



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

**INSTITUTE OF INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS**

Принята на заседании  
Учёного совета ИМЭС  
(протокол от 26 марта 2026 г. № 7)

**УТВЕРЖДАЮ**  
Ректор ИМЭС Ю.И. Богомолова  
26 марта 2026 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 ....	8
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	11
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.....	12
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине .....	15

## 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
<b>Контактная работа с преподавателем (всего)</b>	<b>58</b>	<b>12</b>
В том числе:		
Занятия лекционного типа	28	6
Занятия семинарского типа (семинары)	28	4
Консультация	2	2
<b>Самостоятельная работа (всего)</b>	<b>59</b>	<b>105</b>
<b>Контроль</b>	<b>27</b>	
Форма контроля	Экзамен	
<b>Общая трудоёмкость дисциплины</b>	<b>144</b>	

**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
<p><b>ПК-1</b> Способен осуществлять сбор и анализ информации бизнес-анализа для принятия решений, выявлять и классифицировать риски и разрабатывать комплекс мероприятий по их минимизации</p>	<p><b>ИПК 1.1</b> Проводит сбор и анализ информации бизнес-анализа для принятия решений. <b>ИПК 1.2</b> Выявляет и классифицирует риски и осуществляет разработку мероприятий по их минимизации</p>	<p><b>Знать:</b> теоретические основы электронной коммерции. <b>Уметь:</b> анализировать, обобщать, классифицировать и систематизировать информацию о товаре в целях построения каталогов товаров и создания Интернет-магазинов. <b>Владеть:</b> навыками создания электронных магазинов, построения каталогов.</p>

## 5. Содержание дисциплины

Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
Тема 1. Теоретические основы электронной коммерции	<p>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.</p>
Тема 2. Основные технологии и модели бизнеса в электронной коммерции	<p>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.</p> <p>Типы электронных площадок. Электронная торговля, интернет-магазины. Модели маркетплейсов. Модель классифайд-бизнеса. Методы монетизации в электронной коммерции. Их сравнение, преимущества, недостатки и тренды.</p>
Тема 3. Основные понятия и методы оценки эффективности систем электронной коммерции	<p>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.</p>

**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.		Самостоятельная 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	19	39
3.	Основные понятия и методы оценки эффективности систем электронной коммерции	10	10	20	40
<b>Консультация:</b>					<b>2</b>
<b>Контроль:</b>					<b>27</b>
<b>ИТОГО:</b>		<b>28</b>	<b>28</b>	<b>59</b>	<b>144</b>

**Очно-заочная форма обучения**

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Контактная работа, час.		Самостоятельная 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	35	39
3.	Основные понятия и методы оценки эффективности систем электронной коммерции	2	2	36	40
<b>Консультация:</b>					<b>2</b>
<b>Контроль:</b>					<b>27</b>
<b>ИТОГО:</b>		<b>6</b>	<b>4</b>	<b>105</b>	<b>144</b>

**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.

## **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 скидков								
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, 2026. — 579 с.

— (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17867-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/583670>

2. Кожевникова, Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге : учебник для вузов / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 444 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07447-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/583434>

## 9.2. Дополнительная литература

1. Хуссейн, И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации : учебник для вузов / И. Д. Хуссейн. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 68 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15010-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589006>

2. Гаврилов, Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе : учебник для вузов / Л. П. Гаврилов. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 277 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21730-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/582939>

## 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.minpromtorg.gov.ru> – Министерство промышленности и торговли РФ
5. <https://www.akit.ru/> - Ассоциация компаний интернет-торговли
6. <http://www.rbc.ru> – Росбизнесконсалтинг
7. <http://www.retail.ru> – Ритейлеру и поставщику

### **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.

Медиамаериалы 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.