн. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 68 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15010-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568206>
2. Гаврилов, Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе : учебник для вузов / Л. П. Гаврилов. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 372 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15960-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560208>

10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины и информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

1. <http://biblioclub.ru> - ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
2. <https://urait.ru> - ЭБС «Образовательная платформа Юрайт»
3. <http://www.consultant.ru> - Информационно-справочная система «Консультант Плюс»
4. <http://www.gks.ru> - Росстат – Федеральная служба государственной статистики РФ
5. <http://www.minpromtorg.gov.ru> – Министерство промышленности и торговли РФ
6. <https://www.akit.ru/> - Ассоциация компаний интернет-торговли
7. <http://www.rbc.ru> – Росбизнесконсалтинг
8. <http://www.retail.ru> – Ритейлеру и поставщику

9. <http://www.risa.ru> - Российская ассоциация международных исследований (РАМИ)

Лицензионное программное обеспечение:

- Windows (зарубежное, возмездное);
- MS Office (зарубежное, возмездное);
- Adobe Acrobat Reader (зарубежное, свободно распространяемое);
- КонсультантПлюс: «КонсультантПлюс: Студент» (российское, свободно распространяемое);
- 7-zip – архиватор (зарубежное, свободно распространяемое);
- Comodo Internet Security (зарубежное, свободно распространяемое).

11. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

Организация образовательного процесса регламентируется учебным планом и расписанием учебных занятий. Язык обучения (преподавания) – русский.

При формировании своей индивидуальной образовательной траектории обучающийся имеет право на перезачет соответствующих дисциплин и профессиональных модулей, освоенных в процессе предшествующего обучения, который освобождает обучающегося от необходимости их повторного освоения.

Образовательные технологии

Учебный процесс при преподавании курса основывается на использовании традиционных, инновационных и информационных образовательных технологий. Традиционные образовательные технологии представлены занятиями семинарского и лекционного типа. Инновационные образовательные технологии используются в виде широкого применения активных и интерактивных форм проведения занятий. Информационные образовательные технологии реализуются путем активизации самостоятельной работы студентов в информационной образовательной среде.

Занятия лекционного типа

Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов учебного плана.

На первой лекции лектор обязан предупредить студентов, применительно к какому базовому учебнику (учебникам, учебным пособиям) будет прочитан курс.

Лекционный курс должен давать наибольший объем информации и обеспечивать более глубокое понимание учебных вопросов при значительно меньшей затрате времени, чем это требуется большинству студентов на самостоятельное изучение материала.

Занятия семинарского типа

Семинарские (практические) занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы.

Основной формой проведения семинаров и практических занятий является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также решение задач и разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях. В обязанности преподавателя входят: оказание методической помощи и консультирование студентов по соответствующим темам курса.

Активность на практических занятиях оценивается по следующим критериям:

- ответы на вопросы, предлагаемые преподавателем;
- участие в дискуссиях;
- выполнение проектных и иных заданий;
- ассистирование преподавателю в проведении занятий.

Доклады и оппонирование докладов проверяют степень владения теоретическим материалом, а также корректность и строгость рассуждений.

Оценивание практических заданий входит в накопленную оценку.

Самостоятельная работа обучающихся

Самостоятельная работа студентов – это процесс активного, целенаправленного приобретения студентом новых знаний, умений без непосредственного участия преподавателя, характеризующийся предметной направленностью, эффективным контролем и оценкой результатов деятельности обучающегося.

Цели самостоятельной работы:

- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений студентов;
- углубление и расширение теоретических знаний;
- формирование умений использовать нормативную и справочную документацию, специальную литературу;
- развитие познавательных способностей, активности студентов, ответственности и организованности;
- формирование самостоятельности мышления, творческой инициативы, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развитие исследовательских умений и академических навыков.
- Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, уровня сложности, конкретной тематики.

Технология организации самостоятельной работы студентов включает использование информационных и материально-технических ресурсов образовательного учреждения.

Перед выполнением обучающимися самостоятельной работы преподаватель может проводить инструктаж по выполнению задания. В инструктаж включается:

- цель и содержание задания;
- сроки выполнения;
- ориентировочный объем работы;
- основные требования к результатам работы и критерии оценки;
- возможные типичные ошибки при выполнении.

Инструктаж проводится преподавателем за счет объема времени, отведенного на изучение дисциплины.

Контроль результатов самостоятельной работы студентов может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

Студенты должны подходить к самостоятельной работе как к наиважнейшему средству закрепления и развития теоретических знаний, выработке единства взглядов на отдельные вопросы курса, приобретения определенных навыков и использования профессиональной литературы.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся должны быть оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

При самостоятельной проработке курса обучающиеся должны:

- просматривать основные определения и факты;
- повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной по данной теме литературы;
- изучить рекомендованную литературу, составлять тезисы, аннотации и конспекты наиболее важных моментов;
- самостоятельно выполнять задания, аналогичные предлагаемым на занятиях;
- использовать для самопроверки материалы фонда оценочных средств;
- выполнять домашние задания по указанию преподавателя.

Рекомендации по обучению инвалидов и лиц с ОВЗ

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ОВЗ может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах. Предполагаются специальные условия для получения образования инвалидами и лицами с ОВЗ.

Профессорско-педагогический состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ, индивидуальными программами реабилитации инвалидов (при наличии). При необходимости осуществляется дополнительная поддержка преподавания тьюторами, психологами, социальными работниками, прошедшими подготовку ассистентами.

В соответствии с методическими рекомендациями Минобрнауки РФ (утв. 8 апреля 2014 г. № АК-44/05вн) в курсе предполагается использовать социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Подбор и разработка учебных материалов производятся с учетом предоставления материала в различных формах: аудиальной, визуальной, с использованием специальных технических средств и информационных систем.

Медиа материалы также следует использовать и адаптировать с учетом индивидуальных особенностей обучения инвалидов и лиц с ОВЗ.

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ОВЗ осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения (персонального и коллективного использования). Материально-техническое обеспечение предусматривает приспособление аудиторий к нуждам инвалидов и лиц с ОВЗ.

Форма проведения аттестации для студентов-инвалидов и лиц с ОВЗ устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей. Для инвалидов и лиц с ОВЗ предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

- в печатной или электронной форме (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- в печатной форме или электронной форме с увеличенным шрифтом и контрастностью (для лиц с нарушениями слуха, речи, зрения);
- методом чтения ассистентом задания вслух (для лиц с нарушениями зрения).

Студентам с инвалидностью и лицам с ОВЗ увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких студентов предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

- письменно на бумаге или набором ответов на компьютере (для лиц с нарушениями слуха, речи);
- выбором ответа из возможных вариантов с использованием услуг ассистента (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- устно (для лиц с нарушениями зрения, опорно-двигательного аппарата).

При необходимости для обучающихся с инвалидностью и лиц с ОВЗ процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.

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

Учебная аудитория, предназначенная для проведения учебных занятий, предусмотренных настоящей рабочей программой дисциплины, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения, в состав которых входят: комплекты специализированной учебной мебели, доска классная, мультимедийный проектор, экран, компьютер с установленным лицензионным программным обеспечением, с выходом в сеть «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся – аудитория, оснащенная следующим оборудованием и техническими средствами: специализированная мебель для преподавателя и обучающихся, доска учебная, мультимедийный проектор, экран, звуковые колонки, компьютер (ноутбук), персональные компьютеры для работы обучающихся с установленным лицензионным программным обеспечением, с выходом в сеть «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду.