

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Костина Лариса Николаевна  
Должность: заместитель директора  
Дата подписания: 14.01.2026 12:55:22  
Уникальный программный ключ:  
848621b05e7a2c59da67cc47a060a910fb948b62

*Приложение 3*  
к образовательной программе

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.В.26. Электронная коммерция**

(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

### **38.03.02 Менеджмент**

(код, наименование направления подготовки/специальности)

### **Менеджмент непроизводственной сферы**

(наименование образовательной программы)

### **Бакалавр**

(квалификация)

### **Очная форма обучения**

(форма обучения)

Год набора - 2024

Донецк

**Автор-составитель РПД:**

*Жукова А.О., канд.экон.наук, доцент, доцент кафедры менеджмента  
непроизводственной сферы*

**Заведующий кафедрой:**

*Тарасова Е.В., канд.экон.наук, доцент, заведующий кафедрой менеджмента  
непроизводственной сферы*

Рабочая программа дисциплины Б1.В.26. Электронная коммерция одобрена на заседании кафедры менеджмента непроизводственной сферы Донецкого филиала РАНХиГС.

протокол № 2 от « 27 » октября 2025 г.

## РАЗДЕЛ 1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ

### 1.1. ЦЕЛИ ДИСЦИПЛИНЫ

Основной целью освоения дисциплины «Электронная коммерция» является: формирование у студентов целостной системы знаний о возможностях и основных направлениях данного вида бизнеса, изучение основных терминов и понятий, характеризующих коммерческую деятельность в сфере информационных услуг, раскрытие взаимосвязи всех понятий и внутренней логики организации информационной деятельности.

### 1.2. УЧЕБНЫЕ ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

- 1) получить теоретические знания об электронной коммерции;
- 2) сформировать навыки создания и ведения бизнеса в Интернете;
- 3) сформировать навыки применения инструментария технологий Digital-среды.

### 1.3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОПОП ВО: Б1.В

*1.3.1. Дисциплина "Электронная коммерция" опирается на следующие элементы ОПОП ВО:*

Основы научных исследований

Введение в менеджмент

Цифровые технологии в менеджменте

*1.3.2. Дисциплина "Электронная коммерция" выступает опорой для следующих элементов:*

Основы сервисной деятельности

Бизнес-планирование

### 1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

*ПКс-6.1: Способен выбирать инструментальные средства для обработки информации в соответствии с поставленной задачей, анализировать результаты расчетов и обосновывать полученные выводы*

Знать:

<b>Уровень 1</b>	инструментальные средства для обработки информации
<b>Уровень 2</b>	программные и аналитические инструменты для обработки информации
<b>Уровень 3</b>	методики анализа расчетов в соответствии с поставленной задачей

Уметь:

<b>Уровень 1</b>	применять инструментальные средства для обработки информации
<b>Уровень 2</b>	использовать программные и аналитические инструменты для обработки информации
<b>Уровень 3</b>	применять методики анализа расчетов в соответствии с поставленной задачей

Владеть:

<b>Уровень 1</b>	навыками применения инструментальных средств для обработки информации
<b>Уровень 2</b>	навыками внедрения программных и аналитических инструментов для обработки информации
<b>Уровень 3</b>	методиками анализа расчетов в соответствии с поставленной задачей

*В результате освоения дисциплины "Электронная коммерция" обучающийся должен:*

<b>3.1 Знать:</b>	
	программные и аппаратные средства для обработки информации, их функциональности и областей применения;
	методики анализа расчетов в соответствии с поставленной задачей в профессиональной деятельности.
<b>3.2 Уметь:</b>	
	определять наиболее подходящие инструменты для решения конкретной задачи, исходя из её специфики и требований;
	анализировать данные, интерпретировать результаты расчетов и выявлять закономерности и тенденции;
	критически оценивать информацию, выявлять ошибки и неточности в данных и расчетах.

<b>3.3 Владеть:</b>	
	логически и последовательно обосновывать свои выводы, опираясь на полученные в ходе анализа данные;
	конфиденциальности и этических аспектов при работе с информацией.
<b>1.5. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ</b>	
Текущий контроль успеваемости позволяет оценить уровень сформированности элементов компетенций (знаний, умений и приобретенных навыков), компетенций с последующим объединением оценок и проводится в форме: устного опроса на лекционных и семинарских/практических занятиях (фронтальный, индивидуальный, комплексный), письменной проверки (тестовые задания, контроль знаний по разделу, ситуационных заданий и т.п.), оценки активности работы обучающегося на занятии, включая задания для самостоятельной работы.	
<b>Промежуточная аттестация</b>	
Результаты текущего контроля и промежуточной аттестации формируют рейтинговую оценку работы студента. Распределение баллов при формировании рейтинговой оценки работы студента осуществляется в соответствии с действующим локальным нормативным актом. По дисциплине "Электронная коммерция" видом промежуточной аттестации является Экзамен	

## РАЗДЕЛ 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

<b>2.1. ТРУДОЕМКОСТЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b>						
Общая трудоёмкость дисциплины "Электронная коммерция" составляет 4 зачётные единицы, 144 часов.						
Количество часов, выделяемых на контактную работу с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося, определяется учебным планом.						
<b>2.2. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ</b>						
Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
<b>Раздел 1. Раздел 1. Теоретические основы электронной коммерции</b>						
Тема 1.1. Основные составляющие электронной коммерции /Лек/	3	4	ПКс-6.1	Л1.1Л2.1Л3.2 Э2 Э3	0	
Тема 1.1. Основные составляющие электронной коммерции /Сем зан/	3	4	ПКс-6.1	Л1.1Л2.1Л3.3 Э2 Э3	0	
Тема 1.1. Основные составляющие электронной коммерции /Ср/	3	4	ПКс-6.1	Л1.1Л2.1Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э2 Э3	0	
Тема 1.2. Формирования финансовых потоков и бизнес структур в электронном бизнесе /Лек/	3	4	ПКс-6.1	Л1.1Л2.1Л3.2 Э1 Э2 Э4	0	
Тема 1.2. Формирования финансовых потоков и бизнес структур в электронном бизнесе /Сем зан/	3	4	ПКс-6.1	Л1.1Л2.1Л3.3 Э1 Э2	0	

Тема 1.2. Формирования финансовых потоков и бизнес структур в электронном бизнесе /Ср/	3	4	ПКс-6.1	Л1.1Л2.1Л3 .1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	0	
Тема 1.3. Платежные и поисковые системы как основа Интернет бизнеса /Лек/	3	4	ПКс-6.1	Л1.1Л2.1Л3 .2 Э1 Э2	0	
Тема 1.3. Платежные и поисковые системы как основа Интернет бизнеса /Сем зан/	3	4	ПКс-6.1	Л1.1Л2.1Л3 .3 Э1 Э2	0	
Тема 1.3. Платежные и поисковые системы как основа Интернет бизнеса /Ср/	3	4	ПКс-6.1	Л1.1Л2.1Л3 .1 Л3.2 Л3.3 Э3 Э4	0	
<b>Раздел 2. Раздел 2. Информационно-коммуникационные технологии в электронной коммерции</b>						
Тема 2.1. ВЕБ сайт как основа бизнеса в Интернете /Лек/	3	4	ПКс-6.1	Л1.1Л2.1Л3 .2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.1. ВЕБ сайт как основа бизнеса в Интернете /Сем зан/	3	4	ПКс-6.1	Л1.1Л2.1Л3 .3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.1. ВЕБ сайт как основа бизнеса в Интернете /Ср/	3	4	ПКс-6.1	Л1.1Л2.1Л3 .1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.2. Реклама в интернете. Торговые системы в Интернет- среде /Лек/	3	4	ПКс-6.1	Л1.1Л2.1Л3 .2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.2. Реклама в интернете. Торговые системы в Интернет- среде /Сем зан/	3	4	ПКс-6.1	Л1.1Л2.1Л3 .3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.2. Реклама в интернете. Торговые системы в Интернет- среде /Ср/	3	4	ПКс-6.1	Л1.1Л2.1Л3 .1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.3. Безопасность в системах электронной коммерции /Лек/	3	4	ПКс-6.1	Л1.1Л2.1Л3 .2 Э1 Э2 Э3	0	

Тема 2.3. Безопасность в системах электронной коммерции /Сем зан/	3	4	ПКс-6.1	Л1.1Л2.1Л3 .3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.3. Безопасность в системах электронной коммерции /Ср/	3	7	ПКс-6.1	Л1.1Л2.1Л3 .1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
<b>Раздел 3. Раздел 3.Разработка бизнес-плана интернет-магазина</b>						
Тема 3.1. Бизнес-планирование как основа создания интернет-магазина. Маркетинговые исследования интернет-среды /Лек/	3	4	ПКс-6.1	Л1.1Л2.1Л3 .2 Э2 Э4	0	
Тема 3.1. Бизнес-планирование как основа создания интернет-магазина. Маркетинговые исследования интернет-среды /Сем зан/	3	4	ПКс-6.1	Л1.1Л2.1Л3 .3 Э1 Э3 Э4	0	
Тема 3.1. Бизнес-планирование как основа создания интернет-магазина. Маркетинговые исследования интернет-среды /Ср/	3	5	ПКс-6.1	Л1.1Л2.1Л3 .1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 3.2. Мобильная коммерция. Digital-стратегия /Лек/	3	4	ПКс-6.1	Л1.1Л2.1Л3 .2 Э2 Э3	0	
Тема 3.2. Мобильная коммерция. Digital-стратегия /Сем зан/	3	4	ПКс-6.1	Л1.1Л2.1Л3 .3 Э2 Э3	0	
Тема 3.2. Мобильная коммерция. Digital-стратегия /Ср/	3	5	ПКс-6.1	Л1.1Л2.1Л3 .1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
Тема 3.3. Эффективность электронной коммерции /Лек/	3	4	ПКс-6.1	Л1.1Л2.1Л3 .2 Э1 Э2	0	
Тема 3.3. Эффективность электронной коммерции /Сем зан/	3	4	ПКс-6.1	Л1.1Л2.1Л3 .3 Э1 Э3	0	
Тема 3.3. Эффективность электронной коммерции /Ср/	3	6	ПКс-6.1	Л1.1Л2.1Л3 .1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	

				Э4		
/КЭ/	3	2				
/Катгэк/	3	9				
/СРэк/	3	18				

РАЗДЕЛ 3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

<p>В процессе освоения дисциплины используются следующие образовательные технологии: лекции (Л), семинарские занятия (СЗ), самостоятельная работа студентов (СР) по выполнению различных видов заданий.</p> <p>В процессе освоения дисциплины используются следующие интерактивные образовательные технологии: проблемная лекция (ПЛ). Лекционный материал представлен в виде слайд-презентации в формате «Power Point». Для наглядности используются материалы различных научных и технических экспериментов, справочных материалов, научных статей т.д. В ходе лекции предусмотрена обратная связь со студентами, активизирующие вопросы, просмотр и обсуждение видеофильмов. При проведении лекций используется проблемно-ориентированный междисциплинарный подход, предполагающий творческие вопросы и создание дискуссионных ситуаций.</p> <p>При изложении теоретического материала используются такие методы, как: монологический, показательный, диалогический, эвристический, исследовательский, проблемное изложение, а также следующие принципы дидактики высшей школы, такие как: последовательность и систематичность обучения, доступность обучения, принцип научности, принципы взаимосвязи теории и практики, наглядности и др. В конце каждой лекции предусмотрено время для ответов на проблемные вопросы.</p> <p>Самостоятельная работа предназначена для внеаудиторной работы студентов, связанной с конспектированием источников, учебного материала, изучением дополнительной литературы по дисциплине, подготовкой к текущему и семестровому контролю, а также выполнением индивидуального задания в форме реферата, эссе, презентации, эмпирического исследования.</p>
--

РАЗДЕЛ 4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Рекомендуемая литература			
1. Основная литература			
	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Сковиков, А. Г.	Цифровая экономика. Электронный бизнес и электронная коммерция: учебное пособие для вузов (260 с.)	Санкт-Петербург : Лань, 2022
2. Дополнительная литература			
	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Л. П. Гаврилов.	Электронная коммерция: учебник и практикум для вузов: Учебник и практикум (521 с.)	Юрайт, 2021
3. Методические разработки			
	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
ЛЗ.1	Жукова А.О., Белобородова Ю.К.	Электронная коммерция: Методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся 2 курса образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профиль «Менеджмент непроеизводственной сферы») очной формы обучения (27 с.)	Донецк: ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС", 2024
ЛЗ.2	Жукова А.О.. Белобородова Ю.К.	Электронная коммерция: Конспект лекций для обучающихся 2 курса образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профиль «Менеджмент непроеизводственной сферы») очной формы обучения (124 с.)	Донецк: ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС", 2024
ЛЗ.3	Жукова А.О.,	Электронная коммерция: Методические	Донецк: ФГБОУ ВО

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
	Белобородова Ю.К.	рекомендации для проведения семинарских занятий для обучающихся 2 курса образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профиль «Менеджмент непроеизводственной сферы») очной формы обучения (45 с.)	"ДОНАУИГС", 2024

#### 4.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Научная электронная библиотека «КИБЕРЛЕНИНКА»	<a href="https://cyberleninka.ru/">https://cyberleninka.ru/</a>
Э2	ЭБС «ЛАНЬ»	<a href="https://e.lanbook.com">https://e.lanbook.com</a>
Э3	ЭБС «ЗНАНИУМ»	<a href="https://znanium.ru">https://znanium.ru</a>
Э4	ЭБС «SOCHUM»	<a href="https://sochum.ru">https://sochum.ru</a>

#### 4.3. Перечень программного обеспечения

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

- Libre Office (лицензия Mozilla Public License v2.0.)
- 7-Zip (лицензия GNU Lesser General Public License)
- AIMP (лицензия LGPL v.2.1)
- STDU Viewer (freeware for private non-commercial or educational use)
- GIMP (лицензия GNU General Public License)
- Inkscape (лицензия GNU General Public License).

#### 4.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Оценочный портал <http://www.ocenchik.ru/>  
База данных Ассоциации менеджеров России [www.amr.ru](http://www.amr.ru)  
Портал профессионального сообщества менеджеров [www.e-xecutive.ru](http://www.e-xecutive.ru)  
Портал профессионального сообщества менеджеров [www.grebennikon.ru](http://www.grebennikon.ru)

#### 4.5. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, закреплены аудитории согласно расписанию учебных занятий:  
рабочее место преподавателя, посадочные места по количеству обучающихся, доска меловая, персональный компьютер с лицензированным программным обеспечением общего назначения, мультимедийный проектор, экран, интерактивная панель.

### РАЗДЕЛ 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

#### 5.1. Контрольные вопросы и задания

1. World Wide Web - популярная информационная технология.
2. Этапы становления и развития электронной коммерции.
3. Этапы становления бизнес-структуры в Интернет и
4. Финансовые потоки в электронной коммерции
5. Платежная Интернет-система, преимущества и недостатки
6. Взаимосвязи в электронном бизнесе
7. Оценка эффективности веб-сайта фирмы
8. Этапы разработки веб-сайта
9. Ценовые модели размещения рекламы
10. Инструменты интернет-рекламы
11. Классификация торговых интернет-систем
12. Интернет-магазин
13. Интернет-площадки
14. Интернет-аукционы
15. Виды и источники угроз в электронной коммерции
16. Риски в электронной коммерции
17. Определение CRM – системы
18. Архитектура CRM-системы



19. Классификация CRM-систем
20. Эффект от внедрения CRM-системы
21. Понятие бизнес-плана, структура, особенности
22. Факторы, которые необходимо учесть при открытии Интернет-магазина
23. Порядок разработки бизнеса-плана
24. Особенности маркетинговых исследований в сети Интернет
25. Основные ошибки реализации маркетинговой стратегии в электронной коммерции
26. Подбор маркетинговых инструментов в направлении повышения конкурентоспособности собственного Интернет магазина (сайта)
27. Понятие digital-стратегии
28. Особенности продвижения в digital-среде
29. Стратегии и виды коммуникации в digital
30. Виды и особенности продвижения в digital
31. Виды рисков при разработке бизнес-плана интернет-магазина
32. Составляющие элементы бизнес-модели: их характеристика.
33. Партнерская программа – понятие, особенности выбора
34. Основные цели и задачи курса «Электронная коммерция»
35. Дайте определение понятиям Интернет, HTTP протокол, протокол.
36. Какие возможности представляются для предпринимателя, менеджера в сети Интернет
37. Как могут быть сформированы стратегические и деловые отношения в электронном бизнесе?
38. Что такое гипертекст и гиперссылки?
39. Кто представляет в Интернете категорию Киберсант.
40. Какова основная структура прироста прибыли компаний от использования Интернета.
41. Какие основные направления получения прибыли существуют в Интернете.
42. Партнерские программы - их суть и значение для начала бизнеса в сети Интернет.
43. Что представляет собой бизнес-структура в Интернете.
44. Рассмотреть и определить главный принцип бизнес-системы в предпринимательской деятельности.
45. Четыре основных направления электронной коммерции.
46. Основные минимальные ограничения в инвестировании Интернет бизнес-структуры. Основные постоянные расходы.
47. С чего начинается бизнес в Интернете, первые этапы, шаги.
48. Основные методы сбыта, их преимущества и недостатки.
49. Структура раздела «План производства» создания интернет-магазина
50. Последовательность изложения материала в разделе «Организационный план» при подготовке бизнес-плана интернет-магазина
51. Сущность и цели календарного плана.
52. Структура и содержание раздела «Финансовый план»
53. Сущность расчета точки безубыточности
54. Методы оценки эффективности инвестиционных проектов, их преимущества и недостатки.
55. Сущность метода NPV
56. Сущность метода IRR
57. Количественный и качественный анализ риска.
58. Основные типы рисков, присущие проекту.
59. Организационные средства по профилактике и нейтрализации рисков.
60. Понятие «электронный бизнес», сущность и характеристика.
61. Основные элементы электронной коммерции.
62. Отличия электронного бизнеса от электронной коммерции.
63. Продвижения продукта в социальных сетях.
64. Понятие «социальные сети», особенности развития.
65. Основные принципы функционирования электронной экономики.
66. Преимущества и недостатки электронной коммерции с позиции потребителя.
67. Преимущества и недостатки электронной коммерции с позиции продавца.
68. Инструменты электронной коммерции.
69. Направления электронной коммерции.
70. Мобильная коммерция.
71. Виртуальное предприятие.
72. Преимущества и недостатки мобильной коммерции.
73. Структура веб-сайта интернет-магазина.
74. Способы оплаты товаров в интернет-магазине.
75. Виды электронных систем взаиморасчетов.

76. Преимущества и недостатки использования электронных систем взаиморасчетов.
77. Виды электронных платежных систем.
78. Понятие и структура интернет-маркетинга.
79. Виды интернет-рекламы.
80. Преимущества и недостатки электронной рекламы.

### 5.2. Темы письменных работ

1. Мобильные телекоммуникации в электронной коммерции и бизнесе
2. Разработка концепции туристической компании в Интернете
3. Разработка концепции интернет-сервиса в сфере финансовых услуг
4. Платежная среда электронной коммерции
5. Брендинг в сети Интернет
6. Разработка концепции интернет-сервиса как основа связи с общественностью (PR) в Интернете
7. Сайтпромоутинг
8. Интернет-реклама
9. Маркетинговые исследования в Интернете
10. Государственные торгово-закупочные площадки
11. Оптимизация и продвижение сайтов
12. Правовое регулирование электронной коммерции
13. Вирусный маркетинг
14. Корпоративный web-сайт как мощный инструмент создания благоприятного имиджа в сети Интернет
15. Специфика организации PR-кампании в сети Интернет (на примере...)
16. Инновационные формы продаж в электронной коммерции
17. Обоснование организации интернет-магазина в сфере ..... (на примере...)
18. Дропшипинг как базовая форма электронной коммерции
19. PR в сети Интернет: основные этапы планирования и организации PR-кампании (на примере...)
20. SEO – как основа оптимизации сайта
21. Официальные сайты государственных органов: существующие проблемы и перспективы развития (на примере ....)
22. Разработка концептуальных основ развития Интернет-сайта (на примере.....)
23. Разработка партнерской программы с целью повышения объемов продаж интернет-магазина
24. SMM – теория и практика
25. Разработка рекомендаций по Digital-стратегии организации сферы услуг (на примере ....)
26. Социальные сети как основа продвижения товаров и услуг в сети Интернет
27. Методические аспекты проектирования корпоративных сайтов с системе PR
28. Персональный сайт и блог как основные способы PR коммуникаций (на примере ...)

### 5.3. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств дисциплины "Электронная коммерция" разработан в соответствии с локальным нормативным актом ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС".

Фонд оценочных средств дисциплины "Электронная коммерция" в полном объеме представлен в виде приложения к данному РПД.

### 5.4. Перечень видов оценочных средств

устный опрос;  
реферат;  
доклад;  
тестовые задания;  
ситуационные задачи.

## РАЗДЕЛ 6. СРЕДСТВА АДАПТАЦИИ ПРЕПОДАВАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ К ПОТРЕБНОСТЯМ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

1) с применением электронного обучения и дистанционных технологий.

2) с применением специального оборудования (техники) и программного обеспечения, имеющихся в ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС".

В процессе обучения при необходимости для лиц с нарушениями зрения, слуха и опорно-двигательного аппарата предоставляются следующие условия:

- для лиц с нарушениями зрения: учебно-методические материалы в печатной форме увеличенным

шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями слуха: учебно-методические материалы в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: учебно-методические материалы в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

## **РАЗДЕЛ 7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Рекомендации, предлагаемые оказывают методическую помощь при самостоятельном изучении дисциплины. Рекомендуется такая последовательность: ознакомиться с содержанием программы дисциплины; изучить и законспектировать соответствующие темы рекомендуемой литературы. Кроме того, целесообразно ознакомиться с новыми статьями специальных журналов и сборников.

Учитывая тот факт, что изучение дисциплины предусматривает кропотливую работу и содержательное обсуждение вопросов на семинарских занятиях, именно во время самостоятельной работы студент углубляет понимание проблем, активизирует самостоятельный поиск, систематизирует накопленный опыт аналитико-синтетической работы, закладывает основы качественной подготовки докладов, сообщений, презентаций, рефератов, как по собственным интересам, так и по заданию преподавателя.

Обязательной формой индивидуальной работы для заочной формы обучения является подготовка студентом 2 и более рефератов (по одному из двух разделов, предусмотренных рабочей программой учебной дисциплины).

Методические рекомендации по работе над конспектом лекций во время и после проведения лекции

В ходе лекционных занятий обучающимся рекомендуется выполнять следующие действия. Вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации по их применению. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых во внеаудиторное время можно сделать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Методические рекомендации к семинарским занятиям

При подготовке к семинарским занятиям обучающимся необходимо изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования рабочей программы учебной дисциплины, методических рекомендаций для проведения семинарских занятий. В ходе подготовки к семинарским занятиям необходимо освоить основные понятия и методики расчета показателей, ответить на контрольные вопросы. В течение семинарского занятия обучающемуся необходимо выполнить задания, выданные преподавателем.

Рекомендации по работе с литературой. Теоретический материал учебной дисциплины становится более понятным, когда дополнительно к прослушиванию лекции и изучению конспекта, изучаются и книги. Легче освоить дисциплину, придерживаясь одного учебника и конспекта. Рекомендуется, кроме «заучивания» материала, добиться состояния понимания изучаемой темы дисциплины. С этой целью рекомендуется после изучения очередного параграфа выполнить несколько простых упражнений на данную тему. Кроме того, очень полезно мысленно задать себе следующие вопросы (и попробовать ответить на них): о чем этот параграф, какие новые понятия введены, каков их смысл, что даст это на практике?